

NÚMERO 352

VÍCTOR G. CARREÓN, SONIA DI GIANNATALE Y CARLOS A. LÓPEZ

Análisis empírico del crédito en México: un estudio de caso

DICIEMBRE 2005



www.cide.edu

• Las colecciones de **Documentos de Trabajo** del **CIDE** representan un medio para difundir los avances de la labor de investigación, y para permitir que los autores reciban comentarios antes de su publicación definitiva. Se agradecerá que los comentarios se hagan llegar directamente al (los) autor(es).

• D.R. © 2005. Centro de Investigación y Docencia Económicas, carretera México-Toluca 3655 (km. 16.5), Lomas de Santa Fe, 01210, México, D.F.
Tel. 5727•9800 exts. 2202, 2203, 2417
Fax: 5727•9885 y 5292•1304.
Correo electrónico: publicaciones@cide.edu
www.cide.edu

• Producción a cargo del (los) autor(es), por lo que tanto el contenido así como el estilo y la redacción son su responsabilidad.

Abstract

In this paper we analyze the survey on saving, popular credit and rural micro-finances that BANSEFI applied in 2004. This survey gathers information on the characteristics and expenses of the household, as well as its financial assets and liabilities in the formal and informal sector, among others. In this paper we present a descriptive analysis of the characteristics of the credit among the households in that survey. We find that 60% of households have access to some type of credit, formal or informal. In general, households located in urban areas have greater access to credit than those located in rural areas. On the other hand, it is observed that around 70% of households, in urban and rural localities, do not have access to credit in the formal sector. However, the percentage of households that has access to credit in the formal sector is greater in the urban localities than in the rural ones.

Resumen

En este trabajo se analizan los datos que se desprenden de la encuesta basal sobre ahorro, crédito popular y microfinanzas rurales que BANSEFI aplicó en el año 2004. En dicha encuesta se obtiene información sobre las características y gastos del hogar, así como sus activos y pasivos financieros en las modalidades formal e informal, entre otros. Nuestro objetivo es realizar un análisis descriptivo de las características del crédito entre los hogares participantes en dicha encuesta. Se encuentra que el 60% de los hogares encuestados tienen acceso a algún tipo de crédito, formal o informal. En general, los hogares ubicados en áreas urbanas tienen mayor acceso al crédito que aquéllos ubicados en áreas rurales. Por otra parte, se observa que aproximadamente el 70% de los hogares, en localidades urbanas y rurales, no tienen acceso al crédito en el sector formal. Sin embargo, el porcentaje de hogares que tiene acceso al crédito en el sector formal es mayor en las localidades urbanas que en las rurales.

Introducción

Acemoglu y Zilibotti (1999) argumentan que una diferencia importante entre economías desarrolladas y economías en desarrollo es la cantidad de información descentralizada que puede ser procesada a través de relaciones de agencia. Durante el proceso de desarrollo, las sociedades acumulan información, al igual que capital físico y humano. Como resultado, en economías desarrolladas existe una mayor difusión de las actividades que requieren el uso intensivo de la información, lo cual mejora la eficiencia económica. La creciente disponibilidad de información puede originar ciertos cambios en patrones institucionales; es decir, en actividades que tienen que ver con mecanismos para que los individuos compartan riesgos, el desarrollo de mercados de capital, mejoras en el desempeño gerencial y cambios en la estructura de producción. También consideran que durante el proceso de desarrollo, la estructura del mercado financiero cambia y se observa un mayor nivel de intermediación financiera a través de instituciones de mercado. Entonces, podemos ver que el rol del mercado de crédito formal y su profundización en la economía es crucial en el proceso de desarrollo. En consecuencia, se esperaría que la presencia de intermediarios financieros sea más amplia en economías desarrolladas con respecto a economías en desarrollo.

En las economías en desarrollo el acceso al crédito es un tema de importancia pues, en general, existe poca profundización del sistema financiero formal. Los agentes económicos comparten riesgos financieros a través de instituciones de crédito que no necesariamente son instituciones formales de mercado. Éstas, como por ejemplo préstamos entre amigos y/o familiares, no se consideran del todo eficientes por cuanto no permiten un procesamiento óptimo de información y porque pueden no ser fuentes regulares de crédito, al estar sujetas a choques de ingreso individuales. Este tipo de instituciones es más común en mercados en donde se tiene racionamiento del crédito. Existe una vasta literatura que modela el acceso a los mercados de crédito, cuando existe algún tipo de racionamiento, ver González-Vega (1984), ya sea vía cantidad (variaciones en el monto del crédito que equilibran el mercado) o vía precio (variaciones en la tasa de interés o en los términos del contrato que equilibran el mercado). Por otra parte, Stiglitz y Weiss (1981) analizan las imperfecciones en el mercado formal de crédito (los bancos). Ellos argumentan que existe un desequilibrio permanente en el mercado de crédito, pues la oferta nunca es igual a la demanda, tanto en el corto como en el largo plazo. En su modelo encuentran que la tasa de interés no es la variable que equilibre el mercado, pues ésta se utiliza para maximizar el beneficio esperado en función de la probabilidad de repago del crédito. Al ser esta tasa mayor a la que igualaría oferta y

demanda, se tiene un exceso de demanda que acude al mercado informal o que es satisfecha por medio de programas del estado. Siguiendo esta línea de análisis, Ghosh, Mookherjee y Ray (1999), estudian el mercado de crédito en países en desarrollo, encontrando que las principales fuentes de crédito son las informales.

El estudio del crédito en países en desarrollo es relevante pues en su acceso existen fallas por problemas de información, problemas institucionales, por un entorno macroeconómico inestable y por la desigual distribución del ingreso entre sus habitantes. Existen trabajos como el de Banerjee (2001), donde se explica que estas fallas afectan el bienestar de los consumidores, en particular a los de bajos ingresos. Todo esto refuerza las conclusiones mencionadas del trabajo de Acemoglu y Zilibotti (1999).

Sin embargo, según Murdoch (1995), para comprender las estructuras de mercado de los países en desarrollo hay que tener en cuenta dos aspectos fundamentales. En primer lugar, los mercados son incompletos y muchos de los que sí existen funcionan de manera imperfecta. El segundo aspecto es que se ha observado una rica gama de respuestas institucionales para llenar los vacíos de estas fallas de mercado. La pregunta que surge es si estas instituciones alternativas, en conjunto con las instituciones de mercado, son la solución. Los trabajos empíricos sobre seguros y crédito en economías en desarrollo proporcionan evidencia de que existen vacíos especialmente en los hogares de menores ingresos; pero que la magnitud de los mismos es mucho menor de lo que se había pensado. Este hallazgo tiene implicaciones de política económica, nos preguntamos si la seguridad social y los servicios financieros otorgados por el estado podrían desplazar esfuerzos privados con ganancias limitadas para la sociedad. Vale la pena calibrar la fortaleza empírica de esta pregunta y estudiar la eficiencia de la acción pública *versus* la acción privada.

Por otra parte, hay numerosos artículos dedicados al estudio del impacto que tienen los programas de crédito sobre el bienestar de una sociedad, en particular en países en desarrollo. Por ejemplo, Pitt y Khandker (1998) analizan el efecto de los programas de crédito en Bangladesh sobre el bienestar de los hogares; en particular, el impacto sobre la educación infantil, el consumo y la oferta laboral femenina. En este estudio los autores encuentran que el impacto del programa de crédito sobre el comportamiento de los hogares es mayor cuando son las mujeres quienes participan en el programa.

México, como país en desarrollo, no está exento de los vacíos ya mencionados en lo que se refiere a los mercados de crédito y seguros. En vista de esta situación, se creó el Banco del Ahorro Nacional y Servicios Financieros S.N.C. en el año 2001 (BANSEFI).

El objetivo de esta institución es generar una mayor profundización del sistema financiero mexicano para que la mayoría de la población tenga acceso a servicios financieros. Para lograr este objetivo, BANSEFI ha formulado tres estrategias. La primera tiene que ver con la promoción del ahorro a través de la apertura de sucursales en todo el país, la posibilidad de abrir cuentas con montos bajos y la oferta de tasas de interés atractivas. La segunda es trabajar como banco de segundo piso para las instituciones de ahorro y crédito popular existentes en el país, para que éstas tengan la posibilidad de ofrecer mejores servicios financieros a sus clientes. Finalmente, la tercera está orientada a la coordinación de los apoyos que el Gobierno Federal está otorgando al sector de ahorro y crédito popular.

Con el propósito de tener información acerca del estado del crédito en México, BANSEFI preparó y aplicó en el año 2004 una encuesta basal sobre ahorro, crédito popular y microfinanzas rurales, donde se recoge información sobre las características y gastos del hogar, así como sus activos y pasivos financieros en las modalidades formal e informal, entre otras cosas. Esta base de datos tiene información (por ejemplo, características socioeconómicas como situación laboral de los integrantes del hogar, educación, etc.) que nos permitirá realizar un análisis empírico del crédito en México con el objetivo de conocer en detalle el nivel de profundización del sistema financiero, el tipo de instituciones formales e informales de crédito que existen en la economía y la magnitud de los vacíos que generan los mercados incompletos de crédito. El objetivo del presente trabajo es hacer un análisis descriptivo de las características del crédito entre los hogares participantes en dicha encuesta.

Este trabajo está organizado de la siguiente manera: En la Sección 1 se estudian las características generales de los hogares encuestados; en particular, tipo de hogar, localización geográfica; número de integrantes, género, edad promedio, escolaridad y actividad laboral del jefe del hogar y las transferencias privadas y/o gubernamentales recibidas por los hogares. En la Sección 2 se estudian los hogares por niveles de ingreso. En la Sección 3 se estudia el acceso al mercado de crédito; en particular, características demográficas de los hogares por acceso al crédito, la oferta de crédito (formal o informal) y su relación con la demanda, poniendo especial énfasis en los motivos que generan la solicitud del crédito por parte de los hogares. Además, se caracterizan las distintas tasas de interés asociadas a los distintos motivos y fuentes crediticias, tanto del mercado de crédito formal como informal. En esta misma sección se presenta también un análisis sobre la condición de solvencia de los créditos. Cabe aclarar que en el análisis que integra las secciones siguientes, las proporciones mostradas son estadísticamente significativas, salvo que se indique lo contrario. Finalmente, se ofrecen las conclusiones del trabajo.

1.- Características generales de los hogares encuestados

La encuesta basal sobre ahorro, crédito popular y microfinanzas rurales, preparada por BANSEFI, se aplicó en 2004 a 5407 hogares de diversos estados del país, que bien pueden dividirse en tres regiones geográficas, como lo muestra el Anexo 1.

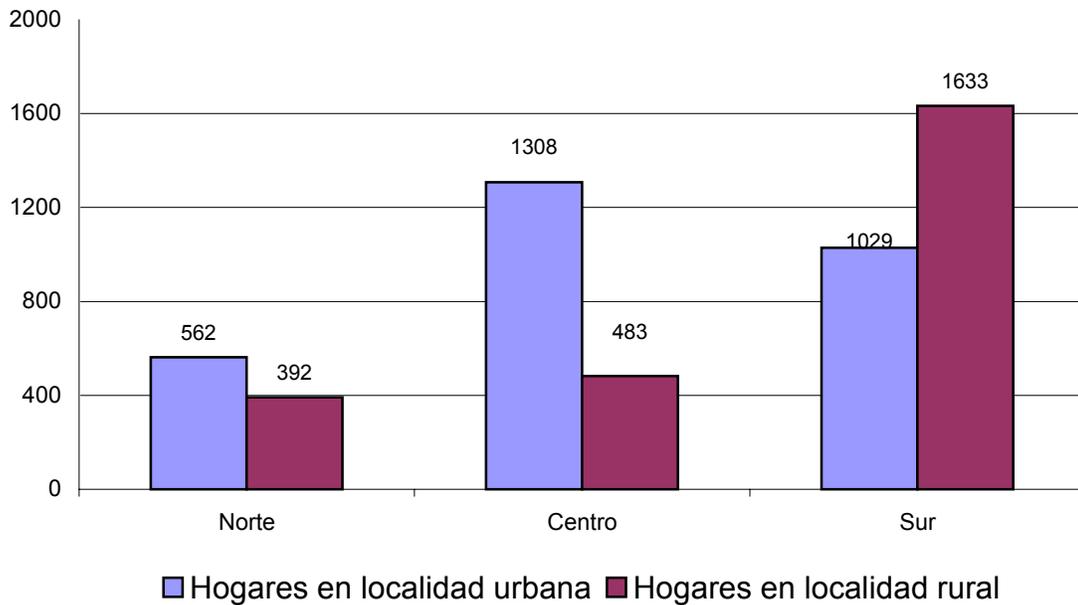
Esta encuesta obtiene información sobre 12 tópicos principales: Características del hogar, Gastos del hogar, Pasivos financieros, Activos financieros en modalidad formal, Activos financieros en modalidad informal, Transferencias o remesas entre familiares, Fuentes diversas de ingreso, Actividades agrícolas y pecuarias, Actividades no agrícolas, Empleo y otros ingresos, Choques económicos y vulnerabilidad del hogar Vivienda.

La unidad de análisis de la encuesta es el hogar (al que en ocasiones se hará referencia como “el individuo”), definido como “el conjunto de personas que hacen vida en común dentro de esta vivienda, unidas o no por parentesco, que comparten los gastos de manutención y preparan los alimentos en la misma cocina.” Por lo tanto, los resultados que se obtengan serán representativos a nivel hogar para el mercado de crédito en México.

1.1.- Tipo de localidad y región geográfica

La Gráfica 1 muestra el total de los hogares encuestados de acuerdo al tipo de localidad al que pertenecen y a la región geográfica en la que están ubicados.

Gráfica 1
Hogares encuestados por tipo de localidad y región geográfica

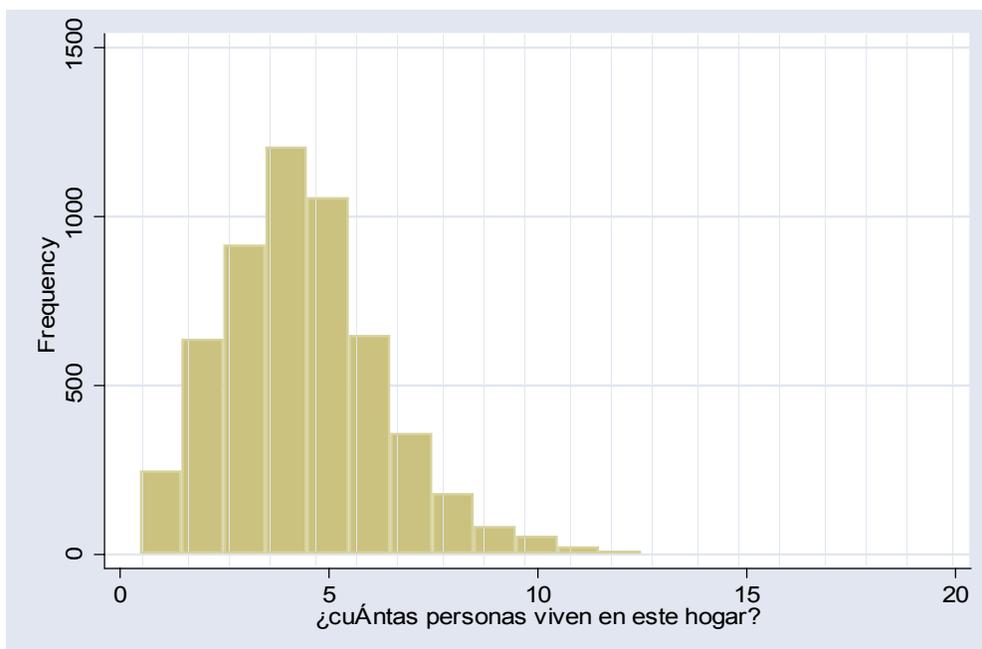


Así, observamos que se encuestaron 2899 hogares de localidades urbanas, representando el 53.62% del total, y a 2508 hogares de localidades rurales, representando el 46.38% restante. Además, en las regiones Norte y Centro se entrevistaron más hogares en localidades urbanas que en rurales, mientras que en la región Sur ocurre lo contrario.

1.2.- Integrantes del hogar, género y edad promedio del jefe del hogar

En lo que hace al número de integrantes de la unidad de análisis, el hogar encuestado más pequeño es un conjunto de una sola persona, mientras que el hogar encuestado más grande es un conjunto de 18. El hogar encuestado promedio es un conjunto de 4.41 personas, mientras que el hogar mediano se constituye por 4 integrantes. La Gráfica 2 presenta la frecuencia de hogares por número de integrantes.

Gráfica 2
Número de elementos por hogar



Por otra parte, en el 80.67% de los hogares encuestados el jefe del hogar es de sexo masculino, mientras que en el 19.63% restante es de sexo femenino. El comportamiento de estas distribuciones por tipo de localidad y región geográfica se presenta en la Tabla 1.

Tabla 1
Clasificación de los hogares por género del jefe de hogar, tipo de localidad y región geográfica

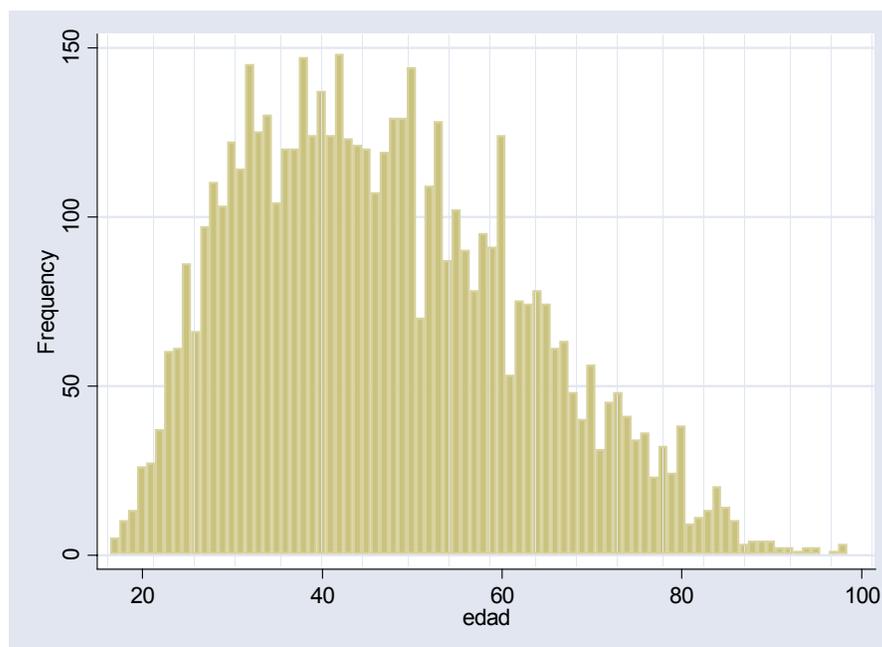
Porcentaje de hogares en región Norte			
	Tipo de localidad		
Género del jefe del hogar	Urbana	Rural	Total
Masculino	45.38	33.96	79.34
Femenino	13.52	7.12	20.64
Total	58.9	41.08	99.98
Porcentaje de hogares en región Centro			
	Tipo de localidad		
Género del jefe del hogar	Urbana	Rural	Total
Masculino	58.68	21.32	80

Femenino	14.35	5.64	19.99
Total	73.03	28.96	99.99
Porcentaje de hogares en región Sur			
	Tipo de localidad		
Género del jefe del hogar	Urbana	Rural	Total
Masculino	31.21	50.37	81.58
Femenino	7.43	10.11	17.54
Total	38.64	60.48	99.12

Ahora bien, de los datos utilizados para integrar esta Tabla se desprende que el 79.86% de los hogares encuestados en localidades urbanas tienen por jefe del hogar a un hombre (y, por consiguiente, en el 20.14% de éstos el jefe del hogar es una mujer), mientras que en las localidades rurales el 81.96% tienen como jefe de hogar a un hombre (y el 18.04% de éstos tienen como jefe a una mujer).

La Gráfica 3 muestra la frecuencia de individuos por edad del jefe del hogar. Aquí, vemos que la edad promedio del jefe del hogar es de 47 años y la mediana es de 45 años.

Gráfica 3
Distribución de la edad del jefe del hogar



La Tabla 2 informa sobre el comportamiento de los individuos por tipo de localidad y región geográfica respecto a la edad del jefe de hogar.

Tabla 2
Edad promedio del jefe del hogar

Región Norte			
	Tipo de localidad		
Género	Urbana	Rural	
Masculino	45.16	45.22	
Femenino	53.69	54.41	
Región Centro			
	Tipo de localidad		
	Urbana	Rural	
Masculino	45.73	49.72	
Femenino	51.16	49.71	
Región Sur			
	Tipo de localidad		
	Urbana	Rural	
Masculino	45.07	46.02	
Femenino	50.88	50.99	
Promedios muestrales			
	Tipo de localidad		
	Urbana	Rural	Total
Masculino	45.39	46.59	45.95
Femenino	51.63	51.21	51.44
Total	46.64	47.44	47.01

Cuando el hogar tiene por jefe a una persona del sexo femenino, ésta tendrá en promedio 51.44 años, casi 5 años más que la edad del jefe de hogar si es del sexo masculino. Además, este comportamiento se replica en las regiones geográficas, ya si se trata de localidades urbanas o rurales, pues, exceptuando las localidades rurales en la región centro (pues allí la edad promedio del jefe de hogar varía apenas de acuerdo al género), el jefe de hogar femenino es, de menos, 5 años mayor que el jefe de hogar masculino, llegando a ser, incluso, casi 10 años mayor, como en el caso de las localidades rurales en la región norte.

1.3.- Escolaridad y actividad laboral del jefe del hogar

La encuesta presenta información sobre el nivel de escolaridad de los integrantes de cada hogar encuestado. El Anexo 2 muestra una tabla de los niveles de escolaridad y los años de educación respectivo de cada nivel. Así,

por ejemplo, si un individuo declara haber concluido la educación primaria será preciso concluir que cuenta con 6 años de escolaridad.

La Tabla 3 presenta la situación escolar para los jefes del hogar. Un dato que no se muestra en ella, pero que se deriva de la información con la que se construye, es que la educación promedio del jefe del hogar para la muestra es de 5.9 años, con lo que se puede concluir que el jefe de hogar apenas concluye, por término medio, la educación primaria.

Tabla 3
Escolaridad promedio del jefe del hogar por tipo de región geográfica, tipo de localidad y género

	Región Norte				Región Centro				Región Sur				Total muestral			
	Urbana		Rural		Urbana		Rural		Urbana		Rural		Urbana		Rural	
Años	7.83		5.24		6.42		4.80		6.57		5.10		6.75		5.06	
	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M
Años	8.3	6.2	5.4	4.1	6.6	5.5	4.8	4.5	6.8	5.3	5.4	3.5	7	5.6	5.3	3.8

Esta Tabla muestra un comportamiento interesante en varios sentidos. Primero, la educación del jefe del hogar es siempre superior en la región Norte, tanto en localidades urbanas como en rurales, tanto si se trata de jefe del hogar masculino como femenino. Sin embargo, la educación del jefe del hogar en localidades urbanas es mayor en la región Sur que en la Centro, lo que puede resultar sorprendente dada la conocida disparidad entre estas regiones en términos del desarrollo económico. Además, la tabla muestra que en la región Norte el jefe del hogar en localidades urbanas tiene, en promedio, 2.6 años de educación adicionales a los que tiene el de localidades rurales, mientras que en las regiones Centro y Sur la diferencia es de 1.6 años y 1.7 años, respectivamente.

Este comportamiento es interesante si se atiende a la premisa de que las regiones geográficas del país se pueden ordenar de acuerdo a su desarrollo económico y social. Poniendo a la Norte como la más desarrollada, luego a la Centro como la de desarrollo intermedio y, por último, a la Sur como la menos desarrollada, la diferencia entre los años de educación muestran que existe una diferencia mayor entre localidades urbanas y rurales en la región Norte que en las regiones Centro y Sur, a pesar del mayor desarrollo económico de la primera. Además, dicha diferencia es menor en la Sur a pesar de su menor desarrollo respecto a las demás regiones. Sobre esta base podría argumentarse que el desarrollo social es más equitativo en la región Sur que en la Centro y la Norte, a pesar de su menor desarrollo económico respecto a éstas últimas. Sin embargo, una explicación más plausible es que la región Sur cuenta con menor infraestructura educativa para niveles superiores de educación, por lo que las diferencias entre sus habitantes tenderían a ser

menores que en las regiones Norte y Centro donde la oferta educativa es mayor.

En cuanto a la actividad laboral, los datos muestran que en el 83% de los hogares el jefe del hogar trabaja, mientras que en un 6.51% se dedica a las labores del hogar y en un 3.92% es jubilado o pensionado. La Tabla muestra esta información desglosada por tipo de actividad del jefe del hogar.

Tabla 4
Actividad del jefe del hogar por género.

Actividad	Porcentaje de hogares por género		
	Masculino	Femenino	Total
Trabajó en la última semana	71.51	11.49	83
No trabajó, pero sí tenía trabajo	1.42	0.09	1.52
Buscó trabajo	1.05	0.22	1.28
Es estudiante	0.02	0.02	0.04
Se dedica a los quehaceres del hogar	0.20	6.31	6.51
Jubilado o pensionado	3.13	0.80	3.92
Está incapacitado permanentemente para trabajar	1.54	0.17	1.70
No trabajó porque ya no trabaja	1.72	0.24	1.96
No sabe	0.07	0.00	0.07

Por otra parte, de los individuos que declaran haber trabajado en la última semana antes de la aplicación de la encuesta y de los individuos que declaran no haber trabajado en ella pero que sí tenían trabajo, la principal actividad del jefe de hogar es a sueldo o salario fijo sin personal a su cargo, pues ésta representa el 40.67% de dichos casos, mientras que la actividad que le sigue en frecuencia es la de jornalero o campesino con el 30.12%. Las Tablas 5, 6 y 7 muestran esta información y se complementan con otro tipo de actividades del jefe del hogar por región geográfica y tipo de localidad.

Tabla 5
Principal actividad del jefe del hogar en la Región Norte

	Tipo de localidad		Total
	Urbana	Rural	
	Hogares (%)	Hogares (%)	Hogares (%)
Patrón o empresario	1.50	0.25	1.75
Profesional Independiente	0.50	0.12	0.62
En la vía pública	5.52	3.01	8.54
En establecimiento fuera de su vivienda	3.39	1.75	5.15
En establecimiento	2.89	1.13	4.02

dentro de su vivienda			
Con personal a su cargo	4.02	1	5.02
Sin personal a su cargo	31.9	12.06	43.96
Trabajador a comisión	2.76	1.13	3.89
Jornalero o campesino	3.01	23.24	26.25
Otros	0.75	0	0.75

Tabla 6
Principal actividad del jefe de hogar en la región Centro

	Tipo de localidad		Total Hogares (%)
	Urbana Hogares (%)	Rural Hogares (%)	
Patrón o empresario	0.67	0.47	1.14
Profesional Independiente	0.67	0.06	0.74
En la vía pública	7.42	1.48	8.91
En establecimiento fuera de su vivienda	6.41	1.21	7.62
En establecimiento dentro de su vivienda	4.72	1.95	6.68
Con personal a su cargo	4.11	0.54	4.65
Sin personal a su cargo	35.17	7.02	42.20
Trabajador a comisión	1.68	0.20	1.88
Jornalero o campesino	11.74	13.16	24.91
Otros	1.08	0.14	1.21

Tabla 7
Principal actividad del jefe de hogar en la región Sur

	Tipo de localidad		Total Hogares (%)
	Urbana Hogares (%)	Rural Hogares (%)	
Patrón o empresario	0.48	0.30	0.79
Profesional Independiente	0.39	0.17	0.57
En la vía pública	3.34	3.56	6.91
En establecimiento fuera de su vivienda	2.28	3.34	5.63
En establecimiento dentro de su vivienda	3.34	5.36	8.71
Con personal a su cargo	1.05	0.7	1.76
Sin personal a su cargo	18.70	19.80	38.51
Trabajador a comisión	1.23	0.48	1.71

Jornalero o campesino	7.13	27.72	34.85
Otros	0.26	0.26	0.54

En las tres regiones geográficas se replica el comportamiento respecto a la principal actividad del jefe del hogar (con salario o sueldo fijo sin personal a su cargo), pues en cada una de ellas exhibe la mayor frecuencia (representando el 46.96%, 42.2% y 38.51% para las regiones Norte, Centro y Sur respectivamente). En las tres regiones, también, se replica el comportamiento respecto a la actividad de jefe de hogar con la segunda mayor frecuencia (jornalero y campesino), pues en cada una de ellas representa, invariablemente, el segundo porcentaje más grande. Sin embargo, la diferencia entre estas dos actividades varía por región, pues mientras que la región Norte exhibe la diferencia mayor (17.71 puntos porcentuales) y la región Centro la intermedia (17.28 puntos porcentuales), en la región Sur esta diferencia es de apenas 3.65 puntos porcentuales. Este comportamiento puede explicarse por el hecho de que esta actividad tiene el mayor porcentaje de los hogares en localidades rurales en la región Sur y que en esta región se encuestaron más hogares en este tipo de localidades que en las urbanas respecto a las otras dos regiones.

1.4.- *Comportamiento de los hogares en cuanto transferencias*

En cuanto a las transferencias nacionales, el 97.15% de la muestra afirma no haber enviado dinero a alguna localidad del interior del país, mientras que el 96.15% de los hogares declara no haber recibido dinero de alguna localidad del interior del país. Ahora bien, tomando en cuenta que las transferencias, y en particular las remesas constituyen, de manera creciente, una importante fuente de ingresos para gran parte de los hogares del país, predominantemente rurales, la escasa actividad en cuanto a transferencias de los hogares encuestados puede resultar, en cierta medida, sorprendente, pues cuando se analizan las transferencias internacionales el escenario varía apenas. El 99.83% de los hogares no ha enviado dinero al extranjero mientras que el 88% de la muestra afirma no haber recibido dinero del extranjero. Interesa, no obstante, conocer un poco sobre el pequeño universo, de 649 hogares, que recibe dinero del extranjero en forma de remesas. La Tabla 8 presenta a los hogares que han recibido transferencias por región geográfica y tipo de localidad.

Tabla 8

Hogares de la muestra que han recibido remesas
por región geográfica y tipo de localidad

	Región Norte		Región Centro		Región Sur	
	Urbana	Rural	Urbana	Rural	Urbana	Rural
Hogares	64	39	204	123	53	166
%	9.86	6	31.43	18.95	8.16	25.57

De acuerdo con esta tabla, la región Centro concentra a los hogares que han recibido remesas del extranjero con el 50% del total. La región Sur tiene la segunda mayor participación con 33.74% y la región Norte con poco más del 15%. De los datos de la Tabla se desprende también que el destino de las remesas está dividido entre localidades urbanas y rurales (cada una con el 50% de remesas). De hecho, la hipótesis de que estas proporciones sean iguales no se rechaza.

1.5.- Clasificación de los hogares que reciben apoyos del gobierno

La encuesta presenta información de los hogares de acuerdo a si han recibido algún tipo de apoyo de gobierno en alguno(s) de los siguientes programas en los 12 meses anteriores a la aplicación de la encuesta: Oportunidades, Procampo, Alianza para el campo, Programas de empleo temporal, Fondo Nacional de Apoyo a las Empresas en Solidaridad (FONAES), Jóvenes con oportunidades, Otro.

La Tabla 9 muestra las proporciones de hogares encuestados que sí han recibido y que no han recibido alguno(s) de los diversos apoyos de gobierno. Cabe mencionar que, bajo el diseño de la encuesta, no es posible saber si un hogar que declare no haber recibido apoyo alguno de gobierno en los últimos 12 meses lo haya percibido antes. Es decir, la oferta de información a partir de la encuesta, a este respecto, se refiere únicamente, a los 12 meses anteriores a su aplicación.

Tabla 9
Hogares que reciben o no apoyos gubernamentales

	Hogares	%
Sí han recibido apoyo	2060	38.10
No han recibido apoyo	3347	61.90

En cuanto a región geográfica y tipo de localidad el comportamiento es como se muestra a continuación.

Tabla 10

Hogares que reciben o no apoyos del gobierno por zona geográfica

Porcentaje de hogares en región Norte		
	Tipo de localidad	
Recepción de programas de gobierno	Urbana	Rural
No recibe	50	15.5
Sí recibe	8.9	25.6
Porcentaje de hogares en región Centro		
	Tipo de localidad	
Recepción de programas de gobierno	Urbana	Rural
No recibe	59.8	10.3
Sí recibe	13.2	16.6
Porcentaje de hogares en región Sur		
	Tipo de localidad	
Recepción de programas de gobierno	Urbana	Rural
No accede	25.4	29.6
Sí accede	13.2	31.7

Los hogares ubicados en localidades rurales de la región Sur que reciben apoyo de gobierno tienen la mayor participación intrarregional, pues éstos representan más del 30% de hogares en dicha región, contra un 25.6% en la región Norte y un 16.6% en la Centro. Con respecto a los hogares en localidades urbanas, se puede inferir que la frecuencia de hogares que no reciben apoyo de gobierno es menor en la región Sur, pues apenas representan un poco más del 25% intrarregional, mientras que en las otras dos regiones representan poco más de la mitad del total de hogares en cada región.

Conviene explicar cuál o cuáles de los programas de gobierno tiene la mayor frecuencia en cuanto al apoyo al hogar. La Tabla 11 muestra que, por mucho, el programa Oportunidades tiene la mayor frecuencia dentro de los hogares que reciben apoyo del gobierno, con casi 3 hogares por cada 5, seguido, por el programa Procampo, que llega a un poco más de un hogar por cada cuatro.

Tabla 11
Hogares que reciben apoyos del gobierno por tipo de programa

Programas	Hogares que	Participación en el

	reciben el programa	total de apoyos entregados a los hogares
Oportunidades	1630	58.07
Procampo	743	26.47
Alianza para el campo	15	0.53
Programas de empleo temporal	10	0.36
FONAES	3	0.11
Jóvenes con Oportunidades	228	8.12
Otro	178	6.34
Total	2807	100.00

La participación de los diversos programas contemplados por región geográfica y por tipo de localidad muestra que, del total de hogares que reciben apoyos, un poco más del 25% se ubican en localidades rurales en la región Sur y que, además, reciben el programa Oportunidades. De hecho, dichos hogares representan poco menos de la mitad de hogares que reciben algún tipo de apoyo de gobierno. Estos datos pueden ser consecuencia de las características regionales y por tipo de localidad de la muestra, pues el total de hogares encuestados en localidades rurales en la región Sur (1633) supera con mucho al total de hogares encuestados, tanto en localidades rurales como en urbanas, en la región Norte (954).

Tabla 12
Hogares que reciben apoyos del gobierno por tipo de programa, por zona geográfica y tipo de localidad

Programas	Región geográfica					
	Norte		Centro		Sur	
	Tipo de localidad		Tipo de localidad		Tipo de localidad	
	Rural	Urbana	Rural	Urbana	Rural	Urbana
Oportunidades	7.87	2.24	6.95	4.92	25.51	10.58
Procampo	1.89	0.43	4.10	3.46	12.18	4.42
Alianza para el campo	0.04	0.07	0.07	0.11	0.00	0.25
Programas de empleo temporal	0.00	0.00	0.00	0.00	0.36	0.00
FONAES	0.00	0.00	0.00	0.00	0.04	0.07
Jóvenes con Oportunidades	0.07	0.07	0.36	0.00	5.84	1.78
Otro	0.14	0.25	3.63	1.00	1.07	0.25
Total	10.01	3.06	15.11	9.48	44.99	17.35

2.- Clasificación de los hogares por nivel de ingreso

La encuesta recoge información diversa sobre las fuentes de ingreso de los hogares, e integra una cuenta total por individuo. Los hogares se ordenan utilizando la clasificación por deciles publicada en la Encuesta Nacional de Ingreso y Gasto de los Hogares 2004 por el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI, 2004) (Anexo 3). Por tal motivo, no es de esperarse que, en principio, cada decil contenga el 10% de los hogares encuestados. Cabría esperarse, en cambio, que éstos se distribuyan no homogéneamente en cada decil de acuerdo al nivel de ingreso correspondiente. La siguiente tabla informa de la ordenación de los hogares en deciles atendiendo al criterio establecido en INEGI (2004).

Tabla 13
Deciles de hogares encuestados

Deciles de hogares	Hogares	Máximo ingreso total del decil (pesos)
I	1887	2152.30
II	930	3273.55
III	557	4251.57
IV	377	5245.37
V	362	6399.40
VI	310	7913.20
VII	240	10042.10
VIII	255	13523.68
IX	306	26237.56
X	183	47640.64

Es posible ver que la muestra se distribuye en los primeros deciles, y en particular en el I, pues éste alberga al casi 35% de los hogares encuestados. No obstante, interesa ver la distribución de individuos en cada decil por región geográfica y tipo de localidad. La siguiente tabla recoge esta información. Es posible ver que para cada región geográfica, y para cada tipo de localidad, los hogares se distribuyen, en términos generales, de manera creciente en los deciles de menor ingreso. Por ejemplo, hay más hogares encuestados del decil V que del decil VI en localidades urbanas de la región Norte, y habrá aún más hogares encuestados del decil IV que del V, y así sucede, en casi todos los deciles, para cada región y cada tipo de localidad.

Tabla 14
Distribución porcentual de hogares encuestados

	Región geográfica					
	Norte		Centro		Sur	
Deciles de hogares	Urbana	Rural	Urbana	Rural	Urbana	Rural
I	2.24	2.89	7.21	3.75	6.10	12.71
II	1.59	1.54	3.51	1.22	3.70	5.64
III	1.04	0.80	2.42	0.89	2.11	3.05
IV	0.94	0.61	1.96	0.61	1.22	1.63
V	0.91	0.44	1.92	0.61	1.18	1.63
VI	0.72	0.31	1.59	0.43	1.09	1.59
VII	0.78	0.22	1.39	0.22	0.76	1.07
VIII	0.70	0.17	1.39	0.54	0.89	1.04
IX	0.91	0.18	1.83	0.41	1.31	1.02
X	0.57	0.09	0.96	0.26	0.67	0.83

3.- Acceso al mercado de crédito

De los hogares encuestados, cerca del 60% tuvieron acceso al mercado de crédito, sea formal o informal. Las siguientes tablas resumen los resultados de acceso al crédito de la muestra, la primera, por tipo de localidad y por tipo de región geográfica, la segunda:

Tabla 15
Acceso al Crédito por Tipo de Localidad

	Tipo de Localidad		Total
	Urbana %	Rural %	
No Accede	22.32	18.12	40.45
Sí accede	31.29	28.26	59.55
Total	53.62	46.38	

Tabla 16
Acceso al Crédito por Región Geográfica

	Región Norte
	Tipo de localidad

Acceso al mercado de crédito	Urbana	Rural
No accede	24.53	17.40
Sí accede	34.38	23.69
Región Centro		
	Tipo de localidad	
Acceso al mercado de crédito	Urbana	Rural
No accede	28.48	9.38
Sí accede	44.56	17.59
Región Sur		
	Tipo de localidad	
Acceso al mercado de crédito	Urbana	Rural
No accede	17.39	24.27
Sí accede	21.26	37.08

La Tabla 15 muestra que los hogares ubicados en localidades urbanas tienen mayor frecuencia de acceso al crédito respecto aquellos en localidades rurales, pues del total de hogares, un 31.29% corresponde a las primeras mientras que el 28.26% es para las últimas. Dentro de los universos regionales, este comportamiento varía para la región Sur, pues en ella la frecuencia de acceso al crédito para hogares en localidad rural (37.08%) supera a la frecuencia de acceso de hogares en localidad urbana (21.26%), mientras que en las regiones restantes se replica el comportamiento muestral de acceso por tipo de localidad. Este comportamiento podría deberse a que en las ciudades existe una mayor cultura del crédito que en las zonas rurales, y a que en estas últimas las solicitudes de crédito se hacen al sector informal (no anónimo), como se verá más adelante.

3.1.- Caracterización del acceso al crédito por tipo de localidad y por género del jefe de hogar

La tabla siguiente muestra que, dentro del universo de hogares con acceso al crédito, es claro que los hogares cuya cabeza es un hombre son muchos más

que aquellos cuya cabeza es mujer. Sin embargo, no es posible concluir por ello que exista algún tipo de discriminación por género, pues el acceso al crédito no cambia radicalmente las proporciones: dentro de los hogares que tienen acceso al crédito, casi el 18% tienen como jefe de hogar a una mujer, mientras que de aquellos que no acceden al crédito, este evento representa casi el 22% de dicho total.

Tabla 17
Acceso al Crédito por Tipo de Localidad y Género

	Sí accede al mercado de crédito					No accede al mercado de crédito				
	Loc. Urbana		Loc. Rural		Total	Loc. Urbana		Loc. Rural		Total
	Hogares	%	Hogares	%		Hogares	%	Hogares	%	
Hombre	1402	43.54	1247	38.72	2649	913	41.74	800	36.57	1713
Mujer	290	9	281	8.72	571	294	13.44	180	8.23	474
Total	1692		1528		3220	1207		980		2187

3.2.- Acceso al mercado de crédito por educación del jefe del hogar y por tipo de actividad

Teniendo como referencia el Anexo 2, que muestra los años de educación y el nivel académico correspondiente, cabe concluir que existe una diferencia importante en cuanto a la educación promedio del jefe de hogar y el acceso al crédito. Como muestra la tabla siguiente, el jefe de hogar con acceso al crédito en promedio terminó la primaria, mientras que aquél que no tuvo acceso apenas llega, también en promedio, al quinto año de dicho nivel educativo.

Tabla 18
Acceso al Crédito y Escolaridad del jefe del hogar

	Sí accede al mercado de crédito	No accede al mercado de crédito
Años de escolaridad	6.53	5.14

En las tres regiones geográficas en que se divide la muestra ocurre el mismo fenómeno (*i.e.*, que el jefe de hogar con acceso al crédito tiene más años de educación que el que no) aunque en grado diferenciado. El jefe de hogar en la región Norte con acceso al crédito tiene en promedio más años de educación que el jefe de hogar en cualquiera de las regiones Centro y Sur. Entre estas dos últimas ocurre que aquél que reside en la región Sur y que tiene acceso al

crédito tiene más años de educación que el de la región Centro, por término medio.

Tabla 19
Acceso al Crédito y Escolaridad del jefe del hogar por Región Geográfica

Tipo de localidad		
Acceso al mercado de crédito	Urbana	Rural
No accede	7.12	4.82
Sí accede	8.34	5.55
Años de educación promedio del jefe del hogar en región Centro		
Tipo de localidad		
Acceso al mercado de crédito	Urbana	Rural
No accede	5.35	4.05
Sí accede	7.12	5.20
Años de educación promedio del jefe del hogar en región Sur		
Tipo de localidad		
Acceso al mercado de crédito	Urbana	Rural
No accede	5.65	4.26
Sí accede	7.33	5.65

La tabla siguiente recoge el comportamiento de los individuos en cuanto a la actividad del jefe de hogar y la condición de actividad en la que se encuentra. Allí vemos que de los hogares que acceden al crédito un 85.59% tiene por jefe de hogar que trabajó en la última semana antes de la aplicación de la encuesta. Cabe notar que este porcentaje resulta superior al comportamiento muestral, que para este dato conformaba un 83%.

Tabla 20
Acceso al Crédito y Condición de Actividad del jefe del hogar

	Porcentaje de hogares
Trabajó en la última semana	85.59
No trabajó, pero sí tenía trabajo	1.24

Buscó trabajo	1.15
Es estudiante	0.06
Se dedica a los quehaceres del hogar	5.25
Jubilado o pensionado	3.79
Está incapacitado permanentemente para trabajar	1.4
No trabajó porque ya no trabaja	1.43
No sabe	0.09

Esta tabla muestra también que de los hogares que no han tenido acceso al crédito el 79.2% tienen a un jefe de hogar que trabajó en la última semana antes de la aplicación. Notemos que este dato es inferior al de la muestra (de un 83%), lo que informa de una situación no sorprendente en tanto que el crédito puede ser más accesible para aquellos hogares cuyo jefe desempeña alguna actividad laboral. Resalta el hecho de que en poco más del 8% de los hogares sin acceso al crédito el jefe de hogar desempeñe alguna actividad estudiantil, lo que no ocurre en los hogares que acceden al crédito, pues el jefe de éstos es estudiante en apenas el 0.06%.

Tabla 21
No Acceso al Crédito y Condición de Actividad del jefe del hogar

	Porcentaje de hogares
Trabajó en la última semana	79.2
No trabajó, pero sí tenía trabajo	1.92
Buscó trabajo	1.46
Es estudiante	8.37
Se dedica a los quehaceres del hogar	4.12
Jubilado o pensionado	2.15
Está incapacitado permanentemente para trabajar	2.74
No trabajó porque ya no trabaja	0.05
No sabe	

Ahora bien, cabría esperarse que no obstante el hecho de que el porcentaje de hogares cuyo jefe está en condición laboral sea el más alto de entre las condiciones de actividad consideradas en ambos escenarios, la principal actividad difiera de acuerdo a la situación crediticia. Así, en la Tabla 22 observamos que en el 42% de los hogares con acceso al crédito el jefe de

hogar tiene actividad con sueldo o salario fijo sin personal a su cargo, y que en el 26% el jefe tiene por actividad la de ser jornalero o campesino.

Tabla 22
Principal actividad del jefe de hogar con acceso al crédito

	%
Patrón o empresario	1.15
Profesional Independiente	0.72
En la vía pública	7.83
En establecimiento fuera de su vivienda	6.93
En establecimiento dentro de su vivienda	7.47
Con personal a su cargo	4.06
Sin personal a su cargo	42.15
Trabajador a comisión	2.41
Jornalero o campesino	26.64
Otros	0.57
No sabe	0.07

Si bien ambas actividades (con sueldo o salario fijo, sin personal a su cargo, y la de jornalero o campesino) también llevan la mayor frecuencia entre los hogares sin acceso al crédito, su importancia relativa varía respecto a la situación de acceso al crédito, pues la actividad de jornalero o campesino aumenta en casi 10 puntos porcentuales su frecuencia mientras que aquella sin personal a su cargo disminuye en casi 5 puntos porcentuales.

Tabla 23
Principal actividad del jefe de hogar sin acceso al crédito

	%
Patrón o empresario	0.96
Profesional Independiente	0.51
En la vía pública	7.88
En establecimiento fuera de su vivienda	5.05
En establecimiento dentro de su vivienda	6.86
Con personal a su cargo	2.04
Sin personal a su cargo	38.32
Trabajador a comisión	1.76
Jornalero o campesino	35.6

Otros	1.02
No sabe	

La tabla anterior sugiere que si bien las principales actividades de los hogares con acceso y sin acceso al crédito son aquellas que también son principales para toda la muestra (asalariado sin personal a su cargo y jornalero o campesino), no necesariamente guardan la misma frecuencia relativa en los dos escenarios de crédito (de acceso y de no acceso). Cuando el hogar ha tenido acceso al crédito, la actividad de asalariado sin personal a cargo supera en casi 16 puntos porcentuales a la de jornalero o campesino, mientras que cuando el hogar no ha tenido acceso, las actividades son casi iguales en términos de la frecuencia de hogares.

3.3.- Acceso al mercado de crédito por sector de oferta

La encuesta tiene, además, información detallada del acceso al crédito de acuerdo con la institución que presta en ambos tipos de localidades. La oferta de crédito se puede dividir de la siguiente manera:

Sector formal:

Instituciones como cajas de ahorro, cajas solidarias, sociedades de ahorro y préstamo, cooperativas y uniones de crédito,
Bancos (Banamex, Bancomer, HSBC),
Sofol,
Monte de Piedad, Monte Pío, Similares.
Instituciones de gobierno (Nafinsa, etc).

Sector informal:

Amigos, parientes o vecinos,
Comerciante que vende en abonos
Prestamistas
Tienda que vende a crédito
Patrón o jefe en el trabajo
Caja de ahorro familiar, vecinal, en el trabajo o municipal.

La siguiente tabla recoge la situación de acceso de los hogares a los sectores formal e informal muestral y por tipo de localidad.

Tabla 24
Acceso a Créditos de los Mercados Formales e Informales

Porcentajes de hogares encuestados	
	Mercado formal

Mercado informal	No accede	Sí accede
No accede	41.07	18.10
Sí accede	28.77	12.03
Porcentajes de hogares en localidad rural		
	Mercado formal	
Mercado informal	No accede	Sí accede
No accede	39.67	16.86
Sí accede	30.90	12.55
Porcentajes de hogares en localidad urbana		
	Mercado formal	
Mercado informal	No accede	Sí accede
No accede	42.30	19.18
Sí accede	26.94	11.60

De la información de la Tabla 24 se observa que el 70.5% de los hogares en localidad rural y el 69.2% de los hogares en localidad urbana no tienen acceso al mercado formal de crédito. Además, el porcentaje de hogares que tiene acceso al mercado informal de crédito es mayor en las localidades rurales (43.46%) que en las urbanas (38.53%). Como cabría esperar, el porcentaje de hogares que accede únicamente al mercado formal de crédito es superior en localidades urbanas (19.17%) que en rurales (16.86%), mientras que el porcentaje de hogares que accede únicamente al mercado informal de crédito es mayor para las localidades rurales (30.90%) que en las urbanas (26.94%). Esto bien podría deberse a algún fenómeno de infraestructura crediticia, pues no es aventurado suponer que en las localidades urbanas exista un mayor número de instituciones de oferta formal de crédito que en las localidades urbanas.

Ahora bien, ¿será diferenciado este comportamiento por región geográfica? La siguiente Tabla arregla los porcentajes de hogares acuerdo a la situación de acceso al mercado de crédito y de acuerdo a su formalidad por tipo de región geográfica.

Tabla 25
Acceso a Créditos de los Mercados Formales e Informales por Región Geográfica

Porcentaje de hogares en región Norte	
	Mercado formal

Mercado informal	No accede	Sí accede
No accede	42.87	14.98
Sí accede	29.35	12.78
Porcentaje de hogares en región Centro		
	Mercado formal	
Mercado informal	No accede	Sí accede
No accede	38.08	21.55
Sí accede	27.86	12.50
Porcentaje de hogares en región Sur		
	Mercado formal	
Mercado informal	No accede	Sí accede
No accede	42.45	16.90
Sí accede	29.18	11.45

La Tabla 25 informa que el comportamiento de los hogares en cuanto al acceso al crédito en el sector formal e informal es, a grandes rasgos, similar en las regiones geográficas en que está dividida la muestra. Sin embargo, el porcentaje de hogares que accede únicamente al mercado formal es mayor en la región Centro que en la Norte o en la Sur, pues de los hogares en dicha región el 21.55% accede únicamente al sector formal mientras que en las regiones Norte y Sur las proporciones son 14.98% y 16.90% respectivamente. Ello podría deberse a que en la región Centro un 73.03% de los hogares encuestados residen en localidades urbanas, mientras que el dato para las regiones Norte y Sur es de 58.91% y 38.66% respectivamente.

En contraparte, el porcentaje de hogares que accede únicamente al mercado informal es menor en la región Centro que en las regiones Norte y Sur. Además, dado que el porcentaje de hogares encuestados en localidades urbanas es muy superior en la región Norte que en la región Sur, puede sorprender el hecho de que en la primera región dicho porcentaje sea ligeramente mayor al de la segunda región, pues en la primera el dato es de 29.35% mientras que en la segunda es de 29.18%.

3.4.- Caracterización del acceso al mercado de crédito por nivel de ingreso

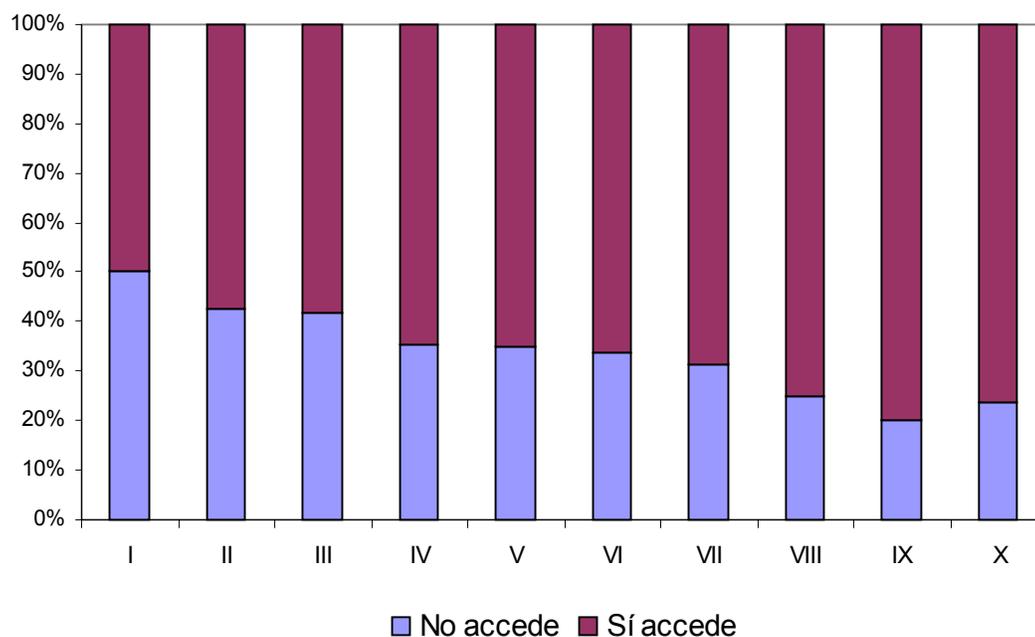
De acuerdo a la clasificación de la muestra por nivel de ingreso sugerida al inicio, se presenta la situación de acceso o no acceso al crédito por deciles de

hogares. El comportamiento que se recoge en Tabla 26 y Gráfica 4 resulta interesante en varios sentidos. El primero de ellos consiste en que el acceso al crédito se da de manera proporcional al ingreso percibido. En el primer decil de hogares (conformado por aquellos de menor ingreso) el acceso al crédito se presenta en el 49.66% de los casos, y dicho porcentaje resulta ser creciente conforme se consideran deciles de mayor ingreso. Cabe hacer notar que todas las proporciones resultan estadísticamente significativas, excepto aquellas del decil I, pues en este caso no se rechaza la hipótesis de que las proporciones de hogares que acceden al crédito y que no acceden a éste sean iguales.

Tabla 26
Acceso al Crédito y Nivel de Ingreso

Tabla 25 Deciles de hogares encuestados		
Deciles de hogares	No accede	Sí accede
I	50.34	49.66
II	42.69	57.31
III	41.83	58.17
IV	35.28	64.72
V	34.81	65.19
VI	33.87	66.13
VII	31.25	68.75
VIII	24.71	75.29
IX	20.26	79.74
X	23.50	76.50

Gráfica 4
Acceso al mercado de crédito por deciles de hogares



La Gráfica 4 muestra el comportamiento señalado arriba: el acceso al crédito crece conforme el ingreso de los hogares crece. Sin embargo, dada la no significación estadística de las proporciones para el primer decil, conviene realizar la división de la muestra en percentiles y analizar lo que sucede en los hogares de dicho decil. Dado que hay 1887 hogares en este decil, se divide a este conjunto en 10 subconjuntos de hogares de suerte tal que cada uno de ellos represente, de manera aproximada, el 10% de hogares del decil 1. La tabla siguiente plantea la división tal y como aquí se sugiere.

Tabla 27
Ingreso Máximo de Hogares en el Primer Decil

Percentil	Hogares	Máximo ingreso total mensual del percentil (pesos)
I	189	37.01
II	189	292.17
III	189	562.02
IV	188	839.70
V	189	1086.31
VI	189	1274.10
VII	188	1489.36
VIII	189	1730.07
IX	189	1951.20
X	188	2152.30

Dada esta división de los hogares del primer decil, el comportamiento del acceso al crédito se da de la siguiente manera:

Tabla 28
Acceso al Crédito de Hogares en el Primer Decil

Deciles de hogares del primer decil	No accede %	Sí accede %	Nivel de significancia de proporciones
I	57.14	42.86	Si (99%)
II	60.32	39.68	Si (99%)
III	53.44	46.56	No
IV	54.79	45.21	Si (90%)
V	43.39	56.61	Si (99%)
VI	46.56	53.44	No
VII	48.40	51.60	No
VIII	52.38	47.62	No
IX	42.86	57.14	Si (99%)
X	44.15	55.85	Si (95%)

La Tabla 28 muestra que los hogares de los primeros cuatro percentiles de la muestra acceden con menor frecuencia al crédito que aquellos de los percentiles 6 al 10. Sin embargo, cierta reserva debe tomarse respecto a esta información pues no todas las proporciones resultan estadísticamente significativas, como se hace patente en dicha tabla. En todo caso, tomando como referencia los primeros dos percentiles y los últimos dos percentiles recogidos en la tabla, cabe concluir que el acceso al crédito en este decil tiende a reproducir el comportamiento muestral, es decir, el acceso al crédito resulta proporcional al ingreso.

3.5.- Caracterización del acceso al mercado de crédito por nivel de ingreso, por tipo de sector y por apoyo de gobierno

Una vez que se ha revelado el hecho de que el acceso al crédito guarda una relación positiva con el nivel de ingreso mensual de los hogares, se puede analizar si dicho acceso se ha dado en el sector formal o en el sector informal. Las siguientes tabla y gráfica recogen la información de la muestra en cuanto a este punto.

Tabla 29
Acceso al Crédito de Hogares en los Diez Deciles

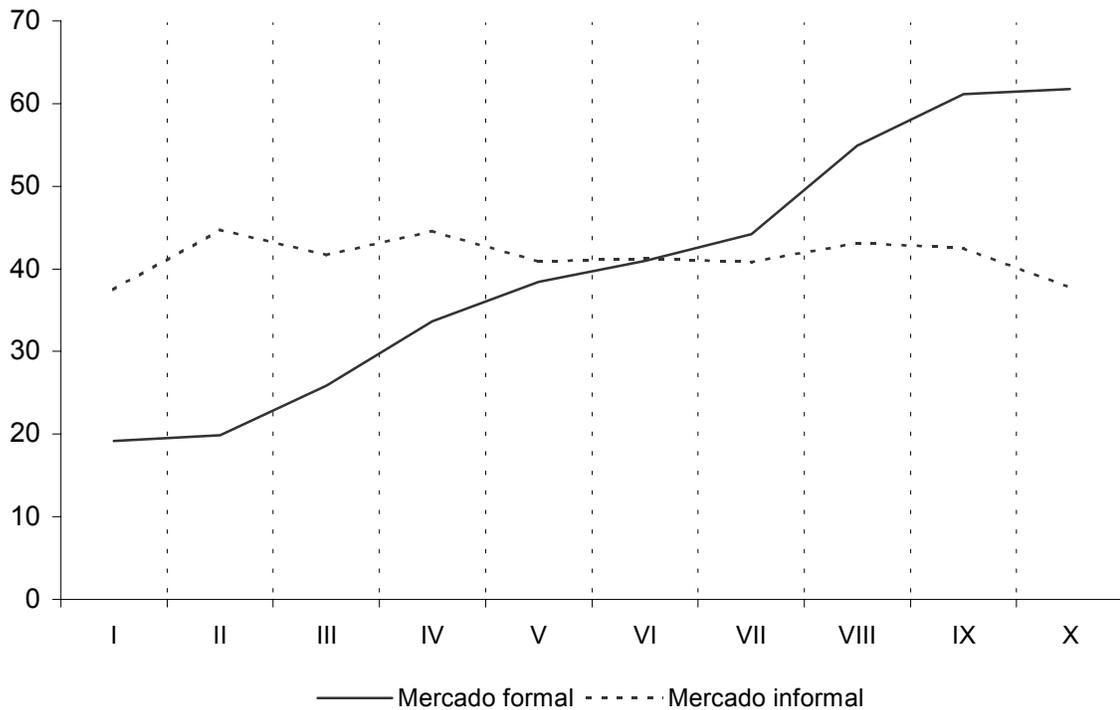
Porcentaje de hogares en decil I

	Mercado formal	
Mercado informal	No accede	Sí accede
No accede	50.61	11.87
Sí accede	30.21	7.31
Porcentaje de hogares en decil II		
	Mercado formal	
Mercado informal	No accede	Sí accede
No accede	43.66	11.61
Sí accede	36.45	8.28
Porcentaje de hogares en decil III		
	Mercado formal	
Mercado informal	No accede	Sí accede
No accede	42.73	15.62
Sí accede	31.42	10.23
Porcentaje de hogares en decil IV		
	Mercado formal	
Mercado informal	No accede	Sí accede
No accede	36.66	18.83
Sí accede	29.71	14.85
Porcentaje de hogares en decil V		
	Mercado formal	
Mercado informal	No accede	Sí accede
No accede	35.36	23.76
Sí accede	26.24	14.64
Porcentaje de hogares en decil VI		
	Mercado formal	
Mercado informal	No accede	Sí accede
No accede	35.16	23.55
Sí accede	23.87	17.42
Porcentaje de hogares en decil VII		
	Mercado formal	
Mercado informal	No accede	Sí accede
No accede	31.25	27.92
Sí accede	24.58	16.25
Porcentaje de hogares en decil VIII		
	Mercado formal	
Mercado informal	No accede	Sí accede
No accede	25.49	31.37
Sí accede	19.61	23.53
Porcentaje de hogares en decil IX		
	Mercado formal	
Mercado informal	No accede	Sí accede
No accede	20.26	37.25
Sí accede	18.63	23.86
Porcentaje de hogares en decil X		

Mercado informal	Mercado formal	
	No accede	Sí accede
No accede	24.59	37.70
Sí accede	13.66	24.04

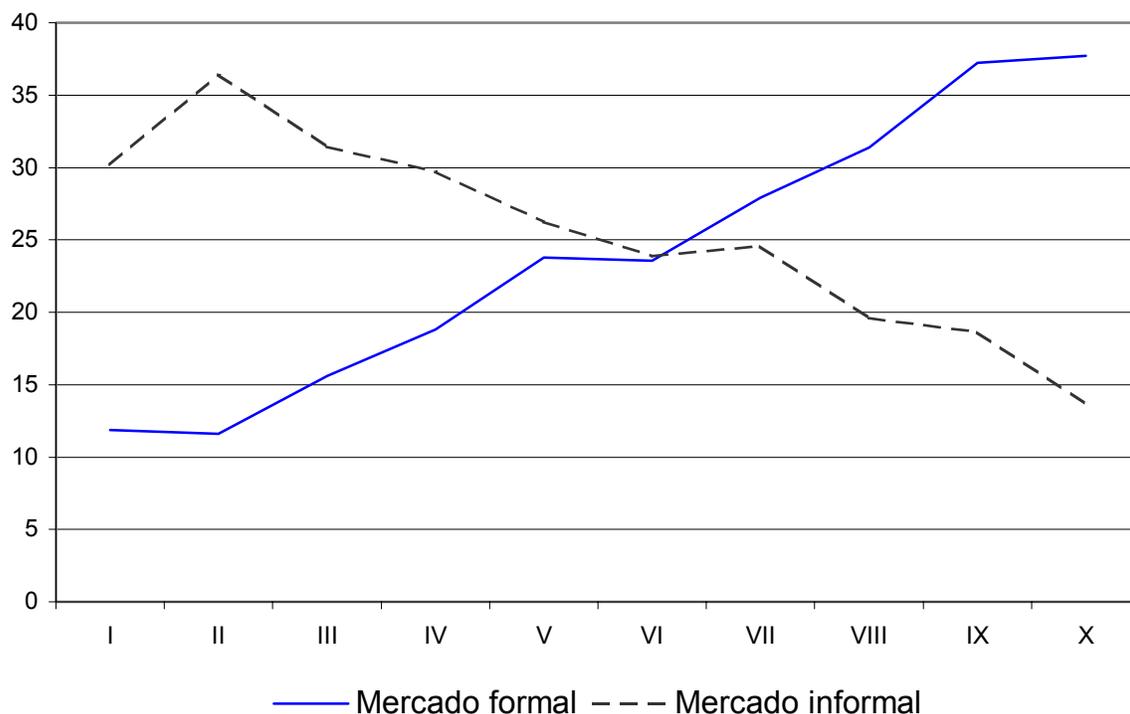
Cabe recordar que el dato para el primer decil debe tomarse con reserva, pues no puede decirse que las proporciones de hogares en dicho decil que acceden y que no acceden al crédito sean significativamente distintas. No obstante, y aclarando que el análisis pertinente a esta sección de los hogares en dicho decil se hace más abajo, conviene ver lo que sucede en los demás. La gráfica siguiente puede ayudar en este objetivo pues sugiere un comportamiento interesante: mientras el acceso al mercado formal lleva la misma dirección que el ingreso (pues los respectivos porcentajes de acceso a dicho mercado crecen conforme se toman en cuenta deciles de mayor ingreso), el acceso al mercado informal parece no depender del ingreso en la misma forma, sino que más bien sugiere cierta constancia en la frecuencia de hogares que acceden a este sector no obstante su nivel de ingreso. Cabe resaltar que los porcentajes recogidos en la gráfica representan el acceso total (y no exclusivo) a cada sector. Así, por ejemplo, el porcentaje de hogares en el decil V que acceden al mercado formal se construye a partir del dato de los que acceden únicamente a dicho sector (23.76%) y del dato de los que acceden a dicho sector y al sector informal (14.64%).

Gráfica 5
Acceso al mercado de crédito por sector y deciles de hogares (%)



Por tal motivo, puede resultar interesante ver el comportamiento del acceso único, en el que se tome en cuenta a los hogares de cada decil que acceden únicamente al sector formal y únicamente al sector informal. La siguiente gráfica recoge este comportamiento. Sobre la base de la gráfica, se nota que el acceso único al mercado formal de crédito guarda prácticamente la misma relación respecto al ingreso que el acceso total a dicho sector. Pero el acceso único al mercado informal sí que cambia respecto al acceso total a dicho sector, pues mientras poco se podía decir de éste último respecto al nivel de ingreso, para el acceso único se nota claramente una relación inversa respecto al ingreso. De allí que aquellos hogares con mayor ingreso acceden al mercado informal de forma exclusiva con menor frecuencia.

Gráfica 6
Acceso al mercado de crédito por sector exclusivo



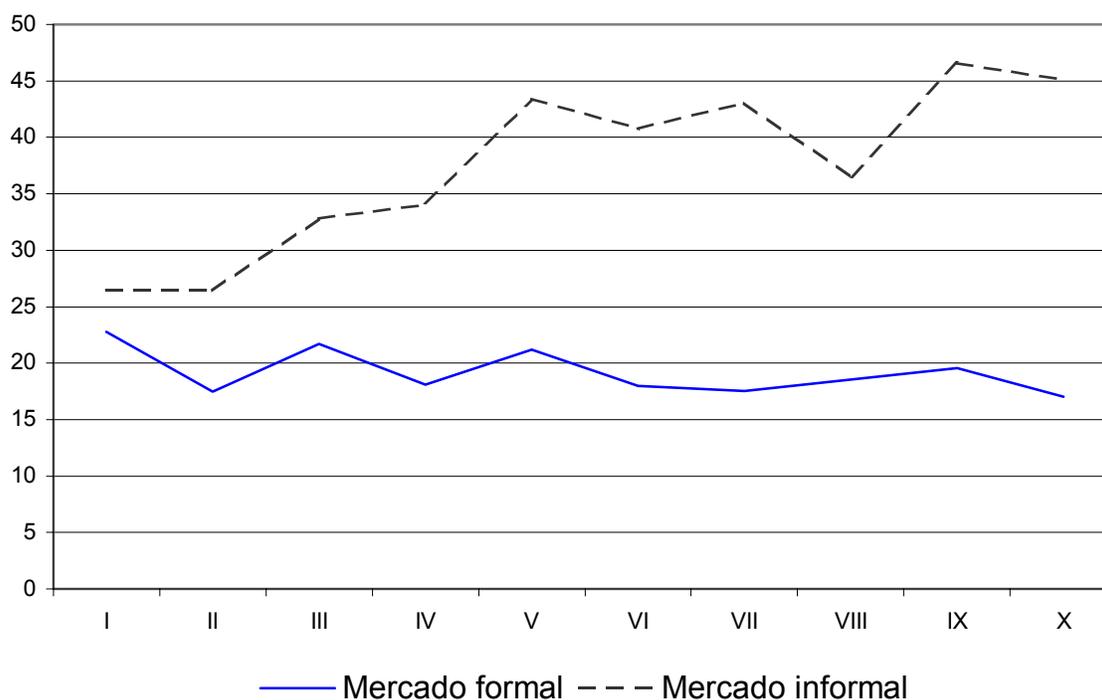
Por las razones expuestas al comienzo de esta sección, se realiza un análisis similar al anterior con el universo de los hogares del primer decil. Primero, se presentan, ordenados en la Tabla 30, los porcentajes de acceso al mercado de crédito por sector para cada uno de los 10 subconjuntos en los que se ha dividido este decil y se grafican los accesos totales a cada sector para cada subconjunto. Acto seguido, se presenta gráficamente el acceso exclusivo a cada sector.

Tabla 30
Acceso al Crédito Formal o Informal de Hogares en los Diez Deciles

Porcentaje de hogares en decil I		
	Mercado formal	
Mercado informal	No accede	Sí accede
No accede	57.14	16.40
Sí accede	20.11	6.35
Porcentaje de hogares en decil II		
	Mercado formal	
Mercado informal	No accede	Sí accede
No accede	60.32	13.23
Sí accede	22.22	4.23
Porcentaje de hogares en decil III		

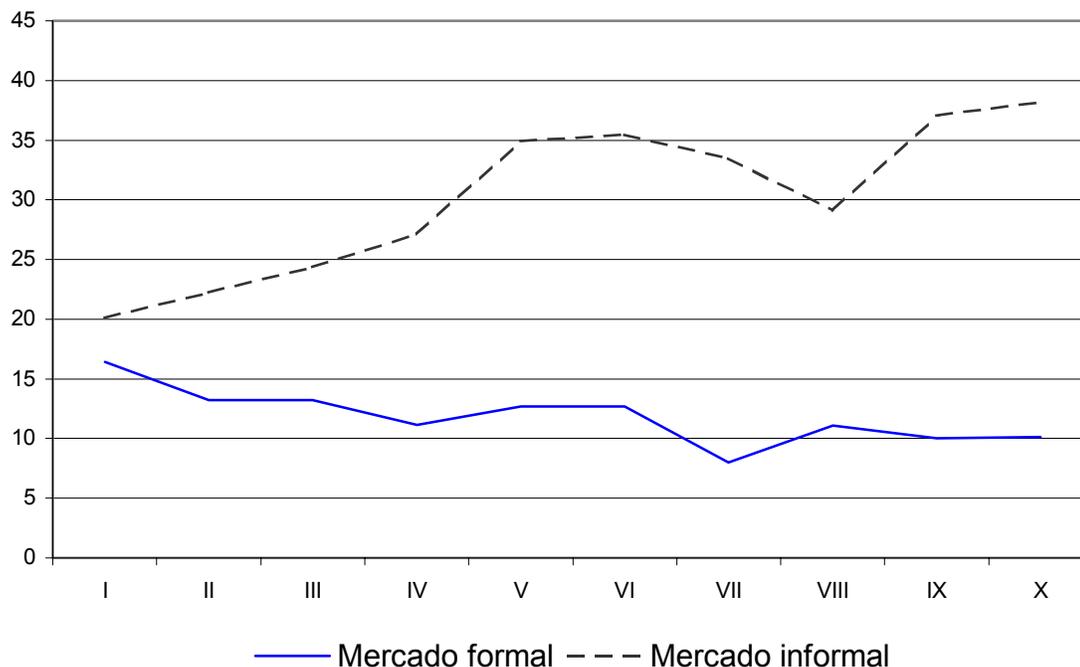
	Mercado formal	
Mercado informal	No accede	Sí accede
No accede	53.97	13.23
Sí accede	24.34	8.47
Porcentaje de hogares en decil IV		
	Mercado formal	
Mercado informal	No accede	Sí accede
No accede	54.79	11.17
Sí accede	27.13	6.91
Porcentaje de hogares en decil V		
	Mercado formal	
Mercado informal	No accede	Sí accede
No accede	43.92	12.70
Sí accede	34.92	8.47
Porcentaje de hogares en decil VI		
	Mercado formal	
Mercado informal	No accede	Sí accede
No accede	46.56	12.70
Sí accede	35.45	5.29
Porcentaje de hogares en decil VII		
	Mercado formal	
Mercado informal	No accede	Sí accede
No accede	48.94	7.98
Sí accede	33.51	9.57
Porcentaje de hogares en decil VIII		
	Mercado formal	
Mercado informal	No accede	Sí accede
No accede	52.38	11.11
Sí accede	29.10	7.41
Porcentaje de hogares en decil IX		
	Mercado formal	
Mercado informal	No accede	Sí accede
No accede	43.39	10.05
Sí accede	37.04	9.52
Porcentaje de hogares en decil X		
	Mercado formal	
Mercado informal	No accede	Sí accede
No accede	44.68	10.11
Sí accede	38.30	6.91

Gráfica 7
Acceso al mercado de crédito por sector de los hogares del decil



La Gráfica 7 muestra que los hogares del primer decil replican el comportamiento muestral invertido: mientras el acceso total al mercado informal guarda cierta relación directa, por cierto no muy suave, respecto al ingreso, el acceso total al mercado formal parece ser tan frecuente para el subconjunto de menor ingreso como para el de mayor ingreso. La gráfica siguiente muestra el comportamiento de los hogares de este decil respecto al acceso exclusivo a cada sector. No obstante que no son comportamientos suaves, es posible identificar ciertas tendencias respecto al acceso exclusivo a cada sector de crédito. Así, y en acuerdo con el acceso total, el acceso único al sector informal crece conforme crece el nivel de ingreso de los hogares de este decil, mientras que se puede decir que el acceso único al sector formal decrece conforme consideramos subconjuntos de hogares de mayor ingreso.

Gráfica 8
Acceso al mercado de crédito por sector exclusivo en el decil I



3.6.- Acceso al mercado por sector y participación en apoyos de gobierno

La recepción de apoyos de gobierno puede resultar en un incentivo para no acceder al mercado de crédito en algunos de los sectores de oferta. La siguiente tabla informa que, de los cuatro subconjuntos en los que divide a la muestra, el mayor (37.35%) corresponde a hogares que no reciben programas de gobierno y que sí acceden al mercado de crédito. Casi uno de cada cuatro hogares encuestados no tiene acceso al mercado de crédito ni a algún apoyo de gobierno, lo que informa de cierta vulnerabilidad de estos hogares por tener una nula posibilidad de hacer frente a choques (o, dado el caso, a suavizar consumo) y, también, a no recibir algún tipo de transferencias. La frecuencia de hogares que acceden a ambas categorías es apenas menor, pues un poco más de uno de cada cinco hogares de la muestra tiene acceso tanto al mercado de crédito como al apoyo gubernamental.

Tabla 31: Acceso al Crédito y Apoyos Gubernamentales

	Mercado de crédito
--	--------------------

Apoyo de gobierno	No accede	Sí accede
No recibe	24.89	37.35
Sí recibe	15.90	22.20

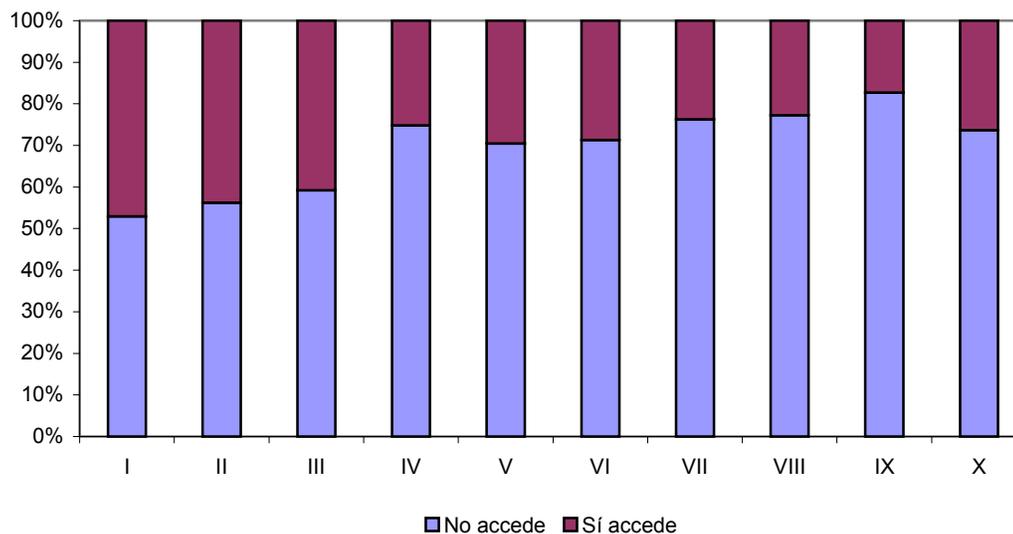
Se puede observar, en la Tabla siguiente, que la recepción de apoyo de gobierno guarda cierta relación inversa respecto al nivel de ingreso, pues los hogares ubicados en los primeros deciles reciben con mayor frecuencia dichos apoyos respecto a los hogares ubicados en los deciles de mayor ingreso.

Tabla 32
Deciles de hogares encuestados y acceso a programas de gobierno

Deciles de hogares	No accede	Sí accede
I	52.94	47.06
II	56.24	43.76
III	59.25	40.75
IV	66.58	22.42
V	70.44	29.56
VI	71.29	28.71
VII	76.25	23.75
VIII	77.25	22.75
IX	82.68	17.32
X	73.77	26.33

Grafica 9

Recepción de programas de gobierno por deciles de hogares



Ahora bien, la Tabla 33 recoge el comportamiento de los hogares, ordenado por deciles, en términos del acceso al mercado de crédito y la recepción de programas de gobierno.

Tabla 33
Deciles de hogares encuestados, acceso al mercado de crédito y recepción de programas del gobierno

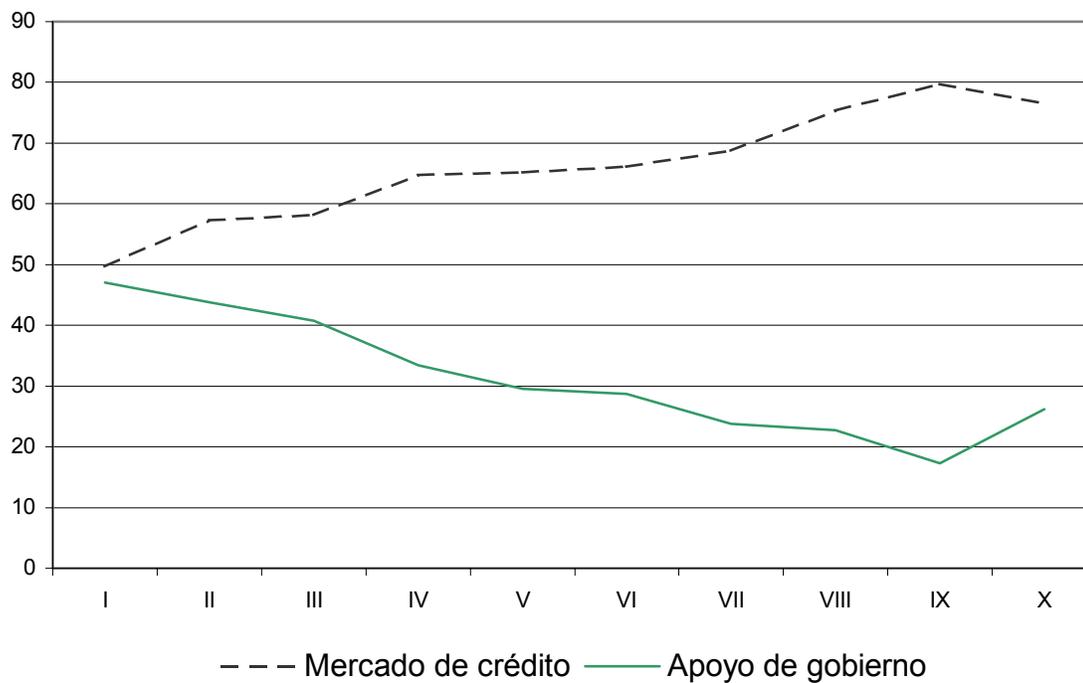
Porcentaje de hogares en decil I		
	Mercado de crédito	
Apoyo de gobierno	No accede	Sí accede
No recibe	27.45	25.49
Sí recibe	22.89	24.17
Porcentaje de hogares en decil II		
	Mercado de crédito	
Apoyo de gobierno	No accede	Sí accede
No recibe	25.48	30.75
Sí recibe	17.20	26.56
Porcentaje de hogares en decil III		
	Mercado de crédito	
Apoyo de gobierno	No accede	Sí accede
No recibe	24.06	35.19
Sí recibe	17.77	22.98

Porcentaje de hogares en decil IV		
Mercado de crédito		
Apoyo de gobierno	No accede	Sí accede
No recibe	23.34	43.24
Sí recibe	11.94	21.49
Porcentaje de hogares en decil V		
Mercado de crédito		
Apoyo de gobierno	No accede	Sí accede
No recibe	24.03	46.41
Sí recibe	10.77	18.78
Porcentaje de hogares en decil VI		
Mercado de crédito		
Apoyo de gobierno	No accede	Sí accede
No recibe	24.84	46.45
Sí recibe	9.03	19.68
Porcentaje de hogares en decil VII		
Mercado de crédito		
Apoyo de gobierno	No accede	Sí accede
No recibe	23.33	52.92
Sí recibe	7.92	15.83
Porcentaje de hogares en decil VIII		
Mercado de crédito		
Apoyo de gobierno	No accede	Sí accede
No recibe	18.43	58.82
Sí recibe	6.27	16.47
Porcentaje de hogares en decil IX		
Mercado de crédito		
Apoyo de gobierno	No accede	Sí accede
No recibe	16.67	66.01
Sí recibe	3.59	13.73
Porcentaje de hogares en decil X		
Mercado de crédito		
Apoyo de gobierno	No accede	Sí accede
No recibe	17.49	56.28
Sí recibe	6.01	20.22

De la gráfica construida a partir de los datos de la Tabla 33 es posible decir que existe un cierto comportamiento de espejo entre el acceso al mercado de crédito y recepción de apoyos de gobierno, pues allí donde el primero sube el segundo baja con, además, velocidades aproximadas.

Gráfica 10

Acceso al mercado de crédito y a programas de gobierno por deciles de hogares



La cuestión de si la recepción de apoyos gubernamentales puede resultar en un incentivo que influya las decisiones de acceso al crédito se torna interesante si se analiza el comportamiento de los hogares en cuanto al acceso al sector formal o informal del crédito que sí reciben algún programa del gobierno. En la tabla siguiente se puede observar que, del total de hogares encuestados, sólo el 9.4% de hogares reciben programas de gobierno y tienen acceso al mercado formal de crédito, y que un poco más del 16% reciben dichos programas y acceden al mercado informal de crédito. Por tal razón, se puede sugerir que resulta más probable encontrar a un hogar que recibe apoyo gubernamental accediendo al mercado informal de crédito que al mercado formal. En ambos casos (mercado formal e informal), el porcentaje de hogares que acceden al crédito es mayor toda vez que no están recibiendo programas de gobierno, pues el 20% en esta situación accede al mercado formal y casi el 24% al mercado informal.

Tabla 34

Acceso al mercado de crédito formal o informal y acceso a programas de gobierno

Porcentaje de hogares		
Apoyo de gobierno		
Mercado formal	No accede	Sí accede
No accede	41.17	28.69
Sí accede	20.73	9.41
Porcentaje de hogares		
Apoyo de gobierno		
Mercado informal	No accede	Sí accede
No accede	37.93	21.25
Sí accede	23.97	16.85

3.7.- Solicitudes de crédito por motivo

La encuesta registra el motivo por el que un hogar ha solicitado un préstamo hasta en tres préstamos otorgados por hogar. Así, se tiene registro del motivo de 5484 préstamos otorgados, mismos que se listan en la tabla siguiente. Además, se incluye el monto promedio del préstamo por motivo y la tasa de interés que se cobra en algunos de los casos. Es necesario resaltar que un buen número de créditos (el 47.49%) se otorgan sin requerir pago de intereses en forma alguna. La tabla siguiente recoge este comportamiento.

Tabla 35
Conocimiento del porcentaje o cantidad por intereses

	Frecuencia	%
Nada	1,962	47.49
Porcentaje	1,206	29.19
Cantidad	237	5.74
Ambos	241	5.83
No sabe	485	11.74

Por esta razón, el dato de tasa de interés promedio incluido en la tabla se construye a partir de la información revelada por los individuos que pagan un porcentaje o una cantidad a plazo diverso por el préstamo recibido. De los tres préstamos por hogar para los que se tiene cierta información detallada, el proceso para arribar al dato de tasa de interés es, en forma breve, de la siguiente manera:

- Los hogares reportan saber el porcentaje o la cantidad que se le cobra de intereses,
- Los hogares reportan, dado el caso, si dicho porcentaje es anual, mensual, semanal, quincenal, bimestral, etc., o, en otro caso, el plazo al que le fue acordado el préstamo y la cantidad que le cobran por interés,
- Una vez tenidos en cuenta ambos datos, se clasifican y se ordenan de acuerdo a cada uno de los tres préstamos y cada uno de los motivos considerados en la tabla siguiente,
- Se homologan los plazos de las tasas: si se construye el dato para la tasa de interés mensual, se divide entre 12 si la tasa reportada es anual, se multiplica por cuatro si dicha tasa es semanal, etcétera. Si se construye el dato para la tasa anual, se sigue el procedimiento respectivo bajo los mismos criterios de calendario,
- Únicamente se calcula el promedio entre el número de casos respectivos a los motivos considerados,

Cabe hacer notar que los datos de interés, por tener como fuente a la demanda de crédito, no necesariamente bien informada de la situación de los créditos, pueden tener, de origen, algún sesgo por posibles confusiones de los entrevistados. En este sentido, un dato, hasta cierto punto más confiable, se pudo haber obtenido entrevistando, además, a las fuentes de crédito respectivas con respecto a este dato.

Tabla 36
Tasas de Interés

Motivo	Casos	%	Monto promedio (pesos)	Tasa de interés mensual promedio (%)	Tasa de interés anual promedio (%)
Consulta médica	845	15.41	4,496.28	7.8	85.2
Comprar un vehículo	155	2.83	34,821.91	4.0	47.4
Construir casa	328	5.98	19,107.31	4.4	49.6
Deudas	231	4.21	8,334.64	4.7	49.3
Estudios	242	4.41	5,421.39	9.4	112.9
Gastos del hogar	1849	33.72	3,693.40	9.8	111.3
Insumos o materias primas	184	3.36	10,589.01	7.8	81.7
Para un funeral	33	0.60	7,493.67	9.1	114.6
Vacaciones	66	1.20	7,884.12	6.4	65.8
Para una necesidad	18	0.33	5,951.42	6.6	925.7
Gastos personales	404	7.37	4,244.48	11.4	129.2

Máquinas y/o herramientas	43	0.78	15,967.29	2.9	27.3
Para invertir	256	4.67	21,330	9.2	112.2
Reparación remodelación ^o	132	2.41	24,431.02	3.7	41.5
Para una fiesta	94	1.71	7,806.01	7.9	98.4
Para sembrar	206	3.76	6,549.32	6.2	67.1
Para emigrar	19	0.35	6,866.66	3.6	37.0
Reparación	70	1.28	9,823.40	3.5	30.2
Para pagar el porto	5	0.09	3,333.33	11.6	150.8
Comprar juguetes	7	0.13	2,483.33	2.0	24.0
Problemas familiares	43	0.78	10,182.80	3.1	37.8
Para liquidar o comprar un terreno	95	1.73	54,666.66	6.3	76.4
Imprevistos	18	0.33	11,500	2.5	29.6
Necesitaba el dinero	55	1.00	4,940.38	6.6	75.0
Para un regalo	16	0.29	3,560	3.5	41.6
Para comprar un animal	37	0.67	19,572.96	3.1	34.3
Animales	2	0.04	20,000	1.8	21.0
No especifica	11	0.20			
No sabe	20	0.36			

En la Gráfica 11 se puede ver que a pesar de que el motivo del crédito con mayor frecuencia es el de gastos del hogar, ello no implica que sea el de mayor monto. Por el contrario, dicho motivo apenas es el cuarto de veintisiete en cuanto a cantidad prestada promedio. En la Tabla 37 vemos a quién se suele acudir por el préstamo de acuerdo al motivo.

Gráfica 11

Monto promedio y tasa de interés mensual promedio por motivo de préstamo

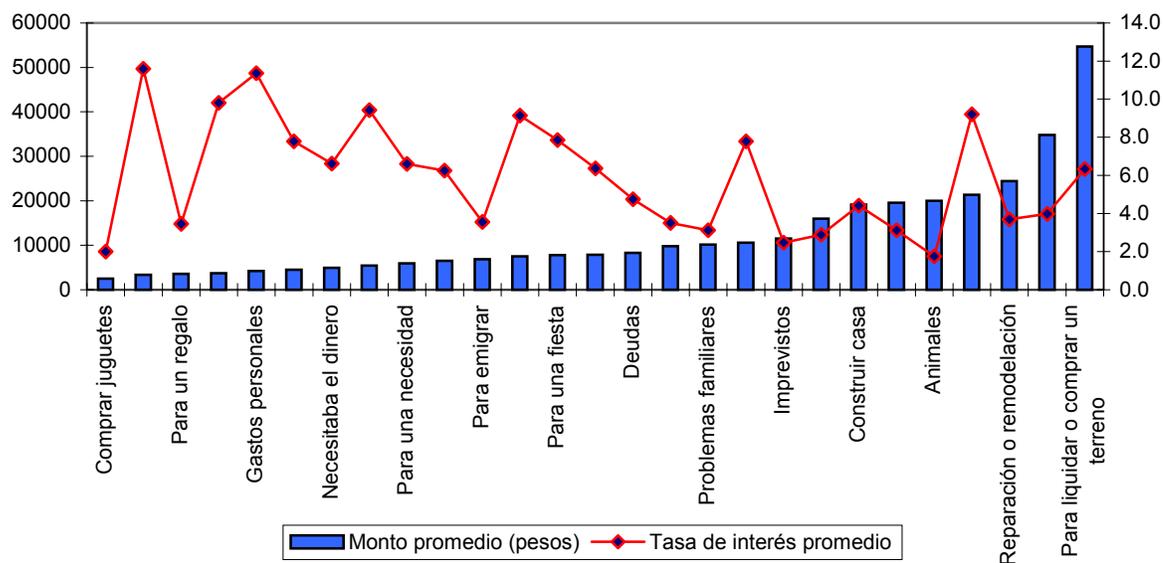


Tabla 37
Oferta de crédito formal o informal por motivo (Porcentaje de hogares)

Motivo	Total		Urbana		Rural	
	Mercado formal	Mercado informal	Mercado formal	Mercado informal	Mercado formal	Mercado informal
Consulta médica	4.78	10.63	3.84	8.82	5.78	12.56
Comprar un vehículo	1.66	1.17	2.47	1.58	0.82	0.75
Construir casa	3.61	2.37	2.97	2.11	4.29	2.65
Deudas	2.10	2.12	2.51	2.29	1.68	1.94
Estudios	2.01	2.41	1.83	1.94	2.20	2.91
Gastos del hogar	10.58	23.14	10.90	22.72	10.29	23.67
Insumos o materias primas	2.01	1.35	2.01	1.36	2.01	1.34

Para un funeral	0.20	0.40	0.22	0.43	0.19	0.37
Vacaciones	0.67	0.53	1.00	0.57	0.34	0.48
Para una necesidad	0.15	0.18	0.18	0.14	0.11	0.22
Gastos personales	2.55	4.81	3.37	6.09	1.71	3.09
Máquinas y/o herramientas	0.46	0.33	0.50	0.39	0.41	0.26
Para invertir	2.90	1.77	2.94	1.76	2.87	1.79
Reparación o remodelación	1.60	0.80	1.76	0.72	1.45	0.89
Para una fiesta	0.98	0.73	1.25	0.86	0.71	0.60
Para sembrar	2.37	1.39	1.04	0.54	3.76	2.27
Para emigrar	0.15	0.20	0.07	0.18	0.22	0.22
Reparación	0.69	0.58	1.08	0.72	0.30	0.45
Para pagar el porto (sic)	0.04	0.05	0.04	0.07	0.04	0.04
Comprar juguetes	0.02	0.11	0.04	0.22	0.00	0.00
Problemas familiares	0.46	0.33	0.43	0.32	0.48	0.34
Para liquidar o comprar un terreno	1.02	0.71	1.29	1.04	0.75	0.37
Imprevistos	0.20	0.13	0.32	0.25	0.07	0.00
Necesitaba el dinero	0.44	0.57	0.47	0.61	0.41	0.52
Para un regalo	0.13	0.16	0.22	0.29	0.04	0.04
Para comprar un animal	0.42	0.26	0.22	0.18	0.63	0.34
Animales	0.02	0.02	0.00	0.00	0.04	0.04
No específica	0.13	0.07	0.25	0.07	0.00	0.07
No sabe	0.27	0.09	0.36	0.18	0.19	0.00
Total	42.60	57.40	43.54	56.45	41.78	58.21

En la Tabla 37 se puede ver que, tanto en la muestra como en los subconjuntos urbano y rural, el mercado informal tiene mayor presencia en los préstamos cuyos motivos son los de mayor frecuencia (gastos del hogar y consulta médica). Es de notarse que los hogares ubicados en localidades rurales suelen acudir en mayor frecuencia relativa al sector informal por préstamos por salud y para cubrir gastos del hogar que aquellos de localidades urbanas. Los datos en negritas se ubican en aquellos préstamos y en las

localidades para los que la frecuencia de acceso al mercado formal supera a la de acceso al mercado informal. Notamos en ellos que, por lo general, el motivo del crédito se puede asociar a alguna actividad productiva o de inversión (incluyendo la de consumo doméstico duradero, como en el caso de adquisición de vehículos). La siguiente lista ordena los motivos de acuerdo a si el préstamo se obtuvo con mayor frecuencia en el mercado formal o en el informal.

Acceso al mercado informal con mayor frecuencia

Motivo del préstamo

Consulta médica,
Deudas,
Estudios,
Gastos del hogar,
Para un funeral,
Gastos personales,
Para pagar el porto,
Para emigrar,
Para comprar juguetes,
Necesitaba el dinero,
Para un regalo.

Acceso al mercado formal con mayor frecuencia

Motivo del préstamo

Comprar un vehículo,
Comprar una casa,
Máquinas y herramientas,
Para invertir,
Reparación y remodelación,
Para un fiesta,
Para sembrar,
Reparación,
Problemas familiares,
Para liquidar o comprar un terreno,
Imprevistos,
Para comprar un animal.

3.8.- Acceso al crédito y seguros

Del total de hogares encuestados, el 34.97% declara estar asegurado. La siguiente tabla recoge la distribución de los hogares asegurados por tipo de seguro.

Tabla 38
Porcentajes de Hogares y Tipos de Seguros

Tipo de seguro	Porcentajes
Seguro Popular	15.16
IMSS	56.28
ISSSTE	18.56
ISSEMYM	0.32
Seguro de vida	4.89
De gastos médicos	1.7
Seguro privado de de trabajo	0.69
Seguro escolar	0.43
Seguro de la SACP	0.11
Voluntario	0.11
Por la casa	0.05
Seguros de dependencias	0.21
ISSET	0.27
SNTE	0.05
Clínica del lugar	0.21
Servicio médico de la Presidencia	0.05
IMSS rural	0.11
INSAM	0.05
PAC	0
EMME	0.05
SEYVA	0.05
Mutualista	0.05

Como cabría esperar, el acceso al crédito se da con mayor frecuencia en los hogares que no cuentan con algún tipo de seguro, como lo estipula la siguiente matriz.

Tabla 39
Acceso al Crédito y Seguros (Porcentaje de Hogares Encuestados)

Mercado de crédito	Seguro	
	Sí	No
No accede	11.86	28.56
Sí Accede	23.10	36.46

La Tabla 40 desagrega este comportamiento por tipo de región geográfica. En ella se observa que, con excepción de la región Norte, el porcentaje de hogares que accede al mercado de crédito no cuenta, con mayor frecuencia, con algún tipo de seguro, pues tanto en la región Centro como en la Sur los porcentajes respectivos para los hogares con este comportamiento son 38.93% y 38.40%, respectivamente, contra el 23.24% y 19.95% de hogares con acceso

tanto al mercado de crédito como a algún tipo de seguro para las zonas respectivas.

Tabla 40
Acceso al Crédito y Seguros por Región Geográfica (Porcentaje de Hogares Encuestados)

Porcentaje de hogares en región Norte		
	Seguros	
Mercado de crédito	Sí	No
No accede	20.44	21.48
Sí accede	31.65	26.41
Porcentaje de hogares en región Centro		
	Seguros	
Mercado de crédito	Sí	No
No accede	10	27.82
Sí accede	23.24	38.93
Porcentaje de hogares en región Sur		
	Seguros	
Mercado de crédito	Sí	No
No accede	10.03	31.60
Sí accede	19.95	38.40

En cuanto al tipo de localidad, el comportamiento muestral, recogido en la siguiente tabla, señala que el porcentaje de hogares en localidades urbanas que cuenta con algún tipo de seguro (cerca del 42%) es muy superior al de los hogares asegurados en localidades rurales (apenas superior al 26%). Además, ocurre que el acceso al crédito en localidades rurales para hogares no asegurados se da con mayor frecuencia que en localidades urbanas para hogares en la misma situación, tal vez con algún motivo sustitutivo, mientras que en estas últimas los hogares cubiertos con seguro acceden con mayor frecuencia al crédito que en las primeras.

Tabla 41
Acceso al Crédito y Seguros por Tipo de Localidad (Porcentaje de Hogares Encuestados)

Porcentaje de hogares en localidades urbanas		
	Seguros	
Mercado de crédito	Sí	No
No accede	14.94	26.64
Sí accede	27.54	30.86
Porcentaje de hogares en localidades rurales		
	Seguros	
Mercado de crédito	Sí	No
No accede	8.29	30.78
Sí accede	17.98	42.94

Una vez que el hogar está asegurado, resulta más frecuente el hecho de que acceda únicamente al sector formal de crédito que al informal, pues el acceso único para el primero de estos sectores es del 27.24% de los hogares en esta situación, mientras que el acceso único al segundo sector es de 22.17%. Sin embargo, para los hogares no asegurados sucede precisamente lo contrario, pues el acceso único al mercado informal de crédito es más frecuente (con el 32.35% de los hogares en dicha situación) que el acceso único al mercado formal (únicamente el 13.20%), como puede verse en la siguiente tabla.

Tabla 42
Acceso al Crédito Formal e Informal y Seguros (Porcentaje de Hogares Encuestados)

Porcentajes de hogares asegurados		
	Mercado formal	
Mercado informal	No accede	Sí accede
No accede	35.23	27.24
Sí accede	22.17	15.35
Porcentajes de hogares no asegurados		
	Mercado formal	
Mercado informal	No accede	Sí accede
No accede	44.18	13.20
Sí accede	32.35	10.27

En esta tabla puede verse, también, que el acceso total al mercado formal es superior para los hogares asegurados que para los no asegurados, pues casi el 43% de los primeros tienen acceso a dicho sector, mientras que sólo un poco

más del 23% de los segundos acceden a dicho sector. Además, se puede ver el hecho de que el acceso total al mercado informal de los hogares asegurados (37.52%) sea menor al de los hogares no asegurados (42.63%). En contraste con las tablas anteriores, que bien podían llevar a pensar en cierto efecto sustitutivo entre el aseguramiento y el acceso al crédito, esta Tabla informa que el porcentaje de hogares no asegurados sin acceso al crédito (44.18%) supera en casi 10 puntos porcentuales a los hogares asegurados sin acceso a ningún sector de crédito (35.23%).

En términos del nivel de ingreso, el comportamiento se recoge en la siguiente Tabla, en la que se ordena a los hogares en deciles de ingreso.

Tabla 43
Acceso al Crédito Formal e Informal y Seguros por Deciles de Ingreso (Porcentaje de Hogares Encuestados)

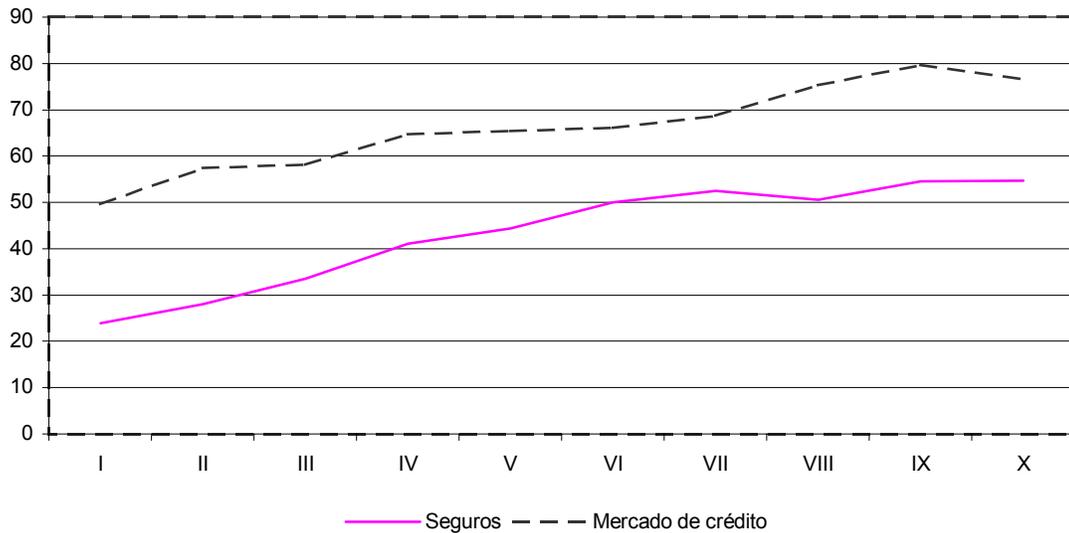
Porcentaje de hogares en decil I		
	Seguros	
Mercado de crédito	Sí	No
No accede	11.45	38.90
Sí accede	12.40	37.25
Porcentaje de hogares en decil II		
	Seguros	
Mercado de crédito	Sí	No
No accede	11.19	31.43
Sí accede	16.90	40.47
Porcentaje de hogares en decil III		
	Seguros	
Mercado de crédito	Sí	No
No accede	13.46	28.37
Sí accede	20.11	38.06
Porcentaje de hogares en decil IV		
	Seguros	
Mercado de crédito	Sí	No
No accede	12.20	23.08
Sí accede	28.91	35.81
Porcentaje de hogares en decil V		
	Seguros	
Mercado de crédito	Sí	No
No accede	13.02	21.61
Sí accede	31.30	34.07
Porcentaje de hogares en decil VI		
	Seguros	
Mercado de crédito	Sí	No
No accede	15.16	18.71
Sí accede	34.84	31.29

Porcentaje de hogares en decil VII		
	Seguros	
Mercado de crédito	Sí	No
No accede	14.58	16.67
Sí accede	37.92	30.83
Porcentaje de hogares en decil VIII		
	Seguros	
Mercado de crédito	Sí	No
No accede	9.80	14.90
Sí accede	40.78	34.51
Porcentaje de hogares en decil IX		
	Seguros	
Mercado de crédito	Sí	No
No accede	8.17	12.09
Sí accede	46.41	33.33
Porcentaje de hogares en decil X		
	Seguros	
Mercado de crédito	Sí	No
No accede	11.48	12.02
Sí accede	43.17	33.33

De la Tabla 43 se puede sugerir que el acceso a los seguros depende, al igual que al acceso al crédito, de una manera directa con el ingreso, tal y como se puede en la siguiente gráfica.

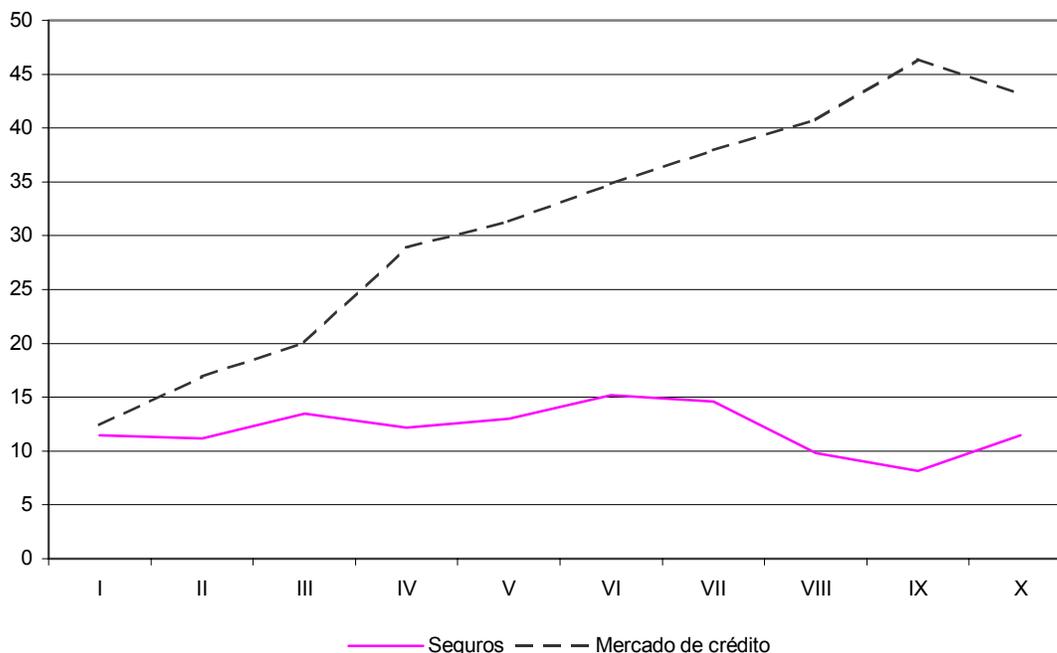
Hogares asegurados y acceso al crédito

Gráfica 12



Cabe preguntarse sobre el comportamiento de los hogares en cuanto al acceso único al mercado de crédito y al acceso único a algún tipo de seguro. Mientras que los hogares que únicamente acceden al mercado de crédito crecen en proporción conforme se consideran deciles de mayor ingreso, los hogares que únicamente cuentan con algún tipo de seguro guardan un comportamiento variado respecto al ingreso, pues no mucho se puede decir de alguna relación entre seguros e ingreso mientras consideremos hogares de los primeros siete deciles, a no ser de una tenue relación positiva entre ambas variables. Ahora bien, conforme consideramos hogares en los deciles VIII, IX y X se puede ver que el comportamiento del acceso único a seguros se asemeja, en cierto grado, a una U invertida, pues entre los deciles VII y IX el porcentaje disminuye para luego aumentar al considerar hogares del decil de mayor ingreso, tal y como se puede ver en la siguiente gráfica.

Gráfica 13
Hogares asegurados y acceso al crédito: accesos únicos



3.9.- Recuperación del crédito

De los 3220 hogares que han recibido uno o más créditos, la encuesta recoge información de la situación financiera de dichos créditos en términos del saldo actual. Así, un elevado porcentaje de los créditos otorgados a los hogares en el último año antes de la aplicación de la encuesta (47.42%) está saldado. En contraparte, el 52.58% de los créditos otorgados en dicho período cuentan con saldo positivo.

Tabla 44
Saldos de Créditos

	Porcentaje de hogares (sobre los que tienen crédito)
Saldo positivo	52.58
Saldo en ceros	47.42

La siguiente tabla desagrega el comportamiento por región geográfica y por tipo de localidad. Es de notarse que en las localidades rurales del Sur del país tres de cada diez hogares con créditos otorgados en dicha región tienen al menos un crédito saldado, lo que contrasta con los datos respectivos para el mismo tipo de localidad en las otras regiones del país, pues en el Norte sólo el

18.59% y en el Centro sólo el 15.9% de los hogares con crédito respectivamente otorgado están en esa situación. Excepto en la región Sur, es posible observar que es más común encontrar créditos con saldos positivos en las localidades urbanas, pues los hogares en ese tipo de localidad en el Norte con al menos un crédito en tal situación corresponden al 35.20%, mientras que en Centro este dato es de casi el 40%, mientras que en Sur éstos no representan, siquiera, el 20% del total de hogares en dicha región.

Tabla 45
Saldos de Créditos por Región Geográfica (Porcentaje de Hogares que tienen crédito)

Porcentaje de hogares en región Norte		
	Tipo de localidad	
	Urbana	Rural
Saldo positivo	35.20	22.20
Saldo en ceros	24.01	18.59
Porcentaje de hogares en región Centro		
	Tipo de localidad	
	Urbana	Rural
Saldo positivo	39.89	12.40
Saldo en ceros	31.81	15.90
Porcentaje de hogares en región Sur		
	Tipo de localidad	
	Urbana	Rural
Saldo positivo	17.97	33.10
Saldo en ceros	18.48	30.46

Cabe analizar y preguntarse, en este escenario, dónde es más común encontrar créditos saldados en términos de los sectores formal e informal de oferta de crédito. En la siguiente tabla se rescata el hecho de que la proporción de hogares con al menos un crédito salgado en el sector informal supera significativamente al del sector formal en casi 10 puntos porcentuales. Como contraparte de este comportamiento, es más común encontrar hogares con al menos un crédito con saldo positivo en el mercado formal que en el informal, con una distancia consistente con lo anterior de casi 10 puntos porcentuales a favor del primer tipo de mercado.

Tabla 46
Saldos de Créditos Formales e Informales (Porcentaje de Hogares que tienen crédito)

	Mercado de crédito	
	Formal	Informal
Saldo positivo	54.42	45.76
Saldo en ceros	45.58	54.25

Ahora bien, lo anterior se puede desagregar en términos de la región geográfica y del tipo de localidad en los que dicho crédito ha sido otorgado y constituir la siguiente tabla. En ella se puede destacar que la región Sur es la que guarda la menor proporción de hogares (44.27%) con al menos un crédito con saldo positivo dentro del total de hogares en dicha región que accedieron al mercado informal, seguida por la región Centro (con un respectivo 44.54%) y, por último, por la Norte (con el 51.99% de sus hogares). Se puede sugerir, también, que los hogares en la región Sur tienen un comportamiento de saneamiento de crédito de mayor frecuencia que los hogares de las regiones Norte y Centro, pues allí, y en ambos sectores de oferta de crédito, las proporciones de hogares con al menos un crédito saldado son mayores respecto a los hogares en la misma situación en las otras regiones. Esto se muestra en el hecho de que en el mercado formal, los hogares de la región Sur con al menos un crédito saldado representa el 47% del total en dicha región contra un 45.41% y un 41.89% en las regiones Centro y Norte, respectivamente. De igual forma, atendiendo a los créditos otorgados en el mercado informal, el 55.73% del total de hogares en la región Sur tiene al menos un crédito con saldo en ceros, contra un 55.46% y un 48% en las regiones Centro y Norte, respectivamente.

Tabla 47
Saldos de Créditos Formales e Informales y por Zona Geográfica (Porcentaje de Hogares que tienen crédito)

	Mercado formal	Mercado informal
Norte		
Saldo positivo	58.11	51.99
Saldo en ceros	41.89	48.01
Centro		
Saldo positivo	54.59	44.54
Saldo en ceros	45.41	55.46
Sur		
Saldo positivo	52.98	44.27
Saldo en ceros	47.02	55.73

Se puede ver el comportamiento de los hogares de acuerdo a la situación financiera, en términos de tener un crédito en ceros o con saldo positivo, y la edad del jefe de familia. La siguiente tabla informa que no hay diferencia sistemática entre la edad del jefe y la situación financiera, pues la media de edad en las dos situaciones consideradas es, para fines prácticos, la misma.

Tabla 48
Saldos de Créditos y Edad Media del Jefe del Hogar

Saldo positivo	45.70
Saldo en ceros	45.31

No sucede lo mismo con los años de educación, pues la tabla siguiente recoge un dato que, si se quiere, puede ser sorprendente, dado que el promedio de años de educación del jefe de hogar en el que se tiene al menos un crédito con saldo ceros es mayor, aunque no por mucho, que el del jefe de hogar con un crédito al menos en saldo positivo.

Tabla 49
Saldos de Créditos y Promedio de Escolaridad del Jefe del Hogar

Saldo positivo	9.37
Saldo en ceros	8.92

En cuanto al género, se puede decir que de los 3220 hogares que tienen acceso al crédito, 2649 (el 82.71%) tienen por jefe de hogar a un hombre, y 571 (el 17.73% restante) a una mujer. Ahora bien, de cada uno de dichos universos interesa ver el comportamiento en cuanto a la situación financiera en las situaciones consideradas. La tabla siguiente recoge esta información.

Tabla 50
Saldos de Créditos y Género del Jefe del Hogar (Porcentaje de Hogares con Acceso al Crédito)

	Género	
	Hombre	Mujer
Saldo positivo	53%	50.61%
Saldo en ceros	47%	49.39%

La Tabla 50 informa que el 53% de los hogares con acceso al crédito y jefe de hogar hombre llevan al menos un crédito en saldo positivo, mientras que el 47% llevan al menos un crédito en ceros. Cuando el hogar tiene por jefe a una mujer, es más frecuente, con relación al género masculino, que tenga al menos un crédito saldado, pues en un poco más del 49% de los hogares con

jefe de hogar femenino y con acceso al crédito esto sucede, contra un 47% de hogares con jefe masculino y acceso al crédito. Sin embargo, las características de la muestra en términos del género del jefe de hogar no permite rechazar la hipótesis de que estas proporciones sean iguales, por lo que este dato debe reservarse.

De los 3220 hogares que han recibido al menos un crédito, se sigue que 1693 de ellos (que representan el 52.58% de dicho total) tienen al menos un crédito con saldo positivo y 1527 (apenas algo menos del 48%) tienen al menos uno con saldo en cero. De los 1693 hogares que tienen al menos un crédito con saldo positivo 1048 han realizado al menos un pago en los últimos 12 meses y 645 no han realizado ningún pago en dicho periodo. Esto se recoge en las siguientes tablas.

Tabla 51
Pagos Realizados (Porcentaje de Hogares con Acceso al Crédito)

	Hogares	%
Sí han realizado al menos un pago en los últimos 12 meses	1048	61.90
No han realizado al menos un pago en los últimos 12 meses	645	38.10
	1693	

Es decir que, una vez que el hogar tiene al menos un crédito con saldo positivo, el 38.10% de ellos no ha realizado ningún pago para ese (u otros) crédito con saldo positivo. En contraparte, casi el 62% de los hogares con al menos un crédito con saldo positivo ha realizado, como mínimo, un pago en los últimos 12 meses antes de la realización de la encuesta. Esto puede sugerir una situación de escasa recuperación del crédito, pues casi 4 de cada 10 hogares con algún crédito con saldo positivo no ha realizado ningún pago (ya de intereses, ya de capital) en un periodo de un año.

Puede resultar interesante ver cómo se distribuyen los hogares con crédito en saldo positivo en cuanto a su acceso al mercado de crédito por sector de oferta y en cuanto a si han realizado o no algún pago en los 12 meses anteriores a la aplicación de la encuesta. La siguiente Tabla informa que los hogares que declaran haber realizado al menos un pago para alguno de los créditos en saldo positivo acceden con mayor frecuencia al mercado formal que al informal, pues del total de dichos hogares casi el 55% accede al mercado formal contra un 54% que accede al mercado informal (sin embargo, este comentario debe matizarse toda vez que no se rechaza la hipótesis de que estas proporciones sean iguales).

Tabla 52
Pagos Realizados y Créditos Formales e Informales (Porcentaje de Hogares con Acceso al Crédito)

Tabla 51 Porcentaje de hogares con saldo positivo que sí pagan		
	Mercado formal	
Mercado informal	No accede	Sí accede
No accede	1.91	44.18
Sí accede	43.13	10.78
Porcentaje de hogares con saldo positivo que no pagan		
	Mercado formal	
Mercado informal	No accede	Sí accede
No accede	0	30.85
Sí accede	51.63	17.36

Por otro lado, dentro de los hogares que no han realizado ningún pago en los últimos 12 meses para alguno de los créditos con saldo positivo sucede que el acceso al mercado informal (con un 69%) supera significativamente al acceso al mercado formal (que representa el 48.2% de los casos). Esto contrasta con el comportamiento dibujado más arriba, pues éste sugeriría que es más frecuente que un hogar con algún crédito saldado hubiera tenido acceso al mercado informal que al formal. Ahora bien, no necesariamente el contraste es una contradicción, pues lo que esta tabla sugiere es que los hogares que no han realizado algún pago para algún crédito con saldo positivo acceden con mayor frecuencia al mercado informal que al formal, lo que puede sugerir un comportamiento en este tipo de mercado de un pago de una sola vez para saldar el crédito.

En cuanto a las características del jefe de hogar en este tema se puede decir, con base en las tablas siguientes, que, al igual que en el tema de la situación financiera anterior, no hay diferencia significativa entre la edad del género de hogar, pues para efectos prácticos el comportamiento es idéntico, como se ve en la siguiente tabla.

Tabla 53
Pagos Realizados y Edad Media del Jefe del Hogar

Sí han realizado al menos un pago en los últimos 12 meses	45.67
No han realizado al	45.74

menos un pago en los últimos 12 meses	
---------------------------------------	--

Con respecto a los años de educación, se nota una diferencia más sustancial entre los promedios de años de educación del jefe de hogar que no ha realizado ningún pago y del jefe que sí lo ha hecho, pues el primero tiene estudios hasta el quinto año de primaria mientras que el segundo los tiene hasta el primer año de secundaria.

Tabla 54
Pagos Realizados y Escolaridad Media del Jefe del Hogar

Sí han realizado al menos un pago en los últimos 12 meses	10
No han realizado al menos un pago en los últimos 12 meses	8.38

Ahora bien, en cuanto al género del jefe de hogar y el comportamiento de pago, se puede ver un comportamiento un tanto distinto al de la situación financiera considerada antes, pues, dado que un hogar tiene al menos un crédito con saldo positivo y que su jefe es mujer, sería más común encontrar (con un 42.21%) que no haya realizado un pago en los últimos 12 meses con relación a que el jefe de hogar fuera hombre (que, respecto a su universo, representa el 37.25%). Sin embargo, dada la composición de la muestra en términos del género por jefe de hogar, no es posible rechazar la hipótesis de que estas proporciones sean iguales.

Tabla 55
Pagos Realizados y Género del Jefe del Hogar (Porcentaje de Hogares con Acceso al Crédito)

	Género	
	Hombre	Mujer
Sí han realizado al menos un pago en los últimos 12 meses	62.75	57.79
No han realizado al menos un pago en los últimos 12 meses	37.25	42.21

Conclusiones

En el presente trabajo se han estudiado las características de los hogares incluidos en la encuesta basal sobre ahorro, crédito popular y microfinanzas rurales, preparada por el Banco de Ahorro Nacional y Servicios Financieros (BANSEFI) y llevada a cabo en el año 2004.

Entre las mencionadas características se encuentran el tipo de hogar y localización geográfica; integrantes de hogar, género y edad promedio del jefe del hogar; escolaridad y actividad laboral del jefe del hogar. Encontramos que, en general, el promedio de integrantes del hogar es de 4.41 personas; donde el jefe del hogar es en la mayor parte de los casos de sexo masculino (80.67%), situación que se verifica tanto en las distintas zonas geográficas (Norte, Centro y Sur de la República) como por tipo de zona (Urbana o Rural). El jefe del hogar tiene una edad promedio de 47 años, una escolaridad promedio que apenas alcanza a concluir la educación primaria y mantiene una actividad laboral en el 83% de los casos. De los jefes de hogar que trabajan, la mayoría tiene un sueldo o salario fijo sin personal a su cargo y en segundo lugar, desarrollan actividades de jornalero.

En cuanto a las transferencias privadas, más del 90% de los hogares declara no haber ni recibido ni enviado remesas nacionales o internacionales. En cuanto a los apoyos del gobierno, el 61% de los hogares declara haber recibido apoyo gubernamental y los programas de mayor frecuencia en los hogares son en primer lugar, Oportunidades y en segundo lugar, Procampo.

Por otra parte, también se investiga cómo es el acceso al mercado de crédito de los hogares en términos de la muestra general, por nivel de ingreso del hogar, por tipo de localidad. Se encuentra que por cada región geográfica y localidad los hogares encuestados se ubican de manera creciente en los primeros deciles, en particular en el primero, cuyo ingreso máximo anual es de 2152.30 pesos. El 60% de los hogares encuestados tienen acceso a algún tipo de crédito, formal o informal. Los hogares ubicados en áreas urbanas tienen mayor acceso al crédito que aquéllos ubicados en áreas rurales; con la excepción de la región Sur de la República donde lo contrario ocurre. Pareciera que el género del jefe del hogar no marca diferencia en el acceso al crédito, aunque hay que considerar el hecho de que la mayoría de los hogares tienen jefe de hogar masculino. El jefe de hogar con más años de escolaridad y que trabaja tiene más acceso al crédito.

Por otra parte, se observa que aproximadamente el 70% de los hogares tanto en localidades urbanas como rurales no tienen acceso al crédito en el sector formal, aunque el porcentaje de hogares que tiene acceso al crédito en el sector formal es mayor en las localidades urbanas que en las rurales. El porcentaje de hogares que acceden al crédito es creciente conforme aumenta el decil del ingreso donde está ubicado el hogar. Cabe acá destacar que

mientras el acceso al crédito del sector formal crece con el ingreso, pareciera que no existe relación entre el ingreso y el acceso al crédito del sector informal. Los motivos para pedir préstamos más frecuentes son gastos del hogar, gastos médicos y gastos personales, aunque no necesariamente son los préstamos de mayor monto y que el mercado informal es el que tiene más presencia en los préstamos pedidos con mayor frecuencia.

El porcentaje de hogares en localidades urbanas que cuenta con algún tipo de seguro (cerca del 42%) es muy superior al de los hogares asegurados en localidades rurales (apenas superior al 26%). El acceso al crédito en localidades rurales para hogares no asegurados es más frecuente que en localidades urbanas para hogares en la misma situación, mientras que en estas últimas los hogares cubiertos con seguro acceden con mayor frecuencia al crédito que en las primeras. Una vez que el hogar está asegurado, resulta más frecuente el hecho de que acceda únicamente al sector formal de crédito que al informal, pues el acceso único para el primero de estos sectores es del 27.24% de los hogares en esta situación, mientras que el acceso único al segundo sector es de 22.17%. Sin embargo, para los hogares no asegurados sucede precisamente lo contrario, pues el acceso único al mercado informal de crédito es más frecuente (con el 32.35% de los hogares en dicha situación) que el acceso único al mercado formal (únicamente el 13.20%).

Bibliografía

Acemoglu, D. y F. Zilibotti (1999), "Information Accumulation in Development", *Journal of Economic Growth*, 4, pp.5-38.

Banerjee, A. (2001), "Contracting Constraints, Credit Markets and Economic Development", MIT Working Paper 02-17.

González Vega (1984), "Credit-Rationing Behavior of Agricultural Lenders: the Iron Law of Interest Rate Restrictions", *Undermining Rural Development with Cheap Credit* (eds), D.W Adams, D.H. Graham, and J.D. von Pischke), Boulder and London: Westview Press.

Ghosh, Mookherjee y Ray (2000), *Credit Rationing in Developing Countries: An Overview of the Theory*, Readings in the Theory of Economic Development (D. Mookherjee y D. Ray, editores:), London, Blackwell.

Murdoch, J. (1995) "Income Smoothing and Consumption Smoothing", *Journal of Economic Perspectives*, 9(3), pp. 103-114.

Pitt, M. y S. Khander (1998), "The Impact of Group Based Credit Programs on Poor Households in Bangladesh: Does The Gender of Participants Matter?", *The Journal of Political Economy*, 106(5), pp. 958-996.

Stiglitz, J. y A. Weiss (1981), "Credit Rationing in Markets with Imperfect Information", *The American Economic Review*, 71, pp. 393-410.

www.bansefi.gob.mx

Anexo 1

Estados de la república participantes en la encuesta por región geográfica

Región Norte

- Aguascalientes
- Coahuila
- Chihuahua
- Durango
- Nuevo León
- San Luis Potosí
- Sonora
- Tamaulipas

Región Centro

- Colima
- Distrito Federal
- Guanajuato
- Hidalgo
- Jalisco
- México
- Michoacán
- Morelos
- Nayarit
- Querétaro

Región Sur

- Campeche
- Chiapas
- Guanajuato
- Guerrero
- Estado de México
- Oaxaca
- Puebla
- Tabasco
- Veracruz
- Yucatán

Anexo 2

Escolaridad del jefe del hogar	Años
1° de primaria	1
2° de primaria	2
3° de primaria	3
4° de primaria	4
5° de primaria	5
6° de primaria	6
1° de secundaria	7
2° de secundaria	8
3° de secundaria	9
1° de preparatoria / vocacional	10
2° de preparatoria / vocacional	11
3° de preparatoria / vocacional	12
4° de preparatoria / vocacional	13
1° de profesional	14
2° de profesional	15
3° de profesional	16
4° de profesional	17
5° de profesional	18
6° de profesional	19
1° de posgrado	20
3° de posgrado	22
4° de posgrado	23
5° de posgrado	24

Anexo 3

Deciles de hogares según la composición de ingreso total mensual* (miles de pesos)					
	Hogares	Ingreso trimestral	Ingreso medio trimestral por hogar (C=B/A)	Ingreso mensual medio por hogar (C/3)	Ingreso máximo del decil
	(A)	(B)			
I	2 584 508	11 856 865	4. 587 6681	1. 529 2227	2. 152 3042
II	2 584 508	21 519 019	8. 326 1569	2. 775 3856	3. 273 5590
III	2 584 508	29 244 218	11. 315 1973	3. 771 7324	4. 251 5684
IV	2 584 508	36 685 057	14. 194 2130	4. 731 4043	5. 245 3698
V	2 584 508	44 655 144	17. 278 0057	5. 759 3352	6. 399 3968
VI	2 584 508	54 580 609	21. 118 3749	7. 039 4583	7. 913 1992
VII	2 584 508	68 129 751	26. 360 8203	8. 786 9401	10. 042 0713
VIII	2 584 508	87 593 131	33. 891 6076	11. 297 2025	13. 523 6838
IX	2 584 508	122 119 283	47. 250 4953	15. 750 1651	26. 237 5584
X	2 584 509	284 747 905	110. 174 8553	36. 724 9518	

*El ingreso total se compone por el ingreso corriente total y las percepciones financieras y de capital monetarias y/o no monetarias.

Fuente: Elaboración propia con base en el cuadro 8.6 de la ENIGH. (INEGI, 2004)