

# 14 Cambios en el consumo derivados por el COVID-19 y su impacto en la educación financiera

**Wilson Mariño Tamayo**

## **INTRODUCCIÓN**

Hasta antes de la pandemia originada por el COVID-19, el consumo de las familias ecuatorianas era bastante predecible, es decir, existía un comportamiento que se repetía mes a mes y que dependía fundamentalmente del ciclo de vida de la persona. Existen numerosos estudios que determinan las formas como se consumía los diferentes bienes o servicios. Para este estudio se analiza el ciclo de vida desde que una persona tiene sus propios ingresos y, por lo tanto, cuenta con los recursos para consumir y gastar; así como se convierte en sujeto de crédito por parte de las instituciones financieras y tarjetas de crédito.

En la investigación realizada para mi libro *Planificación estratégica en la era digital*, se pudo determinar que, de acuerdo a la generación de una persona, se puede resumir el consumo como se explica en la tabla (Mariño 2020, 53).

Como se puede observar en el cuadro, el tipo de gasto varía de acuerdo a la edad de la persona. Obviamente, estas tendencias de consumo tienen relación con los aprendizajes recibidos en sus familias y sus propias experiencias. Así, por ejemplo, una persona con más de 60 años de edad cuenta con experiencia en educación financiera y, por lo tanto, su nivel de gastos que realiza en los consumos básicos para su hogar y también, cuando puede, ayuda económicamente a las finanzas de sus familiares cercanos, especialmente,

Generación	<i>Baby boomers</i>	Generación X Sánduche	Generación Y <i>millenials</i>
Año aprox. nacimiento	Antes de 1965	Entre 1965 y 1980	Entre 1980 y 2000
N.º hijos	Mínimo 4.	Máximo 3.	Preferible no tener hasta cumplir metas personales.
Estado laboral	Jubilados y a punto de retirarse.	En etapa productiva, planificando su retiro en pocos años.	Iniciando su época laboral.
Cuándo y qué bienes adquieren	Durante el matrimonio compran bienes de contado: casa, auto, terrenos.	Durante el matrimonio compran casa, auto, ropa, viajes, etc., cosas de marca.	De solteros, compran departamentos, autos, estudios, viajes, salud y bienestar.
Cómo adquieren bienes	Compran todo de contado.	La mayoría a crédito o con tarjeta de crédito.	La mayoría con tarjeta de crédito o débito.
Quién trabaja	Solo padre. Madre cuida a los hijos.	Papá y mamá para complacer a la familia.	Ellos mismos para ellos mismos.
Finanzas personales	Muy ordenados.	Desordenados.	Ordenados.
Gastos-consumos	En sus hijos o nietos. En salud, en lo básico.	En pagar deudas, pagar caprichos. En complacer a sus hijos.	En experiencias, estudios, bienestar.
Cómo compran	Contacto personal.	Contacto personal y vía tecnología básica.	100% tecnologicados.
Meta actual	Su jubilación y protección de sus hijos.	Casa, auto, educación, bienes para los hijos, viajes, mantener el trabajo.	Experiencias, estudios y bienes personales.

Elaboración propia.

sus hijos. Este grupo etario ha cumplido con sus metas en cuanto a temas relacionados con vivienda, alimentación y educación de sus hijos. Sus gastos actuales fundamentalmente se ejecutan en alimentación y salud. Es una generación que consume estrictamente lo básico y no está acostumbrada a lujos. En este grupo existe cierta aversión a las deudas ya que cuando adquirieron sus bienes, no existía posibilidad de créditos personales. Es una generación que le gustaba ahorrar y, por lo tanto, compraron de contado. Cuando compran con deudas, en su gran mayoría son excelentes pagadores.

El segundo grupo etario, denominado generación X, tiene entre 10 a 30 años de experiencia laboral y debido a una supuesta escasez de bienes en su infancia y juventud, adquirió los bienes que no tuvo durante el matrimonio, fundamentalmente a través de deudas bancarias y tarjetas de crédito. Esto obligó a que la pareja también tenga que trabajar y, en consecuencia, sus hijos fueron criados con abuelitas, nanas, guarderías, etc. Debido a que los padres no pasan mucho tiempo con sus hijos, se empezó a generar una tendencia muy fuerte a complacer los caprichos de sus hijos relacionados con ropa, tecnología, diversión, viajes y juguetes, de forma permanente. Esta generación se encuentra sobreendeudada, sin embargo, sigue consumiendo artículos de marca y de estatus. Financieramente, es una generación desorganizada, cuyo nivel de gastos de lujo e innecesarios llega a niveles muy altos.

El tercer grupo etario denominado *millennial* aprendió sobre la forma de consumir y los problemas económicos que tuvieron las dos generaciones anteriores. Inconscientemente modificó las prioridades de consumo. Esta generación prioriza sus gastos personales: estudios, viajes, diversión, salud integral, vivienda y alimentación sana. Fundamentalmente, sus gastos son para sí mismo. Posteriormente, se juntan con su pareja, tienen hijos y comparten gastos relacionados con la alimentación, vivienda, educación de sus hijos, diversión y cuidado de sus mascotas. Este grupo se encuentra en plena fase laboral, por lo que, con estos recursos, inicia

su proceso de endeudamiento mediante tarjeta de crédito y préstamos de consumo. Es la generación tecnológica y de salud, por lo que gastan mucho dinero en este aspecto.

Como se puede observar, cada ciclo de vida es distinto en relación con sus niveles de gastos y consumos ya que cada uno de ellos tienen diferentes metas y propósitos financieros.

## **CONSUMOS ANTES DE LA PANDEMIA**

En mi libro *No tengo dinero. Manual de educación financiera* (Mariño 2005), se realizó una investigación para establecer qué porcentaje de ingresos se destinaba a gastos básicos, gastos innecesarios, pago de deudas, inversiones o destinar al ahorro. Para ello, los componentes de cada uno son los siguientes:

### **Gastos básicos mensuales**

Alimentación en casa, arriendo, luz, agua, gas doméstico, teléfono, internet, transporte, insumos de limpieza y aseo personal, educación, salud, seguridad social, etc.

### **Gastos básicos no mensuales**

Medicinas, vestimenta, calzado, mantenimiento, libros, etc.

### **Gastos secundarios**

Alimentación fuera de casa o a domicilio, bebidas alcohólicas y cigarrillos, regalos de eventos, fiestas, salidas a divertirse, conciertos, eventos culturales y deportivos, gaseosas, taxis, paseos familiares, salones de belleza, revistas, tecnología actualizada, promociones no necesarias, golosinas de la calle, renovación no necesaria de tecnología, artefactos y muebles de la casa, adornos, jugue-

tes, viajes, etc. Cabe mencionar que cuando se hace el presupuesto familiar, las personas no suelen planificar estos gastos, los cuales en la práctica son bastante elevados.

### **Pago de deudas**

Pago de tarjetas de crédito, seguridad social, instituciones financieras, almacenes de electrodomésticos y ropa, tienda del barrio, chulqueros, familiares, etc.

### **Inversiones**

Ahorros familiares, emprendimientos, ahorros para jubilación o retiro, ahorros para inversiones en inmuebles, etc.

Con base en estos componentes, hemos venido realizando investigaciones en los últimos años sobre la tendencia del destino del ingreso familiar, (estas cifras se refieren al 80% de las familias urbanas), la cual se mantenía hasta febrero de 2020, antes de la pandemia, de la siguiente manera (Mariño 2005, 39):

Rubro	Porcentaje sobre el 100% de ingresos familiares
Gastos básicos mensuales	20 al 50% del ingreso familiar
Gastos básicos no mensuales	5 al 20% del ingreso familiar
Gastos secundarios	20 al 50% del ingreso familiar
Pago de deudas	40 al 80% del ingreso familiar
Inversiones	0 al 20% del ingreso familiar

Fuente: Investigaciones del autor de 2010 a 2019.

Como se puede observar, antes de la pandemia, en promedio, se destinaba entre un 60 a un 130% del ingreso familiar para pagos de gastos secundarios y deudas. Obviamente, como el dinero no alcanzaba, las familias tienen que recurrir a nuevos préstamos y así el nivel de endeudamiento sigue incrementándose. Este comportamien-