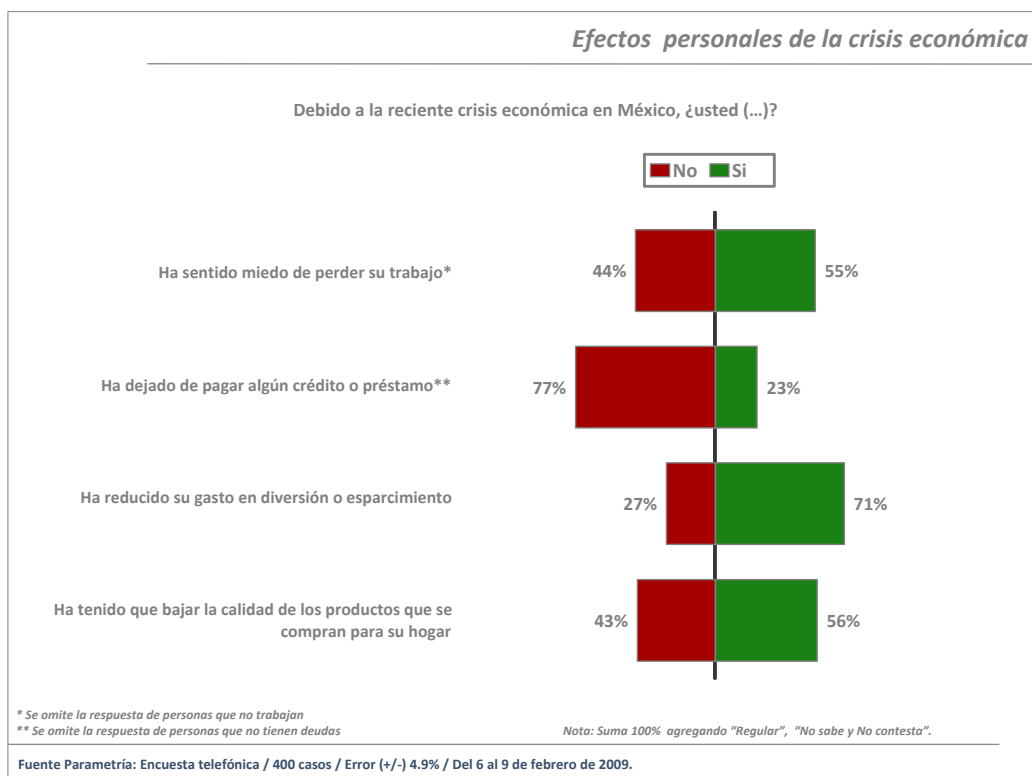


## Los mexicanos realizan cambios en su estilo de vida por la crisis económica.

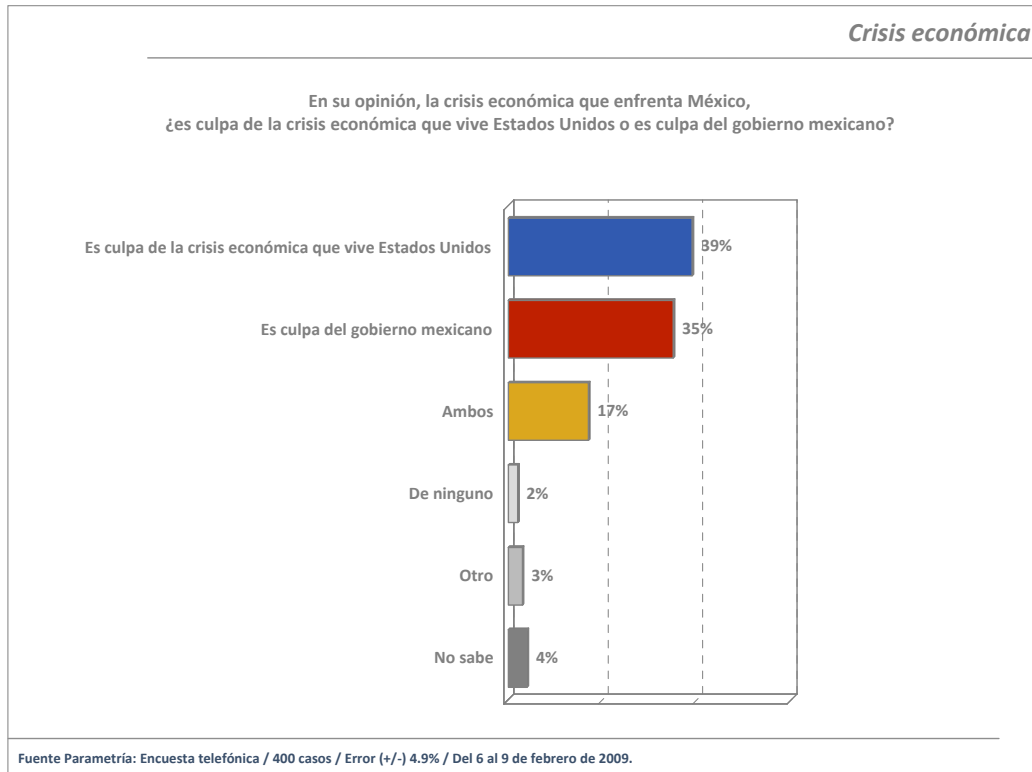
El impacto de la crisis económica en México ha obligado a cambiar el estilo de vida de la población. Algunos de estos cambios son más bien de orden preventivo que de impacto inmediato. Sin embargo, el área donde más se reporta cambio es en el rubro del entretenimiento en el que 3 de cada 4 ciudadanos dicen haber reducido su gasto en diversión o esparcimiento. Este dato dista mucho de otros países como Argentina, en el que el gasto en este campo no suele cambiar, aun con las peores crisis económicas. En la interpretación de los propios argentinos se debe a la solidez de su industria cultural y la fortaleza de este mercado.

El lugar donde menos se registra cambio es en el de pago de deudas. Sin embargo, no deja de ser preocupante que 1 de cada 4 entrevistados dijo que ha dejado de pagar algún crédito o préstamo. Este dato para algunos especialistas es ya delicado y podría ser aún más preocupante si aumenta de manera sustancial.

Por otra parte la mitad de los entrevistados dice sentir temor respecto a la pérdida de su empleo (56%). La suma de estas preocupaciones y percepciones, sin duda es lo que explica en buena medida que indicadores cómo los índices de confianza del consumidor hayan bajado tanto recientemente.



No obstante las preocupaciones de los mexicanos, se registran altos niveles de justificación para la labor del Presidente Calderón en el delicado rubro de la economía. Impera la idea de que la crisis viene de fuera y no es su responsabilidad en sentido estricto. Estos niveles de justificación suceden también con los ejecutivos de otros países, incluyendo al propio Presidente Obama, quien hereda una crisis de la administración anterior, según señalan datos de *Pew Research*.



Hay que recordar que está es una encuesta telefónica y siempre los datos se deben de validar en vivienda. Sin embargo, aunque las mediciones telefónicas representan alrededor del 50% de la población, nos ofrece un indicador de oportunidad.

#### **NOTA METODOLÓGICA.**

**Encuesta Nacional Telefónica de Parametría.** Representatividad: Hogares a nivel nacional que cuentan con teléfono en su vivienda. Número de entrevistas: 400. Nivel de confianza estadística: 95%. Margen de error (+/-) 4.9%. Diseño de cuestionario, levantamiento y análisis: Parametría SA de CV. Fecha de levantamiento: 6 al 9 de febrero 2009.