

LISBETH ZUMBA R.  
■ GUAYAQUIL

La iliquidez económica que vive el país se empieza a sentir en los hogares. Un menor índice de confianza en el consumo no solo desacelera el gasto, sino que obliga a las familias a replantearse la forma en cómo hacer sus compras, sin tener que recurrir al efectivo. Y ahí, la tarjeta de crédito vuelve a ser una aliada. A abril de este año (último dato oficial disponible), el saldo total de compras que se hizo con dinero plástico llegó a sumar los \$ 5.460 millones, un 21 % más si ese valor se lo compara con igual periodo del año pasado.

“Cuando no te alcanza el dinero, acudes a las tarjetas”, reflexiona Félix Casares, presidente de la empresa de análisis estadísticos Betamétrica, para explicar por qué los hogares están tendiendo a usar cada vez más dinero plástico. Pero lo preocupante de esto, dice, es que en tiempos de bajos ingresos, la opción de pagar de forma diferida o a plazos se convierte casi siempre en la primera alternativa.

Así también lo confirman las cifras de la Superintendencia de Bancos, que denotan cómo el saldo diferido ha venido creciendo en los últimos años. Hasta el cuarto mes del año, ese saldo alcanzó los \$ 2.597 millones, un 28 % más que el año pasado, pero un incremento que se vuelve aún mayor (42,6 %) si se lo mide con respecto a lo registrado hace dos años.

## MERCADO

Banco del Pacífico, Pichincha y Diners son los mayores emisores de tarjetas de crédito en el país. Juntos, superan el 1,7 millones de cartones emitidos, hasta abril de este año.

Con un Estado que sigue en su tarea progresiva de reducir su gasto público con el fin de aliviar el alto déficit, los hogares, y consecuentemente las empresas, empiezan a sentir esa factura. Así también lo cree Sonia Zurita, profesora de Finanzas de la escuela de negocios de la Espol (Espae). Si antes, dice, las personas consumían, estas tendían a pagar enseguida. “Si ahora vemos que no lo hacen es porque es posible que sus ingresos efectivamente se hayan aminorado, y esto porque tal vez en el sector donde están existe ya un menor movimiento económico o simplemente porque no hay trabajo”.

Pero para Casares, se trata de un consumo que, si bien hoy está ayudando a sostener la dinámica de la economía, “no es el más sano en el mediano plazo”. Si esta tendencia se mantiene, no solo que la gente está proclive a consumir a un costo más alto (por el pago de tasas), sino a seguirse endeudando. “Las personas que están comprando con tarjeta en algún momento tendrán que pagar, pero hay que tomar en cuenta que no estamos en la mejor situación económica ni con un mercado laboral estable. En el corto plazo, si este tipo de consumo se mantiene a estos niveles es posible que en un año o año y medio, empiecen a haber problemas”.

En eso coincide Zurita y ad-

# EL GASTO

## No solo se mide, se difiere

### EVOLUCIÓN DE SALDOS EN EL USO DE TARJETAS

A abril de cada año (última data disponible), en millones de dólares



**El saldo del crédito,** que se paga a plazos, subió un 42,6 % en los dos últimos años. El formato del consumo se replantea



El Banco Central dice que el consumo está empujando la economía, pero este tipo de consumo no necesariamente es el más sano.

FÉLIX CASARES  
Presidente de Betamétrica

vierte que si los niveles de endeudamiento de un país crecen por encima de lo que crece su economía, eso encendería las alarmas. No obstante, lo positivo es que la tasa de morosidad de las tarjetas aún se mantiene en niveles aceptables. De acuerdo con la Superintendencia, el saldo en mora a abril llegó a los \$ 94,4 millones, por debajo de los \$ 102 millones del año pasado. No obstante, superior a lo que se alcanzó el 2015 (\$ 75,9 millones).

Los economistas aconsejan cautela en esta época, con el uso de las tarjetas. “Lo que yo siempre recomiendo es que, en lo posible, se procure bajar el nivel de deudas, tratar de no abrir un hueco (de deuda) para tapar otro. No usar diferidos en las compras básicas del mes o en bienes que no son de consumo a largo plazo”, aconseja Zurita.

## “Se debe entender al consumidor”

Para este año, se prevé que la economía crezca un 1,9 %, según lo ha anunciado el BCE (aún con la expectativa de revisar esta previsión a la baja), una tasa que estará por debajo de lo que usualmente registra el crecimiento poblacional. Esto, dice el analista José Orellana, hace prever que el Producto Interno Bruto (PIB) per cápita seguirá estancado, tal como ha venido estando desde el 2013-2014. De ahí que la tendencia

de consumo podría seguir en terreno negativo. Un factor que, explica, deberían estar tomando en cuenta las empresas.

“Recordemos que el 2015 el crecimiento económico fue casi cero y el 2016 negativo. Fue en estos dos últimos años cuando el crédito de consumo empezó a crecer permitiendo a los ecuatorianos mantener su ritmo de consumo”. Aunque esa tendencia sigue, dice, hay que to-

mar en cuenta el mayor desánimo de la gente por comprar. Aunque el consumo se mantiene, el gasto promedio no es el mismo.

El efecto, asegura, lo sentirán las empresas, por ello sugiere que estas empiecen a planificar su gestión 2018-2019, tomando en cuenta los nuevos patrones de compra/venta. Deben estar ya monitoreando el número de personas que visitan la tienda, su frecuencia, la forma de



JOSÉ ORELLANA  
Asesor empresarial en Finanzas.

pago, la preferencia del formato de los productos que adquieren, por las rebajas y distintas promociones. “Adaptar la oferta implica entender qué es lo que el potencial cliente necesita”.