



INDICADORES DE CONFIANZA DEL CONSUMIDOR (ICC-RD)

ABRIL 2022

Índice Global

77.1

▼ -1.9 puntos

Coyuntura

50.6

▼ -3.9 puntos

Expectativas

109.1

▲ +1.7 puntos

Índices Complementarios

Precios

38.6

▼ -22.0 puntos

Mercado laboral

79.6

▼ -11.3 puntos

Ahorro

77.6

▲ +6.7 puntos

Consumo

48.2

▼ -3.2 puntos

Dominios Geográficos

Gran Sto. Dgo.

78.3

▼ -0.1 puntos

Santiago

73.5

▼ -3.6 puntos

P. Turístico

73.2

▼ -1.8 puntos

Resto País

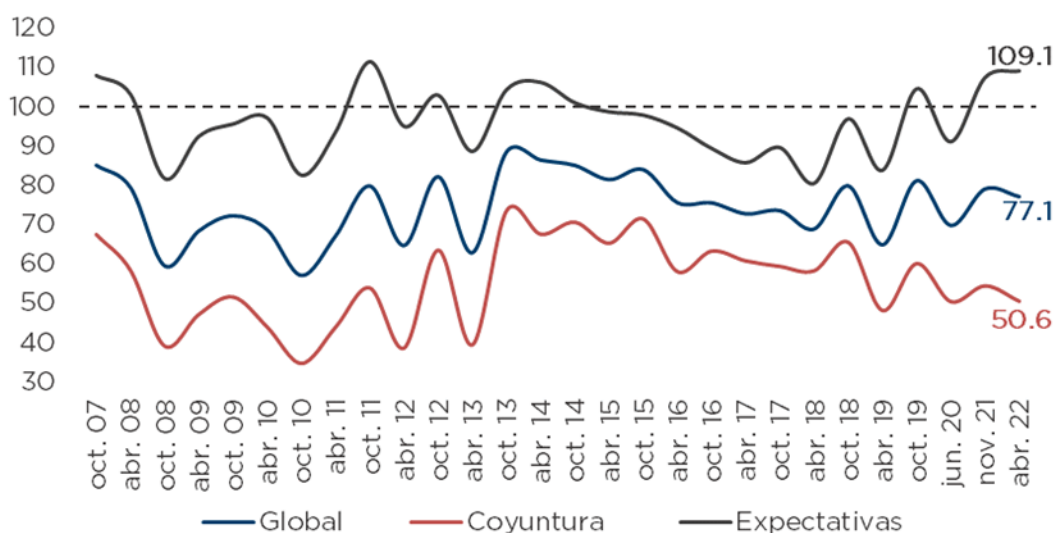
79.2

▼ -3.6 puntos

La confianza de los consumidores dominicanos se deteriora en respuesta a diversos factores, y se revierte el aumento registrado en la última medición.

Los consumidores dominicanos se mostraron menos optimistas del entorno económico actual, a raíz de la persistencia de las presiones inflacionarias y el deterioro de la situación económica familiar. En efecto, el índice de confianza al consumidor (ICC) disminuyó en 1.9 puntos en abril 2022, con respecto a la última medición de noviembre 2021; manteniéndose en niveles moderadamente pesimistas y alejándose de los observados en el periodo prepandemia. No obstante, la caída en el indicador global fue atenuada por un mayor optimismo sobre la situación económica de los próximos doce meses, en particular, de las condiciones del mercado laboral y el ahorro familiar.

Gráfica 1. Indicadores de confianza al consumidor según componentes



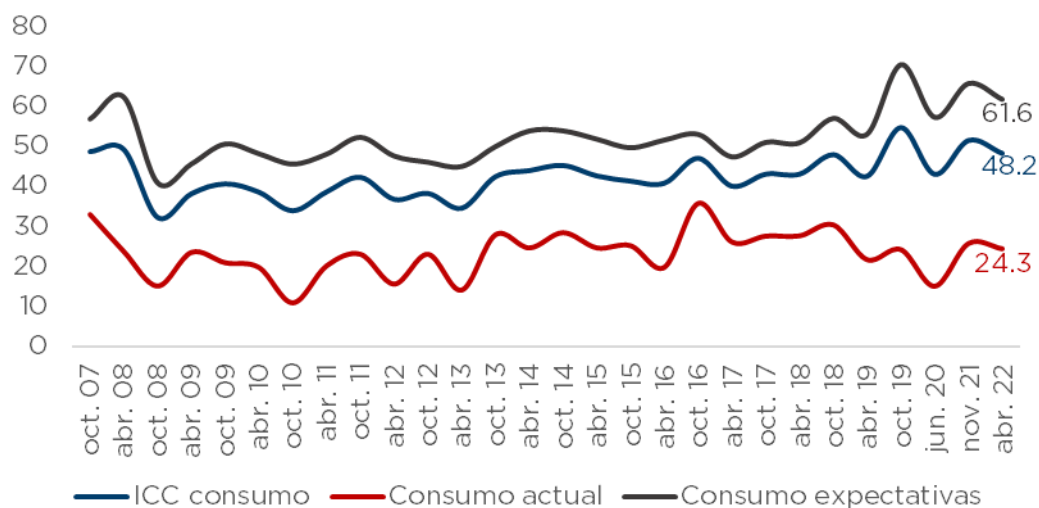
Fuente: elaborado con datos de la Encuesta de Confianza al Consumidor, MEPYD.

En la actualidad, la persistencia de las presiones inflacionarias que ha ocasionado una reducción del poder adquisitivo de los hogares y, por tanto, un deterioro de la intención de consumo, explican los principales cambios registrados en el entorno económico actual (ICC coyuntura). En abril 2022, el ICC coyuntura registró una disminución de 3.9 puntos, explicando el 70.8 % de la variación observada en el periodo.



Esta caída respondió principalmente al deterioro de la intención de consumo actual de los hogares, quienes se mostraron menos dispuestos a efectuar compras bajo la condición económica actual. En efecto, el 87.1 % de los hogares consideran que no es el momento para adquirir un vehículo y un 81.5 % piensan que es un mal momento para comprar electrodomésticos u otros muebles del hogar.

Gráfica 2. Relación entre ICC de consumo global y consumo real



Fuente: elaborado con datos de la Encuesta de Confianza al Consumidor, MEPYD.

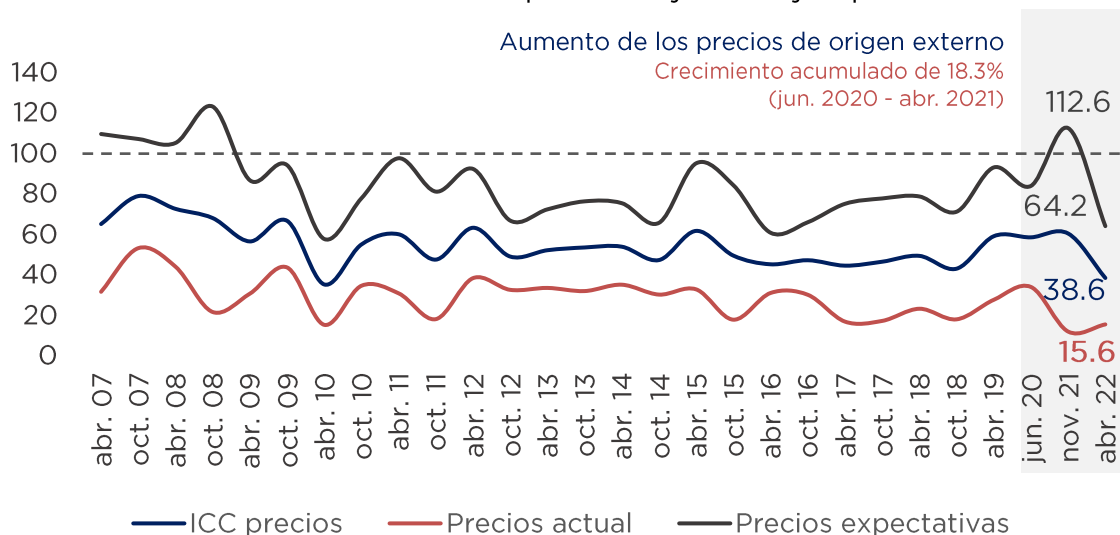
Estos resultados contrastan con la evolución durante los primeros cuatro meses del año del consumo privado, que ha registrado un mayor dinamismo que en el periodo previo. En particular, las ventas nominales de las principales cadenas comerciales y tiendas por departamentos del país han aumentado en 19.3 % interanual en enero-abril 2022 (BCRD, 2022). Asimismo, se ha observado un incremento de los préstamos de consumo del 18.2 % interanual en mayo, que continúan siendo un componente de gran peso en la cartera de créditos consolidada del sector privado.

El comportamiento de los precios es otro de los factores que ha menoscabado la confianza en la coyuntura económica. Los consumidores se mostraron pesimistas ante la situación actual de los precios -aunque con una mejora relativa a la medición previa-, en la que la inflación ha experimentado un ritmo de crecimiento acelerado, alcanzando un 9.6 % interanual en abril.

El incremento en los precios responde principalmente a factores de origen externo como las interrupciones a la cadena de suministro, el conflicto bélico entre Ucrania y Rusia y las sanciones impuestas a este último, así como los efectos duraderos de la pandemia; que han derivado en el aumento de los precios a nivel internacional, en particular, el encarecimiento de materias primas relevantes para la producción nacional. En un contexto internacional dominado por altos niveles de incertidumbre, la continuación de las condiciones actuales dependerá del desenlace del conflicto, la efectividad de las políticas para contrarrestar la inflación y la evolución de la pandemia.



Gráfica 3. Indicadores de precio: coyuntura y expectativa



Fuente: elaborado con datos de la Encuesta de Confianza al Consumidor, MEPYD.

Nota: Un aumento (caída) significa que los consumidores esperan una disminución (aumento) de los precios en los próximos 12 meses.

Ante este entorno, los consumidores dominicanos se muestran más pesimistas por la evolución de los precios en los próximos meses. Estas expectativas están alineadas con la visión de los analistas económicos consultados cada mes por el BCRD, quienes esperan mayores incrementos de los precios en los próximos 12 meses (ver gráfica 4). Asimismo, se alinean con las proyecciones oficiales que prevén la continuación de las presiones inflacionarias durante el resto del año a raíz del contexto internacional, y una convergencia hacia el rango meta de $4\% \pm 1\%$ durante 2023 (Marco Macroeconómico, junio 2022).

Gráfica 4. Expectativas sobre evolución de la inflación (en 12 meses), abril 2021 - abril 2022



Fuente: elaborado con datos del BCRD.

Nota: los datos corresponden a la mediana de las expectativas de los analistas económicos.



En cuanto al mercado laboral, los hogares perciben la situación actual con más pesimismo que en mediciones previas. De acuerdo con los resultados de la encuesta, 6 de cada 10 hogares considera que la situación para encontrar empleo ha empeorado poco o mucho en los últimos 12 meses. Según las estadísticas de la Encuesta Nacional Continua de Fuerza de Trabajo del BCRD, de los empleos perdidos durante la pandemia de COVID-19 restarían por recuperar un 0.2 % (8,526 con respecto a T1-2019). Aunque cabe resaltar que se ha observado una disminución de los principales indicadores de desempleo, ubicándose la tasa de desempleo (SU1) en 6.4 % en el primer trimestre 2022 y el desempleo abierto (SU3) en 12.3 %, para una reducción interanual de 1.6 p.p. y 3.0 p.p. respectivamente.

Por otra parte, los hogares se mostraron ligeramente más propensos a ahorrar que en mediciones previas, lo que es consistente con el resultado de una menor propensión a consumir. Sin embargo, 6 de cada 10 hogares considera que es un muy mal momento para ahorrar y que les resulta justo o muy difícil alcanzar a cubrir sus necesidades dada su situación económica actual.

En general, la confianza sobre la situación actual y futura de la economía se mantuvo moderadamente pesimista, explicando la variación negativa en los indicadores de confianza. Este deterioro también se ha observado a nivel internacional ante la evolución actual y las perspectivas de la economía mundial en un contexto de escalada de las tensiones geopolíticas y la persistencia de los problemas dejados por la pandemia.

Para los próximos doce meses, los hogares dominicanos esperan que las oportunidades de empleo -nuevas y de mayor calidad- mejoren de poco a mucho, aunque con menor optimismo que la medición previa. Mientras que pretenden que el ahorro supere los niveles actuales, mostrando mejorías con respecto a meses previos.



Anexos

Tabla 1. Indicadores de confianza al consumidor desagregados

Series Ajustadas	2019		2020	2021	2022	
	Abril	Octubre	Junio	Noviembre	Abril	
Series compuestas						
Zona						
	Rural	80.5	86.2	71.3	77.4	77.2
	Urbana	79.7	80.1	69.5	79.4	77.1
Dominio Geográfico						
	Gran Santo Domingo	82.1	80.7	69.2	78.4	78.3
	Provincia de Santiago	77.1	79.5	67.6	77.0	73.5
	País turístico	73.7	78.9	64.3	74.9	73.2
	Resto del país	81.8	83.5	73.9	82.8	79.2
Nivel de educación						
	0- Ninguno/ Inicial	74.7	86.4	73.5	76.9	75.5
	1- Básica o Primaria	77.0	79.1	72.0	78.5	76.3
	2- Media o Secundaria	81.5	85.3	67.7	80.9	78.6
	3- Universitaria/Post Univ.	85.1	77.8	69.0	83.3	76.2
Clase Social						
	Baja	70.1	72.3	64.4	74.2	68.1
	Media baja	83.9	82.1	70.9	78.4	84.5
	Media alta	95.9	95.0	76.2	95.5	82.7
	Alta	96.7	104.6	94.7	98.5	89.6
Condición laboral						
	Ocupado	83.9	82.8	71.6	81.2	80.0
	Desocupado	70.7	78.3	67.8	75.9	73.3
Actividad						
	Agricultura y ganadería	76.8	89.3	82.2	84.6	90.0
	Industria	87.9	83.3	72.6	78.7	87.8
	Comercio y turismo	79.9	78.8	68.5	79.4	74.3
	Otra	86.2	84.2	72.3	82.0	81.3



ASPECTOS TÉCNICOS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

UNIVERSO: la población de la investigación está constituida por personas mayores de edad, jefes o jefas de hogares, en su defecto el cónyuge o un hijo, residentes en las zonas rurales y urbanas de los cuatro grandes dominios o estratos en que se han reagrupado las diez regiones político/administrativas oficiales en que está dividido el país.

TIPO DE ENCUESTA: aplicación de una encuesta presencial o "cara a cara" a una muestra seleccionada de manera probabilística.

CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA: muestreo aleatorio de los segmentos censales, teniendo como base de datos la relación de hogares del Censo de Población y Vivienda de 2010. Los hogares son seleccionados en todo el país mediante un diseño muestral estratificado por conglomerados en dos etapas, con probabilidad proporcional al tamaño (PPT) en la primera etapa y un número fijo de hogares en la segunda etapa. La muestra contiene 220 Unidades Primarias de Muestreo (segmentos censales).

FECHA DEL TRABAJO DE CAMPO: del 20 de abril al 1 de mayo de 2022.

FRECUENCIA: semestral.

SISTEMA DE INDICADORES DE CONFIANZA: el sistema está conformado por el Índice de Confianza del Consumidor (ICC), que recoge la valoración sobre el estado actual y las expectativas de la situación económica personal y del país, y por indicadores complementarios de confianza sobre la valoración del estado actual y expectativas sobre los precios, mercado de trabajo, ahorro y consumo. A su vez, cada indicador global de confianza está integrado por: i) un sub-indicador de coyuntura, que refleja la valoración que hacen los consumidores de la situación actual en relación con la que se vivió hace un año, y ii) un sub-indicador de expectativas sobre la situación esperada para los próximos 12 meses.

VALORES DE LOS INDICADORES: los indicadores varían de 0 a 200, correspondiendo 0 a la peor apreciación y 200 a la mejor. Los valores del índice por debajo de 100 indican pesimismo en las respuestas, derivado de que hay una mayor proporción de la población con una visión más pesimista que optimista. Los valores superiores a 100 indican un predominio de la población con opinión favorable en la variable analizada; en el caso de los indicadores de precios, mayor valoración significa un menor nivel de inflación. Valores iguales a 100 corresponden a una percepción neutral o balanceada entre respuestas favorables (optimistas) y desfavorables (pesimistas).

La Encuesta ICC es representativa a nivel nacional y para 4 dominios geográficos: i) **Gran Santo Domingo:** compuesto por el Distrito Nacional y la Provincia Santo Domingo (sin Boca Chica, por ser turístico); ii) **Santiago:** toda la provincia de Santiago; iii) **País turístico:** compuesto por las provincias del país con actividad turística; y iv) **Resto del país no turístico:** demás localidades no incluidas en los otros dominios. La muestra ha sido diseñada para obtener aproximadamente 2,000 entrevistas completas, con un error máximo de 5% a nivel de dominios y una confianza de 95%.



CÁLCULO DE LOS INDICADORES

El cálculo de cada índice se realiza en tres etapas, utilizando respuestas a las preguntas contenidas en una encuesta de opinión sobre la situación económica actual en relación con los últimos 12 meses y a las expectativas sobre la situación para los próximos 12 meses.

- **Primera etapa:** Transformación de cada pregunta del índice en una medida de saldo (S). Para preguntas con 3 opciones de respuesta: una valoración positiva (P), una valoración neutral (R), y una valoración negativa (N), el saldo se calcula como diferencia entre la proporción de personas que dio una valoración positiva (P) menos la proporción que la dio negativa (N), sin considerar las respuestas neutras (R):

$$S = P - N$$

Para preguntas con 5 opciones de respuesta: dos valoraciones escalonadas positivas (PP, P), una neutral (R), y dos valoraciones negativas (NN, N), el S se calcula a partir de la siguiente expresión:

$$S = (PP + \frac{1}{2}P) - (\frac{1}{2}N + NN)$$

En este caso, la ponderación asociada a cada respuesta es: mejora total (+1), leve mejora (+0.5), neutral (0), leve empeoramiento (-0.5), empeoramiento (-1). Como resultado se obtiene una medida resumen para cada pregunta que oscila entre -100 (cuando todos escojan la opción más negativa) y 100 (cuando todos escojan la opción más positiva).

- **Segunda etapa:** El saldo S se multiplica por 100 y luego se suma 100, para que el valor medio sea 100 (y el rango posible de valores se sitúe entre 200 y 0), lo que facilita su interpretación:

$$\text{Saldo transformado} = S * 100 + 100$$

- **Tercera etapa:** Cálculo de cada índice compuesto como una media aritmética de los saldos transformados de las variables que lo definen. En cada grupo de indicadores, el índice global equivale a una media aritmética de los índices coyuntural y de expectativas.

