

## ENCUESTA NACIONAL SOBRE CONFIANZA DEL CONSUMIDOR AMPLIADA NOVIEMBRE DE 2021

Ante la necesidad de conocer el comportamiento del Indicador de Confianza del Consumidor (ICC) a un mayor nivel de desagregación geográfica, el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) llevó a cabo, de abril a diciembre de 2021, una ampliación de la muestra de la Encuesta Nacional sobre Confianza del Consumidor (ENCO) Tradicional.

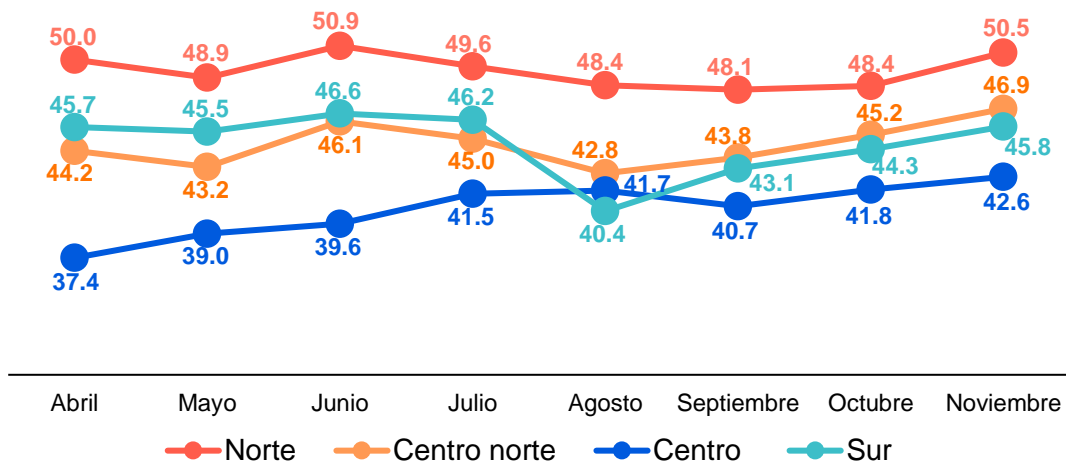
Con la edición de la ENCO-Ampliada, el INEGI mantiene el compromiso de presentar información de interés para la sociedad brindando información complementaria a la ENCO-Tradicional (que realiza desde 2003 en colaboración con el Banco de México) y ofrece información nacional, por regiones, para el agregado de 32 ciudades de 100 mil y más habitantes, para los ámbitos urbano y rural, además del desglose por quintiles de ingresos por trabajo<sup>1</sup>.

### PRINCIPALES RESULTADOS DE LA ENCO-AMPLIADA

De la ENCO-Ampliada se deriva el Indicador de Confianza del Consumidor (ICC) por regiones<sup>2</sup>. Para noviembre de 2021, el nivel del ICC-Regional más alto se encuentra en la región norte con 50.5 puntos, en tanto que el más bajo se ubica en la región centro con 42.6 puntos.

Para las cuatro regiones hay un aumento en el ICC de noviembre en relación con octubre de 2021. El mayor incremento corresponde a la región norte con 2.1 puntos.

**Indicador de Confianza del Consumidor por región (ICC-Regional)**  
Abril a noviembre de 2021  
Cifras originales



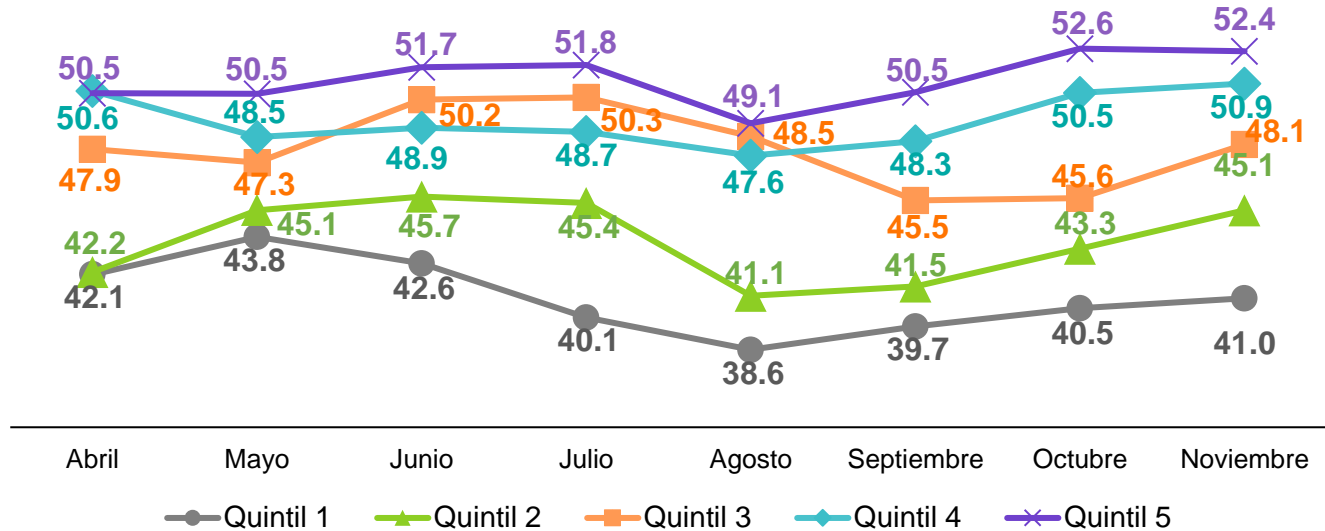
Fuente: Encuesta Nacional sobre Confianza del Consumidor Ampliada, abril a noviembre de 2021.

<sup>1</sup> Distribución de la población de 18 años y más en cinco partes iguales. El 1er. quintil representa a 20% de las personas con ingreso por trabajo más bajo, en contraposición del 5° quintil que contiene a 20% de las personas con ingreso más alto.

<sup>2</sup> La región norte se conforma por: Baja California, Chihuahua, Coahuila, Nuevo León, Sonora y Tamaulipas; la región centro norte considera Aguascalientes, Baja California Sur, Colima, Durango, Jalisco, Michoacán, Nayarit, San Luis Potosí, Sinaloa y Zacatecas; la región centro la integran Ciudad de México, México, Guanajuato, Hidalgo, Morelos, Puebla, Querétaro y Tlaxcala, y la región sur, Campeche, Chiapas, Guerrero, Oaxaca, Quintana Roo, Tabasco, Veracruz y Yucatán.

Por quintiles de ingreso por trabajo de la población ocupada de 18 años y más, destaca el quinto quintil con el ICC más alto, con 52.4 puntos. En noviembre de 2021, la diferencia entre el quinto y primer quintil es de 11.4 puntos.

**Indicador de Confianza del Consumidor por Quintiles (ICC-Quintiles)**  
Abril a noviembre de 2021  
Cifras originales



Fuente: Encuesta Nacional sobre Confianza del Consumidor Ampliada, abril a noviembre de 2021.

El ICC-Nacional registró un nivel de 45.6 puntos en noviembre, 1.4 puntos más alto que el valor registrado en octubre cuando se ubicó en 44.2 puntos.

La información de la ENCO Ampliada puede consultarse en:  
<https://www.inegi.org.mx/programas/enco/>

Para consultas de medios de comunicación, contactar a: [comunicacionsocial@inegi.org.mx](mailto:comunicacionsocial@inegi.org.mx) o llamar al teléfono (55) 52-78-10-00, exts. 1134, 1260 y 1241.

Dirección General Adjunta de Comunicación /Dirección de Atención a Medios





## ANEXO 1

### NOTA TÉCNICA

#### RESULTADOS DE LA ENCUESTA NACIONAL SOBRE CONFIANZA DEL CONSUMIDOR AMPLIADA

##### Resultados a noviembre de 2021

Ante la necesidad de conocer el comportamiento del **Indicador de Confianza del Consumidor** a un mayor nivel de desagregación geográfica, el INEGI llevó a cabo una ampliación de la muestra de la ENCO-Tradicional de abril a diciembre de 2021, con lo que surge la **Encuesta Nacional sobre Confianza del Consumidor Ampliada (ENCO-Ampliada)**. Esta encuesta permite generar resultados a nivel **nacional, regional y ámbito urbano-rural**, así como para **grupos de personas de acuerdo con su nivel de ingresos por trabajo (quintiles)**.

La **ENCO-Ampliada** tiene como objetivo, al igual que la ENCO-Tradicional<sup>3</sup>, generar información estadística para presentar indicadores sobre la percepción actual y las expectativas a futuro de la población acerca de su situación económica, la de su hogar y la del país. También se incluye información de las posibilidades de compra de bienes de consumo duradero y no duradero, así como de la percepción de otras variables económicas importantes como el empleo, la inflación y el ahorro, con el beneficio de aportar **nuevas desagregaciones de información**.

Se presentan los resultados de noviembre del **Indicador de Confianza del Consumidor Nacional (ICC-Nacional)** representativo de todo el país, el **Indicador de Confianza del Consumidor por región (ICC-Regional)**, el **Indicador de Confianza del Consumidor urbano y rural (ICC-Urbano e ICC-Rural)** y el **Indicador de Confianza del Consumidor de quintiles de ingreso por trabajo (ICC-Quintiles)**, además de los componentes que integran cada indicador.

---

<sup>3</sup> En convenio de colaboración con el Banco de México, el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), desde el año 2003, realiza la Encuesta Nacional sobre Confianza del Consumidor (ENCO-Tradicional), la cual permite generar el Indicador de Confianza del Consumidor (ICC-Tradicional) en el agregado de 32 ciudades de 100 mil y más habitantes (una por entidad federativa).



### **Principales características metodológicas:**

<b>Concepto</b>	<b>Descripción</b>
<b>Unidad de muestreo</b>	Viviendas particulares.
<b>Unidad de observación</b>	Hogares y residentes del hogar.
<b>Población de estudio</b>	Población de 18 años y más.
<b>Desgloses de información</b>	Nacional, regional, urbano-rural y por quintiles de ingreso por trabajo.
<b>Método de recolección</b>	Entrevista directa (cara a cara) a través de un cuestionario en dispositivo móvil.
<b>Tamaño de muestra</b>	4,811 viviendas mensuales a nivel nacional (2,336 viviendas de ENCO Tradicional y 2,475 viviendas que complementan la muestra del resto de los dominios del país).
<b>Esquema de muestreo</b>	Probabilístico, estratificado, por conglomerados y trietápico.
<b>Levantamiento</b>	Los primeros 20 días del mes de noviembre de 2021.

### **Indicador de Confianza del Consumidor**

El Indicador de Confianza del Consumidor (ICC) es un indicador que se elabora con base en la información que se obtiene de la encuesta sobre confianza del consumidor. Se compone de cinco indicadores parciales y se calcula como media aritmética de los balances sobre la percepción del informante acerca de: a) la situación económica actual del hogar con respecto a la de hace un año; b) la situación económica esperada del hogar dentro de doce meses; c) la situación económica presente del país respecto a la de hace un año; d) la situación económica del país dentro de doce meses y e) la posibilidad del hogar para adquirir bienes de consumo duradero.

Los indicadores en balance, por definición, oscilan entre 0 y 100. En términos teóricos, conforme el valor del indicador se incrementa y se acerca al límite superior se puede considerar una percepción más positiva de los consumidores.

En el Anexo 2 se puede consultar la metodología de cálculo del ICC, utilizando como ejemplo los datos del ICC-Nacional del mes de abril de 2021. Adicionalmente, se describen aspectos de la recolección de la muestra de la ENCO-Ampliada.

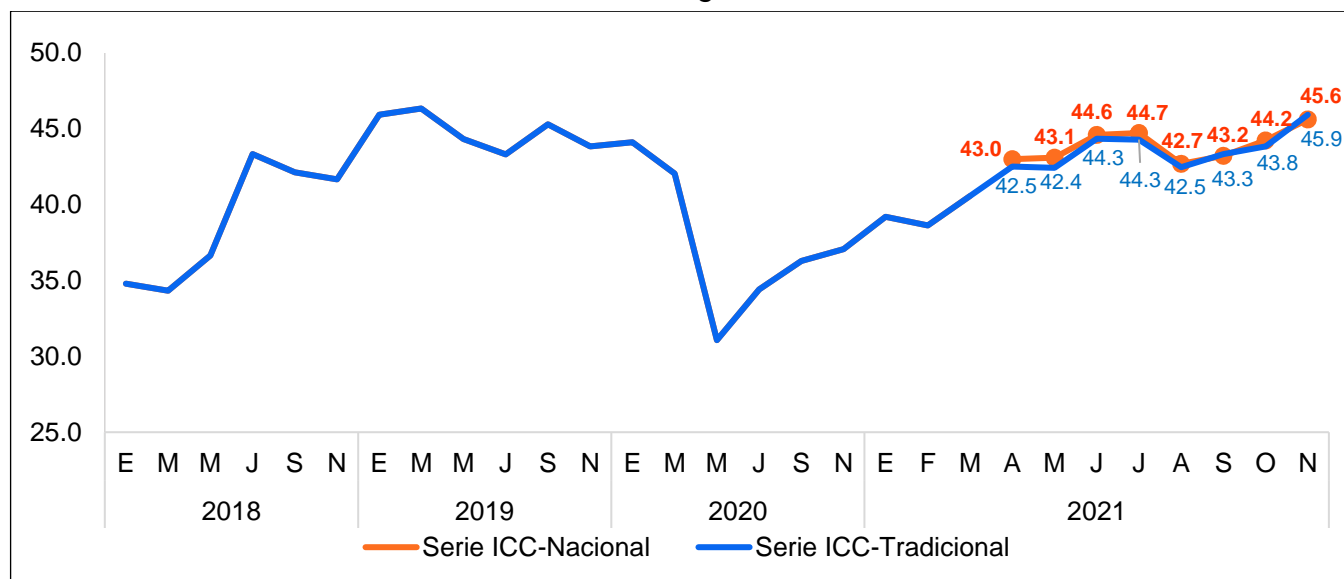
Cabe mencionar que, como referencia del nivel del ICC-Nacional, se utiliza la serie estadística de los datos de la ENCO-Tradicional. Sin embargo, estos se presentan sin desestacionalizar, por lo que los datos de la ENCO-Tradicional no coinciden estrictamente con los datos que se publican desestacionalizados del Indicador de Confianza del Consumidor (ICC-Tradicional).

## Indicador de Confianza del Consumidor Nacional (ICC-Nacional) y sus componentes, resultados a noviembre de 2021

En noviembre de 2021, derivado del levantamiento de la ENCO-Ampliada, el ICC-Nacional registró un balance de 45.6 puntos, 1.4 puntos más alto que el valor registrado en el mes anterior, que se ubicó en 44.2 puntos.

En la siguiente gráfica se visualiza el dato de la serie de la ENCO-Nacional y tiene como referencia los respectivos indicadores de la ENCO-Tradicional. El dato para noviembre de 2021 para el agregado urbano de las 32 ciudades del país derivado de la ENCO-Tradicional se ubicó en 45.9 puntos<sup>4</sup>.

**Comparación entre el ICC-Nacional y el ICC-Tradicional**  
Cifras originales



Fuente: Encuesta Nacional sobre Confianza del Consumidor Ampliada, de abril a noviembre de 2021.

Encuesta Nacional sobre Confianza del Consumidor Tradicional, de abril a julio de 2020 el dato corresponde a ETCO.

En noviembre de 2021, los cinco componentes que integran el ICC-Nacional mostraron un aumento en relación con el mes anterior:

- El componente de la situación económica actual de los miembros del hogar comparada con la que tenían hace 12 meses, en noviembre se ubicó en 49.9 puntos. Esto equivale a un aumento de 2.1 puntos en relación con octubre, siendo el indicador con el incremento más alto.

<sup>4</sup> La diferencia de los ICC mensuales entre la ENCO Ampliada y la ENCO Tradicional no son estadísticamente significativos.



- El componente sobre las posibilidades de los integrantes del hogar para realizar compras de bienes duraderos en el momento actual mostró un crecimiento de 1.7 puntos, ubicándose en 23.8 puntos en noviembre.
- El componente sobre la situación económica del país hoy en día, comparada con la de hace 12 meses, reportó un incremento de 1.6 puntos mensual y se posicionó en 43.2 puntos en noviembre.
- Por su parte, el componente sobre la situación económica de los miembros del hogar dentro de 12 meses respecto a la actual aumentó 1.2 puntos y se ubicó en 58.7 puntos.
- Finalmente, el componente sobre la condición económica del país dentro de 12 meses respecto a la actual presentó el menor aumento con apenas 0.3 puntos, ubicándose en 52.5 puntos en noviembre.

### Indicadores componentes del ICC-Nacional y diferencias respectivas Octubre y noviembre de 2021

Cifras originales

Componentes	Octubre	Noviembre	Diferencia nov-oct
3. Situación económica actual de los miembros del hogar comparado con la que tenían hace 12 meses.	47.8	49.9	2.1
4. Situación económica de los miembros del hogar dentro de 12 meses respecto a la actual.	57.5	58.7	1.2
5. Situación económica del país hoy en día, comparada con la de hace 12 meses.	41.6	43.2	1.6
6. Condición económica del país dentro de 12 meses respecto a la actual.	52.2	52.5	0.3
8. Posibilidades en el momento actual, comparada con la situación económica de hace un año, para realizar compras de muebles, televisor, lavadora, otros aparatos electrodomésticos, etcétera.	22.1	23.8	1.7

Fuente: Encuesta Nacional sobre Confianza del Consumidor Ampliada, de octubre a noviembre de 2021.

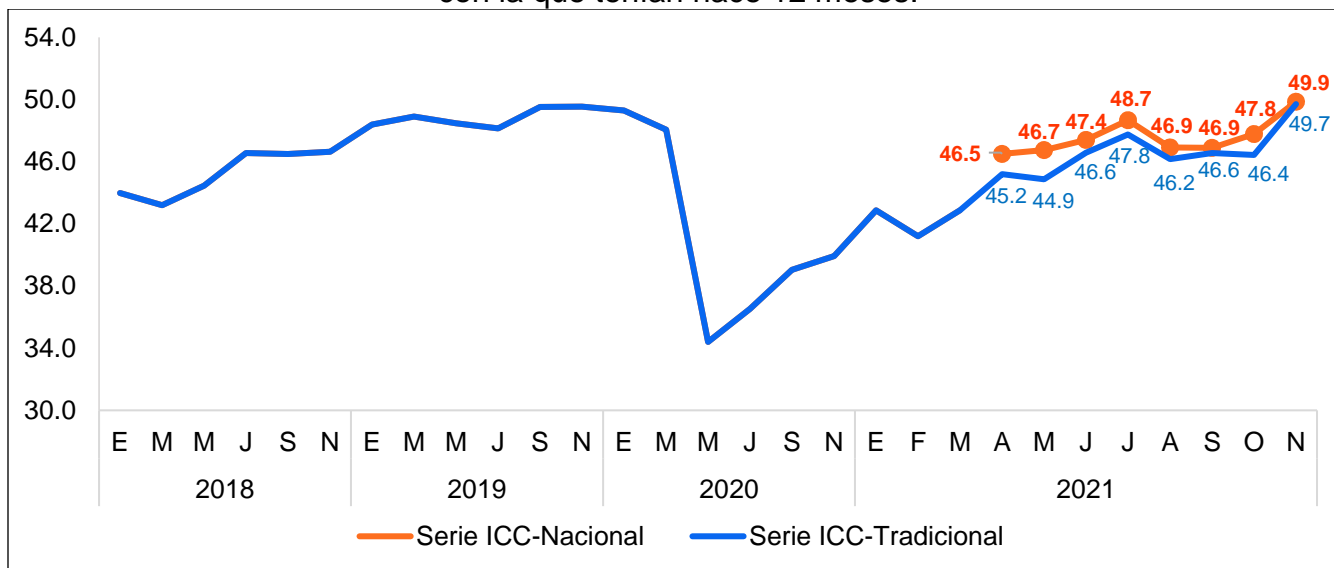
**Nota:** El número del indicador componente corresponde al número de pregunta en el cuestionario sobre percepción del consumidor, que contiene un total de 15. Véase anexo 2.

A continuación, en las gráficas se compara la información que corresponde a la ENCO-Ampliada en relación con la ENCO-Tradicional para los cinco componentes del ICC. En noviembre el componente sobre las posibilidades para realizar compras de bienes duraderos en el momento actual, comparada con la situación económica de hace un año, se situó en 23.8 puntos para el ICC-Nacional y 26.4 puntos para el ICC-Tradicional. Esto es, 2.6 puntos de diferencia, la brecha más amplia reportada.



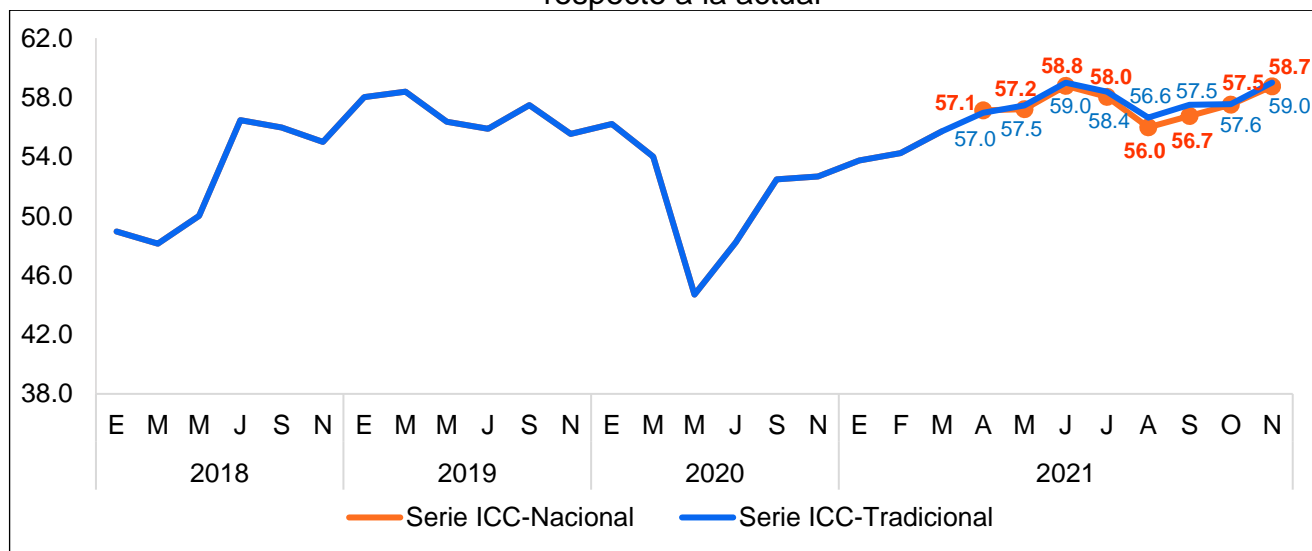
## Componentes del ICC-Nacional y del ICC-Tradicional Cifras originales

Componente 3. Situación económica actual de los miembros del hogar comparada con la que tenían hace 12 meses.



Fuente: Encuesta Nacional sobre Confianza del Consumidor Ampliada, de abril a noviembre de 2021.  
Encuesta Nacional sobre Confianza del Consumidor Tradicional, de abril a julio de 2020 el dato corresponde a ETCO.

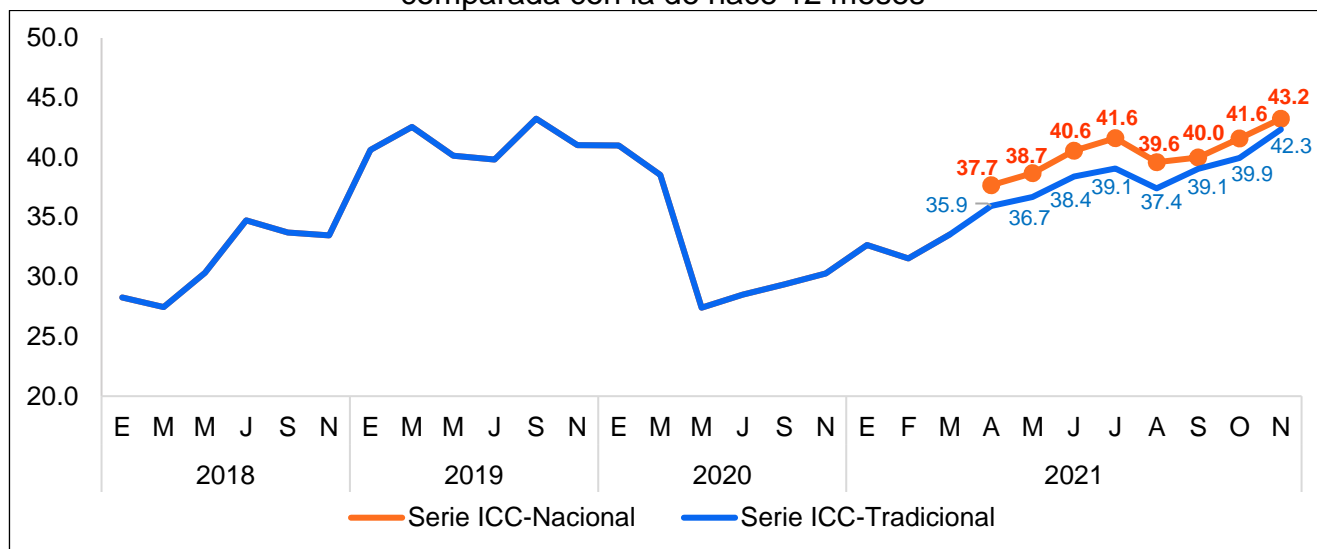
Componente 4. Situación económica de los miembros del hogar dentro de 12 meses, respecto a la actual



Fuente: Encuesta Nacional sobre Confianza del Consumidor Ampliada, de abril a noviembre de 2021.  
Encuesta Nacional sobre Confianza del Consumidor Tradicional, de abril a julio de 2020 el dato corresponde a ETCO.

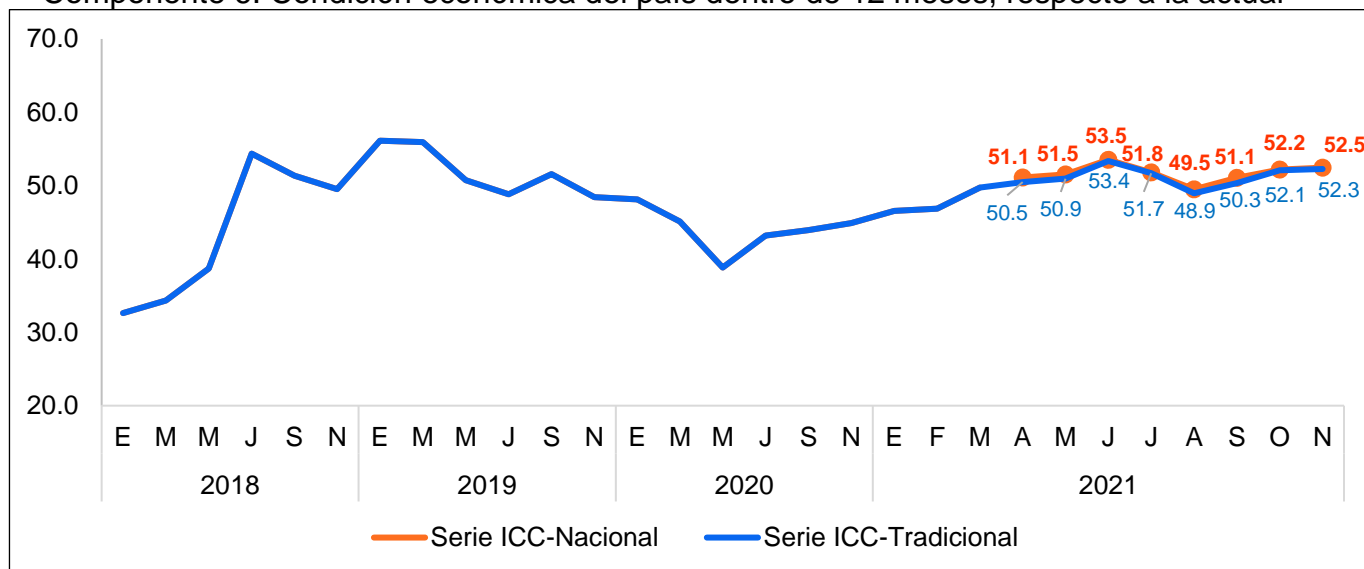


### Componente 5. Situación económica del país hoy en día, comparada con la de hace 12 meses



Fuente: Encuesta Nacional sobre Confianza del Consumidor Ampliada, de abril a noviembre de 2021.  
Encuesta Nacional sobre Confianza del Consumidor Tradicional, de abril a julio de 2020 el dato corresponde a ETCO.

### Componente 6. Condición económica del país dentro de 12 meses, respecto a la actual

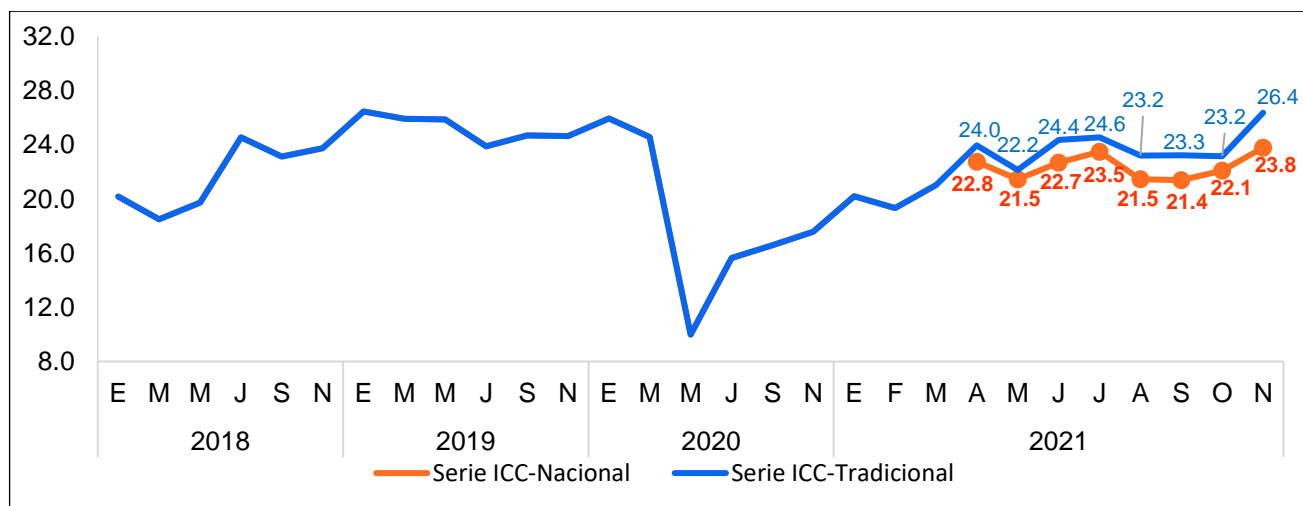


Fuente: Encuesta Nacional sobre Confianza del Consumidor Ampliada, de abril a noviembre de 2021.  
Encuesta Nacional sobre Confianza del Consumidor Tradicional, de abril a julio de 2020 el dato corresponde a ETCO.





Componente 8. Posibilidades en el momento actual, comparada con la situación económica de hace un año, para realizar compras de bienes duraderos.



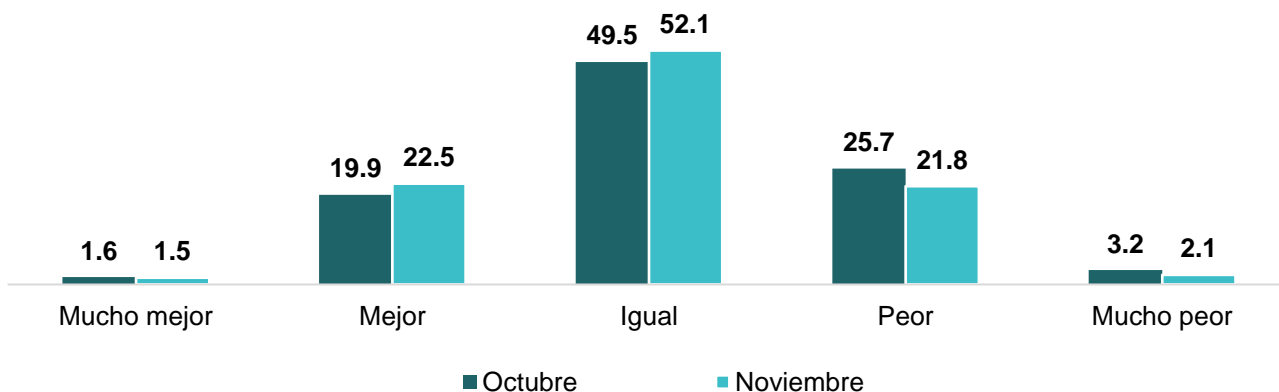
Fuente: Encuesta Nacional sobre Confianza del Consumidor Ampliada, de abril a noviembre de 2021.  
Encuesta Nacional sobre Confianza del Consumidor Tradicional; de abril a julio de 2020 el dato corresponde a ETCO.

**Resultados específicos de las cinco preguntas que componen el ICC-Nacional**

Las respuestas de cada una de las preguntas de los indicadores que conforman el ICC-Nacional en la ENCO-Ampliada permiten identificar el comportamiento al interior de estos.

En noviembre de 2021 se identifica lo siguiente: la categoría de respuesta “Mejor” en la pregunta 4, representa el mayor porcentaje (42.1%), mientras que “Igual” concentra el mayor número de respuesta en las preguntas 3 y 6 (52.1 y 36.6%, respectivamente). La respuesta “Peor” en la pregunta 5, representa el mayor porcentaje (39.4%). En la pregunta 8 la respuesta “Menores” representa la de más alto porcentaje (59.5%).

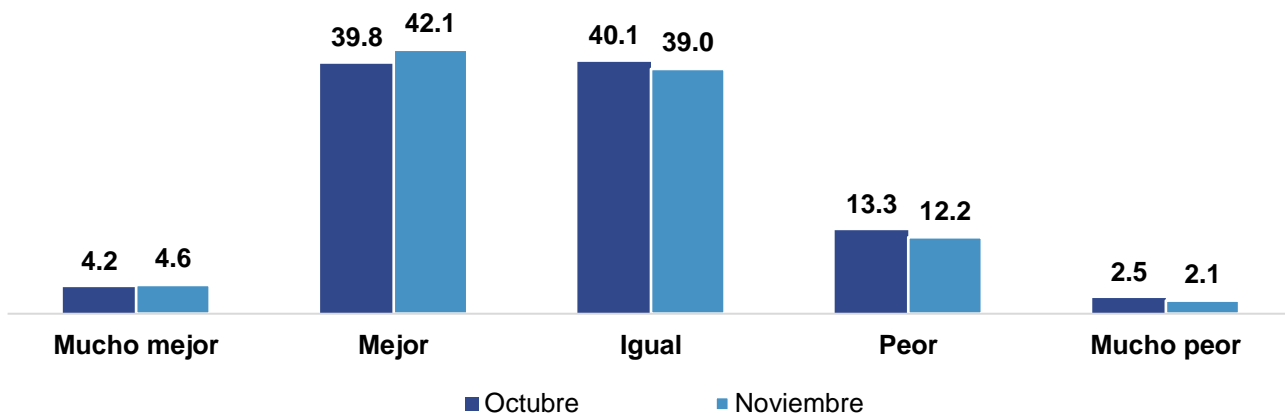
**Distribución porcentual de las respuestas a la pregunta 3. Comparada con la situación económica que los miembros de este hogar tenían hace 12 meses ¿Cómo cree que es su situación en este momento?**



Fuente: Encuesta Nacional sobre Confianza del Consumidor Ampliada, octubre y noviembre de 2021.

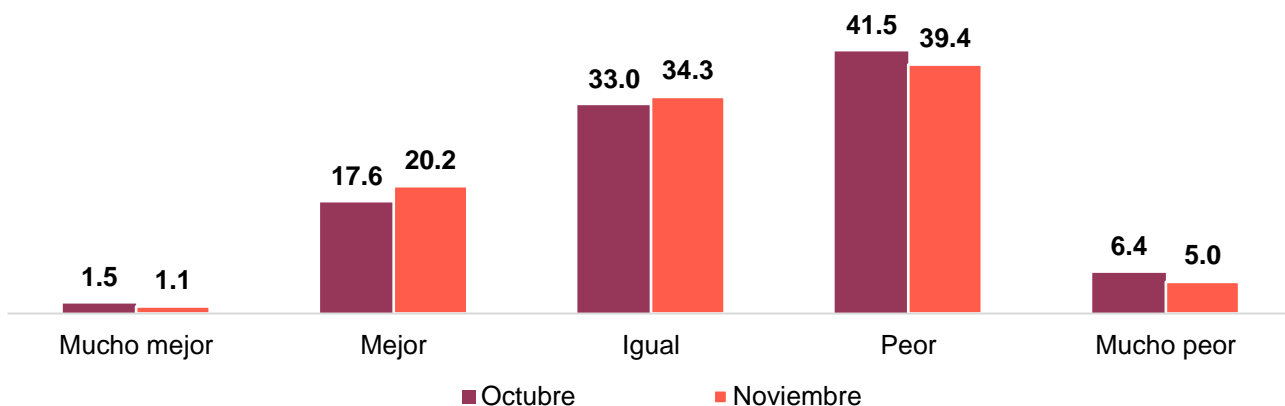


**Distribución porcentual de las respuestas a la pregunta 4. ¿Cómo considera usted que será la situación económica de los miembros de este hogar dentro de 12 meses, respecto a la actual?**



Fuente: Encuesta Nacional sobre Confianza del Consumidor Ampliada, octubre y noviembre de 2021.

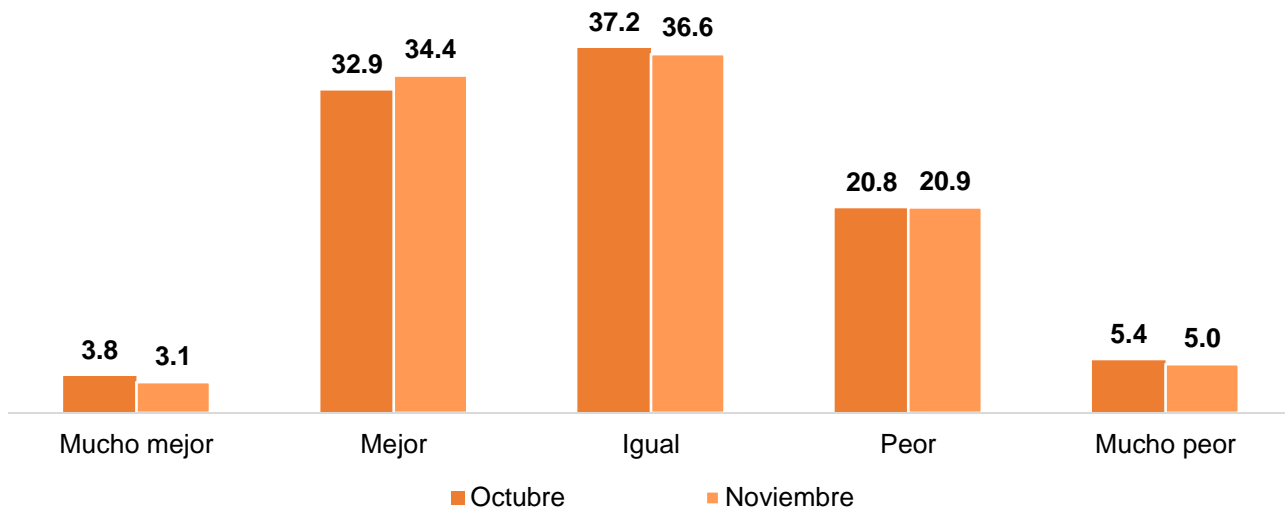
**Distribución porcentual de las respuestas a la pregunta 5. ¿Cómo considera usted la situación económica del país hoy en día comparada con la de hace 12 meses?**



Fuente: Encuesta Nacional sobre Confianza del Consumidor Ampliada, octubre y noviembre de 2021.

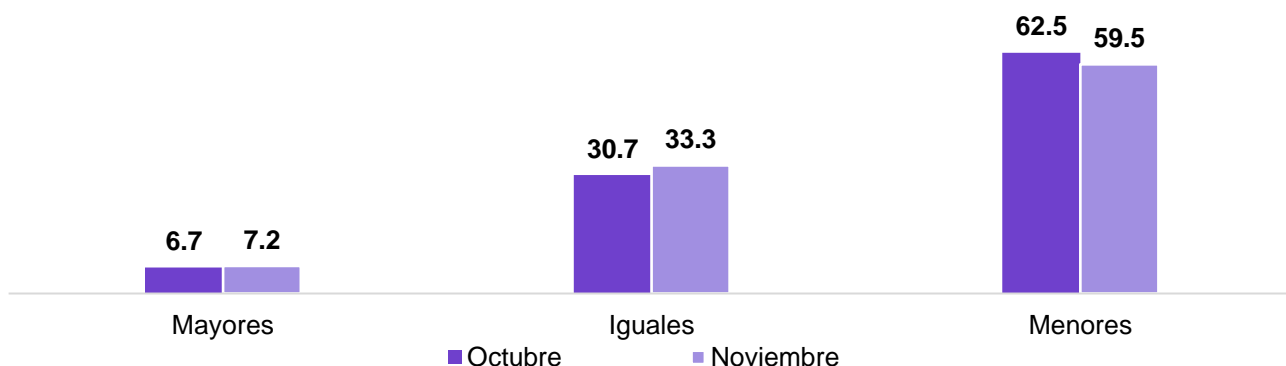


**Distribución porcentual de las respuestas a la pregunta 6 ¿Cómo considera usted que será la condición económica del país dentro de 12 meses, respecto de la actual situación?**



Fuente: Encuesta Nacional sobre Confianza del Consumidor Ampliada, octubre y noviembre de 2021.

**Distribución porcentual de las respuestas a la pregunta 8. Comparando la situación económica actual con la de hace un año, ¿cómo considera en el momento actual las posibilidades de que usted o alguno de los integrantes de este hogar realice compras tales como muebles, televisor, lavadora, otros aparatos electrodomésticos, etcétera?**



Fuente: Encuesta Nacional sobre Confianza del Consumidor Ampliada, octubre y noviembre de 2021.



## Indicadores complementarios de la ENCO-Ampliada

De los 10 indicadores complementarios de la ENCO-Ampliada en noviembre de 2021, se identifica que ocho presentan aumento en relación con el mes anterior. El componente que mostró un mayor crecimiento mensual fue el de las posibilidades económicas para salir de vacaciones en los próximos 12 meses, ubicándose en 26.6 puntos, con un alza de 3.2 puntos respecto a octubre.

En contraste, el rubro sobre la percepción de las condiciones económicas para ahorrar dentro de 12 meses comparadas con las actuales no mostró cambio. Registró un valor de 51.1 puntos.

### Indicadores complementarios del ICC-Nacional y diferencias respectivas Octubre a noviembre 2021 Cifras originales

Indicadores complementarios	Octubre	Noviembre	Diferencia nov-oct
1. Percepción de situación económica personal en este momento comparada con la de hace 12 meses.	46.3	47.6	1.3
2. Percepción de situación económica personal dentro de 12 meses comparada con la actual.	56.2	57.8	1.6
7. Posibilidades actuales de comprar ropa, zapatos, alimentos, etc. comparadas con las de hace un año.	32.1	34.7	2.6
9. Posibilidades económicas para salir de vacaciones de los miembros del hogar durante los próximos 12 meses.	23.4	26.6	3.2
10. Posibilidades actuales de ahorrar alguna parte de sus ingresos.	31.2	33.6	2.4
11. Percepción de condiciones económicas para ahorrar dentro de 12 meses comparadas con las actuales.	51.1	51.1	0.0
12. Percepción del comportamiento de precios en el país en los siguientes 12 meses.	19.0	18.2	-0.8
13. Percepción de la situación del empleo en el país en los próximos 12 meses.	48.4	50.3	1.9
14. Planeación de algún miembro del hogar para comprar un automóvil nuevo o usado en los próximos 2 años.	11.3	11.6	0.3
15. Planeación de algún miembro del hogar de comprar, construir o remodelar una casa en los próximos 2 años.	17.9	18.5	0.6

Fuente: Encuesta Nacional sobre Confianza del Consumidor Ampliada, octubre y noviembre de 2021.

**Nota:** El número del indicador complementario corresponde al número de pregunta en el cuestionario sobre percepción del consumidor, que contiene un total de 15. Véase anexo 2.



En noviembre de 2021, el indicador complementario del ICC-Nacional que mostró un valor mayor respecto al ICC-Tradicional fue el que se refiere a la planeación de algún miembro del hogar de comprar, construir o remodelar una casa en los próximos 2 años. El Nacional se ubicó en 18.5, en tanto que en el Tradicional fue de 16.4 puntos. Es decir, 2.1 puntos por arriba.

En contraste, el rubro sobre las posibilidades económicas para salir de vacaciones durante los próximos 12 meses tuvo una diferencia negativa de 5.9 puntos con respecto al Tradicional, pues presentó un valor de 26.6 puntos en el Nacional y 32.5 en el Tradicional.

**Indicadores complementarios del ICC-Nacional e ICC-Tradicional  
con mayor diferencia  
Noviembre 2021  
Cifras originales**

Indicadores complementarios	Indicadores complementarios noviembre		Diferencia
	Nacional	Tradicional	
7. Posibilidades actuales de comprar ropa, zapatos, alimentos, etc. comparadas con las de hace un año.	34.7	35.7	-1.0
9. Posibilidades económicas para salir de vacaciones de los miembros del hogar durante los próximos 12 meses.	26.6	32.5	-5.9
10. Posibilidades actuales de ahorrar alguna parte de sus ingresos.	33.6	36.4	-2.8
14. Planeación de algún miembro del hogar para comprar un automóvil nuevo o usado en los próximos 2 años.	11.6	12.7	-1.1
15. Planeación de algún miembro del hogar de comprar, construir o remodelar una casa en los próximos 2 años.	18.5	16.4	2.1

Fuente: Encuesta Nacional sobre Confianza del Consumidor Ampliada, octubre a noviembre de 2021.

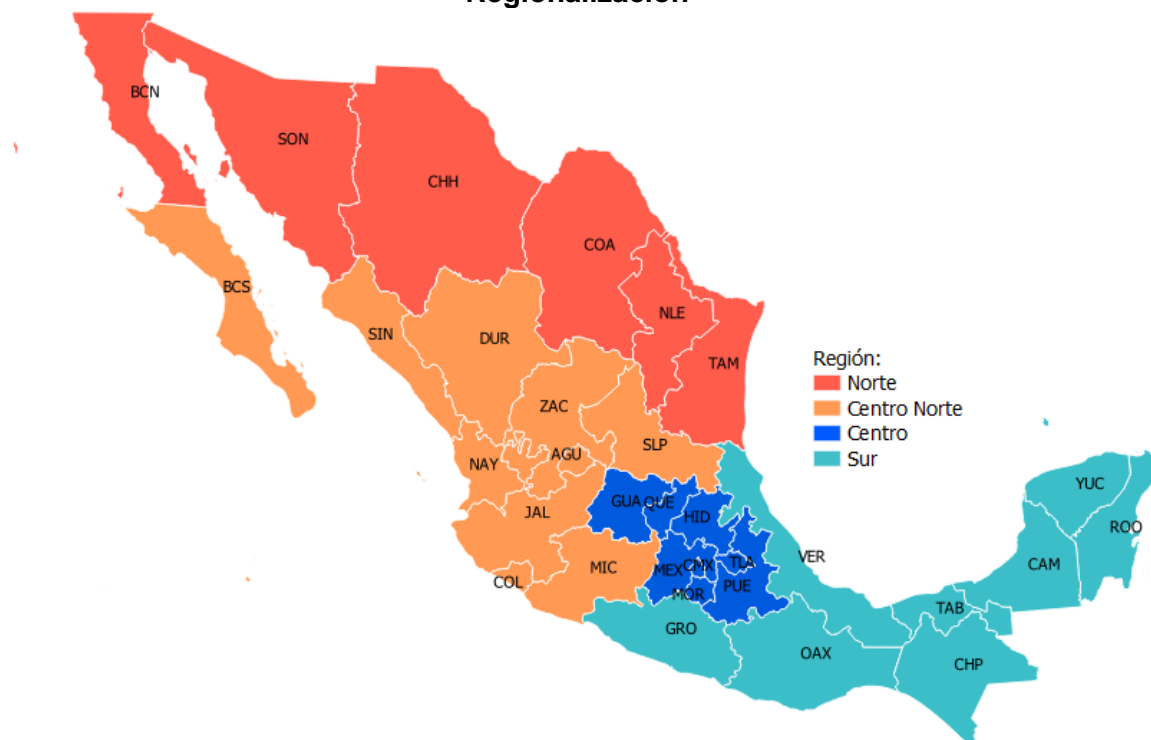
Encuesta Nacional sobre Confianza del Consumidor Tradicional, octubre a noviembre de 2021.

**Nota:** El número del indicador complementario corresponde al número de pregunta en el cuestionario sobre percepción del consumidor, que contiene un total de 15. Véase anexo.

## Indicador de Confianza del Consumidor por región (ICC-Regional) de la ENCO-Ampliada, resultados a noviembre de 2021

Para la ENCO-Ampliada por región se utiliza la regionalización del Banco de México, empleada para realizar su “Reporte sobre las economías regionales”, la cual se compone por cuatro regiones: norte, centro norte, centro y sur<sup>5</sup> como se aprecia en el siguiente mapa.

### Regionalización



\* Siglas de mapa conforme a tres dígitos de la Norma ISO 3166 *Codes for the representation of names of countries and their subdivisions*; (ISO-3166-2). En: <https://www.iso.org/obp/ui/es/#iso:code:3166:MX>.

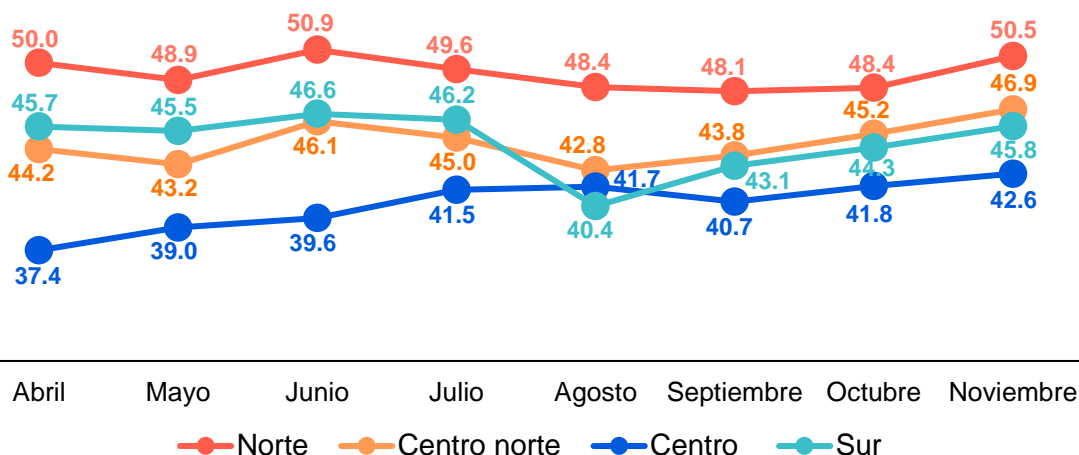
Nota: la región norte se conforma por: Baja California, Chihuahua, Coahuila, Nuevo León, Sonora y Tamaulipas; el centro norte considera Aguascalientes, Baja California Sur, Colima, Durango, Jalisco, Michoacán, Nayarit, San Luis Potosí, Sinaloa y Zacatecas; el centro lo integran Ciudad de México, México, Guanajuato, Hidalgo, Morelos, Puebla, Querétaro y Tlaxcala; y el sur, Campeche, Chiapas, Guerrero, Oaxaca, Quintana Roo, Tabasco, Veracruz y Yucatán.

En noviembre de 2021, los niveles del ICC-Regional más altos se encuentran en la región norte (50.5 puntos) y centro norte (46.9 puntos). Le sigue la región sur (45.8 puntos) y el dato menor está en la región centro (42.6 puntos). Cabe mencionar que, de octubre a noviembre, las cuatro regiones presentan un aumento en su indicador: el más alto se obtiene en la región norte con 2.1 puntos.

<sup>5</sup> Banco de México (2019). Reporte sobre las economías regionales octubre–diciembre 2019. Consultado en: <https://www.banxico.org.mx/publicaciones-y-prensa/reportes-sobre-las-economias-regionales/%7BEF71C81A-CBF5-C945-9728-2C1105134A38%7D.pdf>.



**Indicador de Confianza del Consumidor por región (ICC-Regional)**  
**Abril a noviembre de 2021**  
 Cifras originales



Fuente: Encuesta Nacional sobre Confianza del Consumidor Ampliada, abril a noviembre de 2021

En noviembre de 2021, en la región norte y centro se dieron las mayores alzas con relación al mes previo en el rubro sobre las posibilidades en el momento actual de los integrantes del hogar para realizar compras de bienes, con valores de 33.9 y 19.7 puntos, respectivamente. Para las regiones centro norte y sur se registró el mayor crecimiento en la situación económica del país hoy en día, comparada con la de hace 12 meses, obteniendo un valor de 44.3 y 46.8 puntos, respectivamente.

**Indicadores componentes del ICC-Regional de la ENCO-Ampliada, y diferencias respectivas**  
**Octubre y noviembre de 2021**  
 Cifras originales

Componentes	Norte			Centro norte		
	Oct	Nov	Diferencia nov-oct	Oct	Nov	Diferencia nov-oct
3. Situación económica actual de los miembros del hogar comparada con la que tenían hace 12 meses.	52.1	55.0	2.9	49.3	51.4	2.1
4. Situación económica de los miembros del hogar dentro de 12 meses, respecto a la actual.	59.5	61.4	1.9	57.8	59.4	1.6
5. Situación económica del país hoy en día, comparada con la de hace 12 meses.	45.1	46.9	1.8	42.1	44.3	2.2
6. Condición económica del país dentro de 12 meses, respecto a la actual.	54.5	55.2	0.7	52.1	52.8	0.7
8. Posibilidades en el momento actual, comparada con la situación económica de hace un año, para realizar compras de muebles, televisor, lavadora, otros aparatos electrodomésticos, etcétera.	30.6	33.9	3.3	25.0	26.6	1.6

Continuación...

Componentes	Centro			Sur		
	Oct	Nov	Diferencia nov-oct	Oct	Nov	Diferencia nov-oct
3. Situación económica actual de los miembros del hogar comparada con la que tenían hace 12 meses.	45.0	46.8	1.8	47.7	49.6	1.9
4. Situación económica de los miembros del hogar dentro de 12 meses, respecto a la actual.	57.4	57.8	0.4	55.8	57.7	1.9
5. Situación económica del país hoy en día, comparada con la de hace 12 meses.	38.3	39.0	0.7	44.2	46.8	2.6
6. Condición económica del país dentro de 12 meses, respecto a la actual.	50.5	49.6	-0.9	53.4	55.0	1.6
8. Posibilidades en el momento actual, comparada con la situación económica de hace un año, para realizar compras de muebles, televisor, lavadora, otros aparatos electrodomésticos, etcétera.	17.6	19.7	2.1	20.5	19.8	-0.7

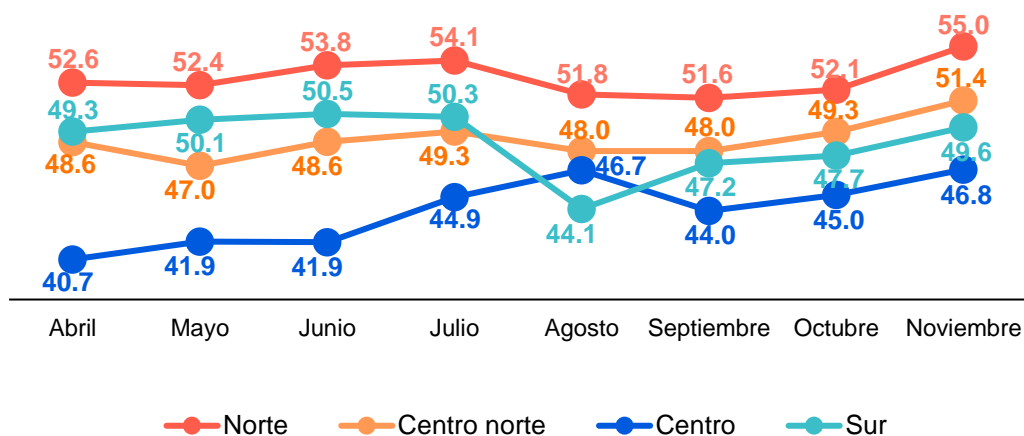
Fuente: Encuesta Nacional sobre Confianza del Consumidor Ampliada, octubre a noviembre de 2021

**Nota:** El número del indicador componente corresponde al número de pregunta en el cuestionario sobre percepción del consumidor, que contiene un total de 15. Véase anexo.

A continuación, se presentan las gráficas para los componentes del ICC-Regional en su serie de abril a noviembre de 2021.

### Componentes del ICC-Regional Abril a noviembre de 2021 Cifras originales

Componente 3. Situación económica actual de los miembros del hogar comparado con la que tenían hace 12 meses.

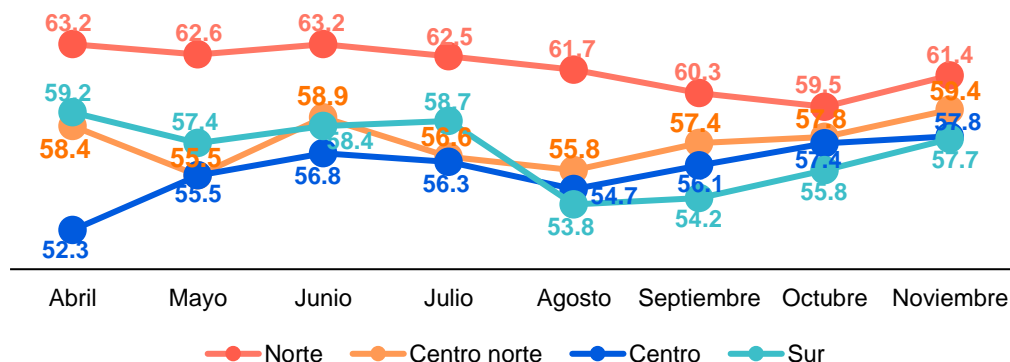


Fuente: Encuesta Nacional sobre Confianza del Consumidor Ampliada, abril a noviembre de 2021.



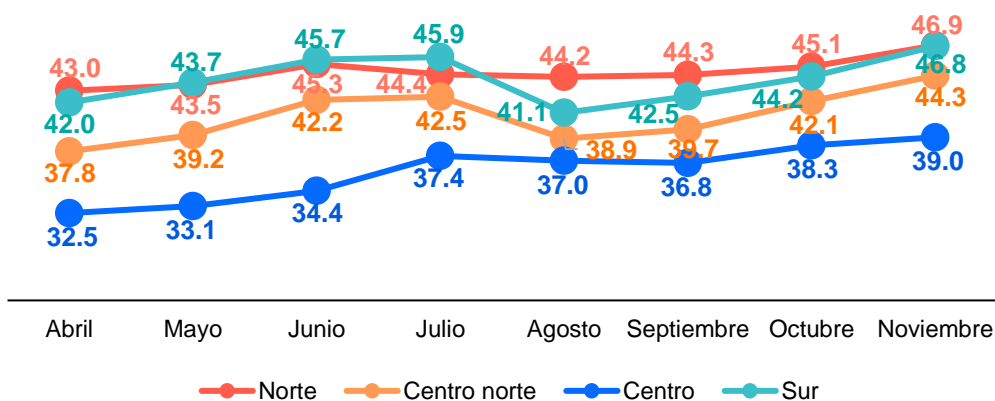


### Componente 4. Situación económica de los miembros del hogar dentro de 12 meses, respecto a la actual



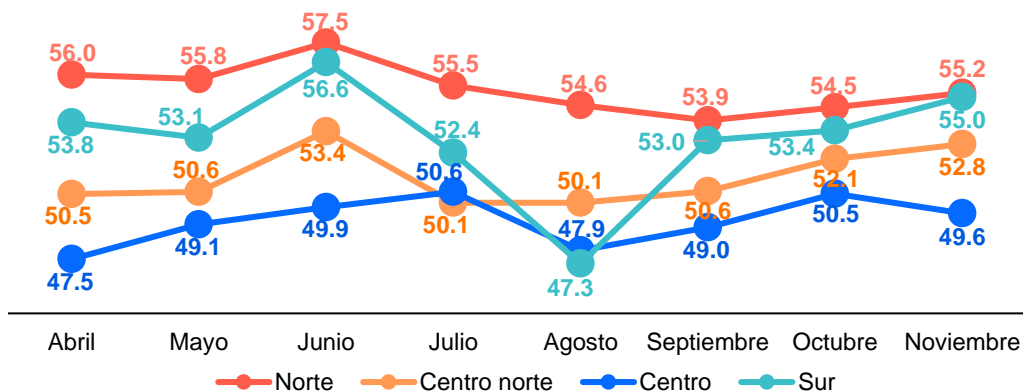
Fuente: Encuesta Nacional sobre Confianza del Consumidor Ampliada, abril a noviembre de 2021.

### Componente 5. Situación económica del país hoy en día, comparada con la de hace 12 meses



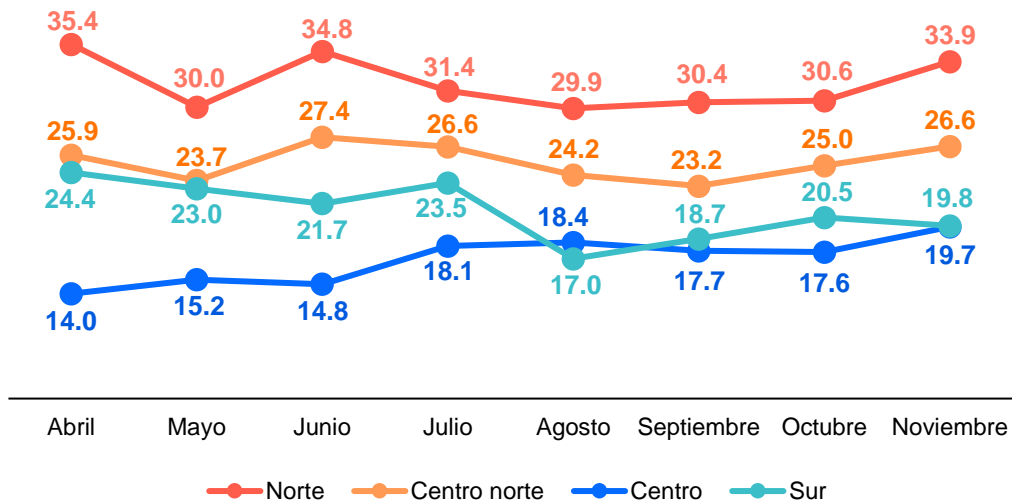
Fuente: Encuesta Nacional sobre Confianza del Consumidor Ampliada, abril a noviembre de 2021.

### Componente 6. Condición económica del país dentro de 12 meses, respecto a la actual



Fuente: Encuesta Nacional sobre Confianza del Consumidor Ampliada, abril a noviembre de 2021.

Componente 8. Posibilidades en el momento actual, comparada con la situación económica de hace un año, para realizar compras de bienes duraderos.



Fuente: Encuesta Nacional sobre Confianza del Consumidor Ampliada, abril a noviembre de 2021.

### Indicadores complementarios del ICC-Regional

Los indicadores complementarios sobre la confianza del consumidor por región son 10 adicionales a los del componente del ICC. En esta sección se hará referencia a cinco: las posibilidades de comprar bienes no duraderos como ropa, zapatos, alimentos, etcétera; salir de vacaciones; posibilidades de ahorrar; comprar un vehículo; y comprar, construir o remodelar una casa.

En noviembre, en comparación con el mes previo, la variable que evalúa las posibilidades actuales de comprar ropa, zapatos, alimentos, entre otros, comparadas con las de hace un año, presenta los mayores aumentos en la región centro norte y en la región sur con 38.9 y 34.9 puntos, respectivamente.

El rubro sobre las posibilidades económicas para salir de vacaciones de los miembros del hogar durante los próximos 12 meses presenta valores al alza en las cuatro regiones. Sin embargo, la región centro presenta el mayor incremento con 22.0 puntos alcanzados para este indicador en noviembre de 2021. Por otra parte, la variable sobre la posibilidad actual de ahorrar alguna parte de sus ingresos presenta un incremento de 3.5 puntos tanto en la región norte como en la centro norte, ubicándose en 41.8 puntos y 36.6 puntos, respectivamente. En la siguiente tabla se pueden apreciar los resultados de los indicadores en noviembre de 2021 y las diferencias con el mes previo.



**Indicadores complementarios del ICC Regional y diferencias respectivas**  
**Octubre y noviembre 2021**  
 Cifras originales

Componentes	Norte			Centro norte		
	Oct	Nov	Diferencia nov-oct	Oct	Nov	Diferencia nov-oct
7. Posibilidades actuales de comprar ropa, zapatos, alimentos, etc. comparadas con las de hace un año.	43.7	45.7	2.0	33.8	38.9	5.1
9. Posibilidades económicas para salir de vacaciones de los miembros del hogar durante los próximos 12 meses.	32.4	35.3	2.9	30.8	34.4	3.6
10. Posibilidades actuales de ahorrar alguna parte de sus ingresos.	38.3	41.8	3.5	33.1	36.6	3.5
14. Planeación de algún miembro del hogar para comprar un automóvil nuevo o usado en los próximos 2 años.	20.0	20.7	0.7	12.4	12.5	0.1
15. Planeación de algún miembro del hogar de comprar, construir o remodelar una casa en los próximos 2 años.	25.3	26.7	1.4	19.0	21.1	2.1

Componentes	Centro			Sur		
	Oct	Nov	Diferencia nov-oct	Oct	Nov	Diferencia nov-oct
7. Posibilidades actuales de comprar ropa, zapatos, alimentos, etc. comparadas con las de hace un año.	27.2	27.2	0.0	29.7	34.9	5.2
9. Posibilidades económicas para salir de vacaciones de los miembros del hogar durante los próximos 12 meses.	18.3	22.0	3.7	18.0	19.8	1.8
10. Posibilidades actuales de ahorrar alguna parte de sus ingresos.	27.3	28.1	0.8	30.7	33.6	2.9
14. Planeación de algún miembro del hogar para comprar un automóvil nuevo o usado en los próximos 2 años.	7.6	8.0	0.4	10.0	9.5	-0.5
15. Planeación de algún miembro del hogar de comprar, construir o remodelar una casa en los próximos 2 años.	13.2	13.3	0.1	19.2	18.8	-0.4

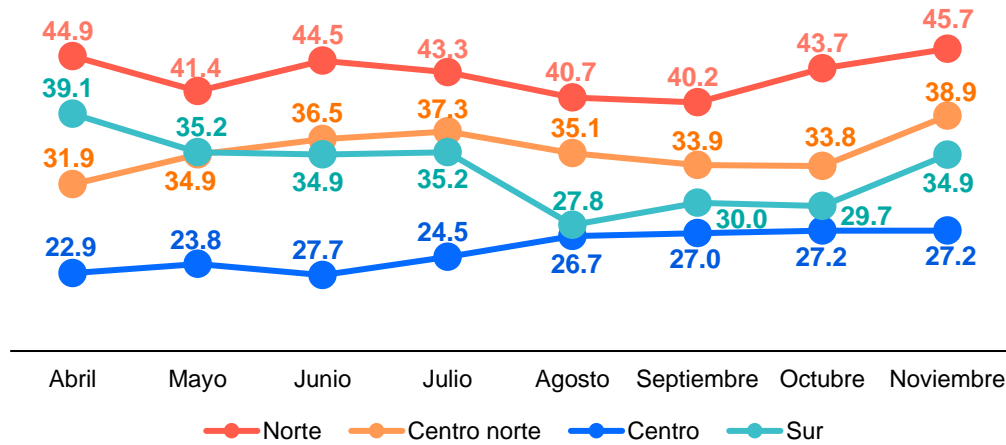
Fuente: Encuesta Nacional sobre Confianza del Consumidor Ampliada, octubre a noviembre de 2021.

**Nota:** El número del indicador complementario corresponde al número de pregunta en el cuestionario sobre percepción del consumidor, que contiene un total de 15. Véase anexo.

En las siguientes gráficas se puede visualizar el comportamiento de abril a noviembre para las cuatro regiones, de los indicadores complementarios del ICC-Regional.

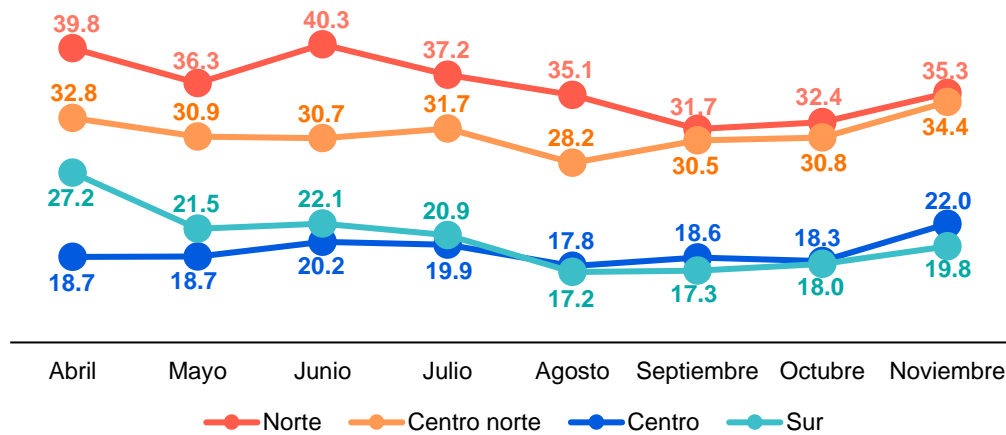
### Indicadores complementarios del ICC-Regional Abril a noviembre de 2021 Cifras originales

Componente 7. Posibilidades actuales de comprar ropa, zapatos, alimentos, etc. comparadas con las de hace un año.



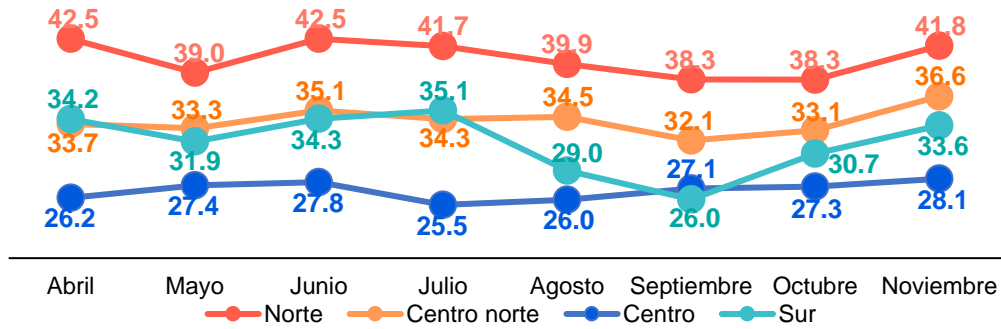
Fuente: Encuesta Nacional sobre Confianza del Consumidor Ampliada, abril a noviembre de 2021.

Componente 9. Posibilidades económicas para salir de vacaciones de los miembros del hogar durante los próximos 12 meses.



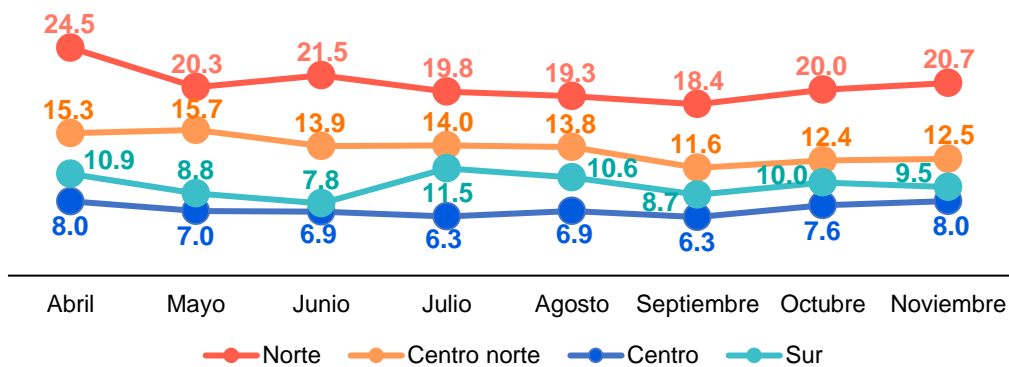
Fuente: Encuesta Nacional sobre Confianza del Consumidor Ampliada, abril a noviembre de 2021.

### Componente 10. Posibilidades actuales de ahorrar alguna parte de sus ingresos



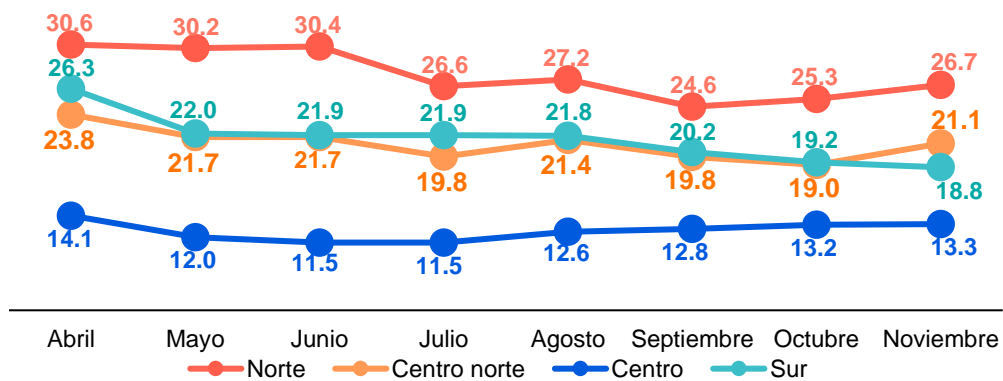
Fuente: Encuesta Nacional sobre Confianza del Consumidor Ampliada, abril a noviembre de 2021.

### Componente 14. Planeación de algún miembro del hogar para comprar un automóvil nuevo o usado en los próximos 2 años.



Fuente: Encuesta Nacional sobre Confianza del Consumidor Ampliada, abril a noviembre de 2021.

### Componente 15. Planeación de algún miembro del hogar de comprar, construir o remodelar una casa en los próximos 2 años.



Fuente: Encuesta Nacional sobre Confianza del Consumidor Ampliada abril a noviembre de 2021.

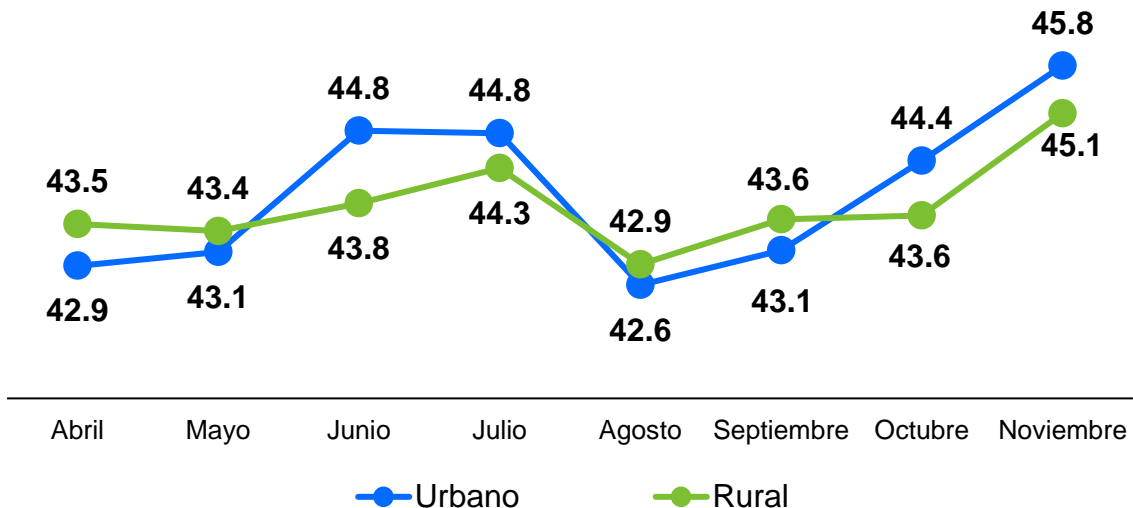


## Resultados del Indicador de Confianza del Consumidor Urbano-Rural de la ENCO-Ampliada, a noviembre de 2021

Las zonas urbanas se consideraron como las localidades con 2,500 habitantes o más, y las localidades rurales aquellas con un tamaño de población de menos de 2,500 habitantes. En noviembre de 2021, el ICC-Urbano resultó en 45.8 puntos. A su vez, el ICC-Rural se colocó en 45.1 puntos y en ambos hubo un aumento muy similar de un mes a otro (1.4 y 1.5 puntos, respectivamente).

### Indicador de Confianza del Consumidor Urbano-Rural Abril a noviembre de 2021

Cifras originales



Fuente: Encuesta Nacional sobre Confianza del Consumidor Ampliada abril a noviembre de 2021.

En el siguiente cuadro se muestran los valores de cada componente del ICC-Urbano, el ICC-Rural y las diferencias de octubre a noviembre de 2021. En noviembre, en el ámbito urbano, cuatro componentes del indicador contribuyeron a su avance. La situación económica actual de los miembros del hogar comparada con la que tenían hace 12 meses fue el que más ascendió con 2.5 puntos.

En el ámbito rural, los cinco componentes del indicador mostraron aumentos mensuales. La situación económica del país hoy en día, comparada con la de hace 12 meses fue la que presentó el mayor aumento al pasar de 42.1 en octubre a 45.1 en noviembre, un incremento de 3.0 puntos.



**Indicadores componentes del ICC-Urbano-Rural y diferencias respectivas**  
**Octubre y noviembre de 2021**  
 Cifras originales

Componentes del ICC Urbano-Rural	ICC-Urbano			ICC-Rural		
	Oct	Nov	Diferencia nov-oct	Oct	Nov	Diferencia nov-oct
3. Situación económica actual de los miembros del hogar comparada con la que tenían hace 12 meses.	47.3	49.8	2.5	49.6	50.2	0.6
4. Situación económica de los miembros del hogar dentro de 12 meses, respecto a la actual.	57.9	59.2	1.3	56.0	57.2	1.2
5. Situación económica del país hoy en día, comparada con la de hace 12 meses.	41.4	42.7	1.3	42.1	45.1	3.0
6. Condición económica del país dentro de 12 meses, respecto a la actual.	52.6	52.5	-0.1	50.7	52.3	1.6
8. Posibilidades en el momento actual, comparada con la situación económica de hace un año, para realizar compras de muebles, televisor, lavadora, otros aparatos electrodomésticos, etcétera.	22.8	24.7	1.9	19.7	20.7	1.0

Fuente: Encuesta Nacional sobre Confianza del Consumidor Ampliada, octubre a noviembre de 2021.

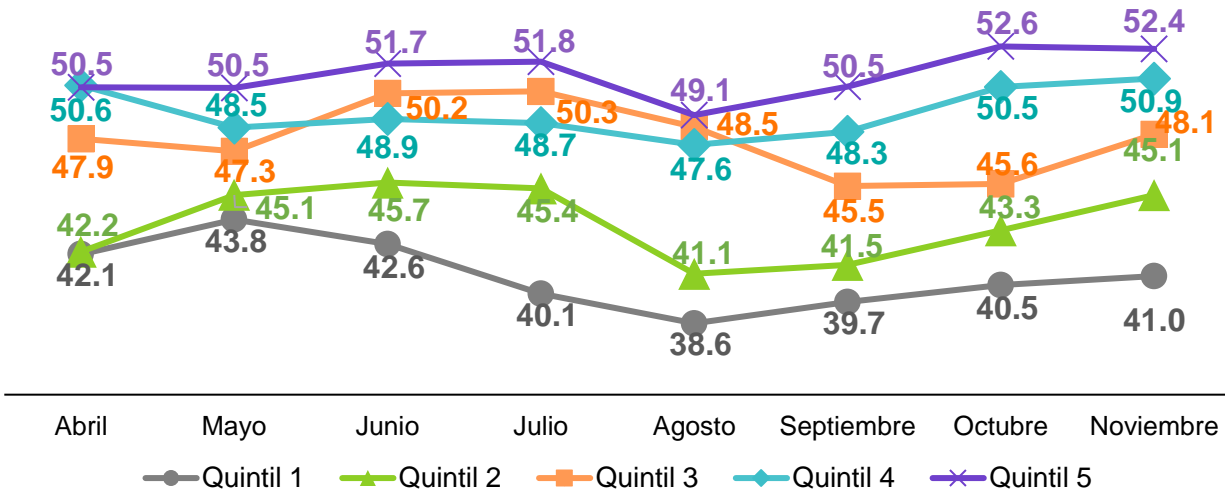
**Nota:** El número del indicador componente corresponde al número de pregunta en el cuestionario sobre percepción del consumidor, que contiene un total de 15. Véase anexo.

## Resultados del Indicador de Confianza del Consumidor por Quintiles (ICC-Quintiles) de la ENCO-Ampliada, a noviembre de 2021

Para la construcción de los quintiles por ingreso se tomó en cuenta la variable ingreso por trabajo de la población ocupada<sup>6</sup> de 18 años y más. Para ello se ordena a los informantes que respondieron sobre las preguntas de confianza del consumidor de menor a mayor ingreso por trabajo y se dividen en cinco grupos de igual tamaño. El primer quintil corresponde a 20% de la población de menor ingreso por trabajo y el último quintil a 20% de la población de mayores ingresos.<sup>7</sup>

Con base en los resultados de noviembre de 2021, el quinto quintil presenta el dato más alto (52.4 puntos) indicando un optimismo mayor que la población que se ubica en los otros quintiles de ingreso por trabajo. La diferencia entre el quinto quintil y el primero es de 11.4 puntos, pues el primer quintil se ubicó en 41.0 puntos.

**Indicador de Confianza del Consumidor por Quintiles (ICC-Quintiles)**  
Abril a noviembre de 2021  
Cifras originales



Fuente: Encuesta Nacional sobre Confianza del Consumidor Ampliada, abril a noviembre de 2021.

Con los resultados por componente del ICC-Quintiles se identifica que entre menor es el ingreso por trabajo los cinco indicadores tienden a presentar los valores más bajos. Al contrario, en el cuarto y quinto quintil los indicadores tienen los valores más altos, lo que señala un mayor optimismo de esta población respecto a la situación económica del hogar y del país a un futuro.

<sup>6</sup> Se excluye del cálculo la población de 18 años y más No económicamente activa y a los buscadores de trabajo.

<sup>7</sup> En julio de 2021, la ENCO-Nacional estimó para los informantes sobre la confianza del consumidor un ingreso promedio por trabajo de la población ocupada de 18 años y más de 7,523.2 pesos para el mes de octubre, mientras que para el mes de noviembre ascendió a 7,545.4 pesos. Estos datos resultan consistentes con datos obtenidos de otros programas estadísticos como la ENOE al realizar una comparación del indicador para la misma población.





## Indicadores componentes del ICC-Quintiles y diferencias respectivas Octubre y noviembre 2021

Cifras originales

Componentes del ICC Nacional	Indicador por quintil de 2021								
	Quintil 1			Quintil 2			Quintil 3		
	Oct	Nov	Dife- rencia nov-oct	Oct	Nov	Dife- rencia nov-oct	Oct	Nov	Dife- rencia nov-oct
3. Situación económica actual de los miembros del hogar comparada con la que tenían hace 12 meses.	44.0	45.0	1.0	47.8	49.8	2.0	49.3	51.6	2.3
4. Situación económica de los miembros del hogar dentro de 12 meses, respecto a la actual.	53.6	53.3	-0.3	58.7	61.0	2.3	58.0	62.8	4.8
5. Situación económica del país hoy en día, comparada con la de hace 12 meses.	40.8	42.0	1.2	40.6	41.0	0.4	42.5	45.1	2.6
6. Condición económica del país dentro de 12 meses, respecto a la actual.	50.3	50.3	0.0	52.0	53.5	1.5	49.9	54.3	4.4
8. Posibilidades en el momento actual, comparada con la situación económica de hace un año, para realizar compras de muebles, televisor, lavadora, otros aparatos electrodomésticos, etcétera.	13.9	14.3	0.4	17.3	20.0	2.7	28.5	26.9	-1.6

Continuación...

Componentes del ICC Nacional	Quintil 4			Quintil 5		
	Oct	Nov	Diferencia nov-oct	Oct	Nov	Diferencia nov-oct
3. Situación económica actual de los miembros del hogar comparada con la que tenían hace 12 meses.	52.1	54.2	2.1	55.3	56.1	0.8
4. Situación económica de los miembros del hogar dentro de 12 meses, respecto a la actual.	65.3	62.7	-2.6	62.9	63.7	0.8
5. Situación económica del país hoy en día, comparada con la de hace 12 meses.	45.5	47.4	1.9	45.9	47.2	1.3
6. Condición económica del país dentro de 12 meses, respecto a la actual.	57.5	56.2	-1.3	57.6	54.0	-3.6
8. Posibilidades en el momento actual, comparada con la situación económica de hace un año, para realizar compras de muebles, televisor, lavadora, otros aparatos electrodomésticos, etcétera.	32.1	34.3	2.2	41.2	41.3	0.1

Fuente: Encuesta Nacional sobre Confianza del Consumidor Ampliada, octubre a noviembre de 2021.

**Nota:** El número del indicador componente corresponde al número de pregunta en el cuestionario sobre percepción del consumidor, que contiene un total de 15. Véase anexo.



Los resultados de este proyecto tienen el propósito de ofrecer información estadística que permita obtener indicadores sobre el grado de satisfacción de la población acerca de su situación económica, la de su familia y la del país, de manera complementaria a los resultados de la ENCO-Tradicional.



## ANEXO 2

### Nota metodológica de levantamiento y cálculo del ICC de la ENCO-Ampliada

#### **Objetivo general**

Generar información estadística con la finalidad de obtener indicadores a nivel nacional, regionales, por área urbana y rural sobre la percepción actual y las expectativas a futuro que tiene la población de 18 y más años acerca de su situación económica, la de su familia y la del país; de las posibilidades de compra de bienes de consumo duradero y no duradero, así como de otras variables económicas importantes como el empleo, la inflación y el ahorro.

#### **Muestra**

El diseño de la muestra de la ENCO-Ampliada se caracteriza por ser probabilístico. En consecuencia, los resultados obtenidos de la encuesta se generalizan a toda la población. A su vez el diseño es trietápico, estratificado y por conglomerados, donde la unidad última de selección es la persona.

Por mes de levantamiento, el tamaño de muestra es de 4,811 viviendas y contempla las 2,336 viviendas de la ENCO Tradicional que se levanta en 32 ciudades de interés de 100 mil y más habitantes (una por entidad federativa). Adicionalmente, se levantan otras 2,475 viviendas que complementan la muestra del resto de los dominios del país, para poder garantizar la cobertura nacional.

#### **Distribución de la muestra de la ENCO Ampliada por entidad federativa 2021**

Entidad	UPM	Viviendas seleccionadas
01 Aguascalientes	31	128
02 Baja California	33	133
03 Baja California Sur	28	115
04 Campeche	28	117
05 Coahuila de Zaragoza	33	134
06 Colima	29	117
07 Chiapas	32	138
08 Chihuahua	30	124
09 Ciudad de México	65	266
10 Durango	29	123
11 Guanajuato	40	165
12 Guerrero	30	125
13 Hidalgo	32	133



Entidad	UPM	Viviendas seleccionadas
14 Jalisco	83	337
15 México	69	279
16 Michoacán de Ocampo	30	124
17 Morelos	34	138
18 Nayarit	30	122
19 Nuevo León	82	330
20 Oaxaca	31	133
21 Puebla	35	146
22 Querétaro	30	125
23 Quintana Roo	30	123
24 San Luis Potosí	31	132
25 Sinaloa	31	129
26 Sonora	31	128
27 Tabasco	29	126
28 Tamaulipas	31	126
29 Tlaxcala	28	114
30 Veracruz de Ignacio de la Llave	35	145
31 Yucatán	31	125
32 Zacatecas	27	111
<b>Total</b>	<b>1,168</b>	<b>4,811</b>

A nivel regional, el tamaño de muestra para la región norte es de 975 viviendas, para la región centro norte de 1,438 viviendas, mientras que para la región centro de 1,366 viviendas; por último, para la región sur de 1,032 viviendas.

### ***Estrategia operativa***

Para el levantamiento de la información la ENCO-Ampliada, el INEGI cuenta con oficinas auxiliares en las 32 entidades del país; sus actividades consisten en recopilar, criticar, validar y enviar la información a la oficina central.

En el operativo participan los entrevistadores y supervisores que realizan el levantamiento cara a cara del cuestionario de la ENCO Tradicional y Ampliada.

La entrevista se aplica a una persona elegida de 18 años y más de edad.

El levantamiento de la encuesta se realiza los primeros 20 días de cada mes mediante un dispositivo móvil.



### **Contenido temático**

El cuestionario socioeconómico de la ENCO-Ampliada es el mismo de la ENCO-Tradicional, contiene dos secciones, en la primera se captan las características sociodemográficas de los integrantes del hogar principal; en la segunda, la caracterización laboral.

Las variables que contiene el cuestionario socioeconómico son:

- |                            |                              |
|----------------------------|------------------------------|
| 1. Nombre                  | 9. Asistencia escolar        |
| 2. Condición de residencia | 10. Estado conyugal          |
| 3. Parentesco              | 11. Condición de actividad   |
| 4. Sexo                    | 12. Ocupación                |
| 5. Edad                    | 13. Actividad económica      |
| 6. Fecha de nacimiento     | 14. Posición en la ocupación |
| 7. Alfabetismo             | 15. Ingresos por trabajo     |
| 8. Nivel de instrucción    |                              |

Y 15 preguntas del cuestionario con las que se capta la opinión/percepción de la población:

1. Situación económica personal
2. Expectativas de la situación económica personal
3. Situación económica de los miembros del hogar
4. Expectativas de la situación económica de los miembros del hogar
5. Situación económica del país
6. Expectativas de la situación económica del país
7. Posibilidades de consumo de bienes no duraderos
8. Posibilidades de consumo de bienes duraderos
9. Expectativas de salir de vacaciones
10. Capacidad de ahorro
11. Expectativas de capacidad de ahorro
12. Expectativas de inflación
13. Expectativas de empleo en el país
14. Planes de compra de automóvil en los próximos dos años, en el hogar
15. Planes de compra, construcción o remodelación de casa en los próximos 2 años, en el hogar

### **Cálculo del Indicador de Confianza del Consumidor (ICC)**

El Indicador de Confianza del Consumidor está constituido tanto por la opinión/percepción que el entrevistado tiene del presente (comparado con algún punto de referencia en el pasado) como por su opinión/percepción de la situación futura (comparada con la presente).



El Indicador de Confianza del Consumidor resulta al promediar los indicadores de los cinco componentes que lo integran. A su vez, cada componente se calcula como el promedio ponderado de respuestas expandidas de cada una de las preguntas referentes a las perspectivas sobre:

3. La situación económica en el momento actual de los miembros del hogar comparada con la que tenían hace 12 meses.
4. La situación económica esperada de los miembros del hogar dentro de 12 meses, respecto a la actual.
5. La situación económica del país hoy en día, comparada con la de hace 12 meses.
6. La situación económica del país esperada dentro de 12 meses, respecto a la actual situación.
8. Las posibilidades en el momento actual de los integrantes del hogar comparadas con las de hace un año para realizar compras de bienes durables, tales como muebles, televisor, lavadora y otros aparatos electrodomésticos.

En cada una de las cuatro primeras preguntas los entrevistados tienen cinco opciones de respuesta: mucho mejor, mejor, igual, peor y mucho peor. En la quinta pregunta las opciones son: mayores, iguales y menores.<sup>8</sup> El No sabe, se prorratea entre las demás opciones de respuesta. Los ponderadores utilizados para cada opción de respuesta son los siguientes:

Opción de respuesta	Ponderador	
	Primeras cuatro preguntas	Última pregunta
Mucho mejor o mayores	1.00	
Mejor (Mayores)	0.75	1.00
Igual (Iguales)	0.50	0.50
Peor (Menores)	0.25	0.00
Mucho peor o menores	0.00	

Así, el cálculo del ICCN para la ENCO-Ampliada de abril de 2021 resultó de lo siguiente:

- 1) **Caso del primer componente:** Situación económica actual de los miembros del hogar comparada con la que tenían hace 12 meses.

<sup>8</sup> Las diferentes opciones de respuesta a todas las preguntas de la ENCO pueden ser consultadas en el cuestionario correspondiente ubicado en la siguiente liga: <https://www.inegi.org.mx/programas/enco/>



Opción de respuesta	Cálculo del Indicador 1)		
	Porcentaje de respuesta	Peso estadístico	Resultados
Mucho mejor o mayores	2.12	1	2.12
Mejor (mayores)	19.99	0.75	14.99
Igual (iguales)	43.27	0.5	21.63
Peor (menores)	30.94	0.25	7.73
Mucho peor o menores	3.69	0	0.00
<b>Resultado base:</b>			<b>46.48</b>

Cálculo del ICC-Nacional abril 2021	
Indicador por componente	Resultado base
1)	46.48
2)	57.13
3)	37.67
4)	51.11
5)	22.76
Suma	215.15
<b>ICC</b>	<b>215.15/5 = 43.03</b>