

Canasta familiar aumentó más en los últimos tres años

En el 2022, su promedio nacional subió 2,780.63 pesos entre enero-dic.

SD. El costo promedio nacional de la canasta familiar sube cada mes, conforme a los números que publica el Banco Central de la República Dominicana. Sin embargo, los últimos tres años sus incrementos han cerrado más altos, superando más de 1,800 pesos, si se compara su precio en enero con el de diciembre.

En el 2022, el costo promedio de la canasta familiar cerró en diciembre 2,662.81 pesos más alto que cuando comenzó en enero. Un año antes, en el 2021, el alza fue de 2,780.63 más cara. Y en el 2020, fue de 1,828.80.

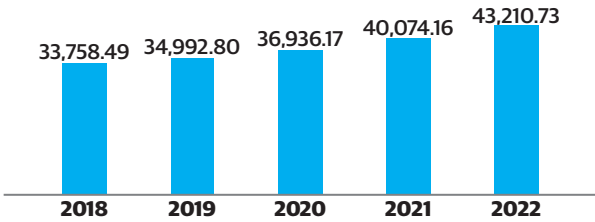
En concreto, en diciembre de 2020 las familias en el país podían cubrir su canasta familiar con un monto promedio de 36,936.17 pesos, en cambio, un año después lo hacían con 40,074.16. Y en diciembre de 2022, con 43,210.73 pesos.

La escalada se atribuye a la inflación, que creció durante la pandemia, teniendo la interanual un pico de 9.64 % en abril del 2022.

El año pasado cerró con

Costo promedio nacional de la canasta familiar 2018-2022

A diciembre de cada año en RD\$



Fuente: Banco Central de la Republica Dominicana (BCRD).

una inflación interanual acumulada de 7.83 %. No obstante, el Banco Central indica en su más reciente informe económico que “el análisis de los datos de 18 economías de América Latina arroja que la tasa de inflación interanual de la República Dominicana es inferior a la de 11 países de la región”.

Solo seis están mejor

“Esto quiere decir -agrega- que solo seis países reportan cifras por debajo de la dominicana, de los cuales tres son de economías dolarizadas (Panamá, Ecuador y El Salvador). En el caso de Brasil y México, si bien hoy en día estos dos países exhiben una menor inflación por su postura de política monetaria más restrictiva, también reportaron tasas

de crecimiento económico por debajo del promedio para este grupo de países”.

Contrario a la proyección que el Banco Central mantuvo el año pasado, de que la economía dominicana crecería en 2022 en torno al 5 %, la institución anunció que el crecimiento del producto interno bruto real fue de 4.9 %. “Los resultados de la economía dominicana durante el pasado año pudieron ser alcanzados a pesar de la desafiante coyuntura a nivel global”, dijo el banco. “En este tenor, la economía mundial durante 2022 se vio afectada por el impacto significativo de dos choques sucesivos, siendo el primero los efectos de la pandemia del COVID-19 y el segundo invasión rusa a Ucrania”. ●

Entidades financieras devuelven RD\$129 MM

Superintendencia de Bancos instruyó en 2022 la restitución de los recursos

SANTO DOMINGO. La Superintendencia de Bancos (SB) informó ayer que instruyó en 2022 a la devolución de 129 millones de pesos a usuarios que presentaron reclamaciones asociadas a los servicios de las entidades de intermediación financiera que operan en el país.

Se trata de un incremento de 16 % respecto a la cantidad de recursos ordenados a devolver el año anterior, cuando se dispuso la acreditación de 111.4 millones de pesos.

En ese sentido, la Oficina de Servicios y Protección al Usuario (ProUsuario) recibió 5,140 reclamaciones y reconsideraciones. Seis de cada 10 decisiones emiti-

das fueron favorables para los usuarios. El primer motivo de los reclamos correspondió a consumos no reconocidos, ascendiendo a 1,657, para un 59 % del total. En segundo lugar, estuvieron las reclamaciones asociadas a transferencias no reconocidas, con 613 casos, que equivalen a un 18 %.

Con menor ponderación se registraron los reclamos por retiros no reconocidos (10 %), transferencias no aplicadas (6 %), error en aplicación de pagos (6 %) y efectivo no dispensado en cajero electrónico (6 %).

La institución explicó que la diversificación y fortalecimiento de los canales de atención de ProUsuario han permitido el crecimiento exponencial de los contactos y reclamaciones, lo que a su vez se ha traducido en el incremento de la cantidad de recursos acreditados a favor del público.



Hubo 5,140 reclamaciones.

Entre el 17 de agosto de 2020 y el 31 de diciembre de 2022, ProUsuario ha dispuesto la devolución de 249.8 millones de pesos, a parir de 10,373 reclamaciones y reconsideraciones, de las que el 70.4 % resultaron favorables para los usuarios financieros.

A esto se agregan 51.4 millones de pesos que, por disposición de la SB, las entidades debieron devolver a los usuarios por aplicar criterios de cobros que no se correspondían con los lineamientos dispuestos para el tratamiento de créditos flexibilizados al inicio de la pandemia. ●

Global y Variable

Gustavo Volmar

Nombres corporativos

Los promotores de empresas emergentes se plantean con frecuencia si les conviene ponerles el nombre de sus productos principales

En el año 1985 los directivos de la empresa estadounidense Consolidated Foods, que podría traducirse como “alimentos consolidados”, decidieron cambiar el nombre de la compañía, y usar en su lugar el de la marca más exitosa entre las varias que la entidad poseía. Esa marca era Sara Lee, que muchos dominicanos pueden haber visto en los supermercados aquí o en el extranjero. Dentro de su gama de productos, los agrupados en Sara Lee, que en realidad era el nombre de la hija del fundador de una cadena de reposterías que la empresa había adquirido en 1956, era el que contaba con mayor nivel de reconocimiento de parte de los consumidores. Los directivos de la corporación consideraron apropiado aprovechar ese reconocimiento a fin de extenderlo al conjunto de sus operaciones, objetivo valioso para fines de su imagen y del valor de sus acciones.

Los promotores de empresas emergentes se plantean con frecuencia si les conviene ponerles el nombre de sus productos principales. A veces eso sucede debido a que la notoriedad de la empresa provi-

no del producto, como ocurrió con Twitter o Facebook, pero en ocasiones es una decisión deliberada. Sucede también lo opuesto, como fue el caso de Apple, nombre que actualmente identifica sus teléfonos, computadoras y demás productos.

En principio, el propósito debe ser tomar ventaja del valor publicitario del nombre, pero sin vincularse demasiado con un artículo específico. Esto así para evitar que el colapso de un producto, o eventos que manchen su reputación, se reflejen sobre la empresa vía el nombre con el que fue designada. Es más fácil, sin embargo, enunciar esa meta que alcanzarla, pues el reconocimiento público del nombre se transmite de modo espontáneo a las compañías, siendo ejemplos de ello fabricantes de vehículos como Ford y Toyota.

El auge de empresas tenedoras de acciones, propietarias de un conjunto de otras compañías, ha mitigado los riesgos que la identificación con un producto involucra. ●

gvolmar@diariolibre.com

La familia Ruiz Concepción agradece
las muestras de solidaridad y afecto
por el fallecimiento en santa paz de nuestro amado

**Fernando Ramón
Ruiz Brache**

Su esposa Deyanira Concepción de Ruiz; sus hijos Mayra Ruiz y Hilton Astwood, Fernando Ruiz y Clara Burgos, Rossanna Ruiz y Edwink Rodríguez; Lissette Ruiz y Georges Bournigal, e Ingrid Ruiz, así como sus nietos y demás familiares, agradecemos el apoyo en tan difícil momento.

Las misas serán oficiadas
en la Parroquia Divino Niño Jesús,
en el sector de Las Praderas.

**El novenario será el próximo
lunes 6 de febrero a las 7:00 pm.**

De lunes a viernes, las misas son a las 7:00 pm y
sábado y domingo a las 6:00 pm.