



PRESENTACIÓN

El Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo hace de conocimiento público los resultados de la décimo cuarta Encuesta de Confianza de los Consumidores (Encuesta ICC-RD), realizada en la República Dominicana en octubre de 2014, en coordinación con Gallup Dominicana. Las Encuestas ICC-RD son levantadas con periodicidad aproximadamente semestral, en el marco de un sistema de indicadores de confianza de los consumidores.

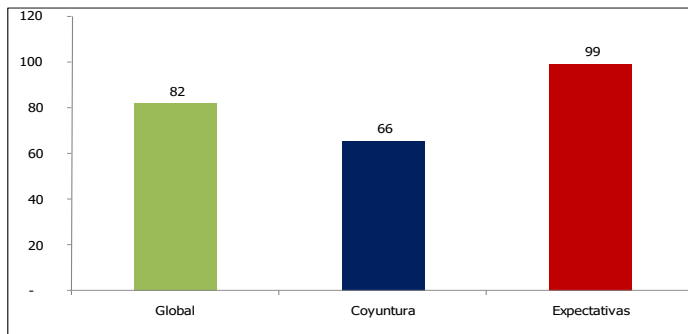
INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

EL 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 futuras 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 de confianza está integrado por: i) un sub-índice de **coyuntura**, que refleja la valoración que hacen los consumidores de la situación actual en relación con la que había hace un año, y ii) un sub-índice de **expectativas** sobre la situación esperada para los próximos 12 meses.

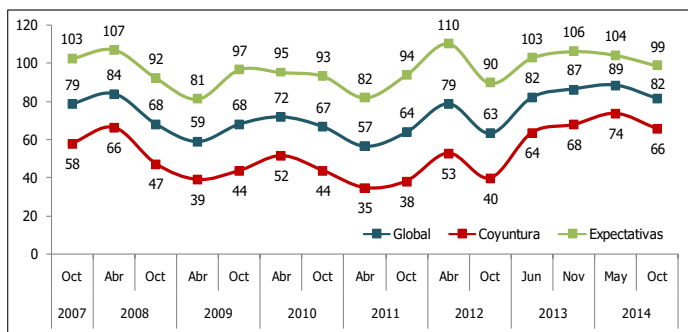
LOS VALORES DE LOS INDICADORES. Los indicadores varían de 0 a 200, correspondiendo 0 a la peor apreciación y 200 a la mejor apreciación. Los valores del índice por debajo de 100 indican pesimismo en las respuestas, derivado de que hay una mayor proporción de la población con una visión más pesimista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

PRINCIPALES RESULTADOS

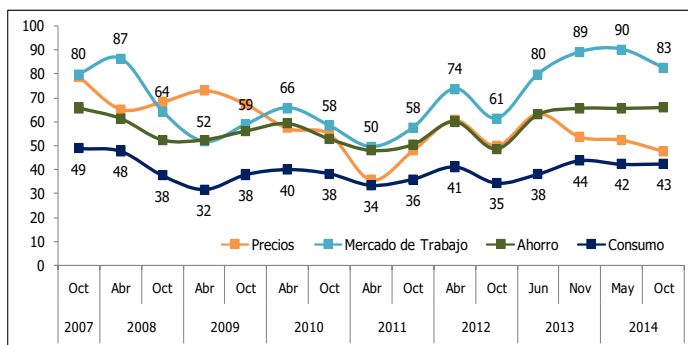
**Índice de Confianza del Consumidor en la Economía
Coyuntura y Expectativas, Oct. 2014**



**Evolución del Índice de Confianza del Consumidor en la Economía
Global, Coyuntura y Expectativas, Oct. 2007 - Oct. 2014**



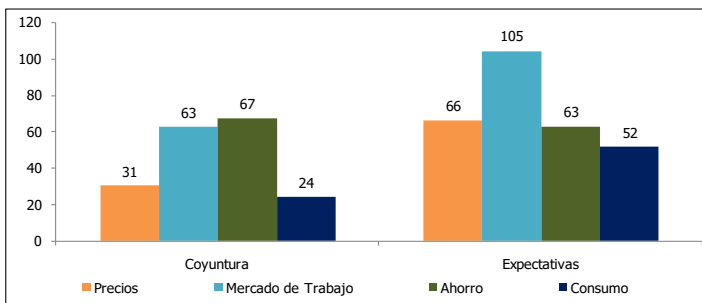
**Evolución de los Índices Complementarios de Confianza del Consumidor
Global, Oct. 2007 - Oct. 2014**



- ♦ La confianza en la economía medida a través del ICC registró un valor global de 82 puntos en octubre de 2014. Con respecto a mayo de 2014, el indicador global revela una disminución de 7 puntos en los niveles de confianza en la economía. De igual manera, respecto a noviembre 2013, el ICC muestra valores inferiores. La pérdida de confianza en la economía se observa tanto en la valoración de la coyuntura, como en la de las expectativas.
- ♦ En octubre de 2014, el indicador de coyuntura (ICC Coyuntura) registró una disminución de 8 puntos con respecto a mayo de 2014, alcanzando un valor de 66 puntos, y un consecuente empeoramiento de la percepción que tienen los consumidores sobre la situación económica con respecto al período anterior.
- ♦ El ICC Expectativas, registró un valor de 99 puntos, y también supuso una pérdida de confianza de 6 puntos, con respecto al nivel de confianza registrado en mayo de 2014. El indicador de expectativas se posiciona por debajo de los 100 puntos. Esto significa que el número de consumidores con una percepción positiva sobre el futuro de la economía, de cara a los próximos 12 meses, es inferior al número de consumidores que tienen una percepción negativa.
- ♦ El indicador complementario global de Precios registró un valor de 48 puntos, experimentando una disminución de 5 puntos con respecto a mayo de 2014 y continúa la tendencia descendente que se inició en noviembre del año anterior.
- ♦ El indicador complementario global de Mercado de Trabajo registró un valor de 83 puntos en octubre de 2014. El comportamiento de este indicador señala que un mayor número de consumidores tienen una apreciación pesimista sobre la situación del mercado de trabajo. Sin embargo, cabe resaltar que el nivel de confianza en el mercado de trabajo registrado sigue siendo mucho más alto que el promedio histórico y presenta la mayor valoración de los índices complementarios.
- ♦ El indicador complementario global de Ahorro se ha mantenido relativamente constante, registrando un valor de 66 puntos. Este indicador complementario se ha posicionado en su nivel más alto desde que se comenzó a elaborar la Encuesta ICC-RD en octubre de 2007.
- ♦ El indicador complementario global de Consumo registró un valor de 43 puntos, registrando apenas variación con respecto a mayo de 2014. De los indicadores complementarios, el indicador de Consumo siempre ha exhibido los más bajos niveles de confianza.
- ♦ Con respecto a igual período del año anterior, con excepción del indicador de Ahorro, se perciben disminuciones en las valoraciones de los índices globales complementarios. Destaca la peor evolución del indicador global del Mercado de Trabajo, con una disminución de 7 puntos.

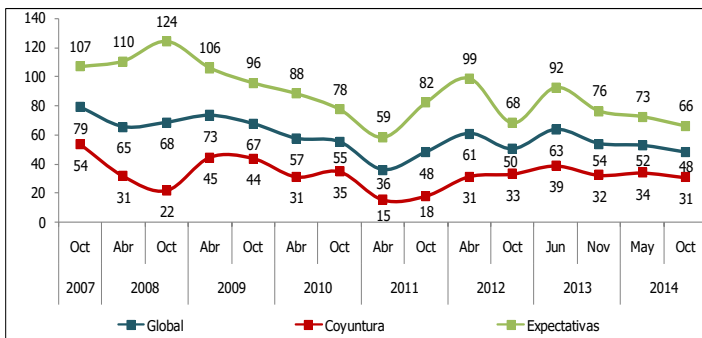
INDICADORES DE CONFIANZA COMPLEMENTARIOS

Índices Complementarios de Confianza del Consumidor Coyuntura y Expectativas, Oct. 2014



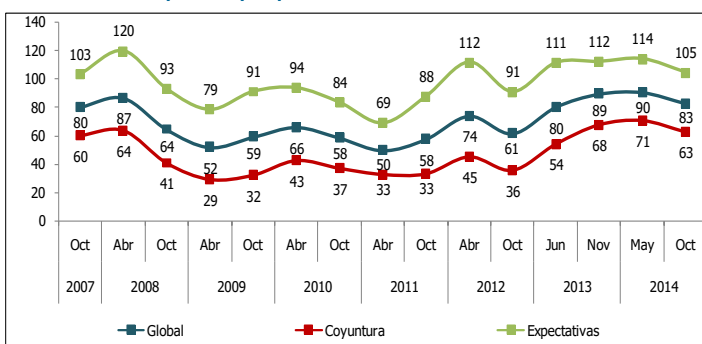
- En la valoración de la coyuntura, el indicador de confianza en la capacidad de Ahorro fue el que registró la mayor puntuación de todos los indicadores complementarios, registrando un nivel de confianza de 67 puntos.
- En la valoración de las expectativas, el indicador de confianza en el Mercado de Trabajo fue el que registró el más alto nivel de confianza, muy por encima de los demás indicadores complementarios.
- Dado que el indicador complementario de expectativas de Mercado de Trabajo registró un nivel de confianza de 105 puntos, esto significa que la fracción de consumidores con una percepción pesimista sobre el futuro del mercado de trabajo fue menor que la fracción de consumidores con una percepción optimista.

Evolución del Índice Complementario de Confianza en los Precios Coyuntura y Expectativas, Oct. 2007 - Oct. 2014



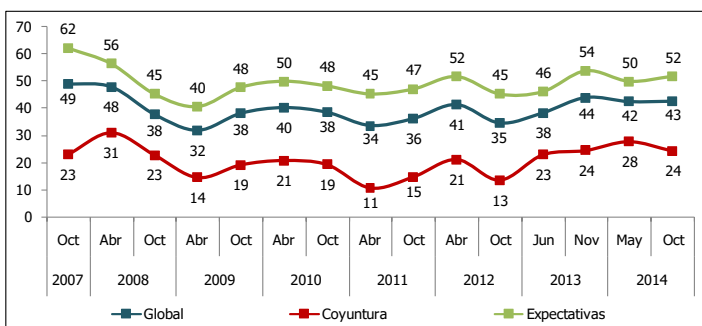
- En octubre de 2014, el indicador complementario de Precios registró un valor global de 48, disminuyendo 5 puntos con respecto al nivel alcanzado en mayo de 2014.
- La valoración de la coyuntura en octubre 2014 fue menos optimista que en mayo de 2014. El indicador de coyuntura registró una disminución de 3 puntos, posicionándose en un nivel de confianza de 31 puntos.
- La mayor disminución en el índice se observa en su componente de expectativas, el cual registró una disminución de 6 puntos, con respecto a mayo de 2014.

Evolución del Índice Complementario de Confianza en el Mercado de Trabajo Coyuntura y Expectativas, Oct. 2007 - Oct. 2014



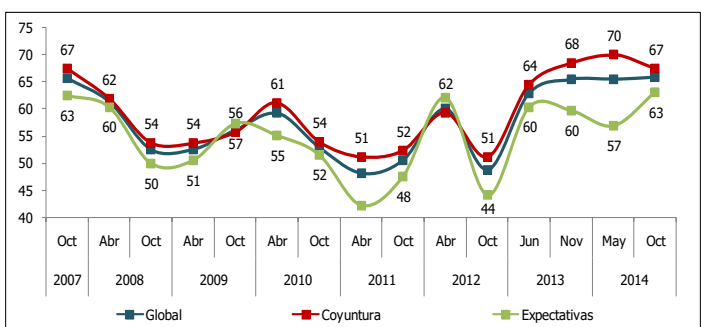
- El indicador complementario de Mercado de Trabajo registró un valor global de 83 puntos en octubre de 2014, disminuyendo 8 puntos con respecto al nivel alcanzado en mayo de 2014.
- Con respecto a mayo de 2014, el componente coyuntural del índice también disminuyó 8 puntos y en la valoración de las expectativas, el indicador de Mercado de Trabajo registró un valor de 105, disminuyendo 9 puntos. Estas valoraciones alcanzadas en el componente de expectativas de este indicador complementario, no obstante ser peores que respecto al período anterior, indican que el número de consumidores que perciben de manera optimista la situación del mercado de trabajo es mayor que el número de consumidores que la perciben de manera pesimista.

Evolución del Índice Complementario de Confianza en el Consumo Coyuntura y Expectativas, Oct. 2007 - Oct. 2014



- El indicador complementario de Consumo registró un valor global de 43 aumentando 0.1 puntos con respecto al nivel alcanzado en mayo de 2014. Este indicador todavía continúa reflejando la escasa confianza de los consumidores en su capacidad de adquirir bienes y servicios en los mercados.
- Con respecto a mayo de 2014, el indicador complementario de Consumo presentó una mejora de la confianza en la valoración de las expectativas, pero de apenas 2 puntos.

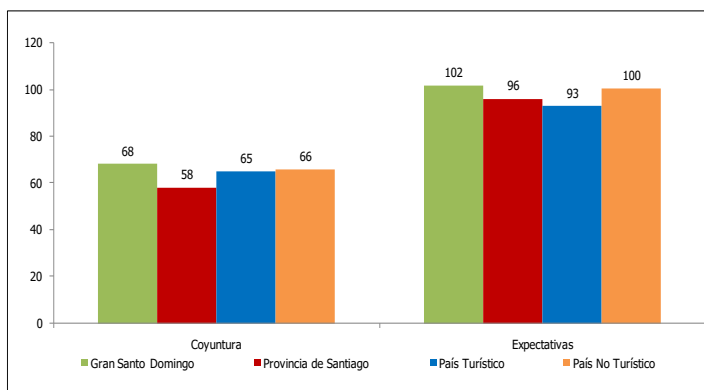
Evolución del Índice Complementario de Confianza en el Ahorro Coyuntura y Expectativas, Oct. 2007 - Oct. 2014



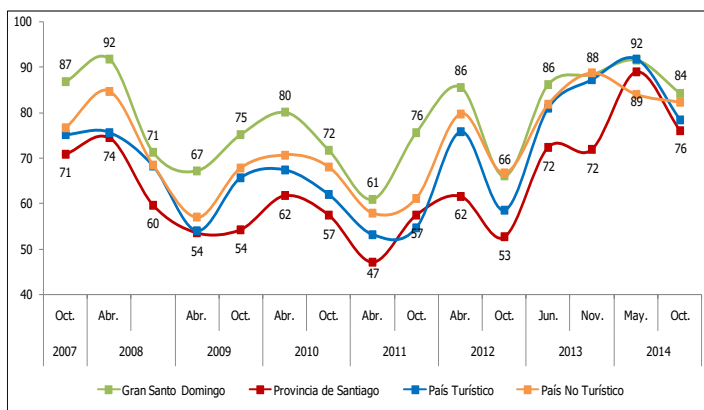
- El indicador complementario de Ahorro registró un valor global de 66 puntos en octubre de 2014, aumentando 0.4 puntos con respecto al nivel alcanzado en mayo de 2014. Este indicador, junto con el indicador de Mercado de Trabajo está demostrando que pudiera remontar sus niveles iniciales de octubre de 2007.
- En la valoración de la coyuntura, el indicador complementario de Ahorro disminuyó 3 puntos con respecto a octubre de 2014, alcanzando un valor de 67. Por el contrario, en la valoración de las expectativas, este indicador aumentó 6 puntos, alcanzando un valor de 63.

CONFIANZA POR DOMINIOS GEOGRÁFICOS

**Índice de Confianza del Consumidor por Dominios Geográficos
Coyuntura y Expectativas, Oct. 2014**



**Evolución del Índice de Confianza del Consumidor por Dominios Geográficos
Global, Oct. 2007 - Oct. 2014**

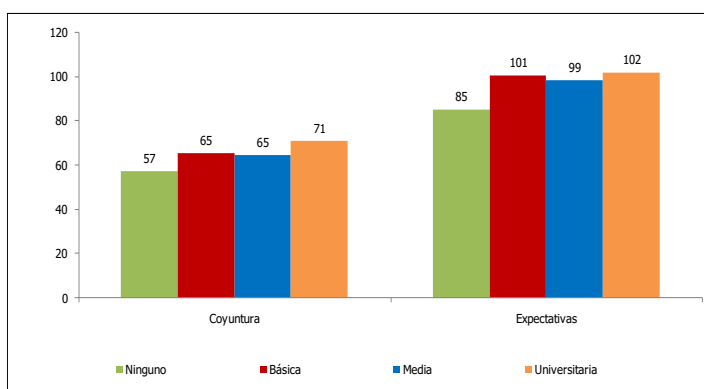


Fuente: Encuestas ICC, Oct. 2007 - Oct. 2014

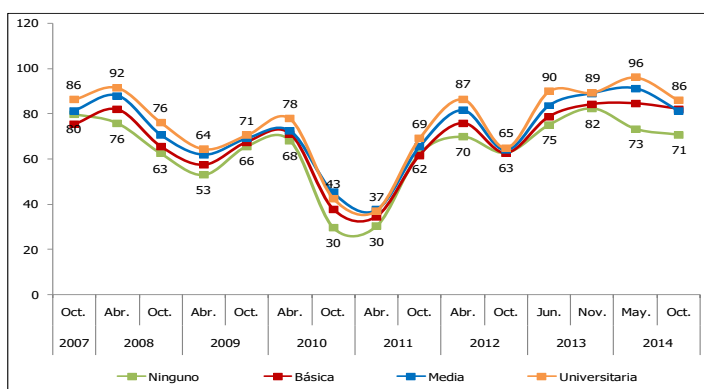
- ♦ La desagregación por dominio geográfico también repite el patrón de disminución de las valoraciones de los consumidores, respecto al período anterior. Los más altos niveles globales de confianza se registraron en los dominios geográficos correspondientes al Gran Santo Domingo (84 puntos), y País no Turístico (82 puntos). Provincia de Santiago obtuvo la peor valoración con 76 puntos.
- ♦ No obstante los resultados obtenidos en octubre de 2014 (disminuciones en las valoraciones con respecto a mayo de 2014), con excepción de la valoración para la Provincia de Gran Santo Domingo, las valoraciones de los índices globales ya superan los valores de la serie histórica.
- ♦ En la valoración coyuntural los consumidores indican que la fracción de personas con una percepción pesimista sobre la situación actual de la economía fue mayor que la fracción de personas con una percepción optimista. Destaca levemente Gran Santo Domingo frente a las demás desagregaciones con 68 puntos. La Provincia de Santiago alcanzó la peor valoración (58 puntos). País Turístico y no Turístico obtuvieron 65 y 66 puntos, respectivamente.
- ♦ En la valoración de las expectativas, el Gran Santo Domingo y el País no Turístico registraron niveles de confianza de 102 y 100, respectivamente. Esto significa que, en estos dominios geográficos, la mayoría de los consumidores tiene una percepción optimista sobre el futuro de la economía. Le siguen con valoraciones de 96 y 93 puntos, la Provincia de Santiago y País Turístico, respectivamente.

CONFIANZA POR NIVEL EDUCATIVO

**Índice de Confianza del Consumidor por Nivel Educativo
Coyuntura y Expectativas, Oct. 2014**



**Evolución del Índice de Confianza del Consumidor por Nivel Educativo
Global, Oct. 2007 - Oct. 2014**

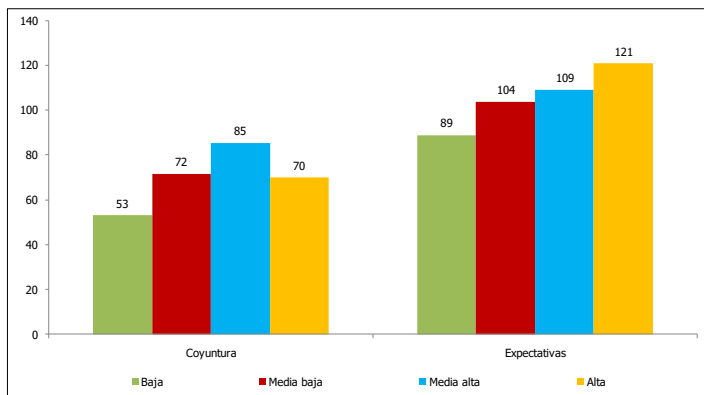


Fuente: Encuestas ICC, Oct. 2007 - Oct. 2014

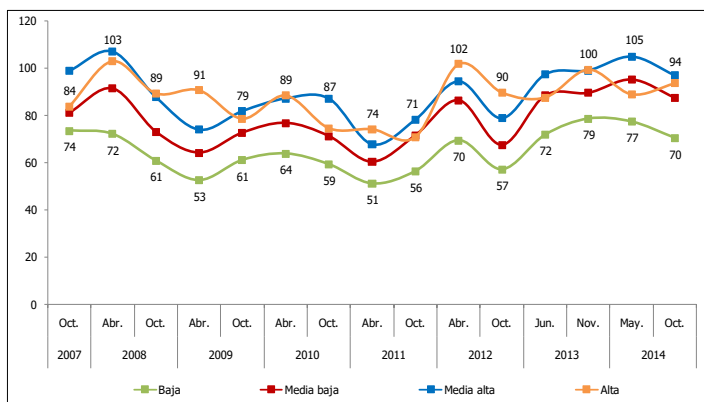
- ♦ Los mayores niveles globales de confianza en la economía se registraron cuando el jefe o jefa del hogar alcanzó la educación universitaria (86 puntos). Le siguen las valoraciones de los hogares donde el jefe o jefa del hogar apenas alcanzó el nivel básico (82), educación media (81 puntos) y, por último, ninguna educación (71 puntos).
- ♦ Para cada uno de los niveles educativos, la valoración de las expectativas económicas de los consumidores está muy por encima de la valoración coyuntural, lo que significa que los consumidores de todos los niveles educativos tienen una percepción más favorable sobre el futuro de la economía.
- ♦ En la valoración de la situación actual y de las expectativas, en general se verifica una relación positiva entre el nivel educativo y la confianza en la economía. Esto es, mientras más alto es el nivel educativo del jefe o jefa del hogar, mayor es el nivel de confianza en la economía. Rompe este comportamiento el nivel educativo de los hogares donde el jefe o jefa del hogar alcanzó niveles educativos medios.
- ♦ Los hogares cuyo jefe o jefa obtuvo niveles de educación media o universitaria registraron significativas disminuciones en sus niveles de confianza en la economía (10 puntos). El nivel de confianza en la economía correspondiente a los hogares cuyo jefe o jefa no tienen niveles formales de educación o alcanzaron a hacer la educación básica disminuyeron en 3 y 2 puntos, respectivamente, en relación a mayo de 2014.

CONFIANZA POR CLASE SOCIAL

**Índice de Confianza del Consumidor por Clase Social
Coyuntura y Expectativas, Oct. 2014**



**Evolución del Índice de Confianza del Consumidor por Clase Social
Global, Oct. 2007 - Oct. 2014**

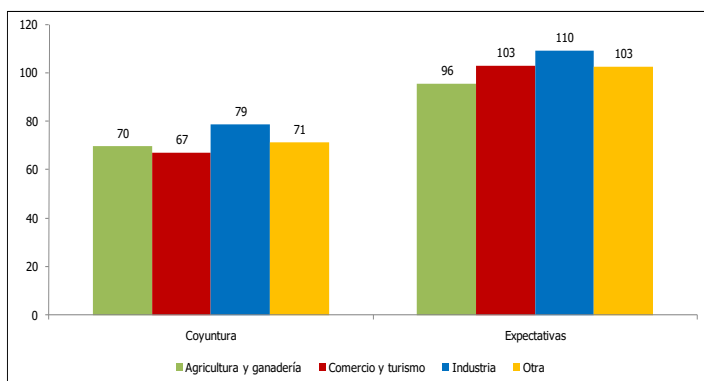


Fuente: Encuestas ICC, Oct. 2007 - Oct. 2014

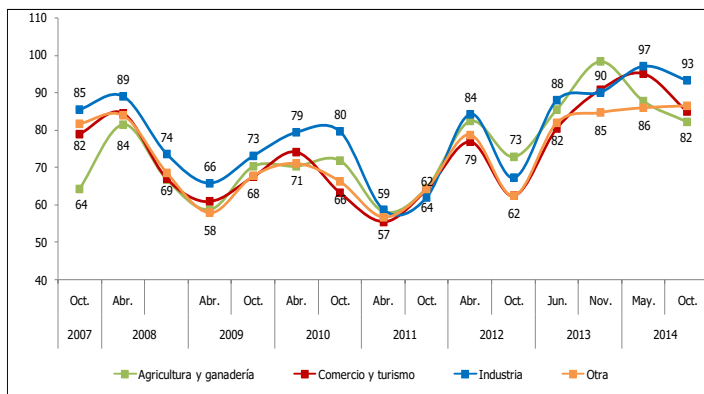
- El análisis en función de la auto-percepción de clase social del consumidor indica que, en octubre de 2014, las clases Media Alta (97 puntos) y Alta (94 puntos) registraron los más altos niveles globales de confianza en la economía de todas las clases sociales. Le siguen la clase Media Baja (88 puntos) y Baja (80 puntos).
- Para cada una de las clases sociales, también la valoración de las expectativas está muy por encima de la valoración coyuntural, lo que significa que la mayor parte de los consumidores tienen una percepción más favorable sobre el futuro de la economía.
- Mientras que en la valoración coyuntural la clase Media Alta fue la que expresó una mejor valoración (85 puntos), en la valoración de las expectativas fue la clase Alta la que obtuvo el mejor índice (121 puntos).
- En la valoración de las expectativas de las clases sociales, exceptuando la clase Baja, se registraron niveles de confianza por encima de 100, lo que significa que la gran mayoría de los consumidores pertenecientes a estas clases sociales tienen una valoración optimista sobre el desempeño de la economía de cara a los próximos 12 meses.
- Con respecto a mayo de 2014, las clases Media Alta, Media Baja y Baja registraron disminuciones en sus niveles globales de confianza en la economía, de 7 puntos en la primera, y 8 puntos en las dos últimas, respectivamente. Por el contrario, a diferencia de las demás clases sociales, la clase Alta registró un aumento de 5 puntos en su nivel global de confianza en la economía.

CONFIANZA POR SECTOR DE ACTIVIDAD ECONOMICA

**Índice de Confianza del Consumidor por Sector de Actividad
Coyuntura y Expectativas, Oct. 2014**



**Evolución del Índice de Confianza del Consumidor por Sector de Actividad
Global, Oct. 2007 - Oct. 2014**

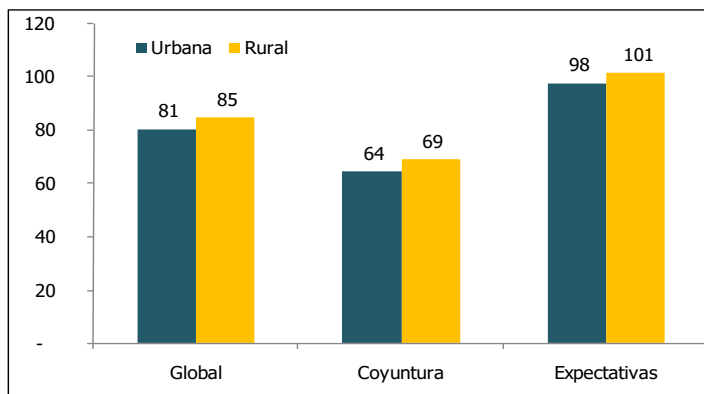


Fuente: Encuestas ICC, Oct. 2007 - Oct. 2014

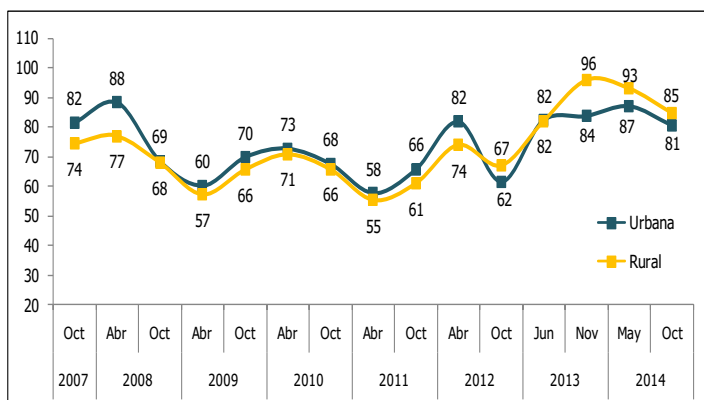
- Las valoraciones globales de los consumidores que se dedican a actividades industriales en el período octubre 2014 fueron las más altas (93 puntos). Le siguen las valoraciones de aquellos consumidores que trabajan en Otras actividades (87 puntos), Comercio y Turismo (85 puntos) y Agricultura y Ganadería (82 puntos).
- En la valoración de las expectativas, todos los sectores de actividad económica registraron niveles de confianza por encima de 100, con excepción de los consumidores que se dedican a Agricultura y Ganadería, lo que significa que la gran mayoría de los trabajadores pertenecientes a estos sectores tienen una valoración optimista sobre el desempeño de la economía de cara a los próximos 12 meses.
- Con respecto a mayo de 2014, con excepción de los hogares donde el jefe o jefa se dedican a Otras actividades, los demás sectores de actividad económica registraron disminuciones en sus respectivos niveles globales de confianza en la economía.
- La mayor disminución de la confianza se registró en el sector Comercio y Turismo (10 puntos), seguido por los sectores de Industria (4 puntos), y Agricultura y Ganadería (5 puntos).
- En el caso de la valoración de la desagregación Otras actividades, contrario a lo que sucede con los demás sectores de actividad económica, el aumento en el nivel de confianza en la economía ha sido constante y sostenido en los últimos periodos.

CONFIANZA POR ZONA DE RESIDENCIA

**Índice de Confianza del Consumidor por Zona de Residencia
Coyuntura y Expectativas, Oct. 2014**



**Evolución del Índice de Confianza del Consumidor por Zona de Residencia
Global, Oct. 2007 - Oct. 2014**



Fuente: Encuestas ICC, Oct. 2007 - Oct. 2014

- ♦ En el período de octubre 2014, el indicador global de confianza en la economía correspondiente a la zona de residencia Rural registró una valoración más alta (85 puntos) que el valor registrado en la zona de residencia Urbana (81 puntos).
- ♦ En la valoración de la coyuntura, la zona de residencia Rural registró un nivel de confianza de 69, 5 puntos por encima de nivel de confianza registrado en la zona de residencia Urbana (64 puntos).
- ♦ La zona de residencia Rural, en la valoración de las expectativas, observó un nivel de confianza de 101 puntos, también superior al registrado en la zona de residencia Urbana (98 puntos).
- ♦ Los valoraciones de los consumidores residentes en las zonas urbanas y rurales disminuyeron con respecto al período anterior de manera similar (7 y 8 puntos, respectivamente), no obstante estas valoraciones siguen estando por encima de sus promedios históricos (73 puntos para la zona urbana y 72 para la zona rural).

RECUADRO HISTÓRICO Y NOTA METODOLÓGICA

Indicadores de Confianza	Global												Coyuntura										Expectativas													
	Abr. 2009	Oct. 2009	Abr. 2010	Oct. 2010	Abr. 2011	Oct. 2011	Abr. 2012	Oct. 2012	Jun. 2013	Nov. 2013	May. 2014	Oct. 2014	Abr. 2009	Oct. 2009	Abr. 2010	Oct. 2010	Jun. 2011	Nov. 2011	May. 2012	Oct. 2012	Abr. 2013	Oct. 2013	Jun. 2014	Nov. 2014	Abr. 2009	Oct. 2009	Abr. 2010	Oct. 2010	Abr. 2011	Oct. 2011	Abr. 2012	Oct. 2012	Jun. 2013	Nov. 2013	May. 2014	Oct. 2014
En la Economía (ICC)	59.2	68.3	72.1	66.9	56.8	64.1	78.9	63.5	82.2	86.6	88.6	81.6	38.9	43.7	51.5	43.7	34.7	38.2	52.8	39.7	63.6	67.8	73.7	65.6	81.4	96.9	95.3	93.4	82.1	94.1	110.5	89.7	102.9	106.3	104.4	98.8
Precios	73.1	67.4	57.3	54.9	35.7	47.9	60.7	50.0	63.4	53.7	52.4	47.7	44.5	43.8	31.1	34.6	15.3	18.0	31.3	33.0	38.6	32.2	33.7	30.6	105.8	95.6	88.3	77.6	58.5	82.2	98.6	68.3	92.4	76.5	72.6	66.3
Mercado de Trabajo	51.7	59.0	65.9	58.4	49.6	57.5	73.9	61.5	80.1	89.3	90.4	82.7	29.2	32.2	42.6	37.1	32.7	33.2	45.3	35.7	54.2	67.9	70.9	62.8	78.5	91.2	93.8	83.6	69.1	87.8	111.8	91.0	111.4	112.2	114.2	104.7
Ahorro	52.6	56.2	59.3	53.0	48.2	50.6	60.1	48.8	63.0	65.5	65.5	65.9	53.7	55.8	61.2	54.0	51.2	52.4	59.4	51.2	64.5	68.5	70.0	67.4	50.6	57.3	55.1	51.6	42.2	47.6	62.1	44.1	60.4	59.7	57.0	63.1
Consumo	31.8	38.1	40.2	38.5	33.6	36.1	41.3	34.5	38.3	43.9	42.4	42.5	14.4	19.1	20.8	19.2	10.6	14.7	21.2	13.5	22.9	24.5	27.7	24.3	40.5	47.6	49.9	48.1	45.2	47.0	51.6	45.1	46.0	53.8	49.9	51.7

FICHA TÉCNICA ENCUESTA

El sistema de indicadores de confianza de los consumidores fue diseñado en coordinación con el Instituto de Investigación en Economía Aplicada de la Universidad de Barcelona. Este conjunto de indicadores se calcula también en muchos países de América Latina y del resto del mundo. La medición de la confianza de los consumidores se complementa con la del sector empresarial, siendo muy útil para el análisis económico a corto plazo. En efecto, la percepción del consumidor sobre la economía contribuye a explicar los gastos discretivos de consumo a lo largo del tiempo, proporcionando informaciones valiosas no encontradas en otras variables convencionales explicativas del gasto de los consumidores, como por ejemplo el ingreso.

La **Encuesta ICC** se implementa en forma semestral en una muestra de hogares seleccionados en todo el país mediante un diseño muestral estratificado por conglomerados en 2 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).

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%.

La primera **Encuesta ICC** se levantó del 12 al 25 de octubre de 2007, la segunda del 29 de marzo al 14 de abril de 2008, la tercera del 15 de octubre al 10 de noviembre de 2008, la cuarta del 23 de abril al 15 de mayo de 2009, la quinta del 12 al 25 de octubre de 2009, la sexta del 12 al 29 de abril de 2010, la séptima del 28 de octubre al 14 de noviembre de 2010, la octava del 12 al 30 de abril de 2011, la novena del 28 de octubre al 14 de noviembre de 2011, la décima del 12 al 25 de marzo de 2012, la décimo primera del 21 de octubre al 4 de noviembre de 2012, la décimo segunda del 5 al 19 de junio de 2013, la décimo tercera del 12 al 19 de noviembre de 2013, la décimo cuarta del 30 de abril al 25 de mayo de 2014 y la décimo quinta del 4 al 17 de octubre de 2014.

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 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:

$$\text{Saldo Transformado} = S \cdot 100 + 100$$

♦ **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.

MINISTERIO DE ECONOMÍA, PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO

Edif. de Oficinas Gubernamentales, Bloque B, 2do. Piso, Av. México Esq. Dr. Delgado, Distrito Nacional, República Dominicana.

Teléfono: (809) 688-7000

WEB: www.economia.gov.do