



PRESENTACIÓN

El Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo hace de conocimiento público los resultados de la décimo sexta Encuesta de Confianza de los Consumidores (Encuesta ICC-RD), realizada en la República Dominicana en mayo de 2015, 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.

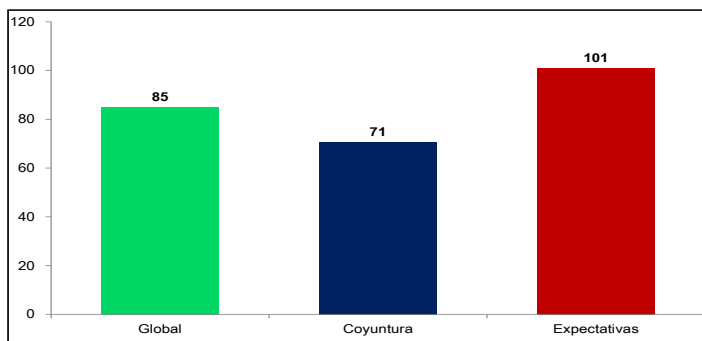
INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

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-indicador 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-indicador de **expectativas** sobre la situación esperada para los próximos 12 meses.

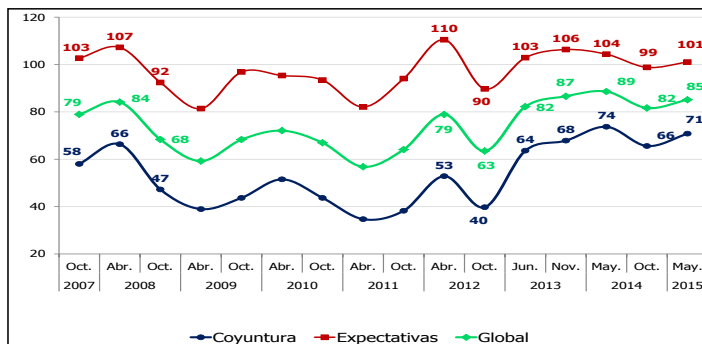
LOS VALORES DE LOS INDICADORES. Los indicadores varían de 0 a 200, correspondiendo 0 a la peor apreciación y 200 a la mejor apreciación. Los valores del índice por debajo de 100 indican pesimismo en las respuestas, derivado de que hay una mayor proporción de la población con una visión más pesimista 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

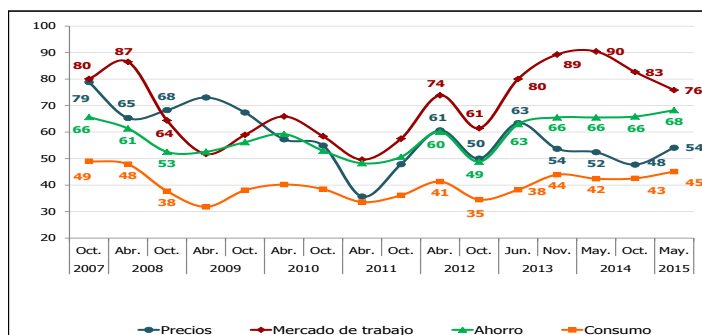
**Índice de Confianza del Consumidor en la Economía
Coyuntura y Expectativas, May. 2015**



**Evolución del Índice de Confianza del Consumidor en la Economía
Global, Coyuntura y Expectativas, Oct. 2007 - May. 2015**



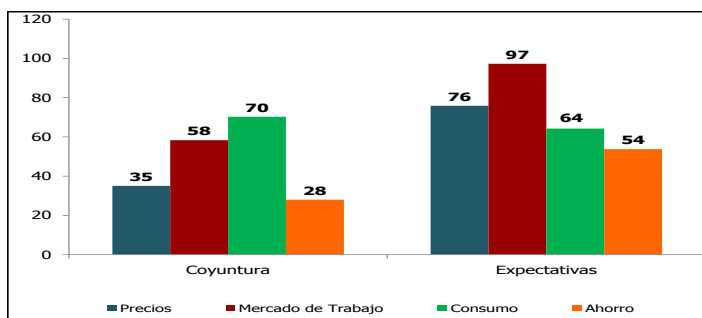
**Evolución de los Índices Complementarios de Confianza del Consumidor
Global, Oct. 2007 - May. 2015**



- En mayo de 2015, el ICC en la economía registró un valor global de 86 puntos. Con respecto a octubre de 2014, el indicador global revela un aumento de los niveles de confianza en la economía. No obstante, respecto a mayo 2014, el ICC muestra valores ligeramente menores.
- El aumento de la confianza en la economía se verifica tanto en la valoración de la coyuntura, como en la valoración de las expectativas.
- El indicador de coyuntura (ICC Coyuntura) registró un incremento de 5 puntos con respecto a octubre de 2014, alcanzando un valor de 71 puntos. Lo anterior resalta una mejoría de la percepción que tienen los consumidores sobre la situación económica de octubre 2014.
- En la valoración de las expectativas, el ICC en la economía registró un valor de 101 puntos, aumentando 2 puntos con respecto al nivel de confianza registrado en octubre de 2014. Cabe resaltar que el indicador de expectativas se volvió a posicionar por encima 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, supera al número de consumidores que tienen una percepción negativa.
- El indicador complementario global de Mercado de Trabajo ha venido disminuyendo desde mayo de 2014, registrando un valor de 76 puntos en mayo de 2015 y posicionándose en el nivel más bajo desde octubre de 2012. El comportamiento de este indicador señala que un mayor número de consumidores tiene una apreciación cada vez más pesimista sobre la situación del mercado de trabajo. Sin embargo, cabe resaltar que el nivel de confianza en el mercado de trabajo que registrado sigue siendo mucho más alto que el promedio histórico.
- El indicador complementario global de Ahorro se ha mantenido relativamente constante, registrando un valor de 68 puntos. Desde octubre de 2014, este indicador complementario ha aumentado 2 puntos y se ha posicionado en su nivel más alto desde que se inició la elaboración de la Encuesta ICC-RD.
- El indicador complementario global de Precios registró un valor de 54 puntos, experimentando un aumento de 6 puntos con respecto a octubre de 2014. Esto significa que, desde entonces, los consumidores tienen una apreciación más optimista sobre la situación de los precios.
- El indicador complementario global de Consumo registró un valor de 45 puntos, experimentando un aumento de 2 puntos con respecto a octubre de 2014. Esto quiere decir que un mayor número de consumidores exhibe una percepción cada vez más optimista sobre su capacidad de consumo. De los indicadores complementarios, el indicador de Consumo siempre ha exhibido los más bajos niveles de confianza.

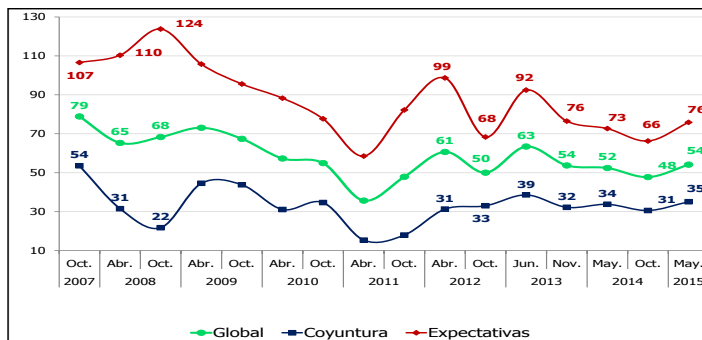
INDICADORES DE CONFIANZA COMPLEMENTARIOS

**Índices Complementarios de Confianza del Consumidor
Coyuntura y Expectativas, May. 2015**



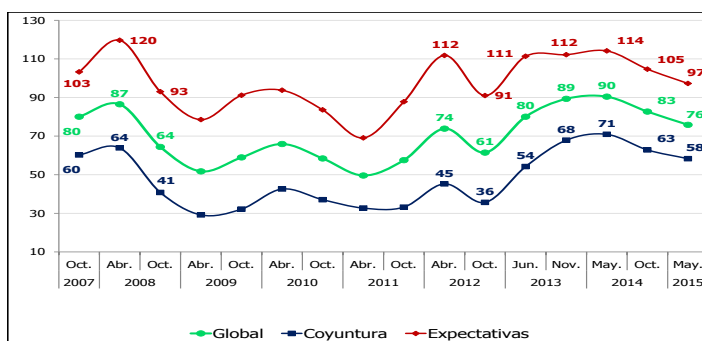
- En la valoración de la coyuntura, el indicador de confianza en el Consumo fue el que registró la más alta puntuación de todos los indicadores complementarios, registrando un nivel de confianza de 70 puntos.
- En la valoración de las expectativas, el indicador de confianza en el Mercado de Trabajo fue el que registró el más alto nivel de confianza, muy por encima de los demás indicadores complementarios.
- No obstante, el hecho de que el indicador complementario de expectativas de Mercado de Trabajo registró un nivel de confianza de 97 puntos, lo que significa que la fracción de consumidores con una percepción pesimista sobre el futuro del mercado de trabajo fue ligeramente mayor que la fracción de consumidores con una percepción optimista.

**Evolución del Índice Complementario de Confianza en los Precios
Coyuntura y Expectativas, Oct. 2007 - May. 2015**



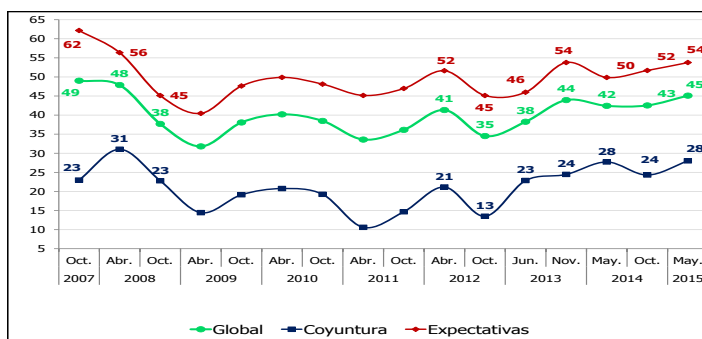
- En mayo de 2015, el indicador complementario de Precios registró un valor global de 54, aumentando 6 puntos con respecto al nivel alcanzado en octubre de 2014. Esto significa que un mayor número de consumidores ha venido apreciando de manera más optimista la situación de los precios, lo que indica que los consumidores han venido percibiendo precios más bajos.
- La valoración de la coyuntura en mayo 2015 fue más optimista que en octubre de 2014. El indicador de coyuntura registró un aumento de 4 puntos, posicionándose en un nivel de confianza de 35 puntos.
- Similarmemente, el indicador de expectativas registró un aumento de 10 puntos desde octubre de 2014. Esto significa que un mayor número de consumidores tiene una percepción más optimista sobre el futuro de los precios y espera que los mismos serán más bajos de cara a los próximos 12

**Evolución del Índice Complementario de Confianza en el Mercado de Trabajo
Coyuntura y Expectativas, Oct. 2007 - May. 2015**



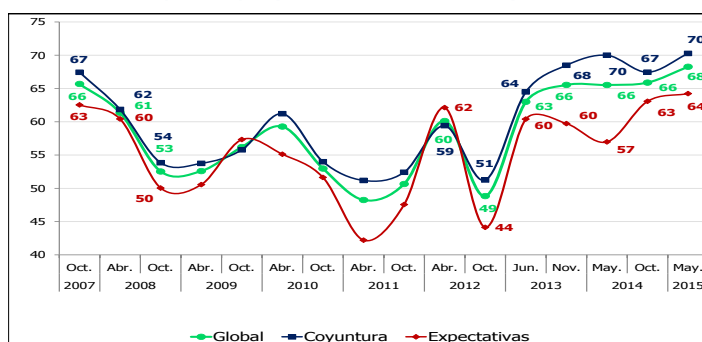
- El indicador complementario de Mercado de Trabajo registró un valor global de 76 puntos en mayo de 2015, disminuyendo 7 puntos con respecto al nivel alcanzado en octubre de 2014. Este indicador registró su nivel más alto en mayo de 2014, pero desde entonces ha venido disminuyendo. Sin embargo, cabe resaltar que la confianza en el mercado de trabajo todavía se mantiene muy por encima de la media histórica.
- Con respecto a octubre de 2014, el aumento de consumidores pesimistas se presentó tanto en la valoración de la coyuntura como en la valoración de las expectativas. En la valoración de las expectativas, el indicador de Mercado de Trabajo registró un valor de 97, indicando que la mayoría de los consumidores mantiene una actitud pesimista sobre el futuro del mercado de trabajo y espera menos oportunidades de empleo en los próximos 12 meses.

**Evolución del Índice Complementario de Confianza en el Consumo
Coyuntura y Expectativas, Oct. 2007 - May. 2015**



- En mayo de 2015, el indicador complementario de Consumo registró un valor global de 45, aumentando 2 puntos con respecto al nivel alcanzado en octubre de 2014. En otras palabras, un mayor número de consumidores ha venido percibiendo de manera más optimista la situación del consumo, sugiriendo la existencia de menos incertidumbre en los mercados de bienes y servicios.
- Con respecto a octubre de 2014, el indicador complementario de Consumo registró un mejoramiento de la confianza en la valoración de la coyuntura y en la valoración de las expectativas.
- En general, la mayoría de los consumidores siempre han tenido una percepción pesimista sobre la situación del consumo.

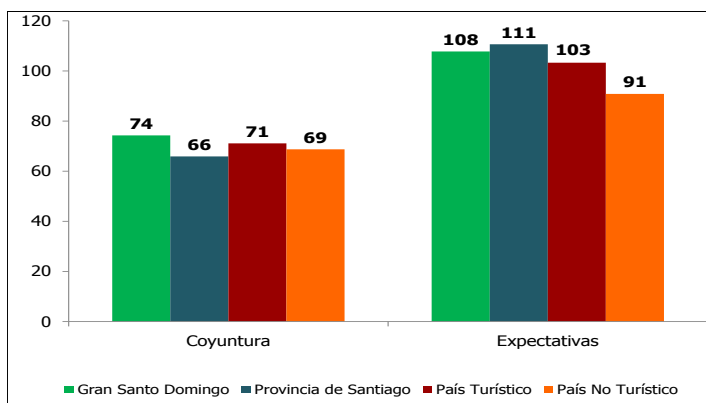
**Evolución del Índice Complementario de Confianza en el Ahorro
Coyuntura y Expectativas, Oct. 2007 - May. 2015**



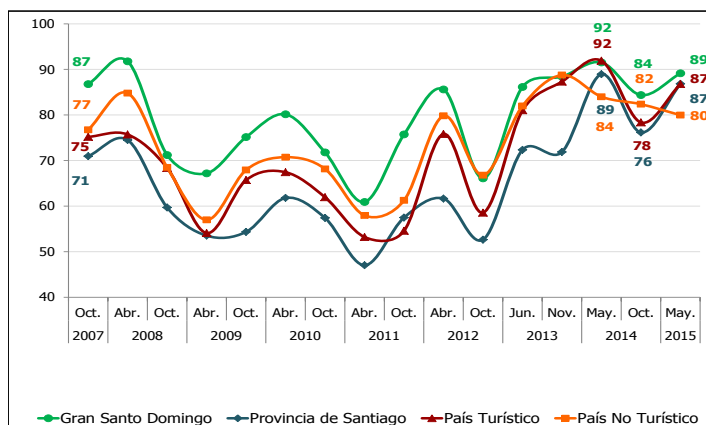
- El indicador complementario de Ahorro registró un valor global de 68 puntos en mayo de 2015, aumentando 2 puntos con respecto al nivel alcanzado en octubre de 2014. Esto significa que un número mayor de consumidores ha venido percibiendo de manera más optimista la posibilidad de ahorrar.
- En la valoración de la coyuntura, el indicador complementario de Ahorro aumentó 3 puntos con respecto a octubre de 2014, alcanzando un valor de 70. Por el contrario, en la valoración de las expectativas, este indicador aumentó solamente 1 punto, alcanzando un valor de 64.
- Históricamente, desde que se inició la elaboración de la Encuesta ICC-RD, las expectativas sobre el ahorro casi siempre se han situado por debajo de la valoración coyuntural.

CONFIANZA POR DOMINIOS GEOGRÁFICOS

**Índice de Confianza del Consumidor por Dominios Geográficos
Coyuntura y Expectativas, May. 2015**



**Evolución del Índice de Confianza del Consumidor por Dominios Geográficos
Global, Oct. 2007 - May. 2015**

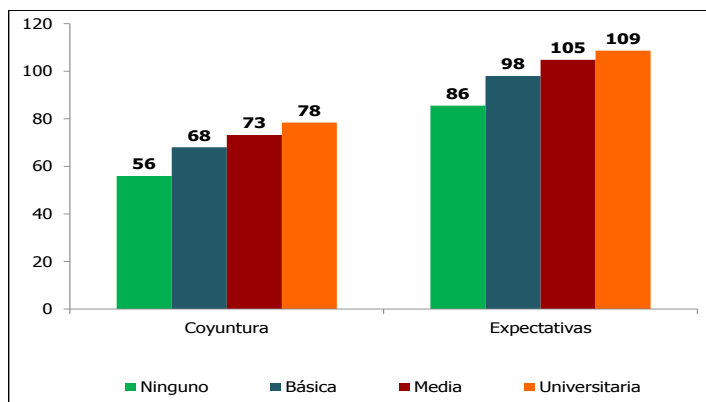


Fuente: Encuestas ICC, Oct. 2007 - May. 2015

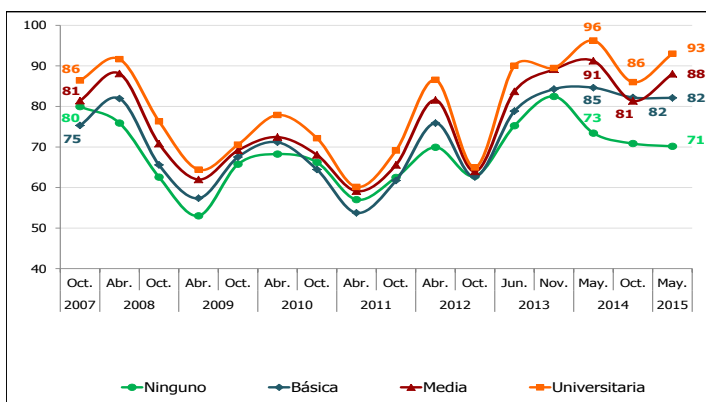
- En mayo de 2015, los más altos niveles globales de confianza se registraron en los dominios geográficos correspondientes al Gran Santo Domingo (89 puntos), Provincia de Santiago (87 puntos) y País Turístico (87 puntos).
- Por el contrario, los más bajos niveles globales de confianza se registraron en el dominio geográfico correspondiente al País No Turístico (80 puntos).
- Para cada uno de los dominios geográficos, la valoración de las expectativas está muy por encima de la valoración coyuntural, lo que significa que los consumidores de los distintos dominios geográficos tienen una percepción más favorable sobre el futuro de la economía que sobre la situación económica actual.
- En la valoración de las expectativas, el Gran Santo Domingo, la Provincia de Santiago y el País Turístico registraron niveles de confianza de 108, 111 y 103, respectivamente. Esto significa que, en estos dominios geográficos, la gran mayoría de los consumidores tiene una percepción optimista sobre el futuro de la economía. Sin embargo, el dominio geográfico del País No Turístico registró un nivel de confianza por debajo de 100, lo que significa que la fracción de personas con una percepción pesimista sobre el futuro de la economía fue mayor que la fracción de personas con una percepción optimista. En la valoración global, se observa que el País No Turístico registró el menor nivel de confianza de todos los dominios geográficos. Sin embargo, contrario a lo que sucede en la valoración de las expectativas, el País Turístico muestra un nivel de confianza más alto que la Provincia de Santiago.
- Para casi todos los dominios geográficos, se verificó un aumento de la confianza en la economía con respecto a octubre de 2014. El aumento más importante se registró en el dominio geográfico correspondiente a la Provincia de Santiago (11 puntos), seguido por los dominios geográficos correspondientes al País Turístico (8 puntos) y al Gran Santo Domingo (5 puntos). Por el contrario, el dominio geográfico correspondiente al País No Turístico registró una reducción de 2 puntos en el nivel global de confianza en la economía.

CONFIANZA POR NIVEL EDUCATIVO

**Índice de Confianza del Consumidor por Nivel Educativo
Coyuntura y Expectativas, May. 2015**



**Evolución del Índice de Confianza del Consumidor por Nivel Educativo
Global, Oct. 2007 - May. 2015**

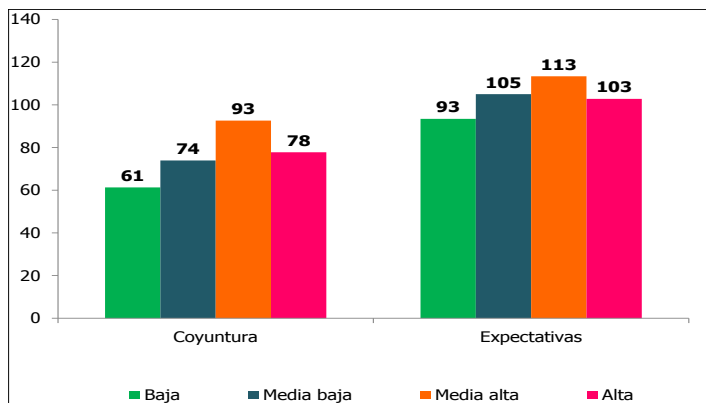


Fuente: Encuestas ICC, Oct. 2007 - May. 2015

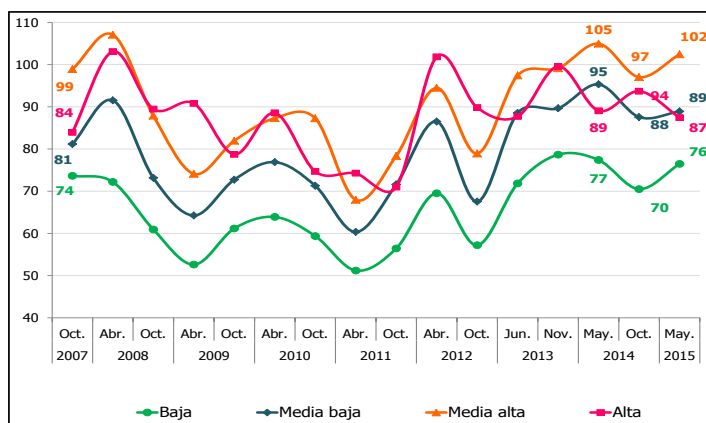
- En mayo de 2015, los mayores niveles globales de confianza en la economía se registraron cuando el jefe o jefa del hogar alcanzó la educación media o universitaria.
- Por el contrario, los más bajos niveles globales de confianza en la economía se registraron en los hogares donde el jefe o jefa del hogar no fue a la escuela o apenas alcanzó el nivel básico.
- 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.
- Tanto en la valoración global, como en la valoración de las expectativas, se verifica una relación positiva entre el nivel educativo y la confianza en la economía. En otras palabras, mientras más alto es el nivel educativo del jefe o jefa del hogar, mayor es el nivel de confianza en la economía.
- En la valoración de las expectativas, los indicadores de confianza correspondientes a los niveles de educación media y universitaria registraron valores por encima de 100, lo que significa que más de la mitad de estos consumidores tiene una percepción favorable sobre el futuro de la economía.
- Los hogares cuyo jefe o jefa no fue a la escuela registraron una disminución de la confianza en la economía (1 punto) con respecto a octubre de 2014.
- Sin embargo, los hogares cuyo jefe o jefa alcanzó la educación media o universitaria registraron aumentos en sus niveles de confianza en la economía. Los aumentos de la confianza en la economía se registraron en los hogares cuyo jefe o jefa alcanzó la educación media (7 puntos) o fue a la universidad (7 puntos). El nivel de confianza en la economía correspondiente a los hogares cuyo jefe o jefa apenas alcanzó la educación básica se mantuvo constante con respecto a octubre de 2014.

CONFIANZA POR CLASE SOCIAL

**Índice de Confianza del Consumidor por Clase Social
Coyuntura y Expectativas, May. 2015**



**Evolución del Índice de Confianza del Consumidor por Clase Social
Global, Oct. 2007 - May. 2015**

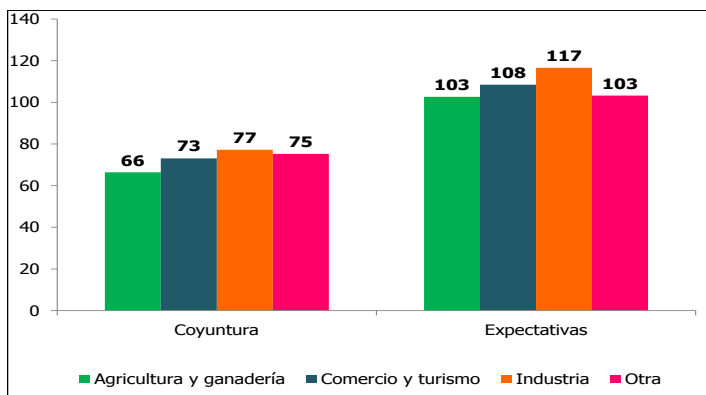


Fuente: Encuestas ICC, Oct. 2007 - May. 2015

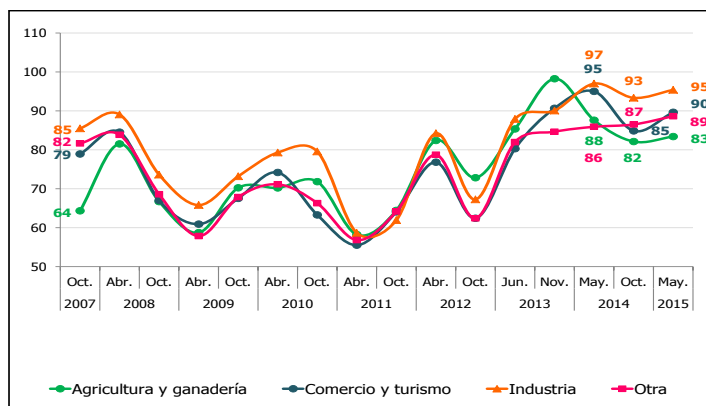
- El análisis en función de la auto-percepción de clase social del consumidor indica que, en mayo de 2015, las clases Media Alta y Media Baja registraron los más altos niveles globales de confianza en la economía de todas las clases sociales.
- Para cada una de las clases sociales, la valoración de las expectativas está muy por encima de la valoración coyuntural, lo que significa que la mayor parte de los consumidores tiene una percepción más favorable sobre el futuro de la economía.
- La clase Media Alta fue la que registró el más alto nivel de confianza, tanto en la valoración de la coyuntura como en la valoración de las expectativas.
- En la valoración de las expectativas, exceptuando la clase Baja, todas las clases sociales registraron niveles de confianza por encima de 100, lo que significa que la gran mayoría de los consumidores pertenecientes estas clases sociales tienen una valoración optimista sobre el desempeño de la economía de cara a los próximos 12 meses.
- Por el contrario, más de la mitad de los consumidores que se auto-percibieron pertenecer a la clase Baja tienen una apreciación pesimista sobre el futuro de la economía.
- Mientras casi todas las clases sociales registraron aumentos en sus niveles globales de confianza en la economía con respecto a octubre 2014, la clase Alta fue la única que registró una reducción en su nivel global de confianza en la economía respecto a octubre 2014.
- Las clases Media Alta, Media Baja y Baja registraron aumentos en sus niveles globales de confianza en la economía, de 5 puntos, 1 punto y 6 puntos, respectivamente. Por el contrario, a diferencia de las demás clases sociales, la clase Alta registró una reducción de 6 puntos en su nivel global de confianza en la economía.
- Desde que se inició la elaboración de la Encuesta ICC-RD, la clase Baja ha sido la que siempre ha registrado los niveles de confianza más bajos de todas las clases sociales.

CONFIANZA POR SECTOR DE ACTIVIDAD ECONOMICA

**Índice de Confianza del Consumidor por Sector de Actividad
Coyuntura y Expectativas, May. 2015**



**Evolución del Índice de Confianza del Consumidor por Sector de Actividad
Global, Oct. 2007 - May. 2015**

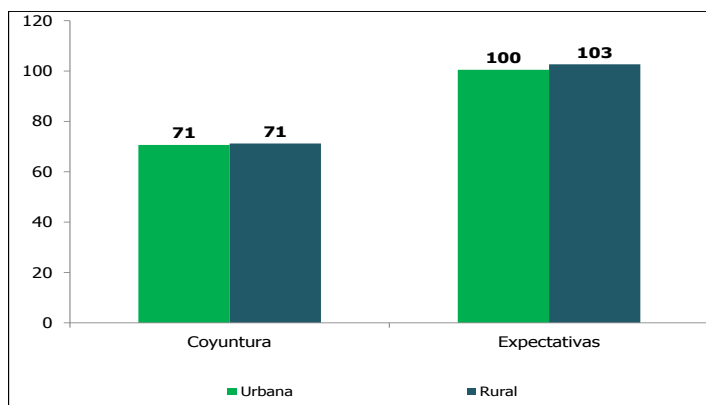


Fuente: Encuestas ICC, Oct. 2007 - May. 2015

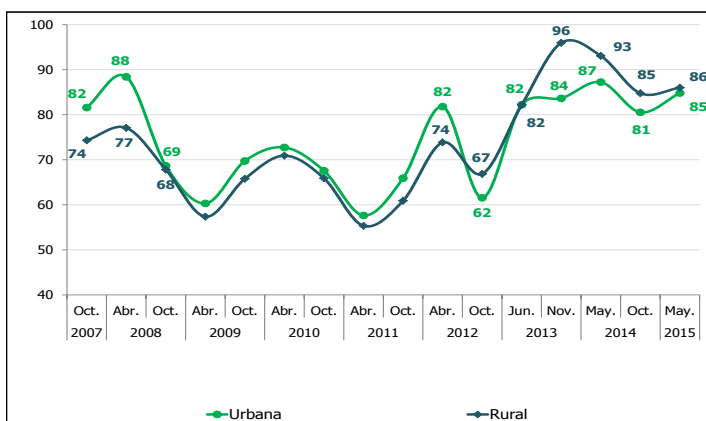
- En mayo de 2015, los trabajadores del sector «Industria» fueron los que registraron el mayor nivel de confianza en la economía, tanto en la valoración de la coyuntura como en la valoración de las expectativas.
- Por el contrario, el menor nivel global de confianza en la economía se registró entre los trabajadores pertenecientes al sector «Agricultura y Ganadería».
- Para cada uno de los sectores de actividad, la valoración de las expectativas está muy por encima de la valoración coyuntural, lo que significa que los consumidores que laboran en los distintos sectores productivos tienen una percepción más favorable sobre el futuro de la economía.
- En la valoración de las expectativas, todos los sectores de actividad económica registraron niveles de confianza por encima de 100, lo que significa que la gran mayoría de los trabajadores pertenecientes estos sectores tienen una valoración optimista sobre el desempeño de la economía de cara a los próximos 12 meses.
- Con respecto a octubre de 2014, todos los sectores de actividad económica registraron mejorías en sus respectivos niveles globales de confianza en la economía.
- El mayor aumento de la confianza se registró en el sector «Comercio y Turismo» (5 puntos), seguido por los sectores de «Industria» (2 puntos), «Otras» (2 Puntos) y «Agricultura y Ganadería» (1 Punto) respectivamente.
- Cabe resaltar que, desde octubre de 2012, todos los sectores de actividad económica continúan registrando niveles de confianza relativamente altos con respecto a sus promedios históricos.
- En el caso de «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 contante y sostenido desde octubre de 2012.

CONFIANZA POR ZONA DE RESIDENCIA

**Índice de Confianza del Consumidor por Zona de Residencia
Coyuntura y Expectativas, May. 2015**



**Evolución del Índice de Confianza del Consumidor por Zona de Residencia
Global, Oct. 2007 - May. 2015**



Fuente: Encuestas ICC, Oct. 2007 - May. 2015

- En mayo de 2015, los indicadores globales de confianza en la economía correspondientes a las zonas de residencia Rural y Urbana fueron prácticamente iguales. Sin embargo, el indicador global de confianza en la economía correspondiente a la zona de residencia Rural fue ligeramente más alto.
- En la valoración de la coyuntura, la zona de residencia Rural registró un nivel de confianza de 71, exactamente igual al nivel de confianza de 71 registrado en la zona de residencia Urbana.
- En la valoración de las expectativas, la zona de residencia Rural registró un nivel de confianza de 103 puntos, superior en 3 puntos al nivel de confianza de 100 registrado en la zona de residencia Urbana.
- Lo anterior quiere decir que, en la zona de residencia urbana, el número de consumidores con una percepción optimista de cara a los próximos 12 meses fue igual que el número de consumidores con una percepción pesimista sobre el futuro de la economía. Por el contrario, en la zona de residencia rural, el número de consumidores con una percepción optimista de cada a los próximos 12 meses fue ligeramente mayor que el número de consumidores con una percepción pesimista sobre el futuro de la economía.
- El análisis en función de la zona de residencia del consumidor indica que, a partir de octubre de 2012 y por primera vez desde que se inició la elaboración de la Encuesta ICC-RD, la zona de residencia Rural ha venido registrando niveles globales de confianza más altos que la zona de residencia Urbana.
- Efectivamente, en mayo de 2015, se aprecia que el nivel global de confianza registrado en la zona de residencia Rural sigue siendo más alto que el nivel de confianza registrado en la zona de residencia Urbana.
- Para la zona de residencia Urbana, se verificó un aumento (4 puntos) de la confianza global en la economía con respecto a octubre de 2014.
- Para la zona de residencia Rural, se verificó un aumento (1 punto) de la confianza global en la economía con respecto a octubre de 2014.

RECUADRO HISTÓRICO Y NOTA METODOLÓGICA

Indicadores de Confianza	Global															Coyuntura					Expectativas												
	Abril 2010	Oct. 2010	Abril 2011	Oct. 2011	Abr. 2012	Oct. 2012	Jun. 2013	Nov. 2013	May. 2014	Oct. 2014	May. 2015	Abril 2010	Oct. 2010	Abril 2011	Oct. 2011	Abr. 2012	Oct. 2012	Jun. 2013	Nov. 2013	May. 2014	Oct. 2014	May. 2015	Abril 2010	Oct. 2010	Abril 2011	Oct. 2011	Abr. 2012	Oct. 2012	Jun. 2013	Nov. 2013	May. 2014	Oct. 2014	May. 2015
En la Economía (ICC)	72.1	66.9	56.8	64.1	78.9	63.5	82.2	86.6	88.6	81.6	85.1	51.5	43.7	34.7	38.2	52.8	39.7	63.6	67.8	73.7	65.6	70.8	95.3	93.4	82.1	94.1	110.5	89.7	102.9	106.3	104.4	98.8	101.0
Precios	57.3	54.9	35.7	47.9	60.7	50.0	63.4	53.7	52.4	47.7	54.1	31.1	34.6	15.3	18.0	31.3	33.0	38.6	32.2	33.7	30.6	35.1	88.3	77.6	58.5	82.2	98.6	68.3	92.4	76.5	72.6	66.3	75.9
Mercado de Trabajo	65.9	58.4	49.6	57.5	73.9	61.5	80.1	89.3	90.4	82.7	75.9	42.6	37.1	32.7	33.2	45.3	35.7	54.2	67.9	70.9	62.8	58.3	93.8	83.6	69.1	87.8	111.8	91.0	111.4	112.2	114.2	104.7	97.3
Ahorro	59.3	53.0	48.2	50.6	60.1	48.8	63.0	65.5	65.5	65.9	68.3	61.2	54.0	51.2	52.4	59.4	51.2	64.5	68.5	70.0	67.4	70.3	55.1	51.6	42.2	47.6	62.1	44.1	60.4	59.7	57.0	63.1	64.2
Consumo	40.2	38.5	33.6	36.1	41.3	34.5	38.3	43.9	42.4	42.5	45.1	20.8	19.2	10.6	14.7	21.2	13.5	22.9	24.5	27.7	24.3	28.0	49.9	48.1	45.2	47.0	51.6	45.1	46.0	53.8	49.9	51.7	53.8

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 discrecionales 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, la décimo quinta del 4 al 17 de octubre de 2014 y la décimo sexta del 16 al 30 de mayo de 2015.

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:

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

♦ **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