

Secretaría de Estado de Economía, Planificación  
y Desarrollo (SEEPyD)

Unidad Asesora de Análisis Económico y Social

# Sistema de Indicadores de Confianza del Consumidor en República Dominicana

Resultados Generales 2007-2009

Versión Preliminar

Santo Domingo, República Dominicana  
Diciembre 2009



*Secretaría de Estado de Economía, Planificación y Desarrollo*  
*Unidad Asesora de Análisis Económico y Social*

**SECRETARIO DE ESTADO**

*Juan Temístocles Montás*

**Sistema de Indicadores de Confianza del Consumidor**  
**en República Dominicana**  
**Resultados Generales 2007-2009**

**Versión Preliminar**

**COORDINACIÓN TÉCNICA**

*Magdalena Lizardo*

**EQUIPO DE TRABAJO**

*Antonio Morillo*

*Oty Rosario*

**Diciembre, 2009**

## Contenido

<i>Presentación</i> .....	4
<b>RESUMEN EJECUTIVO</b> .....	6
Introducción .....	9
1. Aspectos Metodológicos.....	13
2. Resultados Generales .....	17
3. Resultados detallados según variable analítica.....	23
3.1 Resultados según dominio geográfico .....	23
3.2 Resultados según zona .....	25
3.3 Resultados según tamaño del hogar .....	26
3.4 Resultados según sexo del jefe del hogar.....	28
3.5 Resultados según edad del jefe del hogar .....	31
3.6 Resultados según nivel de estudios del jefe del hogar.....	31
3.7 Resultados según clase social del jefe del hogar.....	33
3.8 Resultados según condición laboral del jefe del hogar.....	35
3.9 Resultados en función de si el jefe del hogar hace la mayor contribución económica .....	37
3.10 Resultados según nivel de ingresos del hogar.....	38
3.11 Resultados según cómo se considera qué vive el hogar con sus ingresos.....	40
3.12 Resultados según categoría ocupacional del jefe del hogar .....	43
3.13 Resultados según sector en el cual trabaja el jefe del hogar .....	45
4. Resultados de la opinión sobre la crisis económica internacional.....	51
4.1 Resultados generales .....	51
4.2 Resultados detallados según variable analítica .....	53
<i>ANEXOS</i> .....	65
ANEXO 1. FICHA TÉCNICA ENCUESTA.....	67
ANEXO 2. CUESTIONARIO ENCUESTA DE OCTUBRE 2009 .....	69
ANEXO 3. COMPONENTES DEL ICC-RD E INDICADORES PARCIALES.....	71
ANEXO 4. FRECUENCIAS PONDERADAS VARIABLES INDIVIDUALES, OCTUBRE DE 2007, ABRIL DE 2008, OCTUBRE DE 2008, ABRIL DE 2009 Y OCTUBRE DE 2009.....	72
ANEXO 5. TABULACIONES CRUZADAS PARA LA OPINION SOBRE EL IMPACTO DE LA CRISIS INTERNACIONAL, SEGÚN VARIABLES, OCTUBRE DE 2008, ABRIL DE 2009 Y OCTUBRE DE 2009 .....	81

## **Presentación**

*La evolución de una economía depende de diversos factores, entre los cuales se encuentran las decisiones cotidianas de innumerables agentes económicos. Dichas decisiones se ven influenciadas tanto por la racionalidad económica como por un conjunto complejo de factores motivacionales y psicológicos.*

*De ahí que en el mundo de hoy es cada vez más común levantar encuestas de opinión que proporcionen informaciones que permitan conocer el punto de vista de los empresarios o de los consumidores sobre la marcha de la economía y de sus expectativas. Los indicadores de confianza obtenidos a partir de estas encuestas son utilizados por la mayoría de países y organismos internacionales como un complemento a las estadísticas económicas cuantitativas y tienen como propósito principal ayudar a anticipar cambios en las tendencias del ciclo económico, lo cual se hace muy difícil a partir de la aplicación de modelos econométricos.*

*Las encuestas a empresarios permiten construir indicadores de confianza que pretenden seguir y/o adelantar la evolución económica, tales como el indicador de clima económico (global o de algún sector concreto) o el indicador de sentimiento económico (o confianza empresarial). Este tipo de encuestas, que no son enfocadas en el presente trabajo, vienen siendo realizadas en el país, en forma periódica, tanto por el Banco Central de la República Dominicana como por la Asociación Nacional de Jóvenes Empresarios (ANJE).*

*La confianza de los consumidores, de modo complementario a la de los empresarios y a los indicadores macroeconómicos, es una herramienta muy útil para el análisis económico a corto plazo. La percepción del consumidor sobre la economía es un contribuidor neto a la explicación en 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 lo son el ingreso o el empleo.*

*Los indicadores de confianza de los consumidores son instrumentos de mucha popularidad en el mundo moderno. En los países desarrollados son considerados indicadores avanzados de la economía y se les presta mucha atención pues revelan con relativa rapidez el sentimiento de los consumidores, lo cual determinará las decisiones de compra a corto y mediano plazo y por lo tanto la evolución de los indicadores macroeconómicos en los próximos meses. Por otro lado, en algunos casos se ha observado que existe una alta correlación entre indicadores de confianza y variables macroeconómicas.*

*En países como Estados Unidos (EE.UU.), la Universidad de Michigan y el Conference Board realizan encuestas que relevan la confianza de los consumidores en la marcha de la economía americana: la Universidad de Michigan difunde regularmente el Index of Consumer Sentiment (ICS) y el Conference Board el Consumer Confidence Index (CCI). En prácticamente todos los países de la Unión Europea se utilizan indicadores similares desde hace varias décadas. En muchos de los países de América Latina, como son los casos de Brasil, en el cual el Instituto Brasileño de Opinión Pública y Estadística (IBOPE) difunde el Índice Nacional de Expectativa do Consumidor (INEC); Argentina, México, Costa Rica, Colombia, Chile y Ecuador, también se vienen realizando encuestas de confianza del consumidor de manera periódica.*

*En la República Dominicana las encuestas de confianza de los consumidores se realizan en forma trimestral en abril y octubre de cada año. La primera se realizó en el año 2007, en el marco del desarrollo de un sistema de indicadores de confianza de los consumidores, diseñado por la SEEPyD en coordinación y con el apoyo del Grupo de Investigación "AQR"- Instituto de Investigación de Economía Aplicada (IREA), de la Universidad de Barcelona.*

*Las encuestas proporcionan los datos para calcular el Índice Global de Confianza de los Consumidores de la República Dominicana (ICC-RD), los cuales se obtienen siguiendo una metodología compatible con otros sistemas de indicadores que funcionan en otros países, permitiendo adicionalmente obtener los siguientes indicadores parciales de confianza: i) índice de percepción de mercado laboral; ii) índice de percepción de capacidad de ahorro; iii) índice de percepción de evolución de precios; y iv) índice de percepción de capacidad de consumo.*

*En el presente trabajo se destacan los elementos básicos que definen tanto el ICC-RD como los otros indicadores parciales de confianza y se presentan los indicadores elaborados a partir de las cinco primeras encuestas periódicas desarrolladas en el marco del sistema, cuyos datos fueron levantados en los meses de octubre de 2007, abril de 2008, octubre de 2008, abril de 2009 y octubre de 2009, en un trabajo coordinado con la empresa Gallup Dominicana, S.A.*

*Los indicadores obtenidos permiten visualizar la percepción sobre la evolución de la confianza del consumidor dominicano en los últimos doce meses, incluyendo el impacto de la reciente crisis financiera global, permitiendo un rápido conocimiento de los cambios en la confianza tanto en la situación y expectativas de la economía en sentido general, como en los precios, mercado de trabajo, consumo y ahorro, enfocando aspectos tanto del país como un todo como de la situación económica personal.*

*La Secretaría de Estado de Economía, Planificación y Desarrollo (SEEPyD) espera que las informaciones presentadas sirvan de apoyo al diseño de políticas públicas que contribuyan con un adecuado manejo de las variables vinculadas con la situación macroeconómica y el impacto de la crisis económica mundial, a fin de que afecte en la menor medida posible a la población dominicana.*

Ing. Juan Temístocles Montás,  
Secretario de Estado de Economía, Planificación y Desarrollo

## **RESUMEN EJECUTIVO**

Este documento contiene los principales resultados del análisis de la Encuesta de Confianza del Consumidor, realizada en la República Dominicana en los meses de octubre de 2007, abril de 2008, octubre de 2008 y abril de 2009. Se presentan el Índice de Confianza del Consumidor (ICC-RD) y los indicadores parciales de precios, mercado de trabajo, consumo y ahorro. La encuesta fue aplicada principalmente a los jefes de hogar y es representativa a nivel nacional y en cuatro grandes dominios.

**LOS NIVELES DE CONFIANZA EN LA ECONOMÍA.** La confianza del consumidor en la economía muestra una notable recuperación en octubre del 2009, luego del deterioro evidenciado en octubre del 2008 y abril del 2009 por la influencia de la crisis financiera internacional. El Índice Global de Confianza de los Consumidores en la Economía (ICC-global) para octubre del 2009 alcanza un valor de 68.3 (debajo de cien), superior al valor de 59.2 evidenciado en abril del 2009. El hecho de que la ICC-global en octubre del 2009 se sitúe por debajo de 100, muestra que el proceso de recuperación de la confianza no ha sido suficientemente fuerte como para hacer que la proporción de consumidores que tienen una percepción optimista sobre la evolución de la economía supere a la proporción de consumidores que tienen una percepción pesimista. En octubre del 2009 la valoración de la confianza del consumidor en la economía en relación con los 12 meses previos (ICC-coyuntural) es negativa (43.7, inferior a cien), inferior que la expectativa de los consumidores sobre la marcha de la economía en los próximos 12 meses (96.9). Esto indica que el consumidor dominicano espera mejores resultados económicos en los próximos 12 meses que los evidenciados en los 12 meses anteriores a octubre del 2009.

**LOS INDICADORES DE CONFIANZA COMPLEMENTARIOS.** La evolución entre octubre del 2007 y octubre del 2009 de la confianza en la economía por parte de los consumidores dominicanos guarda diferencias en función del indicador complementario de confianza que se trate, ya sean indicadores de precios, mercado de trabajo, ahorro o consumo. En el período de abril del 2008 a abril del 2009, las mayores disminuciones de la confianza se observan en los indicadores de Mercado de Trabajo y de Consumo; el ahorro también disminuye, aunque a un ritmo más lento. Mientras tanto, se observa un ligero aumento en el índice de confianza en los Precios. En el semestre de abril del 2009 hasta octubre del 2009, se registraron leves aumentos de la confianza en el consumo, en el mercado de trabajo y el ahorro. Por otra parte, se observa una ligera disminución en el índice de confianza en los precios.

**CONFIANZA POR DOMINIOS GEOGRÁFICOS.** Las encuestas de confianza permiten obtener estimaciones representativas en el ámbito de cuatro grandes dominios geográficos: Gran Santo Domingo (que comprende al Distrito Nacional y la provincia Santo Domingo), Provincia de Santiago, País Turístico y País no Turístico. En octubre del 2009 el dominio Gran Santo Domingo registra los mayores niveles de confianza en la economía por parte del consumidor dominicano, tanto en la situación actual (coyuntura) como en las expectativas. Se destaca que en cada uno de los dominios geográficos la valoración de las expectativas en la economía está muy por encima de la valoración de la coyuntura, reflejando una mayor confianza de los consumidores en el futuro. En contraste con el Gran Santo Domingo, a lo largo de todo el período de análisis los menores niveles de confianza en la economía se

observan en la Provincia de Santiago, lo cual se verifica tanto en la valoración de la coyuntura económica como en las expectativas. Después de la provincia de Santiago, la zona turística del país es la que presenta los más bajos niveles de confianza en la economía, pero se observa que este dominio registra los mayores aumentos de la confianza en 2009. En cada dominio geográfico se verifica una disminución de la confianza en la economía de abril 2008 a abril 2009, así como importantes aumentos de abril 2009 a octubre 2009, excepto en la provincia de Santiago en la cual no se observa una mejoría significativa de la confianza en este último período.

**CONFIANZA POR NIVEL EDUCATIVO.** En las encuestas se recoge el nivel educativo del jefe o jefa del hogar, categorizado de la forma siguiente: Ninguno (o inicial), Básica, Media y Universitario (o post-universitario). Los resultados según niveles educativos indican que los mayores niveles de confianza se presentan cuando el jefe o jefa realizó estudios universitarios o post-universitarios, lo cual se verifica tanto en la confianza global como en la confianza en la coyuntura. En contraste, este segmento educativo es el que presenta los menores niveles de confianza en las expectativas. Los peores niveles de confianza global en la economía se observan en los hogares donde el jefe o jefa no tuvo educación o sólo llegó al nivel inicial. En el caso de las expectativas, los mayores niveles de confianza se registran en los hogares donde el jefe de la familia tiene educación básica o media. Para cada nivel educativo, los indicadores de expectativas en la economía están muy por encima de los de indicadores de coyuntura, reflejando una mayor confianza de los consumidores en el futuro de la economía. En cada uno de los cuatro niveles educativos considerados se registró una disminución de la confianza en el período abril del 2008 a abril del 2009, mientras que de abril del 2009 a octubre del 2009 se verificaron aumentos, los cuales disminuyen de magnitud a medida que aumenta el nivel educativo. Esto significa que la recuperación de la confianza en la economía está ocurriendo de forma más lenta en los sectores con mayor educación.

**CONFIANZA POR NIVEL DE INGRESOS.** En las encuestas se recoge la declaración del jefe o jefa del hogar sobre los ingresos mensuales totales del hogar (en pesos dominicanos) y para fines del análisis de asociación con los niveles de confianza en la economía, esta información ha sido agrupada en los siguientes estratos de ingreso: “0-2,700 pesos”, “2,700-5,400 pesos”, “5,400-8,100 pesos”, “8,100-13,500 pesos”, “13,500-27,000 pesos” y “27,000 ó más pesos”. En octubre 2009 el estrato de mayores ingresos (“27,000 o más pesos”) es el que registra los mayores niveles de confianza en la economía, lo cual se verifica tanto en la situación actual (coyuntura) como en las expectativas. En cambio, los menores niveles de confianza se observan en el estrato de menores ingresos (“0-2,700 pesos”), lo cual se verifica tanto en la valoración de la coyuntura como en las expectativas. En cada estrato de ingreso los indicadores de expectativas continúan estando muy por encima de los de coyuntura, lo cual constituye un reflejo de la mayor confianza que tienen los consumidores en el futuro. A lo largo de todo el período de análisis los resultados muestran que existe una asociación positiva entre el índice de confianza global en la economía y los estratos de ingresos, de manera que a medida que aumentan los ingresos aumenta la confianza en la economía. En cada uno de los estratos de ingresos los niveles de confianza en la economía aumentaron de abril 2009 a octubre del 2009, luego de haber disminuido en el período abril del 2008 a abril del 2009.

**CONFIANZA POR CLASE SOCIAL.** En las encuestas se recoge la autopercepción de clase social del jefe o jefa del hogar, de acuerdo con las siguientes categorías sociales: “clase baja”, “clase media baja”, “clase media alta” y “clase alta”. El análisis de la confianza en la

economía de acuerdo con esta estratificación social indica que en octubre del 2009 la “clase media alta” es la que registra los mayores niveles de confianza en la economía, esencialmente asociado a su percepción favorable sobre la situación actual (coyuntura). Por su parte, respecto a las expectativas, el mayor nivel de confianza lo registra la “clase alta”. Los peores niveles de confianza en la economía se observan en la “clase social baja”, lo cual se verifica tanto en la valoración de la coyuntura como en las expectativas. En todas las clases sociales los indicadores de confianza en las expectativas de la economía están muy por encima de los indicadores de coyuntura, reflejando una mayor confianza de los consumidores en el futuro de la economía. En las clases sociales baja, media baja y media alta aumentaron los niveles de confianza entre abril 2009 y octubre 2009, después de haber disminuido de octubre 2008 a abril 2009. En contraste, en la “clase social alta” se observa una disminución en los niveles de confianza en la economía entre abril 2009 y octubre 2009, lo cual estaría asociado con el bajo nivel de confianza en la coyuntura económica.

**CONFIANZA POR SECTOR DE ACTIVIDAD ECONÓMICA.** En las encuestas se recogen informaciones sobre el mercado de trabajo, entre las cuales está la categoría ocupacional y la rama o sector de actividad en que trabajan los ocupados. Esta última información se registra en las cuatro siguientes grandes categorías: “agricultura y ganadería”, “comercio y turismo”, “industria” y “otras actividades”. De acuerdo con los resultados, para octubre del 2009 los trabajadores del sector de actividad “Industria” son los que registran los mayores niveles de confianza en la economía, lo cual se observa tanto en la confianza en la situación actual (coyuntura) como con respecto a las expectativas. Los más bajos niveles de confianza global en la economía se observan en los trabajadores de los sectores de actividad “comercio y turismo” y “otras actividades”, siendo mayor la confianza en la coyuntura para los trabajadores del primero de estos dos sectores. En cada uno de los sectores de actividad se observa que los indicadores de expectativas en la economía están muy por encima de los indicadores de coyuntura, reflejando que los trabajadores de cada uno de estos sectores presentan mayores niveles de confianza en el futuro de la economía. El análisis longitudinal indica que en los cuatro sectores de actividad disminuyeron los niveles de confianza en la economía en el periodo transcurrido de abril del 2008 a abril del 2009, mientras que se verificaron aumentos de abril del 2009 a octubre del 2009, los cuales fueron mayores en los trabajadores del sector “agricultura y ganadería”.

**IMPACTO DE LA CRISIS ECONÓMICA INTERNACIONAL.** En la encuesta de confianza de octubre 2008 se incluyó una pregunta sobre la percepción acerca de los posibles impactos de la crisis económica internacional sobre los ingresos o nivel de vida de los hogares. En las encuestas de abril 2009 y octubre 2009 se pidió opinión a los informantes acerca de cómo consideraban que la crisis estaba afectando sus ingresos o su nivel de vida. En octubre del 2008 el 60.3% de la población sentía que la crisis internacional impactaría “mucho” o “muchísimo” sus niveles de vida. En octubre 2009, la proporción de personas que consideraba que la crisis los estaba afectando “mucho” o “muchísimo” era de 62.9%, cifra que se mantiene prácticamente sin cambios con respecto a la registrada en abril 2009 (62.6%). De acuerdo con estos resultados, un alto porcentaje de la población siente que la crisis internacional les ha afectado sus niveles de vida, siendo dicho porcentaje mayor que el que percibía que iba a ser afectado, lo cual significa que la crisis internacional ha tenido un impacto mayor al esperado.

## Introducción

En este documento la Secretaría de Estado de Economía, Planificación y Desarrollo (SEEPYD) hace de conocimiento público los resultados de las Cinco Encuestas de Confianza de los Consumidores (Encuestas ICC-RD), realizadas semestralmente en la República Dominicana del 2007 al 2009. La primera Encuesta ICC se levantó del 12 al 25 de octubre 2007, la segunda del 29 de marzo al 14 de abril 2008, la tercera del 15 de octubre al 10 de noviembre 2008, la cuarta del 23 de abril al 15 de mayo 2009 y la más reciente, la quinta, del 12 al 25 de octubre 2009.

Las Encuestas ICC-RD se levantan mediante una muestra probabilística de hogares seleccionados en todo el país mediante un diseño muestral estratificado por conglomerados en dos etapas, con probabilidad proporcional al tamaño (PPT) en la primera etapa y un número fijo de hogares en la segunda etapa. Las muestras contienen 220 Unidades Primarias de Muestreo (UPM), conformadas por las áreas de supervisión y tienen como marco el VIII Censo Nacional de Población y Viviendas del 2002. Las muestras son diseñadas para obtener aproximadamente 2,000 entrevistas completas, con un error máximo de 5% a nivel de dominios y una confianza de 95%.

Cada una de las Encuestas ICC-RD son representativas a nivel nacional y para cuatro grandes 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 actividades turísticas; y iv) Resto del País no Turístico: demás localidades no incluidas en los otros dominios.

Las Encuestas ICC-RD se levantan para servir como fuente primaria de datos para alimentar el sistema de indicadores de confianza de los consumidores de la República Dominicana, el cual fue diseñado en coordinación con el Grupo de Investigación "AQR"-Instituto de Investigación en Economía Aplicada (IREA), de la Universidad de Barcelona.

Los indicadores de confianza son instrumentos de mucha popularidad en el mundo moderno. En Estados Unidos y en prácticamente todos los países de la Unión Europea se utilizan desde hace varias décadas. También en países de América Latina como Brasil, Argentina, México, Costa Rica, Colombia, Chile y Ecuador. La confianza del consumidor complementa a la de los empresarios y a los indicadores macroeconómicos, siendo una herramienta muy útil para el análisis de la coyuntura económica.

El sistema de indicadores de confianza 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 los 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: 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 indicadores obtenidos para la República Dominicana permiten visualizar la percepción sobre la evolución de la confianza del consumidor dominicano en los últimos dos años, incluyendo el impacto de la reciente crisis financiera global, aportando un rápido conocimiento de los cambios en la confianza tanto en la situación y expectativas de la economía en sentido general, como en los precios, mercado de trabajo, consumo y ahorro, enfocando aspectos tanto del país como un todo como de la situación económica personal.

En este documento se presentan los aspectos metodológicos vinculados con el sistema de indicadores de confianza de la República Dominicana y los resultados generales de las cinco encuestas levantadas hasta octubre del 2009, tanto para el país como para los cuatro grandes dominios geográficos representativos de la encuesta. Los resultados también se presentan desagregados según un conjunto de variables socio-demográficas levantadas en la encuesta. Adicionalmente, se presentan resultados obtenidos a partir de una pregunta incorporada en los cuestionarios a partir de octubre del 2008 que recoge las percepciones sobre el impacto de la crisis financiera internacional.

La Secretaría de Estado de Economía, Planificación y Desarrollo (SEEPyD) se siente muy confiada de que las informaciones aportadas por los indicadores de confianza, además de contribuir en el conocimiento de las percepciones de los consumidores sobre sus expectativas de consumo, sirvan también para orientar el diseño de políticas públicas y privadas encaminadas al mejoramiento de la calidad de vida de la población dominicana.

# 1. Aspectos Metodológicos



## 1. Aspectos Metodológicos

Tal y como se recoge en los documentos metodológicos elaborados en el marco del sistema de indicadores de confianza, los indicadores presentados se obtienen, en algunos casos, a partir de la composición de varias preguntas del cuestionario, mientras que en otros casos están asociados a una única pregunta.

La tabla 1.1. y la contenida en el Anexo 3 muestran la equivalencia entre la información utilizada en el cálculo de los distintos indicadores propuestos y las preguntas del cuestionario<sup>1</sup>.

**Tabla 1.1. Composición del sistema de confianza de los consumidores**

Indicador	Total	Coyuntural	Expectativas
Confianza	201. ¿Cómo ha cambiado la situación económica de su familia en los últimos 12 meses?		
	202. ¿Cómo cree que cambiará la situación económica de su familia en los próximos 12 meses?		
	203. ¿Cómo cree que ha cambiado la situación económica del país en los últimos 12 meses?	201	202
	204. ¿Cómo cree que cambiará la situación económica del país en los próximos 12 meses?	203	204
	210. En su opinión, en la situación económica actual, ¿cree que es un buen momento para comprar muebles, electrodomésticos o una computadora?	210	211
	211. Comparado con los últimos 12 meses, ¿espera gastar más o menos dinero en compra de muebles o electrodomésticos durante los próximos 12 meses?		
Precios	205. ¿Cómo cree que han cambiado los precios en los últimos 12 meses?		
	206. En comparación con los últimos 12 meses, ¿cómo espera que cambien los precios en los próximos 12 meses?	205	206
Mercado de Trabajo	207. ¿Cómo considera usted que ha cambiado la situación del país para encontrar o mejorar un empleo en los últimos 12 meses?		
	208. ¿Cómo considera usted que cambiará la situación en el país para encontrar o mejorar un empleo en los próximos 12 meses?	207	208
Ahorro	212. En su opinión, en la situación económica actual, ¿cree usted que es un buen o mal momento para ahorrar?		
	213. ¿Cuál de estas frases mejor describe a la situación económica de su familia?	212	
	214. Durante los próximos 12 meses, ¿qué tan posible es que usted ahorre dinero?	213	214
Consumo	209. En su opinión, en la situación económica actual, ¿cree que es un buen momento para comprar un vehículo?		
	210. En su opinión, en la situación económica actual, ¿cree que es un buen momento para comprar muebles, electrodomésticos o una computadora?		
	211. Comparado con los últimos 12 meses, ¿espera gastar más o menos dinero en compra de muebles o electrodomésticos durante los próximos 12 meses?	209	211
	215. ¿Está usted planeando comprar o construir una casa durante los próximos 12 meses?	210	215
	216. ¿Qué tan posible es que usted gaste una elevada cantidad de dinero para hacer mejoras (arreglos) en su casa durante los próximos 12 meses?		216
	217. ¿Qué tan posible es que usted reciba una mayor cantidad de dinero de familiares que viven en el extranjero durante los próximos 12 meses?		217

<sup>1</sup> La inclusión en el cuestionario de una pregunta sobre intención de comprar un vehículo conllevó a modificar el procedimiento original de cálculo de los indicadores relativos al consumo.

El proceso de elaboración de los indicadores propuestos consta de tres etapas. En una primera etapa, las respuestas a cada una de las preguntas se deben transformar en una medida resumen conocida como saldo. Para el caso en que la pregunta tiene tres posibles opciones, la variable saldo (S) se calcula como la diferencia entre la proporción de individuos (corregidos por los correspondientes valores del factor de ponderación) que han dado una valoración positiva P menos los que han dado una respuesta negativa N sin considerar las respuestas neutras R:

$$S = P - N$$

En el caso de preguntas con cinco opciones, con dos respuestas por encima de la media (PP, P), una igual a la media (R), y dos respuestas por debajo de la media (NN, N), la variable saldo se calcularía de manera similar 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).

El resultado final de esta primera etapa permite disponer de una medida resumen para cada una de las preguntas de opinión de la encuesta que oscila entre -1 (cuando todos los consumidores escojan la opción (más) negativa) y 1 (cuando todos los consumidores escojan la opción (más) positiva).

La segunda etapa sirve para convertir la información obtenida asociada a cada pregunta, a base 100. El indicador se obtiene a partir de la siguiente expresión:

$$\text{Indicador parcial} = S \cdot 100 + 100$$

El saldo S obtenido en la etapa anterior se multiplica por 100 y luego se suma 100, para que el valor medio de la serie sea 100 (y el rango posible de valores se sitúe entre 200 y 0), lo que facilita claramente su interpretación.

Por último, la tercera etapa consiste en combinar la información relativa a diferentes preguntas para elaborar un indicador compuesto (por ejemplo, el Índice de Confianza del Consumidor). En este caso, el indicador se obtendría a partir de la media aritmética de los indicadores parciales que intervienen en el cálculo. Esta última etapa no se aplica a los indicadores que están asociados a una única pregunta.

En cualquier caso, la interpretación de los índices elaborados es la siguiente: Un valor por debajo de 100 señala un pesimismo en la respuesta, derivado de que hay un mayor porcentaje de la población que tiene una visión más pesimista que optimista. En cambio, un valor superior a 100 señala una situación favorable de la variable analizada. En el caso de las variables relacionadas con el precio, la interpretación es la misma, es decir, valores superiores del índice indican situación más favorable (que para el caso de los precios quiere decir menor nivel de inflación).

## **2. Resultados Generales**

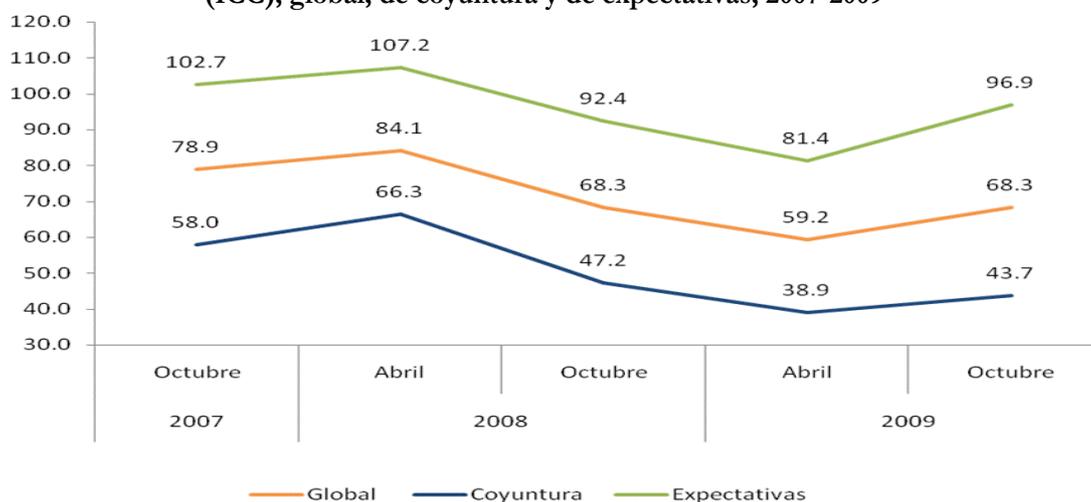
Octubre 2007, Abril 2008,  
Octubre 2008, Abril 2009  
y Octubre 2009



## 2. Resultados Generales

1. Los resultados obtenidos muestran que el indicador global de confianza en la economía de los consumidores (ICC-global) alcanza un valor de 68.3 para octubre de 2009, lo cual refleja que la población no está percibiendo de manera positiva la situación económica general del país. En la pasada encuesta de abril de 2009, el ICC-global se había reducido prácticamente 10 puntos con respecto a la encuesta de octubre de 2008. Sin embargo, para esta encuesta correspondiente a octubre de 2009, el indicador global de confianza retornó al mismo nivel de octubre de 2008, el cual es inferior al alcanzado en abril de 2008, que es el máximo registrado históricamente en estas encuestas. Esto refleja que a pesar de que en los últimos 6 meses ha mejorado la confianza de los consumidores de la República Dominicana, ésta no ha mejorado con relación a los niveles de confianza de 12 meses atrás.

**Gráfico 2.1.**  
**República Dominicana: Evolución del índice de confianza del consumidor en la economía (ICC), global, de coyuntura y de expectativas, 2007-2009**



Fuente: Cuadro 2.1.

2. La valoración de las expectativas de los consumidores para los próximos 12 meses pasó de ser favorable en octubre de 2007 y abril de 2008 (102.7 y 107.2, respectivamente), a ser desfavorable para octubre de 2008, abril de 2009 y octubre de 2009 (92.4, 81.4 y 96.9, respectivamente, ambos valores inferiores a cien). Sin embargo, esta valoración desfavorable resultó ser superior a la de la confianza en la economía en relación con los 12 meses previos (ICC-coyuntural), la cual fue de 47.2 para octubre de 2008, 38.9 para abril de 2009 y 43.7 para octubre de 2009. Esto significa que aunque en el último año la percepción de la situación económica coyuntural no ha sido buena, la población ha estado teniendo mayor confianza en el futuro.

3. La evolución de la confianza hasta octubre de 2009 guarda diferencias en función del indicador complementario de confianza que se trate, ya sean precios, mercado de trabajo, ahorro o consumo. Los indicadores parciales de mercado de trabajo, consumo y ahorro que venían disminuyendo desde abril de 2008, presentaron en la encuesta de octubre de 2009 un incremento en la confianza, pero sin alcanzar los niveles observados en las dos primeras encuestas de octubre de 2007 y abril de 2008. En cambio, el indicador de precios que venía mejorando desde abril de 2008, presentó en octubre de 2009 un deterioro en la confianza.

**Cuadro 2.1**  
**Rep. Dominicana: Indicadores de confianza de los consumidores**  
**Octubre 2007, Abril 2008, Octubre 2008, Abril 2009 y Octubre 2009**

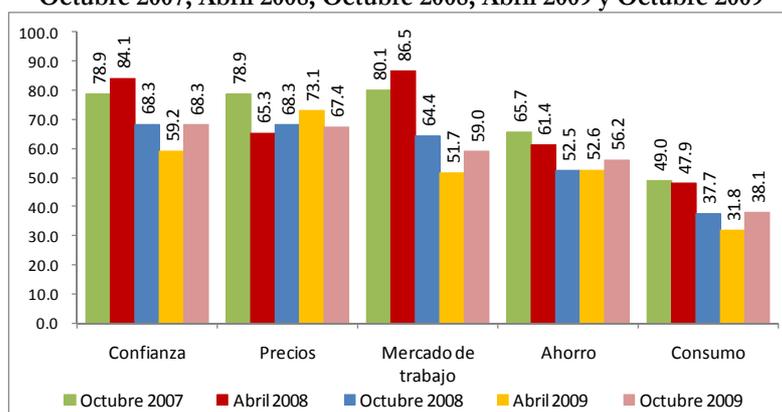
Total					
Indicadores	2007	2008		2009	
	Octubre	Abril	Octubre	Abril	Octubre
Confianza	78.9	84.1	68.3	59.2	68.3
Precios	78.9	65.3	68.3	73.1	67.4
Mercado de trabajo	80.1	86.5	64.4	51.7	59.0
Ahorro	65.7	61.4	52.5	52.6	56.2
Consumo	49.0	47.9	37.7	31.8	38.1
Coyuntural					
Indicadores	2007	2008		2009	
	Octubre	Abril	Octubre	Abril	Octubre
Confianza	58.0	66.3	47.2	38.9	43.7
Precios	53.6	31.5	21.7	44.5	43.8
Mercado de trabajo	60.3	63.9	40.8	29.2	32.2
Ahorro	67.4	61.8	53.8	53.7	55.8
Consumo	23.0	31.0	22.8	14.4	19.1
Expectativas					
Indicadores	2007	2008		2009	
	Octubre	Abril	Octubre	Abril	Octubre
Confianza	102.7	107.2	92.4	81.4	96.9
Precios	106.6	110.3	123.8	105.8	95.6
Mercado de trabajo	103.3	119.7	93.0	78.5	91.2
Ahorro	62.5	60.4	50.0	50.6	57.3
Consumo	62.2	56.4	45.1	40.5	47.6

4. El indicador parcial de precios alcanzó un valor de 67.4 para octubre de 2009. En la primera encuesta de confianza de octubre de 2007 el indicador parcial de precios fue de 78.9, la de abril de 2008 muestra una disminución a 65.3, y desde ese momento se inició un proceso de recuperación de este indicador que sólo duró hasta abril de 2009 cuando llegó a 73.1, ya que en octubre de 2009 este indicador cayó a los niveles observados en octubre de 2007. Todo esto indica que la población no ha estado percibiendo de manera positiva la situación económica con respecto a los precios y que en los últimos 6 meses se ha producido un deterioro en esta percepción.

5. La valoración de las expectativas de los consumidores con respecto a los precios para los próximos 12 meses, la cual se había mantenido favorable en las cuatro primeras encuestas (106.6, 110.3, 123.8 y 105.8 para octubre 2007, abril 2008, octubre 2008 y abril 2009, respectivamente), por primera vez se tornó desfavorable al disminuir a 95.6 en octubre de 2009. En cambio, el indicador coyuntural con respecto a los precios se ha mantenido desfavorable en todas las encuestas (53.6, 31.5, 21.7, 44.5 y 43.8 para octubre 2007, abril 2008,

octubre 2008, abril 2009 y octubre 2009, respectivamente). Evidentemente el indicador de expectativas de precios ha sido siempre mayor al indicador coyuntural de precios lo cual genera una brecha y significa que la población ha estado percibiendo que en el futuro la situación económica con respecto a los precios mejorará.

**Gráfico 2.2.**  
**República Dominicana: Evolución del Sistema de Indicadores de Confianza**  
**Octubre 2007, Abril 2008, Octubre 2008, Abril 2009 y Octubre 2009**



Fuente: Cuadro 2.1.

6. El indicador parcial del mercado de trabajo alcanzó un valor de 59.0 para octubre de 2009. De la encuesta de octubre de 2007 a la de abril de 2008 se produjo una mejoría en este indicador, al pasar de 80.1 a 86.5. Desde ese momento se vino deteriorando hasta abril de 2009, cuando llegó a ser 51.7, el más bajo alcanzado por este indicador en todas las encuestas. En la encuesta de octubre de 2009 este indicador se recuperó, pero sin alcanzar aún los niveles observados en octubre de 2007 y abril de 2008. Todo esto indica que a pesar de que la población no ha estado percibiendo de manera positiva la situación económica con respecto al mercado de trabajo, en los últimos 6 meses se ha producido una mejora en esta percepción.

7. La valoración de las expectativas de los consumidores con respecto al mercado de trabajo para los próximos 12 meses pasó de ser favorable en octubre de 2007 y abril de 2008 (103.3 y 119.7, respectivamente), a ser desfavorable para octubre de 2008, abril de 2009 y octubre de 2009 (93.0, 78.5 y 91.2, respectivamente). Sin embargo, esta valoración desfavorable es superior a la del indicador coyuntural con respecto al mercado de trabajo, la cual fue de 40.8 para octubre de 2008, 29.2 para abril de 2009 y 32.2 para octubre de 2009. Esto significa que aunque la percepción de la situación económica coyuntural con respecto al mercado de trabajo no ha sido buena, se ha tenido una mayor confianza en el futuro.

8. El indicador parcial del ahorro alcanza un valor de 56.2 para octubre de 2009. En la primera encuesta de confianza de octubre de 2007 el indicador parcial de ahorro fue de 65.7, la de abril de 2008 muestra una disminución a 61.4, y en octubre de 2008 y abril de 2009 se mantuvo en prácticamente el mismo nivel, 52.5 y 52.6 respectivamente. En la encuesta de octubre de 2009 este indicador se recuperó, pero sin alcanzar los niveles observados en octubre de 2007 y abril de 2008. Esto indica que la población no ha estado percibiendo de manera positiva la situación económica con respecto al ahorro, pero que en los últimos 6 meses esta percepción ha mejorado.

9. La valoración de las expectativas de los consumidores con respecto al ahorro para los próximos 12 meses se ha mantenido desfavorable (62.5, 60.4, 50.0, 50.6 y 57.3 para octubre

2007, abril 2008, octubre 2008, abril 2009 y octubre 2009, respectivamente). El indicador coyuntural con respecto al ahorro también se ha mantenido desfavorable (67.4, 61.8, 53.8, 53.7 y 55.8 para octubre 2007, abril 2008, octubre 2008, abril 2009 y octubre 2009, respectivamente). Esto significa que a pesar de que en todas las encuestas anteriores la población no tenía mayor confianza en el futuro con respecto al ahorro, en la actual encuesta de octubre de 2009 sí se observa que la expectativa de la población es que mejore su situación en los próximos 12 meses con respecto al ahorro.

10. El indicador parcial del consumo alcanza un valor de 38.1 para octubre de 2009. Esta valoración negativa para el indicador del consumo rompe con la tendencia de deterioro que se venía observando desde la primera encuesta de octubre de 2007. A pesar de esta mejora que se observa en octubre de 2009, aún no llega a los niveles observados en octubre de 2007 y abril de 2008. Todo esto indica que la población no ha estado percibiendo de manera positiva la situación económica con respecto al consumo, pero que en los últimos 6 meses se ha producido una mejora en esta percepción.

11. La valoración de las expectativas de los consumidores con respecto al consumo para los próximos 12 meses se ha mantenido desfavorable (62.2, 56.4, 45.1, 40.5 y 47.6 para octubre 2007, abril 2008, octubre 2008, abril 2009 y octubre 2009, respectivamente). El indicador coyuntural con respecto al consumo se ha mantenido en niveles muy desfavorables (23.0, 31.0, 22.8, 14.4 y 19.1 para octubre 2007, abril 2008, octubre 2008 y abril 2009, respectivamente). Se puede observar que el indicador de las expectativas con respecto al consumo siempre ha sido superior al coyuntural, lo cual significa que aunque la percepción de la situación económica coyuntural con respecto al consumo no es buena, se tiene mayor confianza en el futuro.

### **3. Resultados detallados Según variable analítica**

Octubre 2007, Abril 2008,  
Octubre 2008, Abril 2009  
y Octubre 2009



### 3. Resultados detallados según variable analítica

#### 3.1 Resultados según dominio geográfico

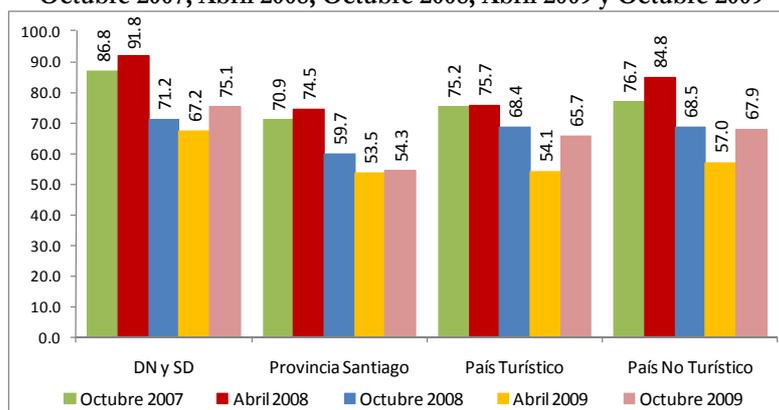
1. En octubre de 2009, el dominio que comprende al Distrito Nacional y la provincia Santo Domingo, registró los mayores niveles de confianza en la economía, lo cual se viene observando desde la primera encuesta de octubre de 2007. Una situación similar se presentó también en los indicadores de este dominio para la situación actual (coyuntura), las expectativas y los diferentes indicadores parciales.

2. Los peores resultados en términos de confianza sobre la situación económica general (coyunturales o de expectativas) se observaron para la provincia de Santiago con la excepción del índice parcial de expectativas sobre precios, que alcanzó un valor más favorable que en el dominio correspondiente al Distrito Nacional y la provincia Santo Domingo, tanto en octubre de 2009 como en el resto de las encuestas.

3. En las diferentes encuestas, los indicadores de confianza resultaron ser ligeramente mayores en el dominio geográfico “País no Turístico” en comparación con el “País Turístico”, excepto en los indicadores de ahorro (coyuntural y expectativas) y en las expectativas de precios.

Gráfico 3.1.

República Dominicana: Evolución del Indicador de Confianza del Consumidor según dominio  
Octubre 2007, Abril 2008, Octubre 2008, Abril 2009 y Octubre 2009



Fuente: Cuadro 3.1.

4. En cada uno de los cuatro dominios las expectativas para los próximos 12 meses se situaron muy por encima de la situación coyuntural tanto para octubre de 2009 como para las encuestas anteriores, lo cual refleja una mayor confianza en el futuro y una menor intensidad de las perspectivas pesimistas.

5. En el último semestre se produjo un aumento en el nivel de confianza en cada uno de los dominios, aunque aún permanece en niveles inferiores a los que se habían observado tanto en abril de 2008 como en octubre de 2007.

**Cuadro 3.1**  
**Sistema de Indicadores de Confianza del Consumidor por dominio**  
**Octubre 2007, Abril 2008, Octubre 2008, Abril 2009 y Octubre 2009**

Dominio	Distrito Nacional y Santo Domingo					Provincia Santiago				
	2007	2008		2009		2007	2008		2009	
	Octubre	Abril	Octubre	Abril	Octubre	Octubre	Abril	Octubre	Abril	Octubre
Confianza	86.8	91.8	71.2	67.2	75.1	70.9	74.5	59.7	53.5	54.3
Coyuntural	64.5	75.9	48.8	43.7	50.1	47.8	59.2	38.8	35.7	33.0
Expectativas	111.9	112.6	97.6	93.4	105.1	96.7	91.5	82.5	72.8	78.5
Precios	75.6	62.6	64.7	74.4	64.9	79.0	67.2	67.2	79.4	60.9
Coyuntural	52.1	34.6	17.4	43.6	46.1	43.8	29.9	22.3	52.0	28.1
Expectativas	100.9	101.4	121.4	109.2	89.2	117.8	113.0	123.9	110.8	98.5
Mercado de Trabajo	83.0	96.9	64.6	58.1	63.2	69.4	72.8	61.0	48.7	49.1
Coyuntural	71.2	73.5	37.8	31.0	37.5	40.0	45.5	36.3	23.2	25.6
Expectativas	96.9	133.3	97.4	90.6	93.2	104.0	113.9	93.2	80.3	78.3
Ahorro	68.6	74.0	61.3	64.1	65.5	55.2	59.4	51.4	48.7	55.6
Coyuntural	69.6	73.7	61.7	62.4	63.4	55.4	59.8	52.9	50.9	55.9
Expectativas	66.9	74.9	61.9	70.0	70.6	55.0	59.1	48.3	44.1	55.1
Consumo	58.6	56.1	41.9	36.9	43.4	43.4	42.9	33.8	29.4	30.2
Coyuntural	30.9	45.5	31.1	22.1	25.0	19.4	26.2	16.8	11.9	14.4
Expectativas	72.2	61.7	47.4	44.1	52.6	55.6	51.0	42.1	38.1	37.9
Dominio	País Turístico					País No Turístico				
	2007	2008		2009		2007	2008		2009	
	Octubre	Abril	Octubre	Abril	Octubre	Octubre	Abril	Octubre	Abril	Octubre
Confianza	75.2	75.7	68.4	54.1	65.7	76.7	84.8	68.5	57.0	67.9
Coyuntural	54.1	60.2	47.2	37.6	39.8	57.5	63.6	48.4	36.7	43.4
Expectativas	100.2	96.9	93.2	72.8	96.5	98.1	112.3	90.8	78.4	95.6
Precios	81.4	64.8	70.5	73.2	74.1	80.1	67.1	70.4	70.2	67.9
Coyuntural	51.9	28.4	23.6	47.5	46.5	58.2	30.9	24.1	41.7	44.9
Expectativas	114.1	116.7	126.6	104.4	106.0	104.3	113.4	124.3	102.3	94.5
Mercado de Trabajo	80.6	82.5	62.3	45.1	60.2	80.4	84.1	66.2	50.9	57.7
Coyuntural	53.1	60.9	42.2	28.6	29.5	60.8	63.1	43.7	29.7	31.2
Expectativas	115.7	118.8	87.8	64.9	97.1	102.3	111.7	92.2	75.3	90.3
Ahorro	59.1	61.4	51.0	50.6	52.1	69.4	51.8	46.6	45.5	51.0
Coyuntural	58.9	60.6	50.5	52.4	51.5	73.2	53.5	49.5	48.3	51.7
Expectativas	60.2	63.3	52.3	47.3	53.4	62.2	48.2	40.8	39.4	49.7
Consumo	44.2	43.7	38.5	30.7	39.0	45.2	44.7	35.1	29.0	35.6
Coyuntural	18.8	24.7	21.2	13.3	20.2	19.6	24.0	18.7	9.6	15.3
Expectativas	57.3	53.4	47.1	39.6	48.6	58.3	55.0	43.2	38.6	45.9

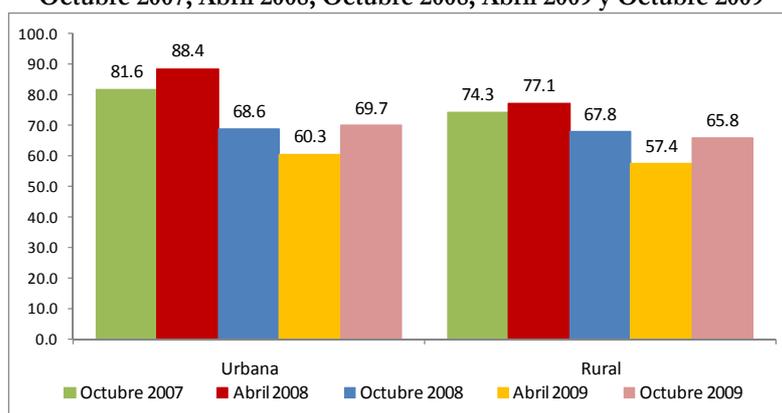
### 3.2 Resultados según zona

1. Los resultados detallados por zonas muestran que las áreas urbanas alcanzan unos índices de confianza superiores a las zonas rurales, para todas las variables, tanto en la situación coyuntural como en las expectativas. La excepción son los indicadores de precios en abril y octubre de 2008 y abril y octubre de 2009, donde las áreas rurales alcanzan índices similares o ligeramente superiores a las zonas urbanas. La brecha del nivel de confianza entre las zonas urbana y rural alcanzó su punto máximo en abril de 2008, ya que a pesar de que en ambas zonas el índice de confianza del consumidor aumentó en dicha encuesta, este aumento fue mayor en la zona urbana. Para octubre de 2008 esta brecha prácticamente había desaparecido, pero a partir de abril de 2009 esta brecha de confianza entre las dos zonas volvió a surgir y de hecho ha aumentado en el último año, aunque sin llegar a ser tan grande como lo fue en abril de 2008.

2. En particular, en lo que concierne a los indicadores de las zonas rurales, parece preocupante el valor relacionado con la percepción de las posibilidades de consumo coyuntural. Este indicador parcial registra valores extremadamente bajos (17.0 en octubre de 2007, 18.3 en abril de 2008, 18.1 en octubre de 2008, 10.1 en abril de 2009 y 15.7 en octubre de 2009) evidenciando una percepción muy negativa de las posibilidades de consumo en el futuro inmediato por parte de los habitantes de las zonas rurales.

3. En la zona rural, las expectativas sobre precios siguen siendo favorables (mayores que 100), pero mucho menos favorables que hace un año, y en la zona urbana, por primera vez las expectativas sobre precios son desfavorables. Sin embargo, se produjo una mejora en las expectativas sobre el mercado de trabajo, ahorro y consumo, aunque permaneciendo aún desfavorables, lo cual indica la falta de confianza en estos renglones por parte de los habitantes de cada una de las zonas, sobre la posibilidad de una evolución positiva en los próximos 12 meses.

**Gráfico 3.2.**  
**Evolución del Indicador de Confianza del Consumidor según Zona**  
**Octubre 2007, Abril 2008, Octubre 2008, Abril 2009 y Octubre 2009**



Fuente: Cuadro 3.2.

**Cuadro 3.2**  
**Sistema de Indicadores de Confianza del Consumidor por zona de residencia,**  
**Octubre 2007, Abril 2008, Octubre 2008, Abril 2009 y Octubre 2009**

Dominio	Urbana					Rural				
	2007	2008		2009		2007	2008		2009	
	Octubre	Abril	Octubre	Abril	Octubre	Octubre	Abril	Octubre	Abril	Octubre
Confianza	81.6	88.4	68.6	60.3	69.7	74.3	77.1	67.8	57.4	65.8
Coyuntural	60.5	71.9	47.4	40.0	45.1	53.6	57.1	46.9	37.2	41.2
Expectativas	104.9	110.1	92.4	82.5	97.9	98.6	102.5	92.5	79.4	95.0
Precios	79.8	64.9	67.7	71.5	65.0	77.3	65.9	69.4	75.9	71.6
Coyuntural	52.1	32.6	21.9	43.0	43.7	56.1	29.7	21.5	47.3	43.9
Expectativas	110.3	107.5	121.3	103.7	90.6	100.2	115.0	128.2	109.5	104.3
Mercado de Trabajo	81.6	88.3	64.1	51.3	59.7	77.3	83.5	64.9	52.6	57.6
Coyuntural	60.6	65.8	40.1	28.7	32.9	59.6	60.8	42.1	30.1	30.9
Expectativas	106.8	121.6	92.9	78.4	91.5	97.0	116.4	93.3	78.8	90.6
Ahorro	66.2	68.5	57.6	57.5	59.7	64.8	49.5	43.7	44.0	50.0
Coyuntural	66.5	68.4	58.7	58.3	59.0	69.1	51.1	45.5	45.8	50.1
Expectativas	66.0	69.4	55.5	56.1	61.4	56.4	45.7	40.5	40.8	50.2
Consumo	50.1	51.4	39.9	33.7	39.9	47.1	42.1	34.0	28.4	34.8
Coyuntural	26.3	38.7	25.5	16.9	21.1	17.0	18.3	18.1	10.1	15.7
Expectativas	62.0	57.8	47.0	42.1	49.4	62.4	54.0	41.9	37.5	44.5

### 3.3 Resultados según tamaño del hogar

1. Se presentan algunas diferencias significativas en los niveles de confianza en la economía según el tamaño de los hogares de los consumidores. Los resultados de octubre de 2007 muestran que los hogares conformados por 6 personas o más presentan la mayor confianza en la economía, estando la menor confianza en los hogares de 2 personas, situación que se revirtió en abril de 2008. Este resultado se debe principalmente a la mayor desconfianza relativa que presentaron los hogares conformados por 6 personas o más en los indicadores de ahorro (coyuntural y expectativas).

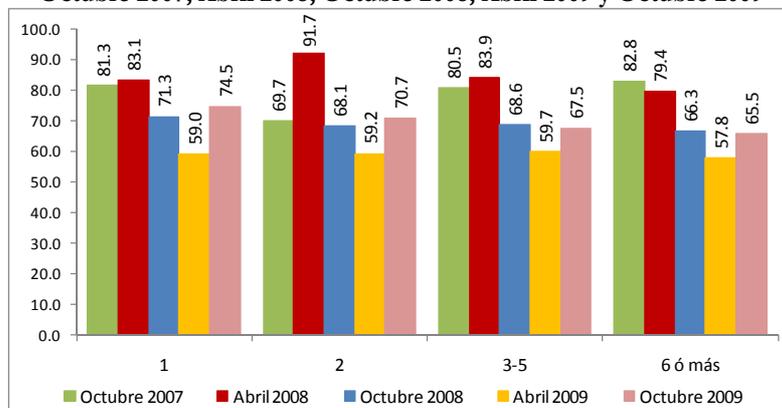
2. Para octubre de 2008, abril de 2009 y octubre de 2009, los hogares que mostraron el menor nivel de confianza fueron nuevamente los compuestos por 6 ó más personas, sin embargo los que mostraron el mayor nivel de confianza resultaron ser esta vez los hogares de 1 miembro, para el caso de octubre de 2008 y octubre de 2009, y los de 3 a 5 miembros para el caso de abril de 2009. Este cambio se debe básicamente a la mayor confianza relativa que presentaron estos hogares en los indicadores de precios.

3. Las expectativas para los próximos 12 meses para el caso de los hogares de 6 ó más personas sobre el ahorro (56.7 en octubre de 2007, 49.9 en abril de 2008, 42.2 en octubre de 2008, 43.0 en abril de 2009 y 41.9 en octubre de 2009) y sobre el mercado de trabajo (109.1 en octubre de 2007, 110.6 en abril de 2008, 94.1 en octubre de 2008, 76.7 en abril de 2009 y 87.2 en octubre de 2009) registran valores inferiores al caso de los hogares de un menor tamaño, con excepción de octubre de 2008 y de 2007 para las expectativas del mercado de trabajo.

**Cuadro 3.3.**  
**Sistema de Indicadores de Confianza del Consumidor, según tamaño del hogar**  
**Octubre 2007, Abril 2008, Octubre 2008, Abril 2009 y Octubre 2009**

Dominio	1					2				
	2007	2008		2009		2007	2008		2009	
	Octubre	Abril	Octubre	Abril	Octubre	Octubre	Abril	Octubre	Abril	Octubre
Confianza	81.3	83.1	71.3	59.0	74.5	69.7	91.7	68.1	59.2	70.7
Coyuntural	59.4	67.2	53.8	42.4	55.1	54.2	74.1	50.2	43.3	48.5
Expectativas	104.3	107.1	89.4	76.8	97.2	86.8	112.2	88.2	75.9	96.7
Precios	87.9	63.6	73.4	66.0	70.1	71.2	68.7	64.6	74.4	68.0
Coyuntural	57.6	29.9	24.2	38.5	47.3	56.0	32.1	25.5	45.6	42.0
Expectativas	121.9	115.5	136.0	103.4	100.3	85.8	116.5	115.0	106.0	103.6
Mercado de trabajo	85.8	89.2	69.9	53.8	68.6	62.9	94.1	64.6	56.1	61.5
Coyuntural	61.7	62.7	46.1	33.3	44.9	44.7	70.9	42.9	34.8	37.5
Expectativas	111.2	126.2	100.4	82.6	95.4	84.2	122.9	93.6	81.4	92.1
Ahorro	62.3	58.1	46.3	53.3	59.8	78.3	66.9	56.9	54.5	63.7
Coyuntural	60.7	61.2	46.6	55.8	59.0	87.8	68.3	57.8	56.8	62.7
Expectativas	66.0	50.5	46.5	49.6	62.5	59.2	63.2	55.1	50.1	67.0
Consumo	45.0	41.7	36.9	32.8	43.6	45.2	49.8	37.8	33.0	38.1
Coyuntural	24.7	28.8	27.7	19.7	27.1	17.5	37.4	22.9	20.3	22.1
Expectativas	55.7	48.6	41.7	39.4	52.3	59.0	56.5	45.0	39.1	45.9
Dominio	3-5					6 ó más				
	2007	2008		2009		2007	2008		2009	
	Octubre	Abril	Octubre	Abril	Octubre	Octubre	Abril	Octubre	Abril	Octubre
Confianza	80.5	83.9	68.6	59.7	67.5	82.8	79.4	66.3	57.8	65.5
Coyuntural	57.6	66.0	46.2	38.5	42.2	62.2	60.9	45.0	34.8	38.2
Expectativas	107.2	107.8	93.7	83.2	96.8	105.3	101.9	93.0	82.3	97.1
Precios	80.1	66.3	68.3	73.7	66.6	78.2	60.4	68.8	72.9	68.2
Coyuntural	51.0	31.8	19.6	44.6	43.4	55.9	30.7	24.5	45.9	45.1
Expectativas	112.9	109.7	124.3	106.4	93.6	101.9	105.3	122.7	104.4	92.6
Mercado de trabajo	83.8	85.8	63.0	51.0	58.0	84.1	81.9	66.2	49.5	54.8
Coyuntural	64.1	62.8	38.4	28.0	30.4	64.6	62.5	44.2	26.1	26.7
Expectativas	106.8	120.9	91.5	77.8	91.5	109.1	110.6	94.1	76.7	87.2
Ahorro	64.2	63.7	53.9	54.4	57.1	58.8	51.0	47.8	44.7	44.1
Coyuntural	64.0	63.6	55.1	55.2	56.4	59.9	51.8	50.5	45.5	45.2
Expectativas	65.1	64.5	51.8	53.2	58.4	56.7	49.9	42.2	43.0	41.9
Consumo	49.8	48.6	38.3	31.9	38.4	52.9	46.7	36.1	29.9	34.4
Coyuntural	24.3	30.5	23.0	13.6	18.7	23.8	28.9	19.6	9.4	13.6
Expectativas	62.8	57.6	45.9	41.0	48.2	67.3	55.7	44.3	40.3	44.9

**Gráfico 3.3.**  
**Evolución del Indicador de Confianza del Consumidor, según tamaño del hogar**  
**Octubre 2007, Abril 2008, Octubre 2008, Abril 2009 y Octubre 2009**



Fuente: Cuadro 3.3.

4. Al comparar abril de 2008 con los datos de seis meses atrás, un resultado interesante es que los hogares compuestos por 2 personas registraron un aumento significativo en el índice de confianza del consumidor; mientras que en octubre de 2007 dichos hogares fueron los que revelaron el menor nivel de confianza, en abril de 2008 se situaron como los hogares con el mayor nivel de confianza, aunque aún menor a 100. Para todas las clasificaciones de hogares según su tamaño, se evidenció un aumento en el nivel de confianza, exceptuando el caso de los hogares con 6 ó más miembros.

5. Sin embargo, dicho aumento en la confianza de los hogares de 2 personas se revirtió para octubre de 2008, abril de 2009 y octubre de 2009. Además de los hogares de 2 personas, en octubre de 2008 y abril de 2009 se produjo una disminución en el nivel de confianza para todas las clasificaciones de hogares según su tamaño, aunque se revirtió en octubre de 2009 al pasar todas las clasificaciones de hogares a niveles similares a los de octubre de 2008.

### 3.4 Resultados según sexo del jefe del hogar

1. Los niveles de confianza en la economía guardan diferencias en función del sexo de la persona que ostente la jefatura del hogar. En general, los jefes hombres tienen mayores niveles de confianza que las jefas mujeres, aunque se presentan situaciones opuestas. Esta diferencia en la percepción de la economía entre hombres y mujeres se generó en abril y octubre de 2008 y en abril y octubre de 2009, pues los resultados de octubre de 2007 no registraban diferencias en la confianza en la economía revelada por jefes de hogar hombres y mujeres.

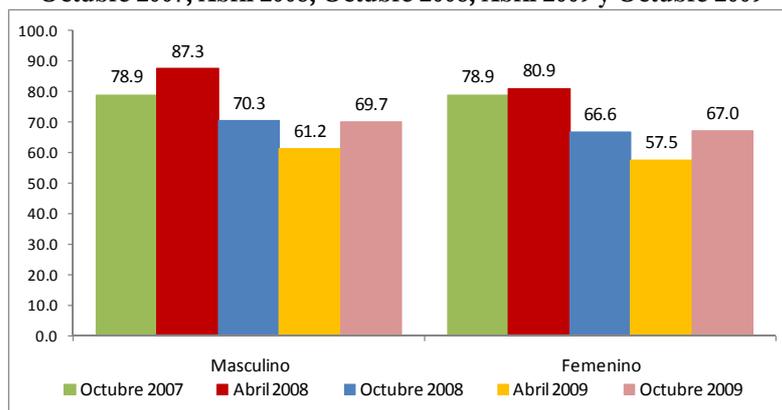
2. Las mujeres jefas parecen ser mucho más conservadoras que los hombres al momento de evaluar positivamente las posibilidades de ahorro (coyuntural o en futuro). El índice coyuntural de ahorro para las mujeres jefas, por ejemplo, para octubre de 2007, abril y octubre de 2008 y abril y octubre de 2009, registra un valor de 59.6, 58.7, 53.1, 51.7 y 54.2, respectivamente, frente a 71.7, 64.9, 54.7, 56.1 y 57.6, respectivamente, para el caso de los hombres.

3. Una situación similar se observa para el indicador parcial de consumo, donde el valor calculado para las jefas mujeres (44.1, 42.5, 34.0, 29.6 y 35.0 para octubre de 2007, abril de 2008, octubre de 2008, abril de 2009 y octubre de 2009, respectivamente) es significativamente

inferior al calculado para el caso de los hombres (51.7, 53.1, 41.9, 34.3 y 41.5 para octubre de 2007, abril de 2008, octubre de 2008, abril de 2009 y octubre de 2009, respectivamente).

4. En contraste, los hombres parecen tener expectativas más negativas sobre la evolución de los precios: 98.3 frente a 122.1 de las jefas mujeres en octubre de 2007, 102.3 frente a 118.7 de las jefas mujeres en abril de 2008, 103.0 frente a 108.3 de las jefas mujeres en abril de 2009 y 88.9 frente a 101.6 de las jefas mujeres en octubre de 2009.

**Gráfico 3.4.**  
Evolución del Indicador de Confianza del Consumidor, según sexo del jefe/a del hogar  
Octubre 2007, Abril 2008, Octubre 2008, Abril 2009 y Octubre 2009



Fuente: Cuadro 3.4.

**Cuadro 3.4.**  
Indicadores de confianza de los consumidores, según sexo jefe/a del hogar,  
Octubre 2007, Abril 2008, Octubre 2008, Abril 2009 y Octubre 2009

Dominio	Masculino					Femenino				
	2007	2008		2009		2007	2008		2009	
	Octubre	Abril	Octubre	Abril	Octubre	Octubre	Abril	Octubre	Abril	Octubre
Confianza	78.9	87.3	70.3	61.2	69.7	78.9	80.9	66.6	57.5	67.0
Coyuntural	59.7	70.6	50.7	43.1	46.7	54.9	61.9	44.2	35.2	41.0
Expectativas	100.8	109.3	93.1	80.6	95.5	106.0	105.1	91.8	82.1	98.1
Precios	77.8	64.0	72.7	76.0	67.8	80.8	66.6	64.4	70.5	67.1
Coyuntural	58.9	36.1	26.4	52.0	49.6	43.6	26.7	17.6	37.8	38.6
Expectativas	98.3	102.3	125.9	103.0	88.9	122.1	118.7	121.8	108.3	101.6
Mercado de trabajo	79.3	86.8	66.3	51.9	57.6	81.5	86.2	62.7	51.6	60.1
Coyuntural	60.4	64.4	42.5	30.0	32.6	59.9	63.3	39.2	28.4	31.7
Expectativas	101.1	119.6	94.0	76.4	86.4	107.5	119.7	92.2	80.5	95.5
Ahorro	70.6	64.9	55.1	56.2	59.0	56.6	57.6	50.3	49.4	53.7
Coyuntural	71.7	64.9	54.7	56.1	57.6	59.6	58.7	53.1	51.7	54.2
Expectativas	68.7	65.8	56.0	56.9	61.6	51.3	54.8	44.8	44.9	53.5
Consumo	51.7	53.1	41.9	34.3	41.5	44.1	42.5	34.0	29.6	35.0
Coyuntural	25.2	37.8	28.1	18.1	22.7	18.9	24.1	18.0	11.2	15.9
Expectativas	65.1	60.9	48.8	42.4	50.9	56.8	51.7	41.9	38.7	44.7

Cuadro 3.5.

Sistema de Indicadores de Confianza del Consumidor, según edad del jefe/a del hogar,  
 Octubre 2007, Abril 2008, Octubre 2008, Abril 2009 y Octubre 2009

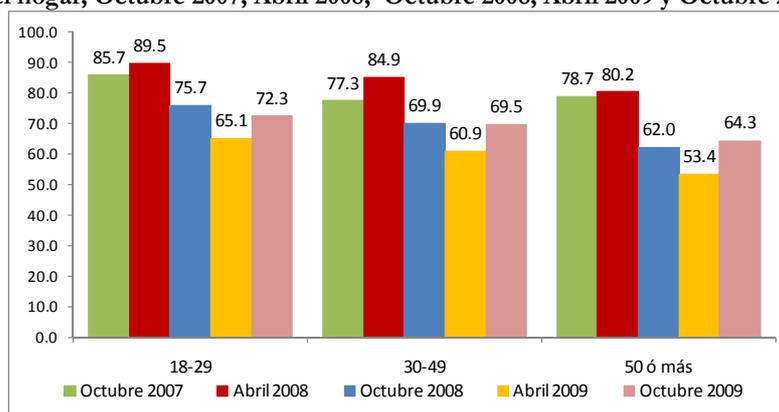
Dominio	18-29					30-49				
	2007	2008		2009		2007	2008		2009	
	Octubre	Abril	Octubre	Abril	Octubre	Octubre	Abril	Octubre	Abril	Octubre
Confianza	85.7	89.5	75.7	65.1	72.3	77.3	84.9	69.9	60.9	69.5
Coyuntural	61.6	70.7	52.6	42.3	46.6	57.1	66.6	48.0	39.4	43.8
Expectativas	111.3	111.9	102.2	89.9	103.5	99.9	108.2	94.7	84.4	98.5
Precios	86.8	71.0	72.3	72.6	65.9	74.3	65.4	69.2	75.3	68.8
Coyuntural	53.9	33.6	28.5	44.7	41.1	55.2	34.1	23.6	46.6	47.5
Expectativas	121.8	115.3	124.4	103.5	94.1	94.6	104.9	122.4	106.5	93.2
Mercado de Trabajo	81.3	94.2	67.2	57.6	64.8	76.6	84.9	65.0	51.0	58.3
Coyuntural	60.7	70.4	42.1	35.1	39.4	58.1	62.8	40.5	26.4	29.9
Expectativas	104.9	125.5	97.3	83.0	94.9	97.3	117.9	93.8	79.7	91.2
Ahorro	77.6	75.8	71.4	64.6	75.1	68.8	64.7	55.2	56.2	57.7
Coyuntural	74.8	73.1	70.0	62.8	73.7	70.9	64.5	55.6	56.4	56.3
Expectativas	83.6	81.5	75.7	69.0	78.6	64.8	65.8	54.7	56.0	60.9
Consumo	54.6	52.9	46.4	35.6	45.7	50.6	51.4	40.2	34.2	41.5
Coyuntural	23.2	28.7	27.5	14.8	19.8	23.0	34.2	24.5	15.8	22.2
Expectativas	70.7	64.7	55.8	46.0	58.8	64.5	60.2	48.0	43.6	51.2
	<b>50 ó más</b>									
Dominio	2007	2008		2009						
	Octubre	Abril	Octubre	Abril	Octubre					
	Octubre	Abril	Octubre	Abril	Octubre					
Confianza	78.7	80.2	62.0	53.4	64.3					
Coyuntural	58.1	63.7	43.1	36.2	41.8					
Expectativas	103.6	103.3	83.7	72.1	90.7					
Precios	83.0	62.1	64.8	70.3	66.2					
Coyuntural	50.7	26.7	15.3	41.5	39.9					
Expectativas	120.5	115.8	125.4	106.1	100.2					
Mercado de Trabajo	85.4	84.5	61.9	49.1	56.7					
Coyuntural	63.7	61.6	40.4	29.4	31.4					
Expectativas	113.3	118.8	89.3	73.9	88.8					
Ahorro	55.5	49.1	38.1	40.5	43.6					
Coyuntural	58.6	52.2	42.2	44.6	45.2					
Expectativas	49.5	41.2	29.0	31.9	39.9					
Consumo	43.9	40.2	29.4	26.2	28.8					
Coyuntural	22.7	27.8	17.7	12.3	14.4					
Expectativas	54.7	46.6	35.0	32.8	36.2					

### 3.5 Resultados según edad del jefe del hogar

1. Los mayores niveles de confianza en la economía los presentan los hogares con jefaturas más jóvenes, es decir entre 18 y 29 años de edad. La confianza disminuye a medida que aumenta la edad.
2. Es importante evidenciar como a medida que aumenta la edad, los jefes/as tienen peores expectativas en relación a los indicadores parciales de ahorro y consumo mientras que los jóvenes entre 18 y 29 años mantienen un menor pesimismo sobre sus posibilidades de ahorro y consumo.
3. En cada grupo de edad las expectativas para los próximos 12 meses sobre la evolución de los precios y del mercado de trabajo son más positivas que las expectativas de ahorro y consumo para todas las categorías. Por otro lado, es interesante notar que la categoría de 30-49 años, a pesar de la opuesta dinámica de las otras categorías de edad, tiene expectativas sobre la evolución de los precios y mercado de trabajo por debajo de las otras categorías de edad, con excepción de octubre de 2008, abril de 2009 y octubre de 2009.

Gráfico 3.5.

República Dominicana: Evolución del Indicador de Confianza del Consumidor, según edad del jefe/a del hogar, Octubre 2007, Abril 2008, Octubre 2008, Abril 2009 y Octubre 2009



Fuente: Cuadro 3.5.

### 3.6 Resultados según nivel de estudios del jefe del hogar

1. Según los resultados de octubre de 2007, abril de 2008, octubre de 2008, abril de 2009 y octubre de 2009, generalmente el nivel de confianza aumenta a medida que aumenta el nivel educativo del jefe del hogar. No obstante, si analizamos cada uno de los indicadores parciales se pueden observar variaciones en este comportamiento. Mientras los indicadores de ahorro y consumo aumentan conforme al nivel educativo, un comportamiento contrario se presenta en las expectativas de precios, las cuales disminuyen conforme aumenta el nivel educativo.
2. Los valores alcanzados por la categoría universitaria/post-universitaria están en general por encima de los otros niveles educativos, tanto en octubre de 2007, abril y octubre de 2008 como en abril y octubre de 2009. Destaca que el valor del indicador coyuntural de consumo y de ahorro para esta categoría educativa es generalmente más del doble del valor alcanzado por la categoría primaria o ninguno, con lo cual se podrían vislumbrar efectos del ingreso.
3. Se destaca la expectativa favorable sobre los precios que registran los hogares en los que el jefe/a del hogar no posee escolaridad (no tiene estudios o es sólo inicial).

Cuadro 3.6.

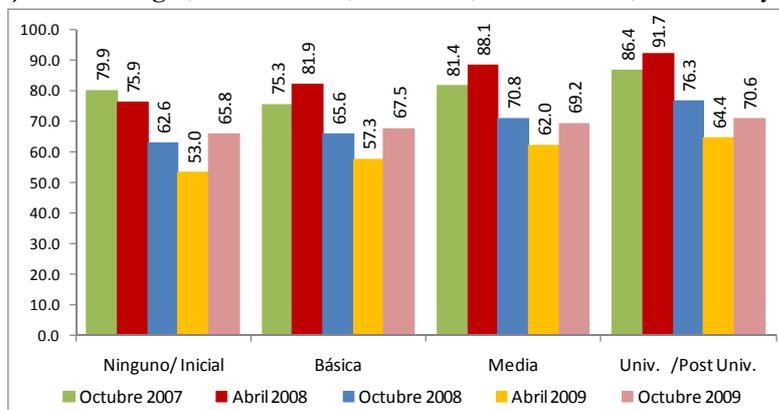
Sistema de Indicadores de Confianza del Consumidor, según nivel de estudios del jefe/a del hogar

Octubre 2007, Abril 2008, Octubre 2008, Abril 2009 y Octubre 2009

Dominio	Ninguno/ Inicial					Básica				
	2007	2008		2009		2007	2008		2009	
	Octubre	Abril	Octubre	Abril	Octubre	Octubre	Abril	Octubre	Abril	Octubre
Confianza	79.9	75.9	62.6	53.0	65.8	75.3	81.9	65.6	57.3	67.5
Coyuntural	57.9	57.7	46.0	34.0	42.6	54.2	62.4	45.3	36.9	41.5
Expectativas	108.3	102.8	82.5	73.4	94.8	99.1	106.3	89.3	79.8	97.7
Precios	87.2	63.3	61.6	69.2	72.7	75.5	67.1	68.2	73.5	69.4
Coyuntural	54.8	23.2	18.3	42.1	44.6	50.9	31.2	20.5	44.7	44.0
Expectativas	126.9	127.0	119.2	107.3	108.7	101.9	115.7	126.8	107.3	100.9
Mercado de trabajo	88.6	76.1	61.6	47.9	63.5	75.3	86.2	62.5	50.8	57.2
Coyuntural	67.9	53.7	42.0	29.0	38.4	55.9	63.1	38.7	26.6	28.6
Expectativas	113.9	114.1	86.8	70.1	95.1	98.5	119.2	92.0	80.8	92.7
Ahorro	55.5	42.0	31.3	29.2	31.6	64.3	51.4	43.5	42.7	45.2
Coyuntural	56.8	46.9	36.6	33.6	35.0	68.0	51.9	45.2	44.5	45.6
Expectativas	52.9	29.3	20.3	20.0	25.4	57.3	50.4	39.7	39.2	44.0
Consumo	40.8	35.1	25.8	25.1	25.7	47.6	45.4	35.2	30.0	35.2
Coyuntural	14.7	20.4	21.0	9.5	11.4	19.4	24.8	18.4	12.1	15.8
Expectativas	53.9	42.8	28.2	32.5	33.2	61.9	55.6	43.6	39.1	44.9
Dominio	Media					Univ. /Post Univ.				
	2007	2008		2009		2007	2008		2009	
	Octubre	Abril	Octubre	Abril	Octubre	Octubre	Abril	Octubre	Abril	Octubre
Confianza	81.4	88.1	70.8	62.0	69.2	86.4	91.7	76.3	64.4	70.6
Coyuntural	60.2	69.6	46.2	39.3	44.0	67.4	81.2	55.3	47.6	49.5
Expectativas	104.2	113.1	97.9	87.4	98.1	107.5	103.9	98.8	81.7	93.9
Precios	83.9	67.5	72.0	72.1	65.2	74.9	57.9	67.4	75.5	62.1
Coyuntural	59.1	35.5	25.5	43.1	43.5	52.1	33.0	21.8	47.1	43.1
Expectativas	110.1	106.3	125.4	103.2	89.7	101.1	89.1	115.7	104.2	83.7
Mercado de trabajo	83.5	88.7	67.0	53.7	60.8	84.4	90.9	66.7	53.6	57.7
Coyuntural	62.0	63.6	41.6	31.9	35.9	66.2	73.7	43.6	32.6	31.8
Expectativas	107.9	123.4	96.5	79.2	91.0	104.3	117.9	93.6	76.1	85.3
Ahorro	68.1	71.9	60.4	64.1	66.9	73.1	92.7	82.9	79.8	85.0
Coyuntural	67.7	70.4	60.3	63.4	65.7	72.1	92.4	81.9	79.6	81.0
Expectativas	69.6	75.6	60.7	65.9	69.5	75.5	93.9	86.1	80.2	92.9
Consumo	52.0	53.3	41.9	35.2	43.7	55.4	57.6	47.4	36.5	45.1
Coyuntural	26.6	34.7	24.8	13.4	21.7	36.6	54.3	33.8	26.7	28.9
Expectativas	64.8	62.7	50.4	46.3	54.8	64.8	59.4	54.1	41.0	53.0

Gráfico 3.6.

República Dominicana: Evolución del Indicador de Confianza del Consumidor, según nivel de estudios del jefe/a del hogar, Octubre 2007, Abril 2008, Octubre 2008, Abril 2009 y Octubre 2009



Fuente: Cuadro 3.6.

### 3.7 Resultados según clase social del jefe del hogar

- Los resultados detallados por clase social del jefe del hogar muestran que generalmente, para categorías crecientes de clase social, el índice de confianza alcanza también valores más altos. Hay una excepción: la categoría social alta parece registrar valores por debajo de la clase media-alta. Este resultado, que se da en octubre de 2007, abril de 2008 y octubre de 2009, y no se da en octubre de 2008 y abril de 2009, podría no ser estadísticamente significativo debido a las pocas personas contenidas en esta categoría.
- Destaca el bajo nivel de confianza de la clase baja, en la percepción coyuntural de precios (que mostró una disminución importante en su valoración al pasar de 52.2 en octubre de 2007 a 26.3 en abril de 2008, y luego a 17.4 en octubre de 2008) y de consumo (13.3 en octubre de 2007, 15.9 en abril de 2008 y 16 en octubre de 2008), en comparación con las categorías media-baja y media-alta. Hay que destacar que para octubre de 2009, la percepción coyuntural de precios de esta clase social aumentó considerablemente al llegar a 42.0, aunque aún a niveles negativos, y que la percepción coyuntural de consumo de esta clase social experimentó un gran deterioro al descender a 8.2 en abril de 2009, sin lograr recuperarse del todo para octubre de 2009.
- A excepción de la clase alta, como antes se ha comentado, la dinámica de los resultados para la situación coyuntural se comporta conforme al indicador global, así que a clases sociales más altas se asocian valores de los índices coyunturales más altos. Es interesante notar que la percepción de las posibilidades de ahorro y consumo para la clase social alta y medio-alta se encuentran muy por encima a la correspondiente a la clase baja y media baja, particularmente en octubre de 2009. Cabe destacar las significativas diferencias entre los resultados coyunturales de ahorro, consumo y mercado de trabajo de la clase medio-alta y alta respecto a aquellos de la clase baja. Los resultados en abril de 2008 alcanzan valores por lo menos 30 puntos menores (cerca de 50 para el consumo) a los de la clase medio-alta. Para octubre de 2008, dichas diferencias fueron cercanas a los 60 puntos para el ahorro, pero alrededor de 30 puntos para el consumo. Para abril de 2009, estas diferencias estuvieron cercanas a los 30 puntos para el ahorro y 20 puntos para el consumo. Mientras que ya para octubre de 2009 estas diferencias estuvieron cercanas a los 20 puntos, tanto para el consumo como para el ahorro.

Cuadro 3.7

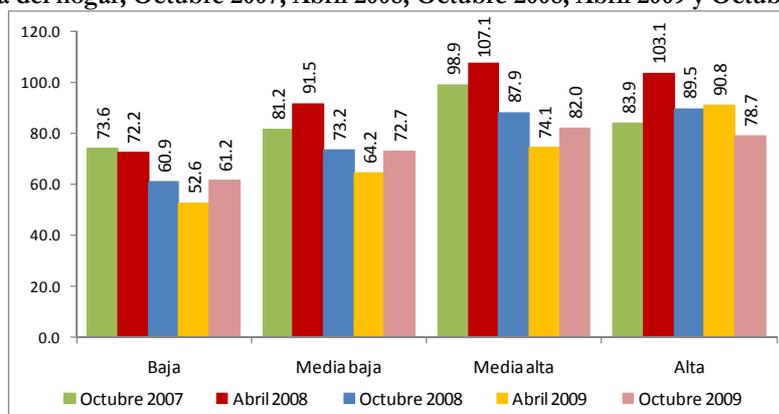
Sistema de Indicadores de Confianza del Consumidor, según clase social del jefe/a del hogar,  
 Octubre 2007, Abril 2008, Octubre 2008, Abril 2009 y Octubre 2009

Dominio	Baja					Media Baja				
	2007	2008		2009		2007	2008		2009	
	Octubre	Abril	Octubre	Abril	Octubre	Octubre	Abril	Octubre	Abril	Octubre
Confianza	73.6	72.2	60.9	52.6	61.2	81.2	91.5	73.2	64.2	72.7
Coyuntural	49.1	51.3	39.4	31.7	34.9	63.1	74.5	52.5	43.8	49.1
Expectativas	101.6	99.9	85.7	75.5	91.7	101.4	112.9	96.0	86.1	99.1
Precios	80.8	61.1	63.0	68.7	65.5	74.9	69.3	74.2	79.7	70.6
Coyuntural	52.2	26.3	17.4	41.1	42.0	55.3	35.3	26.2	49.7	45.5
Expectativas	112.9	109.7	118.3	101.3	94.4	95.7	110.9	130.3	112.0	99.2
Mercado de trabajo	77.9	76.5	54.8	45.5	52.7	78.7	93.2	69.6	55.9	64.5
Coyuntural	55.3	53.3	32.6	23.4	25.9	62.2	69.6	44.8	31.6	38.7
Expectativas	105.6	111.4	82.7	71.9	85.5	97.3	124.5	98.9	84.2	93.9
Ahorro	48.3	42.9	36.1	36.3	40.4	80.4	73.6	63.6	66.5	67.4
Coyuntural	51.4	44.6	39.4	38.6	41.6	82.4	73.4	63.1	66.1	65.9
Expectativas	42.1	38.7	29.3	31.6	38.3	76.6	74.9	64.5	67.8	70.6
Consumo	41.8	35.9	30.1	26.3	30.6	54.3	56.9	43.4	36.6	41.3
Coyuntural	13.3	15.9	16.0	8.2	11.8	28.7	38.7	25.0	18.5	20.6
Expectativas	56.2	45.9	37.1	35.4	40.0	67.2	65.9	52.4	45.5	51.8
Dominio	Media Alta					Alta				
	2007	2008		2009		2007	2008		2009	
	Octubre	Abril	Octubre	Abril	Octubre	Octubre	Abril	Octubre	Abril	Octubre
Confianza	98.9	107.1	87.9	74.1	82.0	83.9	103.1	89.5	90.8	78.7
Coyuntural	86.3	97.1	67.4	57.6	60.4	52.8	96.1	66.6	68.1	52.5
Expectativas	112.8	118.5	111.4	91.8	107.5	118.5	114.2	114.1	117.3	111.4
Precios	85.2	70.2	77.1	70.8	65.0	86.9	74.5	78.0	76.8	76.0
Coyuntural	52.7	40.9	29.0	45.0	47.0	61.2	39.3	26.2	44.3	43.1
Expectativas	118.2	106.8	131.8	100.1	84.7	112.5	127.9	133.1	117.1	113.1
Mercado de trabajo	99.6	107.3	92.6	66.0	66.5	81.7	93.3	83.3	87.0	75.0
Coyuntural	82.1	86.0	65.5	48.2	37.9	55.2	81.4	62.9	59.3	43.6
Expectativas	119.0	136.5	122.1	86.4	101.8	101.8	127.4	123.3	117.0	114.0
Ahorro	97.3	98.9	97.6	89.6	84.6	63.0	81.9	84.0	72.3	74.9
Coyuntural	90.9	94.3	94.0	91.1	82.3	59.9	86.2	81.6	70.8	68.4
Expectativas	110.5	109.9	107.1	86.6	91.3	68.9	74.6	85.3	75.4	90.9
Consumo	65.8	67.3	57.1	44.6	57.1	52.8	66.4	51.3	47.9	57.9
Coyuntural	51.7	63.4	47.4	31.8	40.7	15.8	57.6	40.0	31.2	35.0
Expectativas	72.6	69.3	62.2	50.3	65.5	71.3	70.1	55.1	57.2	69.2

4. Las expectativas también mejoran conforme aumenta la categoría social. Las expectativas sobre los precios han sido siempre positivas para todas las clases sociales (valores mayores a 100), excepto para octubre de 2009, cuando sólo la clase alta presenta expectativas positivas con respecto a los precios. Con relación al mercado de trabajo, el único momento en que todas las categorías sociales han tenido expectativas positivas fue en abril de 2008 y la única categoría que ha mostrado siempre expectativas positivas con respecto al mercado de trabajo ha sido la clase social alta. Las expectativas sobre las posibilidades de ahorro y consumo pueden calificarse de pesimistas (valores menores a 100), exceptuando la expectativa de ahorro para la clase medio-alta (110.5 en octubre de 2007, 109.9 en abril de 2008 y 107.1 en octubre de 2008), bien por encima de los restantes grupos sociales.

Gráfico 3.7.

República Dominicana: Evolución del Indicador de Confianza del Consumidor, según clase social del jefe/a del hogar, Octubre 2007, Abril 2008, Octubre 2008, Abril 2009 y Octubre 2009



Fuente: Cuadro 3.7.

### 3.8 Resultados según condición laboral del jefe del hogar

1. El análisis de los resultados según la condición laboral del jefe/a del hogar evidencia que los niveles de confianza son prácticamente siempre mayores en los casos en que el jefe/a del hogar trabaja, lo cual se presenta en casi todos los índices parciales, tanto en los indicadores coyunturales como en las expectativas.

2. La excepción a este comportamiento se presenta en las expectativas de precios, que en los trabajadores (101.2 en octubre de 2007, 106.1 en abril de 2008, 104.4 en abril de 2009 y 90.3 en octubre de 2009) es menor que en los que no tienen trabajo (119.0 en octubre de 2007, 116.4 en abril de 2008, 107.9 en abril de 2009 y 104.2 en octubre de 2009) y en las expectativas de mercado laboral en abril de 2008 y de 2009 que presentan valores similares en ambas categorías, aunque la situación coyuntural (para los mismos índices parciales) está percibida como mejor por los que tienen trabajo.

3. En cualquier caso, las expectativas de los hogares en los que el jefe del hogar no trabaja son positivas (índice superior a 100) tanto en precios como en el mercado de trabajo, con excepción de las expectativas en octubre de 2008 con relación al mercado de trabajo, las cuales fueron negativas y exceptuando también las expectativas en abril y octubre de 2009 donde todos los indicadores parciales de expectativas fueron negativos, menos los de precios.

4. En abril de 2008, los jefes de hogar que trabajan revelaron un aumento en el nivel de confianza en la economía, mientras que aquéllos que no trabajan mantuvieron el mismo nivel,

lo cual generó una brecha importante en este indicador entre ambos tipos de hogar. En octubre de 2008 y abril de 2009 se generó un deterioro de la confianza en la economía tanto de los jefes de hogar que trabajan como de los que no trabajan, pero la reducción fue más brusca en el grupo que trabaja, así que la brecha entre los dos grupos se redujo. Sin embargo, en octubre de 2009 esta brecha volvió a aumentar, pero sin llegar a los niveles de abril de 2008.

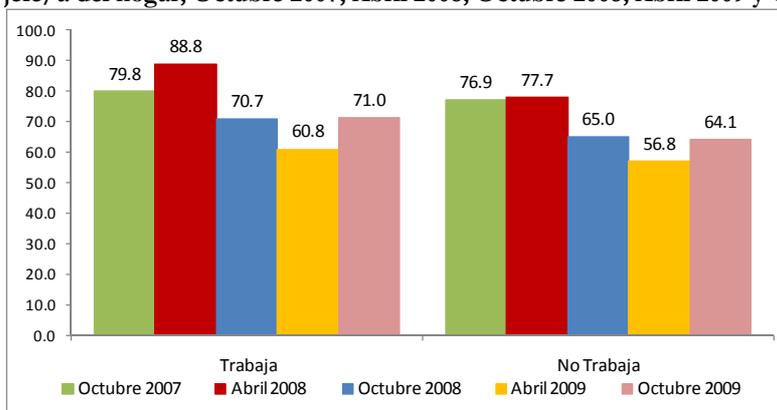
**Cuadro 3.8**

**Sistema de Indicadores de Confianza del Consumidor según condición laboral del jefe/a del hogar  
Octubre 2007, Abril 2008, Octubre 2008, Abril 2009 y Octubre 2009**

Dominio	Trabaja					No Trabaja				
	2007	2008		2009		2007	2008		2009	
	Octubre	Abril	Octubre	Abril	Octubre	Octubre	Abril	Octubre	Abril	Octubre
Confianza	79.8	88.8	70.7	60.8	71.0	76.9	77.7	65.0	56.8	64.1
Coyuntural	58.6	72.0	50.3	40.8	47.5	56.6	58.6	42.9	36.1	37.7
Expectativas	103.7	110.1	93.8	82.6	97.6	100.4	103.3	90.4	79.6	95.6
Precios	78.0	66.5	70.9	74.8	66.9	80.7	63.7	64.6	70.5	68.2
Coyuntural	56.3	36.2	25.0	48.1	46.9	47.5	25.1	17.1	39.1	38.9
Expectativas	101.2	106.1	124.3	104.4	90.3	119.0	116.4	123.0	107.9	104.2
Mercado de trabajo	80.6	88.7	67.6	52.6	58.8	78.9	83.4	59.7	50.5	59.2
Coyuntural	62.3	67.7	44.7	31.0	34.4	55.5	58.4	35.0	26.4	28.7
Expectativas	101.8	119.6	94.7	77.5	87.2	107.1	119.8	90.5	80.1	97.5
Ahorro	70.3	68.1	58.0	58.2	62.8	55.4	52.2	44.6	44.1	46.0
Coyuntural	72.1	67.6	57.8	57.9	61.2	56.9	54.1	48.2	47.5	47.4
Expectativas	66.8	69.6	59.3	59.2	66.1	52.8	47.8	36.6	37.6	43.6
Consumo	50.2	53.2	41.9	33.3	41.5	46.3	40.6	31.7	29.5	32.8
Coyuntural	23.7	38.0	27.0	16.7	22.9	21.4	21.5	16.7	11.1	13.3
Expectativas	63.6	60.9	49.3	41.7	50.8	58.9	50.1	39.1	38.6	42.7

**Gráfico 3.8.**

**República Dominicana: Evolución del Indicador de Confianza del Consumidor, según la condición laboral del jefe/a del hogar, Octubre 2007, Abril 2008, Octubre 2008, Abril 2009 y Octubre 2009**



Fuente: Cuadro 3.8.

### 3.9 Resultados en función de si el jefe del hogar hace la mayor contribución económica

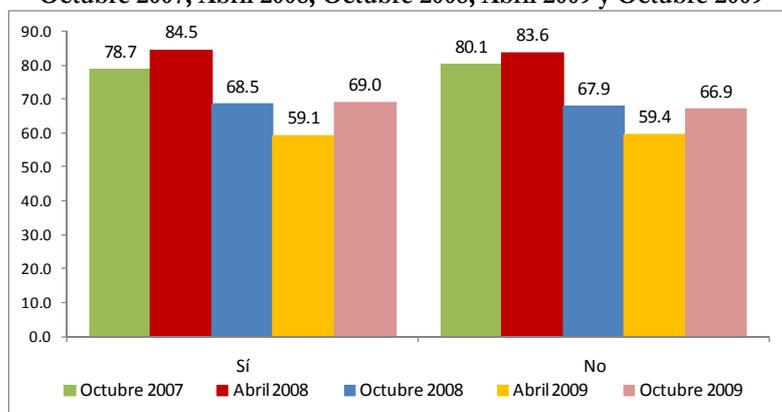
1. Los resultados en función de si el jefe del hogar es la persona que hace la mayor contribución económica al sostenimiento del hogar no muestran diferencias significativas. El total de cada índice para las dos categorías analizadas son muy similares.
2. Las únicas diferencias parecen ser las mejores expectativas sobre la evolución de los precios y del mercado de trabajo por parte de núcleos familiares donde el jefe del hogar no es la persona que contribuye en mayor medida al sustentamiento de la familia. La excepción es octubre de 2008 para la evolución de los precios, donde las familias donde el jefe del hogar es quien contribuye económicamente en mayor medida son las que tienen las mejores expectativas, y octubre de 2009 también para la evolución de los precios, donde las familias donde el jefe del hogar no es quien contribuye económicamente en mayor medida tienen prácticamente las mismas expectativas que aquellos hogares donde sí es el jefe del hogar quien contribuye en mayor medida.
3. Por otra parte, las expectativas de ahorro y consumo para los próximos 12 meses, cuando el jefe del hogar no es el sustentador principal del hogar, son ligeramente inferiores a aquellas mostradas en los hogares en los que el jefe del hogar es además el sustentador principal.

Cuadro 3.9

República Dominicana: Sistema de Indicadores de Confianza del Consumidor  
según si el jefe/a es quién hace la principal contribución económica para el sostenimiento del hogar  
Octubre 2007, Abril 2008, Octubre 2008, Abril 2009 y Octubre 2009

Dominio	Sí					No				
	2007	2008		2009		2007	2008		2009	
	Octubre	Abril	Octubre	Abril	Octubre	Octubre	Abril	Octubre	Abril	Octubre
Confianza	78.7	84.5	68.5	59.1	69.0	80.1	83.6	67.9	59.4	66.9
Coyuntural	58.3	67.3	47.3	39.8	45.0	56.9	64.3	46.8	36.7	40.9
Expectativas	101.8	106.4	92.6	80.1	96.1	106.3	109.5	91.7	84.6	98.4
Precios	77.7	65.8	69.8	72.7	68.9	83.5	64.2	64.4	73.9	64.2
Coyuntural	54.2	33.7	22.7	46.2	47.3	50.9	25.9	19.1	40.2	36.3
Expectativas	103.4	107.9	125.7	102.7	95.4	119.9	116.6	118.6	113.7	96.1
Mercado de trabajo	79.3	85.5	64.5	50.6	58.5	83.4	88.5	63.9	54.6	60.0
Coyuntural	59.9	63.4	41.2	29.1	32.7	61.6	64.5	39.4	29.3	31.2
Expectativas	101.7	118.4	92.5	75.6	88.9	110.3	122.4	94.1	86.3	95.9
Ahorro	66.6	60.9	51.6	51.7	56.1	61.7	61.9	54.3	54.8	56.8
Coyuntural	68.3	61.0	52.3	52.3	55.8	63.6	63.5	57.1	57.4	55.9
Expectativas	63.4	61.2	50.2	50.9	56.6	58.6	58.5	48.9	49.5	59.4
Consumo	49.3	49.7	38.7	32.3	38.9	47.8	44.1	35.0	30.6	36.4
Coyuntural	23.4	34.1	23.2	15.8	20.5	20.8	24.4	21.2	11.1	16.2
Expectativas	62.4	57.5	46.4	40.5	48.2	61.1	54.1	41.9	40.3	46.5

**Gráfico 3.9.**  
**República Dominicana: Evolución del Indicador de Confianza del Consumidor, según si el jefe/a es quién hace la principal contribución económica para el sostenimiento del hogar**  
**Octubre 2007, Abril 2008, Octubre 2008, Abril 2009 y Octubre 2009**



Fuente: Cuadro 3.9.

### 3.10 Resultados según nivel de ingresos del hogar

1. Los resultados de las cinco encuestas muestran que hay una asociación positiva entre el índice de confianza global y el nivel de los ingresos, de manera que a medida que aumentan los ingresos aumenta la confianza en la economía. La misma dinámica se registra para la mayoría de los indicadores parciales, especialmente en el consumo y ahorro.
2. Tanto la percepción de la situación coyuntural como de las expectativas también parece mejorar conforme aumentan los niveles de ingresos. Por otro lado, es importante notar que para ninguna de las categorías de ingresos (ni siquiera la más alta) los índices coyunturales de confianza alcanzan valores por encima de 100, con lo cual en ningún caso se modifica la percepción negativa, ya registrada para el total del país, sobre la situación económica coyuntural.
3. Las expectativas detalladas por nivel de ingresos muestran, una vez más, la dicotomía entre la percepción, por una parte, de la evolución de los precios y del mercado del trabajo y las expectativas, por otra parte, relacionadas con las posibilidades de consumo y ahorro. En el caso de los precios, la mayoría de las categorías presentan valoraciones positivas (índice mayor a 100), excepto en octubre de 2009 donde los hogares en categorías de ingresos hasta RD\$5,400 fueron los únicos en tener valoraciones positivas. Por otro lado, en el caso de las expectativas de ahorro y consumo, la mayoría de las categorías presentan una percepción negativa (inferior a 100).
4. En general, para todos los hogares, independientemente del nivel de ingresos, las perspectivas para los próximos 12 meses tanto del Índice de Confianza como de los cuatro indicadores parciales son mejores que la percepción sobre el nivel coyuntural. La excepción más significativa quizá es el empeoramiento previsto de los niveles de ahorro de los hogares en categorías de ingresos hasta RD\$8,100 pesos en octubre de 2007, abril de 2008, octubre de 2008, abril de 2009 y octubre de 2009.

**Cuadro 3.10**  
**Sistema de Indicadores de Confianza del Consumidor por nivel de ingresos**  
**Octubre 2007, Abril 2008, Octubre 2008, Abril 2009 y Octubre 2009**

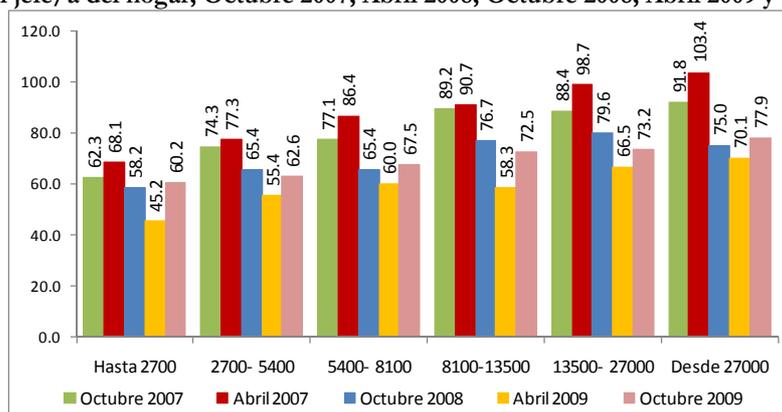
Dominio	Hasta 2700					2700-5400				
	2007	2008		2009		2007	2008		2009	
	Octubre	Abril	Octubre	Abril	Octubre	Octubre	Abril	Octubre	Abril	Octubre
Confianza	62.3	68.1	58.2	45.2	60.2	74.3	77.3	65.4	55.4	62.6
Coyuntural	43.3	49.5	36.7	31.5	34.9	49.0	55.4	44.7	34.5	37.8
Expectativas	84.6	94.2	84.0	60.2	89.8	102.1	102.3	88.1	78.2	91.2
Precios	69.3	66.5	66.5	69.4	66.1	80.7	66.2	64.9	71.5	73.2
Coyuntural	50.7	27.3	16.6	41.8	37.2	50.9	29.2	21.1	42.2	46.2
Expectativas	90.7	126.7	128.7	98.5	101.3	114.9	112.9	115.4	106.8	103.5
Mercado de trabajo	55.8	77.1	56.8	47.5	50.5	78.9	82.6	63.2	50.1	61.1
Coyuntural	35.0	57.2	30.9	30.3	24.1	56.7	56.4	40.5	26.2	29.9
Expectativas	79.0	107.4	90.3	69.0	88.3	104.0	118.8	89.9	76.6	97.3
Ahorro	63.7	33.3	30.7	28.5	34.8	49.8	47.5	39.9	39.3	41.0
Coyuntural	73.3	37.6	32.5	30.2	37.4	51.7	47.6	43.1	41.0	41.7
Expectativas	44.8	24.6	27.3	24.5	28.2	46.1	47.5	33.0	36.1	39.9
Consumo	36.8	30.9	23.8	19.5	25.1	41.4	40.2	32.6	27.5	30.3
Coyuntural	5.2	14.8	9.7	6.7	11.9	12.0	14.9	18.1	9.4	8.2
Expectativas	53.2	38.8	30.9	25.9	31.8	56.1	52.7	39.9	36.7	41.5
Dominio	5400- 8100					8100- 13500				
	2007	2008		2009		2007	2008		2009	
	Octubre	Abril	Octubre	Abril	Octubre	Octubre	Abril	Octubre	Abril	Octubre
Confianza	77.1	86.4	65.4	60.0	67.5	89.2	90.7	76.7	58.3	72.5
Coyuntural	53.2	63.7	42.2	37.6	39.5	66.5	71.0	53.6	36.1	48.0
Expectativas	105.5	115.4	91.5	84.0	100.7	114.0	119.4	103.3	81.7	100.6
Precios	79.0	67.5	69.3	76.1	65.5	85.8	69.3	73.2	72.1	69.4
Coyuntural	52.4	30.1	22.4	46.7	42.5	61.1	39.3	24.0	39.0	45.6
Expectativas	107.3	115.2	125.1	110.6	92.2	111.6	107.5	130.7	107.0	96.5
Mercado de trabajo	84.6	88.1	65.1	50.4	60.4	90.3	91.1	66.7	50.4	62.4
Coyuntural	62.9	65.1	35.5	26.2	33.7	71.0	66.4	41.4	25.5	33.4
Expectativas	110.4	117.4	99.5	79.0	89.3	113.2	123.9	98.2	82.1	96.1
Ahorro	55.8	57.8	43.6	43.1	46.6	73.2	68.9	57.4	54.8	60.8
Coyuntural	57.7	60.0	45.1	43.6	48.3	70.8	65.6	57.5	54.9	57.8
Expectativas	52.7	52.1	40.9	43.2	43.0	77.8	76.4	58.6	54.4	67.2
Consumo	49.7	46.0	35.4	30.4	36.9	55.0	54.8	43.0	34.0	41.8
Coyuntural	22.9	22.9	16.9	10.7	14.0	21.3	34.6	25.9	11.5	22.0
Expectativas	63.3	57.7	44.9	40.0	48.3	72.1	64.9	51.8	45.4	51.8

Continúa

**Cuadro 3.10 (Continuación)**  
**Sistema de Indicadores de Confianza del Consumidor por nivel de ingresos**  
**Octubre 2007, Abril 2008, Octubre 2008, Abril 2009 y Octubre 2009**

Dominio	13500- 27000					Desde 27000				
	2007	2008		2009		2007	2008		2009	
	Octubre	Abril	Octubre	Abril	Octubre	Octubre	Abril	Octubre	Abril	Octubre
Confianza	88.4	98.7	79.6	66.5	73.2	91.8	103.4	75.0	70.1	77.9
Coyuntural	71.2	85.4	56.8	41.6	51.6	79.7	95.5	54.6	55.1	55.3
Expectativas	106.9	112.6	103.7	93.0	96.4	104.0	114.1	98.4	85.4	101.3
Precios	81.7	66.6	73.5	76.0	66.9	71.6	62.0	69.3	73.7	62.6
Coyuntural	58.4	32.1	24.8	50.0	44.0	52.5	37.1	25.3	44.5	44.8
Expectativas	106.2	108.3	126.7	103.6	93.2	90.6	95.8	118.4	104.3	82.0
Mercado de trabajo	85.4	99.1	71.6	54.8	59.1	90.0	97.0	65.8	59.9	62.4
Coyuntural	66.1	77.0	50.7	32.6	34.9	76.6	77.5	42.8	41.7	36.4
Expectativas	106.0	128.4	92.4	79.0	87.2	104.9	131.4	95.0	78.4	92.1
Ahorro	81.4	84.6	72.7	65.6	79.7	95.2	100.6	89.2	98.2	91.5
Coyuntural	81.2	80.5	70.4	66.6	77.7	93.7	98.7	87.5	97.8	89.8
Expectativas	81.6	93.9	76.6	64.1	84.0	99.0	105.8	94.9	99.4	94.6
Consumo	60.0	61.6	50.1	40.6	49.8	63.5	73.2	52.7	43.3	49.1
Coyuntural	42.4	49.0	35.1	17.9	31.7	53.0	73.9	40.6	37.2	34.6
Expectativas	68.7	67.6	57.6	52.0	58.8	68.4	73.3	58.0	46.3	56.1

**Gráfico 3.10**  
**República Dominicana: Evolución del Indicador de Confianza del Consumidor, según el nivel de ingresos del jefe/a del hogar, Octubre 2007, Abril 2008, Octubre 2008, Abril 2009 y Octubre 2009**



Fuente: Cuadro 3.10.

### 3.11 Resultados según cómo se considera qué vive el hogar con sus ingresos

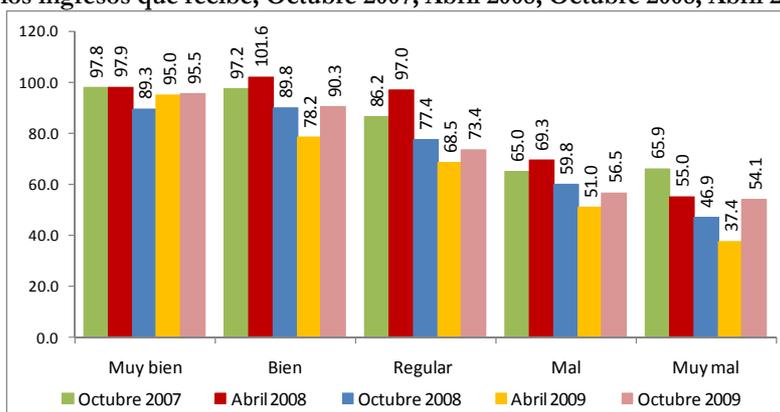
1. El indicador de confianza en función de cómo considera el jefe/a que vive el hogar con los ingresos que recibe registra, como es esperado, valores más bajos al empeorar la percepción sobre la condición de vida del hogar. En abril de 2008, en comparación con los seis meses previos, todos los hogares registraron un aumento, unos mayores que otros, en el nivel de

confianza en la economía. La excepción es el caso de los hogares cuyo jefe considera que vive muy mal, pues estos hogares revelaron un empeoramiento importante en la percepción de la economía. En octubre de 2008 y abril de 2009, todos los hogares sin importar cómo consideran que viven con los ingresos que reciben, registraron una disminución en el nivel de confianza en la economía. Sin embargo, los que consideran que viven Muy bien, registraron un aumento en su nivel de confianza en la economía en abril de 2009, al pasar de 89.3 a 95.0. Para octubre de 2009, todos los hogares registraron un aumento en el nivel de confianza en la economía, sin importar cómo consideran que viven con sus ingresos, exceptuando los que consideran que viven Muy bien, que mantuvieron su valoración de la confianza en la economía en prácticamente el mismo nivel que abril de 2009.

2. Como era de esperarse, la situación coyuntural es percibida generalmente de manera más positiva por las categorías que contestaron “bien” o “muy bien” a la pregunta sobre sus propias condiciones de vida. Dentro de los indicadores parciales coyunturales, los de precios, de mercado de trabajo y sobre todo de consumo (en el inmediato) alcanzan los valores más bajos. En particular, los entrevistados que perciben como “mal” su condición de vida también registran una percepción muy baja de sus posibilidades de consumir coyunturalmente, mientras las expectativas por los próximos 12 meses son mejores aunque generalmente negativas.

Gráfico 3.11

**República Dominicana: Evolución del Indicador de Confianza del Consumidor, según cómo considera que vive el hogar con los ingresos que recibe, Octubre 2007, Abril 2008, Octubre 2008, Abril 2009 y Octubre 2009**



Fuente: Cuadro 3.11.

3. La percepción de la situación futura por parte de las 4 categorías analizadas tampoco parece presentar numerosas sorpresas. Los que más confían en una posible evolución positiva de la economía son los entrevistados que perciben sus condiciones como generalmente “buenas”. En abril de 2008, dentro de esta categoría, el índice parcial de mercado de trabajo registra el valor más alto (132.9 para categoría “bien”) mientras para las categorías de los que viven “muy mal” todos los valores de expectativas registran valores muy negativos (muy por debajo de 100), excepto en el caso de las expectativas de los precios que es positiva (101.9). En octubre de 2008, abril de 2009 y octubre de 2009 el índice parcial que registra el valor más alto corresponde a las expectativas de ahorro de los entrevistados que perciben sus condiciones como “muy buenas”.

4. Los hogares con una percepción mala o muy mala, presentan un indicador de expectativas mejor que la situación coyuntural, excepto en el indicador de “ahorro” tanto en octubre de 2007, abril y octubre de 2008, como en abril de 2009.

Cuadro 3.11

Sistema de Indicadores de Confianza del Consumidor, según como se considera que vive el hogar con los ingresos que recibe, Octubre 2007, Abril 2008, Octubre 2008, Abril 2009 y Octubre 2009

Dominio	Muy bien					Bien				
	2007	2008		2009		2007	2008		2009	
	Octubre	Abril	Octubre	Abril	Octubre	Octubre	Abril	Octubre	Abril	Octubre
Confianza	97.8	97.9	89.3	95.0	95.5	97.2	101.6	89.8	78.2	90.3
Coyuntural	94.3	83.8	62.6	71.7	85.5	81.2	92.0	74.4	61.7	71.0
Expectativas	98.9	120.4	118.0	125.6	109.6	114.5	114.9	107.2	95.5	111.1
Precios	57.0	56.0	75.0	110.5	78.9	89.5	73.5	75.2	81.5	73.9
Coyuntural	43.1	32.9	32.3	77.8	53.9	63.1	40.7	33.7	55.7	53.9
Expectativas	70.9	85.3	127.8	134.2	114.7	118.0	116.6	126.3	108.3	98.0
Mercado de trabajo	90.5	85.2	63.0	68.6	90.8	100.4	102.6	88.4	68.6	75.0
Coyuntural	73.9	64.4	35.2	43.3	79.5	79.4	83.9	64.7	45.5	50.8
Expectativas	116.6	131.5	91.4	106.3	117.2	123.6	132.9	113.7	94.1	101.5
Ahorro	123.5	76.9	121.4	122.5	122.2	90.0	89.3	90.4	89.7	97.1
Coyuntural	118.3	83.2	111.4	119.2	111.3	91.1	88.2	87.9	88.0	95.0
Expectativas	133.1	62.3	143.9	128.9	151.2	88.2	92.7	96.5	93.5	101.8
Consumo	65.1	69.9	62.8	54.4	79.2	61.6	62.7	53.5	46.0	53.7
Coyuntural	50.6	58.5	40.3	25.9	63.9	43.1	55.0	42.3	31.8	41.2
Expectativas	72.5	75.6	73.7	68.5	87.8	70.9	66.8	58.5	53.0	60.1
Dominio	Regular					Mal				
	2007	2008		2009		2007	2008		2009	
	Octubre	Abril	Octubre	Abril	Octubre	Octubre	Abril	Octubre	Abril	Octubre
Confianza	86.2	97.0	77.4	68.5	73.4	65.0	69.3	59.8	51.0	56.5
Coyuntural	64.3	76.5	56.3	46.6	48.9	42.2	46.9	35.9	29.7	29.9
Expectativas	110.9	123.7	101.1	92.7	101.9	90.7	98.3	87.2	74.1	88.3
Precios	81.9	72.6	74.1	86.0	72.0	73.4	56.2	66.1	66.9	65.5
Coyuntural	54.1	41.4	25.3	52.9	47.8	49.5	20.9	17.8	38.5	38.8
Expectativas	111.6	114.7	134.6	123.8	101.4	98.9	104.1	121.1	100.4	95.5
Mercado de trabajo	88.3	102.5	73.4	60.3	62.0	65.6	71.9	57.0	46.4	52.9
Coyuntural	62.6	79.5	48.3	35.5	32.2	49.3	46.7	32.5	23.1	26.9
Expectativas	117.3	131.1	103.8	92.0	97.0	84.9	107.4	87.3	72.9	85.3
Ahorro	69.4	69.0	62.8	65.4	62.0	56.1	41.7	37.3	36.2	39.9
Coyuntural	66.9	68.9	64.2	65.4	61.3	60.9	44.1	39.7	38.6	40.9
Expectativas	74.5	68.9	59.3	65.1	63.7	46.8	36.7	32.6	31.5	37.8
Consumo	53.5	48.9	43.8	37.2	41.3	39.1	37.7	31.2	25.3	30.0
Coyuntural	26.8	27.7	29.0	18.1	19.1	9.0	15.7	14.3	7.6	9.9
Expectativas	67.0	59.4	51.5	46.7	52.4	54.3	48.8	39.5	34.1	40.0

Continúa

**Cuadro 3.11 (Continuación)**

**Sistema de Indicadores de Confianza del Consumidor, según como se considera que vive el hogar con los ingresos que recibe, Octubre 2007, Abril 2008, Octubre 2008, Abril 2009 y Octubre 2009**

Dominio	Muy Mal				
	2007	2008		2009	
	Octubre	Abril	Octubre	Abril	Octubre
Confianza	65.9	55.0	46.9	37.4	54.1
Coyuntural	40.3	30.1	26.6	18.6	25.3
Expectativas	96.8	85.1	70.9	57.2	85.9
Precios	69.0	55.7	53.9	50.2	53.2
Coyuntural	44.7	20.2	10.7	27.4	32.8
Expectativas	97.7	101.9	104.6	76.2	78.6
Mercado de trabajo	62.7	60.8	40.7	28.1	43.4
Coyuntural	45.9	37.2	22.5	12.0	16.5
Expectativas	83.4	96.5	65.0	46.1	76.5
Ahorro	35.0	24.1	23.9	21.4	25.9
Coyuntural	37.8	23.4	26.8	24.0	25.3
Expectativas	29.9	24.6	17.9	16.1	27.4
Consumo	41.8	29.9	23.0	19.9	26.5
Coyuntural	11.4	6.9	9.4	4.1	9.2
Expectativas	57.0	41.4	30.0	27.9	35.5

### 3.12 Resultados según categoría ocupacional del jefe del hogar

1. Los trabajadores por cuenta ajena o empleados registran los valores más altos en términos de confianza general en la situación económica de la República Dominicana. Este resultado se explica, por un lado, por las expectativas totales (111.5 en octubre de 2007, 112.7 en abril de 2008, 97.5 en octubre de 2008, 85.3 en abril de 2009 y 102.0 en octubre de 2009) y por la percepción de la situación coyuntural (67.9 en octubre de 2007, 76.9 en abril de 2008, 55.7 en octubre de 2008, 44.2 en abril de 2009 y 54.1 en octubre de 2009) que se encuentran por encima de las otras categorías ocupacionales.

2. De hecho, en lo que concierne a los indicadores parciales, los trabajadores por cuenta ajena perciben la situación económica de manera ligeramente más positiva respecto a los restantes trabajadores, con excepción del indicador de precios para abril de 2009 donde los trabajadores por cuenta propia presentan una mayor confianza en la economía que los trabajadores por cuenta ajena. De todas maneras, es importante notar que ninguno de los indicadores parciales alcanza un valor global por encima del umbral 100, con lo cual se registra una general desconfianza o visión pesimistas en la situación económica para todas las categorías de trabajadores.

3. La situación coyuntural es percibida como negativa por parte de todos los trabajadores, obteniendo el valor más bajo el asociado a los trabajadores en la categoría “otra” (55.7 en octubre de 2007, 56.2 en abril de 2008, 42 en octubre de 2008, 34.5 en abril de 2009 y 37.5 en octubre de 2009).

Cuadro 3.12

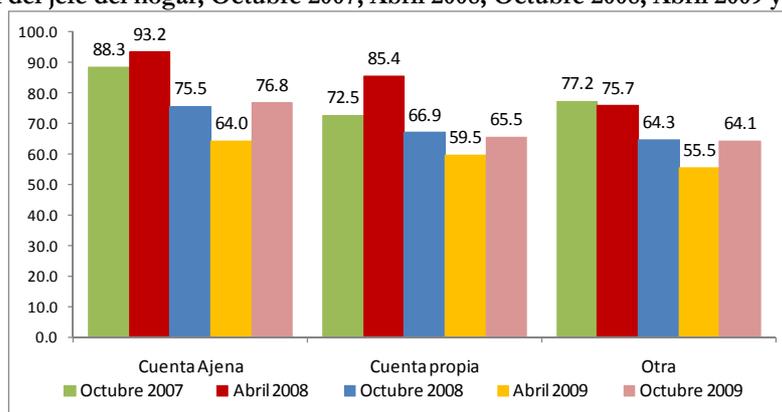
**Sistema de Indicadores de Confianza del Consumidor, según categoría ocupacional  
del jefe del hogar, Octubre 2007, Abril 2008, Octubre 2008, Abril 2009 y Octubre 2009**

Dominio	Cuenta Ajena					Cuenta Propia				
	2007	2008		2009		2007	2008		2009	
	Octubre	Abril	Octubre	Abril	Octubre	Octubre	Abril	Octubre	Abril	Octubre
Confianza	88.3	93.2	75.5	64.0	76.8	72.5	85.4	66.9	59.5	65.5
Coyuntural	67.9	76.9	55.7	44.2	54.1	51.4	68.1	46.1	39.7	41.4
Expectativas	111.5	112.7	97.5	85.3	102.0	96.4	108.9	90.5	81.0	92.9
Precios	81.0	70.3	71.9	72.2	69.5	76.9	62.9	70.5	76.7	64.8
Coyuntural	57.0	39.2	26.4	43.5	48.6	58.2	32.5	23.2	51.8	45.8
Expectativas	107.4	108.4	122.7	102.5	93.3	96.5	104.6	127.1	104.8	87.4
Mercado de Trabajo	87.6	93.8	72.1	55.2	65.9	73.6	84.2	62.8	48.5	52.7
Coyuntural	68.9	71.4	49.3	34.4	39.4	55.5	62.9	38.6	26.4	28.6
Expectativas	110.1	124.6	98.0	78.8	96.0	94.1	114.7	91.8	74.4	80.7
Ahorro	75.8	73.0	67.2	65.7	71.3	66.3	63.8	50.8	52.6	55.6
Coyuntural	73.9	71.0	64.9	64.0	68.4	70.8	64.4	52.2	53.4	55.1
Expectativas	79.7	77.3	73.4	69.7	77.2	57.5	63.1	48.5	50.8	56.4
Consumo	55.4	55.4	44.6	35.8	45.6	48.4	52.1	39.8	32.7	37.7
Coyuntural	30.1	40.3	30.2	18.2	26.2	19.6	37.6	23.7	17.4	19.3
Expectativas	68.1	63.0	51.9	44.8	55.3	63.0	59.5	47.7	40.4	46.8
Dominio	Otra									
	2007	2008		2009						
	Octubre	Abril	Octubre	Abril	Octubre					
Confianza	77.2	75.7	64.3	55.5	64.1					
Coyuntural	55.7	56.2	42.0	34.5	37.5					
Expectativas	101.3	101.4	90.3	78.8	96.3					
Precios	79.1	63.3	63.4	70.6	68.0					
Coyuntural	42.7	24.3	16.8	38.8	38.2					
Expectativas	120.8	117.2	121.4	109.2	104.9					
Mercado de Trabajo	80.4	82.2	59.9	52.0	59.0					
Coyuntural	56.7	58.2	36.2	27.7	29.6					
Expectativas	109.1	119.7	90.2	82.1	96.8					
Ahorro	52.8	49.8	43.1	42.9	44.8					
Coyuntural	54.9	52.2	47.1	46.4	46.4					
Expectativas	49.2	44.1	33.8	36.1	42.3					
Consumo	42.3	38.0	30.5	28.1	32.5					
Coyuntural	19.4	17.7	16.3	9.0	13.4					
Expectativas	53.9	48.2	37.6	37.3	42.3					

4. En abril y octubre de 2008 y abril de 2009, también los trabajadores en la categoría “otra” son los que obtienen un menor nivel de confianza en el futuro (101.4, 90.3 y 78.8, respectivamente), positiva en abril de 2008 pero negativa en octubre de 2008 y abril de 2009. En octubre de 2009, son los trabajadores por cuenta propia que presentan el menor nivel de confianza en el futuro (92.9). Por otro lado, tanto en octubre de 2007, abril y octubre de 2008, como en abril y octubre de 2009, los trabajadores por cuenta ajena, registran las mejores expectativas sobre la evolución de la economía durante los próximos 12 meses.

Gráfico 3.12

República Dominicana: Evolución del Indicador de Confianza del Consumidor, según la categoría ocupacional del jefe del hogar, Octubre 2007, Abril 2008, Octubre 2008, Abril 2009 y Octubre 2009



Fuente: Cuadro 3.12.

### 3.13 Resultados según sector en el cual trabaja el jefe del hogar

1. Los hogares en los que el jefe del hogar trabaja en el sector de la industria registran los valores más altos de confianza en la economía (85.5 en octubre de 2007, 89.1 en abril de 2008, 73.6 en octubre de 2008, 65.8 en abril de 2009 y 73.2 en octubre de 2009) mientras que los referidos al sector de Agricultura y ganadería alcanzan el valor más bajo (64.3 en octubre de 2007), para luego mejorar considerablemente en octubre de 2008 (81.5), y retroceder considerablemente en octubre de 2008 (66.7) y abril de 2009 (58.7) a niveles inferiores que octubre de 2007. En octubre de 2009, el nivel de confianza del sector Agricultura y ganadería mejora considerablemente al pasar a 70.2, pero aún siendo menor que octubre de 2007.

2. Un comportamiento similar se observa en los cuatro indicadores parciales, excepto en el caso de los precios y mercado de trabajo en abril y octubre de 2008 y en abril y octubre de 2009 en los cuales son los sectores de “Comercio y turismo” e “Industria” los que registran los menores índices.

3. En abril de 2008, para todos los sectores, excepto los sectores “Industria” y “Comercio y Turismo”, las perspectivas de ahorro durante los próximos 12 meses se prevén que empeorarán. En cambio para octubre de 2008, para todos los sectores las perspectivas de ahorro durante los próximos 12 meses se prevén que empeoren. Ya para abril y octubre de 2009, las perspectivas de ahorro durante los próximos 12 meses se prevén que empeoren sólo para los sectores de “Agricultura y ganadería” y “Otra”, tal como se observó para abril de 2008.

Cuadro 3.13

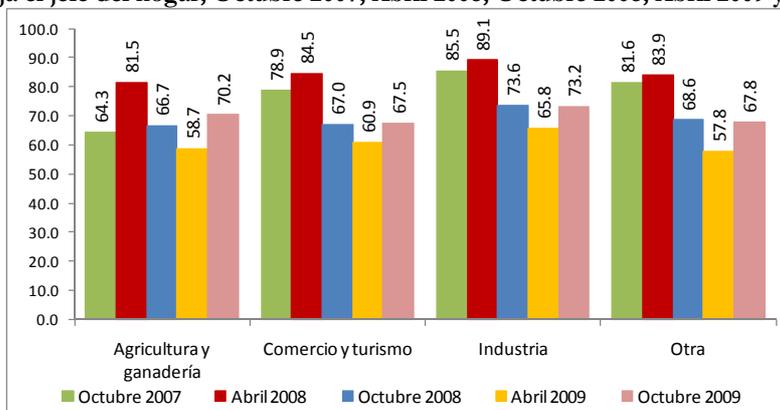
## Sistema de Indicadores de Confianza del Consumidor por sector en que trabaja el jefe del hogar

Octubre 2007, Abril 2008, Octubre 2008, Abril 2009 y Octubre 2009

Dominio	Agricultura y ganadería					Comercio y turismo				
	2007	2008		2009		2007	2008		2009	
	Octubre	Abril	Octubre	Abril	Octubre	Octubre	Abril	Octubre	Abril	Octubre
Confianza	64.3	81.5	66.7	58.7	70.2	78.9	84.5	67.0	60.9	67.5
Coyuntural	49.2	63.3	50.8	44.6	46.8	55.6	68.0	45.4	40.0	44.1
Expectativas	81.9	105.0	85.4	75.1	96.9	105.9	106.7	90.7	82.9	94.2
Precios	68.6	68.2	67.3	80.7	68.4	79.7	60.1	69.1	71.4	64.3
Coyuntural	56.9	35.4	24.2	58.6	46.6	57.3	28.6	23.5	42.4	45.6
Expectativas	81.1	119.7	119.6	108.1	94.9	104.3	100.9	123.9	103.7	86.2
Mercado de trabajo	60.8	84.6	68.1	57.7	55.2	75.4	83.8	64.2	49.3	54.6
Coyuntural	44.1	61.1	49.7	36.9	34.7	56.1	62.8	38.7	28.5	32.2
Expectativas	80.3	112.5	89.7	78.2	83.7	98.9	115.9	93.5	73.3	81.1
Ahorro	74.7	46.5	43.1	40.6	44.0	63.8	66.8	58.3	62.6	65.2
Coyuntural	83.2	50.6	45.0	42.2	44.7	64.3	66.0	59.4	62.2	64.0
Expectativas	57.4	38.7	39.2	38.1	41.2	62.9	69.1	57.0	63.0	68.3
Consumo	41.0	45.5	36.7	27.8	31.3	51.0	51.6	40.5	34.1	41.6
Coyuntural	12.7	28.0	25.3	16.7	11.6	21.4	36.6	24.6	18.7	22.3
Expectativas	55.4	54.3	42.7	33.6	41.4	66.0	59.1	48.4	41.7	51.4
Dominio	Industria					Otra				
	2007	2008		2009		2007	2008		2009	
	Octubre	Abril	Octubre	Abril	Octubre	Octubre	Abril	Octubre	Abril	Octubre
Confianza	85.5	89.1	73.6	65.8	73.2	81.6	83.9	68.6	57.8	67.8
Coyuntural	63.7	71.9	48.0	42.7	50.1	60.3	65.7	47.3	37.2	42.4
Expectativas	111.5	109.3	105.2	91.8	99.1	105.2	107.5	92.8	80.5	97.7
Precios	82.5	64.0	67.1	62.1	69.2	80.6	66.6	68.3	73.9	68.3
Coyuntural	59.7	35.3	22.5	37.7	41.3	49.9	31.4	20.4	44.0	42.9
Expectativas	107.4	95.9	115.8	85.0	98.0	114.2	113.7	125.5	108.9	99.1
Mercado de trabajo	98.5	85.1	67.8	52.6	65.1	83.7	87.8	63.5	51.7	60.6
Coyuntural	78.8	59.4	49.6	27.2	35.1	62.8	65.2	39.1	28.5	31.5
Expectativas	119.5	119.5	89.1	81.6	97.0	108.2	122.0	93.9	80.5	95.6
Ahorro	75.3	71.3	64.6	70.5	68.0	62.3	60.8	50.1	48.2	53.3
Coyuntural	74.0	69.2	61.0	65.7	62.2	63.3	61.5	52.0	50.6	53.5
Expectativas	78.3	75.7	73.7	81.9	78.9	60.8	59.3	46.0	43.7	53.3
Consumo	53.7	55.0	46.1	38.9	41.7	49.4	46.3	35.6	30.7	37.3
Coyuntural	25.7	35.7	21.0	23.2	20.9	25.9	29.3	21.7	11.2	18.8
Expectativas	68.2	65.5	58.3	46.7	51.7	61.2	54.8	42.5	40.3	46.7

Gráfico 3.13

República Dominicana: Evolución del Indicador de Confianza del Consumidor, según el sector económico en que trabaja el jefe del hogar, Octubre 2007, Abril 2008, Octubre 2008, Abril 2009 y Octubre 2009



Fuente: Cuadro 3.13.



## **4. Resultados de la opinión sobre la crisis económica internacional**

Octubre 2008, Abril 2009  
y Octubre 2009



#### 4. Resultados de la opinión sobre la crisis económica internacional

##### 4.1 Resultados generales

1. Para la Encuesta de octubre de 2009, al igual que para la de abril de 2009 y octubre de 2008, se incluyó una pregunta sobre la crisis económica internacional. En la correspondiente a octubre de 2008 los entrevistados emitieron su opinión sobre cómo consideraban que la crisis iba a afectar sus ingresos o nivel de vida y en las de abril y octubre de 2009 opinaron sobre cómo consideraban que la crisis estaba ya afectando sus ingresos o nivel de vida. Según los resultados, en octubre de 2008 un 54.6% de la población consideraba que la crisis los afectaría mucho o muchísimo, lo cual es superior al 36.5% de la población que consideraba que la crisis los afectaría un poco o nada. En abril y octubre de 2009, la proporción de personas que considera que la crisis los está afectando mucho o muchísimo es de 62.6% y 62.8% respectivamente, y la proporción de personas que considera que la crisis los está afectando un poco o nada es de 33.5% y 33.8% respectivamente. Esto indica que la percepción de la población es que la crisis económica internacional está teniendo actualmente un impacto mayor en sus ingresos o nivel de vida, que las expectativas que tenían un año atrás.

Cuadro 4.1

	¿Cómo considera Ud. Que la crisis económica internacional <u>va a afectar</u> sus ingresos o su nivel de vida?	¿Cómo considera Ud. Que la crisis económica internacional <u>está afectando</u> sus ingresos o su nivel de vida?	
	Octubre 2008	Abril 2009	Octubre 2009
Muchísimo	22.8%	28.5%	29.8%
Mucho	31.8%	34.1%	33.1%
Un poco	27.5%	24.8%	24.3%
Nada	9.0%	8.7%	9.5%
No sabe	7.8%	3.2%	1.9%
No contesta	1.1%	0.7%	1.5%
Total	100.0%	100.0%	100.0%

2. Para ilustrar mejor la situación, se construyó un índice alternativo usando la misma metodología del ICC-RD. Este índice puede estar entre 0 y 200, donde un valor inferior a 100 señala un pesimismo con respecto al impacto de la crisis económica internacional y un valor superior a 100 señala un optimismo. Este índice sobre el impacto de la crisis económica internacional arrojó un valor de 82.5 para octubre de 2008, 74.6 para abril de 2009 y 74.5 para octubre de 2009, lo cual significa que existe una opinión pesimista por parte de la población con respecto a la crisis, es decir que la mayoría opina que tendrá o que ya tiene un efecto negativo importante en sus vidas. Además, nos dice que la población considera que la crisis económica internacional está impactando sus ingresos o nivel de vida más negativamente que lo que esperaban un año atrás. Hay que destacar que los resultados de abril y de octubre de 2009 son prácticamente los mismos, lo que indica que en el último semestre no ha habido ningún cambio en la percepción de la población con respecto al impacto de la crisis.

**Cuadro 4.2**  
**Indicador de Confianza de los Consumidores según Opinión**  
**sobre la medida en que serán afectados por la crisis**  
**Octubre 2008, Abril 2009 y Octubre 2009**

Indicadores	Muchísimo			Mucho		
	2008	2009		2008	2009	
	Octubre	Abril	Octubre	Octubre	Abril	Octubre
Confianza	55.2	45.7	57.1	65.0	57.3	64.6
Coyuntural	33.4	27.1	30.4	40.4	34.5	37.7
Expectativas	80.1	65.5	86.6	93.1	82.1	95.6
Precios	58.1	60.1	54.5	64.9	72.5	68.2
Coyuntural	17.9	35.2	34.7	16.0	41.2	40.3
Expectativas	103.2	88.0	78.5	121.3	109.7	100.0
Mercado de Trabajo	46.4	37.3	45.7	57.9	52.1	55.7
Coyuntural	26.7	17.7	18.9	33.8	27.2	27.0
Expectativas	70.2	59.9	77.5	88.0	82.2	89.8
Ahorro	37.0	41.5	44.8	50.7	48.6	51.8
Coyuntural	37.9	42.3	44.6	52.4	50.0	50.9
Expectativas	35.4	40.4	45.3	47.2	45.6	53.2
Consumo	32.6	25.9	33.6	37.3	31.5	34.7
Coyuntural	15.1	8.8	11.1	16.3	11.2	16.0
Expectativas	41.3	34.6	44.8	47.7	41.6	44.0
Indicadores	Un poco			Nada		
	2008	2009		2008	2009	
	Octubre	Abril	Octubre	Octubre	Abril	Octubre
Confianza	81.3	71.2	82.5	80.3	71.8	81.2
Coyuntural	61.7	51.8	61.0	62.3	52.3	60.5
Expectativas	102.8	92.3	109.2	100.3	94.8	105.4
Precios	79.2	83.7	78.9	79.3	81.6	74.2
Coyuntural	31.3	54.8	56.7	27.1	55.7	47.2
Expectativas	136.9	114.9	105.4	145.4	113.0	109.7
Mercado de Trabajo	82.2	61.5	75.8	85.1	66.2	74.3
Coyuntural	55.1	39.3	49.5	60.4	40.5	50.7
Expectativas	115.3	87.7	108.6	109.3	95.4	102.4
Ahorro	69.3	67.4	74.3	61.4	66.6	65.1
Coyuntural	69.7	67.3	73.6	61.9	69.3	65.5
Expectativas	68.8	68.0	77.0	59.8	61.9	64.8
Consumo	45.1	37.4	49.7	43.1	37.7	38.7
Coyuntural	32.4	22.5	30.1	37.4	23.9	29.6
Expectativas	51.3	44.9	59.8	45.9	44.1	43.8

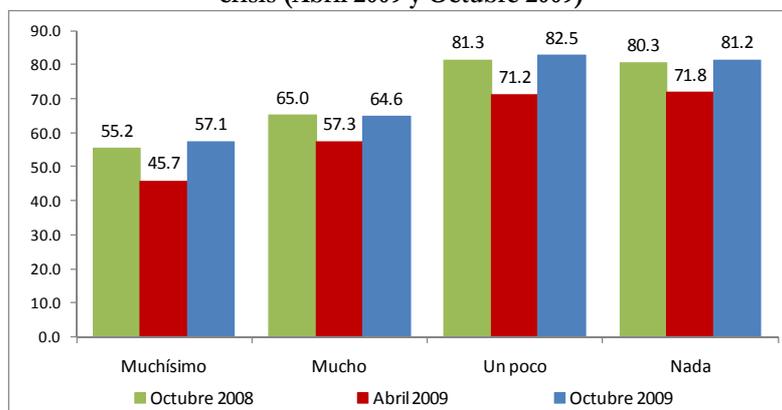
3. En el cuadro 4.2 se presentan los resultados de los indicadores de confianza del consumidor, calculados para cada una de las categorías que reflejan cómo considera la persona que la crisis económica internacional va a afectar (octubre de 2008) o está ya afectando (abril y octubre de 2009) sus ingresos o nivel de vida. Según los resultados, las personas que presentan los menores niveles de confianza en la economía son los que opinan que la crisis internacional los afectaría o los está ya afectando “Mucho” o “Muchísimo”; es decir los que tienen la opinión más negativa sobre el impacto de la crisis internacional, lo cual significa que la crisis internacional tiene un impacto en las percepciones sobre la economía local.

4. Lo mismo se observa para los indicadores parciales (precios, mercado de trabajo, ahorro y consumo) donde también resultó ser que los que tienen menos confianza en la economía son los que tienen la opinión más negativa sobre el impacto de la crisis en su nivel de vida. Este mismo patrón de comportamiento se da para todos los índices parciales coyunturales y de expectativas, siendo los de expectativas muy superiores a los coyunturales (excepto en los de ahorro), indicando que se tiene mayor confianza en el futuro.

5. Todo esto indica, que existe una correlación positiva entre cómo una persona considera que lo afectará o que lo está afectando la crisis internacional y la confianza que tiene en la economía. Entonces, la disminución de la confianza en la economía que los resultados han mostrado para el último año, parece haber sido influenciada por la crisis financiera global.

Gráfico 4.1.

República Dominicana: Indicador de Confianza de los Consumidores según Opinión sobre la medida en que serán afectados por la crisis (Octubre 2008) y están siendo afectados ya por la crisis (Abril 2009 y Octubre 2009)



Fuente: Cuadro 4.2.

#### 4.2 Resultados detallados según variable analítica

1. En la encuesta de octubre de 2008, los hogares de la provincia de Santiago eran los que tenían la opinión menos negativa con respecto al impacto de la crisis económica internacional, es decir que eran los que esperaban un impacto menor en sus vidas debido a la crisis. La opinión más pesimista la presentaron los hogares correspondientes al dominio del País Turístico, que mostraron un índice de impacto de la crisis de casi 5 puntos inferior al del País No Turístico.

En abril de 2009, los resultados mostraron que nuevamente son los hogares de la provincia de Santiago los que tenían la opinión menos negativa con respecto al impacto de la crisis, es decir que eran los que consideraban que sus vidas estaban siendo menos afectadas debido a la crisis. No obstante, la opinión más pesimista la presentaron los hogares del Distrito Nacional y la

provincia de Santo Domingo, lo que quiere decir que eran los que percibían que sus vidas estaban siendo más afectadas debido a la crisis.

Entre octubre de 2008 y abril de 2009 se produjo un deterioro significativo en la opinión con respecto al impacto de la crisis económica internacional en el Distrito Nacional y la provincia Santo Domingo y en el País Turístico. Esto indica que para estos dominios, la percepción de la población era que el impacto de la crisis estaba siendo mayor de lo que se esperaba un semestre atrás. Sin embargo, para la opinión con respecto al impacto de la crisis no presentó cambios significativos en la provincia de Santiago y en el País Turístico. De hecho, lo que se observó en la provincia de Santiago es una ligera mejoría pero manteniéndose en niveles negativos, lo que quiere decir que la percepción de la población era que el impacto de la crisis estaba siendo ligeramente menor de lo que esperaban un semestre atrás.

Para octubre de 2009, algunos dominios mejoraron y otros empeoraron su opinión con respecto al impacto de la crisis económica internacional. Específicamente, los dominios que mejoraron su percepción de la crisis fueron el País No Turístico y Distrito Nacional y provincia Santo Domingo, siendo este último dominio el que tuvo el mayor aumento y colocándose así como el dominio menos pesimista con respecto a la crisis. En cambio, los dominios que presentaron un deterioro de su percepción de la crisis fueron el País Turístico y la provincia Santiago, siendo este último dominio el que tuvo el mayor deterioro, lo que lo posiciona como el dominio más pesimista con relación a la crisis.

**Cuadro 4.3**

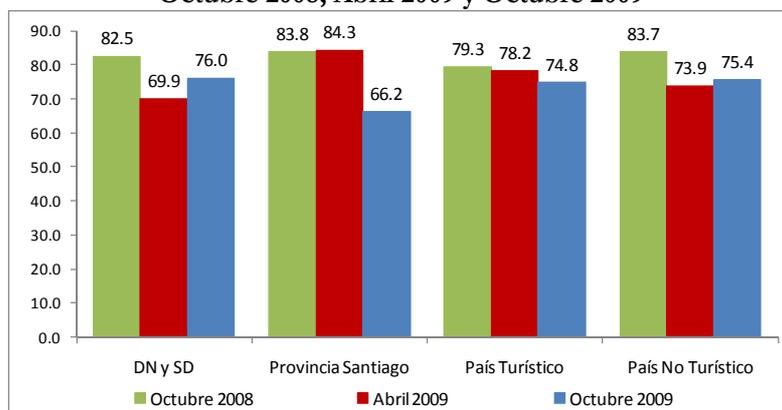
**Índice de impacto de la crisis según Dominio**

**Octubre 2008, Abril 2009 y Octubre 2009**

DN y SD			Provincia Santiago			País Turístico			País No Turístico		
2008		2009		2008		2009		2008		2009	
Octubre	Abril	Octubre	Octubre	Abril	Octubre	Octubre	Abril	Octubre	Octubre	Abril	Octubre
82.5	69.9	76.0	83.8	84.3	66.2	79.3	78.2	74.8	83.7	73.9	75.4

**Gráfico 4.2**

**República Dominicana: Índice de impacto de la crisis según Dominio**  
**Octubre 2008, Abril 2009 y Octubre 2009**



Fuente: Cuadro 4.3.

2. Los resultados de octubre de 2008 según zona mostraron que no existe ninguna diferencia significativa entre la opinión sobre la crisis de los hogares de las áreas urbanas y rurales, ya que el índice correspondiente a cada una de las zonas era solamente 0.1 puntos superior o inferior al promedio nacional, que para esta encuesta fue 82.5.

Sin embargo, los resultados de abril de 2009 mostraron un deterioro en la opinión sobre la crisis económica internacional que fue más pronunciado para los hogares de las zonas urbanas. Por tanto, se generó una brecha entre los hogares de las áreas urbanas y de las áreas rurales, siendo la opinión más negativa la de los hogares de las zonas urbanas.

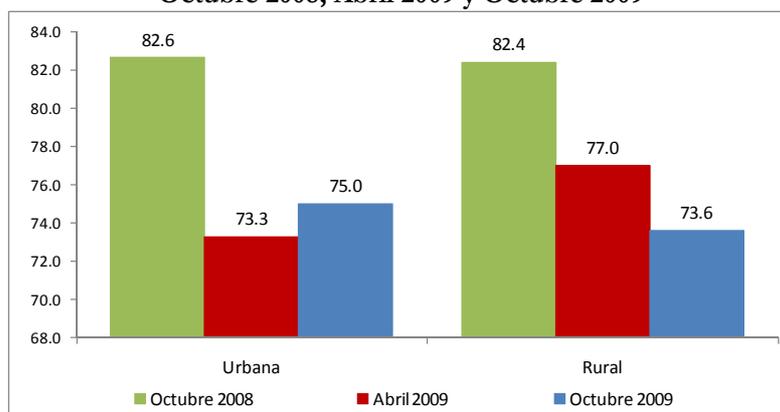
Esto quiere decir que, a pesar de que en octubre de 2008 los hogares de las zonas urbanas y rurales tenían expectativas similares con respecto al posible impacto de la crisis, en abril de 2009 los hogares de las zonas urbanas eran los que tenían una percepción más negativa sobre cómo la crisis los estaba ya afectando.

Para octubre de 2009 los hogares de las zonas urbanas mejoraron su percepción sobre la crisis, contrario a los hogares de las zonas rurales que empeoraron su opinión. Este comportamiento hace que los hogares de las áreas urbanas vuelvan a ser para esta encuesta de octubre de 2009, los hogares menos pesimistas con respecto a la crisis económica internacional, lugar que ya habían ocupado en octubre de 2008 y que habían perdido temporalmente en la encuesta de abril de 2009.

**Cuadro 4.4**  
**Índice de impacto de la crisis según Zona**  
**Octubre 2008, Abril 2009 y Octubre 2009**

Urbana			Rural		
2008		2009	2008		2009
Octubre	Abril	Octubre	Octubre	Abril	Octubre
82.6	73.3	75.0	82.4	77.0	73.6

**Gráfico 4.3**  
**República Dominicana: Índice de impacto de la crisis según Zona**  
**Octubre 2008, Abril 2009 y Octubre 2009**



Fuente: Cuadro 4.4.

3. Según los resultados, en general mientras mayor es el tamaño del hogar, es decir mientras más personas vivan en él, más pesimistas son con respecto al impacto de la crisis económica internacional.

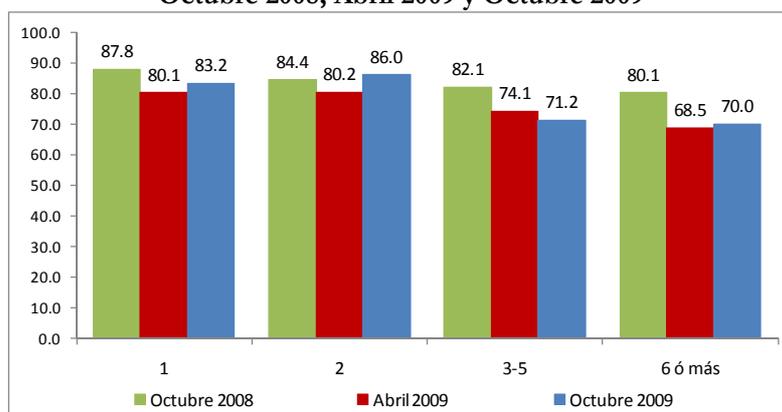
En la encuesta de octubre de 2008, los hogares compuestos por sólo 1 miembro fueron los que mostraron la opinión menos negativa con respecto al impacto de la crisis económica internacional, es decir que eran los que esperaban un impacto menor en sus vidas debido a la crisis. La opinión más pesimista la presentaron los hogares compuestos por 6 ó más personas.

En abril de 2009, los resultados mostraron que los hogares compuestos por 2 miembros son los que tenían la opinión menos negativa con respecto al impacto de la crisis (aunque la diferencia con los que tienen 1 miembro es insignificante), es decir que eran los que consideraban que sus vidas estaban siendo menos afectadas debido a la crisis. La opinión más pesimista la presentaron nuevamente los hogares compuestos por 6 ó más personas, lo que quiere decir que eran los que percibían que sus vidas estaban siendo más afectadas debido a la crisis.

Entre octubre de 2008 y abril de 2009 se produjo un deterioro en la opinión con respecto al impacto de la crisis económica internacional para todos los tamaños de hogar, donde los que tuvieron una reducción mayor de su percepción fueron los hogares compuestos por 6 miembros o más. Esto indica que en abril de 2009 la percepción de la población en los diferentes tamaños de hogar y en mayor medida para los compuestos por 6 miembros o más, era que el impacto de la crisis estaba siendo mayor de lo que se esperaba un semestre atrás.

En octubre de 2009 se produjo una mejora en la percepción con relación a la crisis económica internacional para todos los tamaños de hogar, excepto para los que tienen de 3 a 5 miembros, que mostraron un ligero deterioro de su percepción. A pesar de estos cambios, los hogares compuestos por 2 miembros se mantuvieron siendo los menos pesimistas entre todos los hogares, y por su lado, los compuestos por 6 miembros o más también permanecieron siendo los hogares más pesimistas.

**Gráfico 4.4**  
**República Dominicana: Índice de impacto de la crisis según Tamaño del hogar**  
**Octubre 2008, Abril 2009 y Octubre 2009**



Fuente: Cuadro 4.5.

**Cuadro 4.5**  
**Índice de impacto de la crisis según Tamaño del hogar**  
**Octubre 2008, Abril 2009 y Octubre 2009**

1			2			3-5			6 ó más		
2008	2009		2008	2009		2008	2009		2008	2009	
Octubre	Abril	Octubre									
87.8	80.1	83.2	84.4	80.2	86.0	82.1	74.1	71.2	80.1	68.5	70.0

4. Los resultados de octubre de 2008 mostraron que los hogares cuyo jefe tenía una edad entre 18 y 29 años eran los que tenían la opinión menos negativa con respecto al impacto de la crisis económica internacional, es decir que eran los que esperaban un impacto menor en sus vidas debido a la crisis. La opinión más pesimista la presentaron los hogares con un jefe que tiene entre 30 y 49 años de edad.

En abril de 2009, los resultados mostraron nuevamente que los hogares cuyo jefe tiene una edad entre 18 y 29 años eran los que tenían la opinión menos negativa con respecto al impacto de la crisis, es decir que son los que consideraban que sus vidas estaban siendo menos afectadas actualmente debido a la crisis. La opinión más pesimista la presentaron nuevamente los hogares con un jefe que tiene entre 30 y 49 años de edad, lo que quiere decir que eran los que percibían que sus vidas estaban siendo más afectadas debido a la crisis.

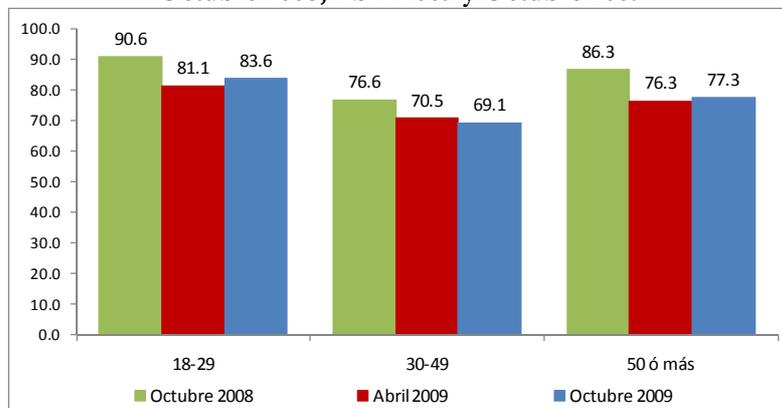
Entre octubre de 2008 y abril de 2009 se produjo un deterioro en la opinión con respecto al impacto de la crisis económica internacional para todas las edades de jefe de hogar, pero los hogares que tuvieron una reducción mayor de su percepción fueron los que tienen un jefe con una edad de 50 años o más. Esto quiere decir que la percepción de la población para todas las edades de jefe de hogar y en mayor medida para los que tienen un jefe de 50 años de edad o más, era que el impacto de la crisis estaba siendo mayor de lo que se esperaba un semestre atrás.

En octubre de 2009 no se produjeron grandes cambios en la percepción de la crisis económica internacional según la edad del jefe del hogar. Los hogares cuyo jefe tiene una edad entre 30 y 49 años empeoraron su opinión en aproximadamente un punto porcentual, mientras que los hogares cuyo jefe tiene 50 años de edad o más mejoraron su percepción en un punto porcentual. El mayor cambio se produjo en los hogares cuyo jefe tiene entre 18 y 29 años de edad, que mejoró su opinión en 2.5 puntos, permaneciendo así como los hogares menos pesimistas con respecto a la crisis.

**Cuadro 4.6**  
**Índice de impacto de la crisis según Edad del jefe del hogar**  
**Octubre 2008, Abril 2009 y Octubre 2009**

18-29			30-49			50 ó más		
2008	2009		2008	2009		2008	2009	
Octubre	Abril	Octubre	Octubre	Abril	Octubre	Octubre	Abril	Octubre
90.6	81.1	83.6	76.6	70.5	69.1	86.3	76.3	77.3

**Gráfico 4.5**  
**República Dominicana: Índice de impacto de la crisis según Edad del jefe del hogar,**  
**Octubre 2008, Abril 2009 y Octubre 2009**



Fuente: Cuadro 4.6.

5. En la encuesta de octubre de 2008, los hogares cuyo jefe de hogar no tuvo ninguna educación o sólo llegó a la educación inicial fueron los que tuvieron la opinión menos negativa con respecto al impacto de la crisis económica internacional, es decir que eran los que esperaban un impacto menor en sus vidas debido a la crisis. La opinión más pesimista la presentaron los hogares donde el jefe del hogar sólo llegó a la educación básica.

En abril de 2009, los resultados muestran que los hogares cuyo jefe obtuvo educación universitaria o post-universitaria fueron los que tuvieron la opinión menos negativa con respecto al impacto de la crisis, es decir que eran los que consideraban que sus vidas estaban siendo menos afectadas debido a la crisis. La opinión más pesimista la presentaron nuevamente los hogares con un jefe que sólo llegó a la educación básica, es decir que eran los que consideraban que sus vidas estaban siendo más afectadas debido a la crisis.

Entre octubre de 2008 y abril de 2009 se produjo un deterioro en la opinión con respecto al impacto de la crisis económica internacional para todas los niveles de estudio de jefe de hogar, pero los hogares que tuvieron una reducción mayor de su percepción fueron los que su jefe no obtuvo ninguna educación o sólo educación inicial, así como también los hogares cuyo jefe alcanzó la educación media. Esto quiere decir que la percepción de la población para todos los niveles de estudio de jefe de hogar era que el impacto de la crisis estaba siendo mayor de lo que se esperaba un semestre atrás.

En octubre de 2009, no se produjeron grandes cambios en la percepción con respecto a la crisis económica internacional según el nivel de educación de los jefes de hogar, con excepción de los hogares cuyo jefe de hogar obtuvo educación universitaria o post-universitaria, los cuales mejoraron su percepción en aproximadamente 7 puntos porcentuales, manteniéndose así como los hogares menos pesimistas con relación al impacto de la crisis.

Cuadro 4.7

## Índice de impacto de la crisis según Nivel de estudios

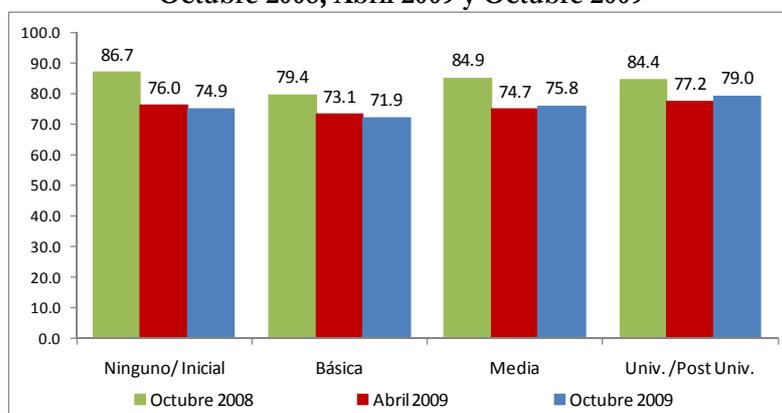
Octubre 2008, Abril 2009 y Octubre 2009

Ninguno/ Inicial			Básica			Media			Univ. /Post Univ.		
2008		2009	2008		2009	2008		2009	2008		2009
Octubre	Abril	Octubre	Octubre	Abril	Octubre	Octubre	Abril	Octubre	Octubre	Abril	Octubre
86.7	76.0	74.9	79.4	73.1	71.9	84.9	74.7	75.8	84.4	77.2	79.0

Gráfico 4.6

## República Dominicana: Índice de impacto de la crisis según Nivel de estudios

Octubre 2008, Abril 2009 y Octubre 2009



Fuente: Cuadro 4.7.

6. En general, mientras mayor es la clase social a la que pertenece el hogar, su opinión es menos pesimista con respecto al impacto de la crisis económica internacional.

Según los resultados de octubre de 2008, los hogares de clase media alta fueron los que tuvieron la opinión menos negativa con respecto al impacto de la crisis económica internacional, es decir que eran los que esperaban un impacto menor en sus vidas debido a la crisis. De hecho, con un índice de 104.0, fue el único sector social donde ligeramente hubo una mayor parte de sus miembros que consideraba que la crisis no afectaría de manera importante sus vidas. La opinión más pesimista la presentaron los hogares de clase social baja.

En abril de 2009, los resultados mostraron que los hogares de clase alta fueron los que tuvieron la opinión menos negativa con respecto al impacto de la crisis, es decir que eran los que consideraban que sus vidas estaban siendo menos afectadas debido a la crisis. La opinión más pesimista la presentaron nuevamente los hogares de clase baja, es decir que eran los que consideraban que sus vidas estaban siendo más afectadas debido a la crisis.

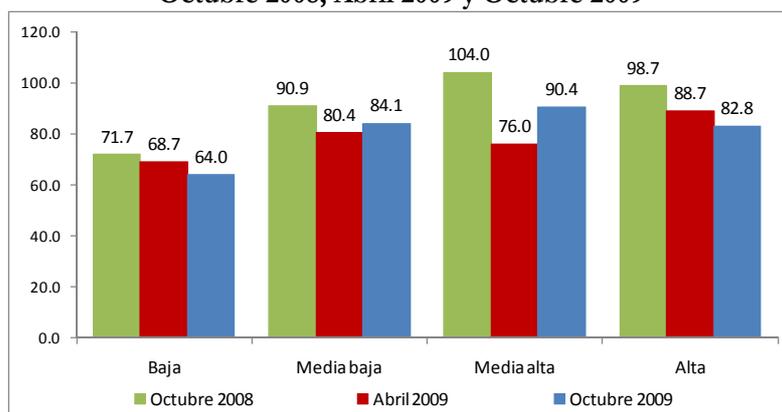
Entre octubre de 2008 y abril de 2009 se produjo un deterioro en la opinión con respecto al impacto de la crisis económica internacional para todas las clases sociales, pero los hogares que tuvieron una reducción mayor de su percepción fueron los hogares de clase media alta, que perdieron su lugar como los menos negativos con respecto a la crisis y pasaron a ser los segundos más negativos con respecto a su opinión.

En octubre de 2009, se produjeron cambios importantes en la opinión sobre el impacto de la crisis económica internacional según la clase social del hogar. La percepción sobre la crisis se deterioró en los hogares pertenecientes a la clase baja, media baja y alta, con reducciones en el índice de impacto de la crisis de aproximadamente 5 puntos, 4 puntos y 6 puntos, respectivamente. En cambio, los hogares pertenecientes a la clase media alta mejoraron considerablemente su opinión con relación a la crisis, al aumentar 14 puntos el índice de impacto, convirtiéndose nuevamente en los hogares menores pesimista con respecto a la crisis económica internacional.

**Cuadro 4.8**  
**Índice de impacto de la crisis según Clase social**  
**Octubre 2008, Abril 2009 y Octubre 2009**

Baja			Media baja			Media alta			Alta		
2008		2009		2008		2009		2008		2009	
Octubre	Abril	Octubre	Octubre	Abril	Octubre	Octubre	Abril	Octubre	Octubre	Abril	Octubre
71.7	68.7	64.0	90.9	80.4	84.1	104.0	76.0	90.4	98.7	88.7	82.8

**Gráfico 4.7**  
**República Dominicana: Índice de impacto de la crisis según Clase social**  
**Octubre 2008, Abril 2009 y Octubre 2009**



Fuente: Cuadro 4.8.

7. Según los resultados de las encuestas, se puede decir que en general, a medida que aumenta el ingreso del hogar, disminuye el pesimismo con respecto al impacto de la crisis económica internacional.

En la encuesta de octubre de 2008, los hogares con un ingreso superior a RD\$13,000 fueron los que tuvieron la opinión menos negativa con respecto al impacto de la crisis económica internacional, es decir que eran los que esperaban un impacto menor en sus vidas debido a la crisis. La opinión más pesimista la presentaron los hogares con un ingreso inferior a RD\$2,700.

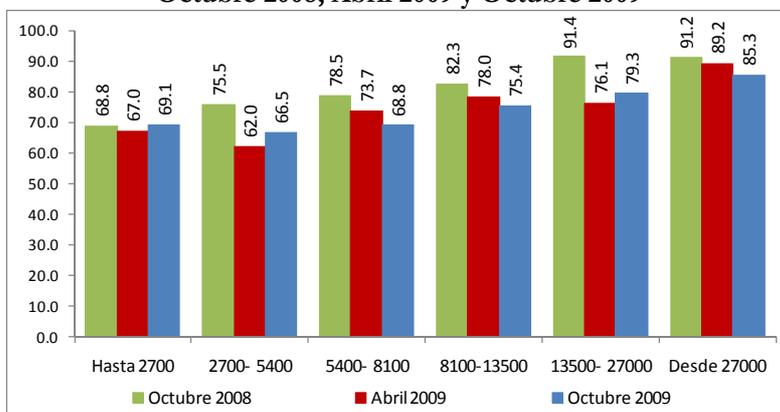
En abril de 2009, los resultados mostraron que los hogares con un ingreso superior a RD\$27,000 eran los que tenían la opinión menos negativa con respecto al impacto de la crisis, es decir que eran los que consideraban que sus vidas estaban siendo menos afectadas debido a la crisis. La opinión más pesimista la presentaron los hogares con un ingreso entre RD\$2,700 y

RD\$5,400, es decir que eran los que consideraban que sus vidas estaban siendo más afectadas debido a la crisis.

Entre octubre de 2008 y abril de 2009 se produjo un deterioro en la opinión con respecto al impacto de la crisis económica internacional para todas los niveles de estudio de jefe de hogar, pero los hogares que tuvieron una reducción mayor de su percepción fueron los que su ingreso estaba entre RD\$2,700 y RD\$5,400, así como también los hogares cuyo ingreso estaba entre RD\$13,500 y RD\$27,000. Esto quiere decir que la percepción de la población para todos los niveles de ingresos del hogar era que el impacto de la crisis estaba siendo mayor de lo que se esperaba un semestre atrás.

En octubre de 2009, algunas categorías de ingresos mejoraron su opinión con respecto a la crisis económica internacional y en cambio otras categorías la empeoraron. Específicamente, los hogares cuyos ingresos son menores de RD\$2,700, los de ingresos entre RD\$2,700 y RD\$5,400 y entre RD\$13,500 y RD\$27,000 mejoraron su percepción con respecto a la crisis, al aumentar sus índices de impacto en 2 puntos, 4.5 puntos y 2 puntos, respectivamente. En cambio, los hogares cuyos ingresos están entre RD\$5,400 y RD\$8,100, entre RD\$8,100 y RD\$13,500 y los que son mayores que RD\$27,000, presentaron un deterioro en su opinión con relación a la crisis, al disminuir sus índices de impacto en 5 puntos, 2.5 puntos y 4 puntos, respectivamente. A pesar de estos cambios, los hogares con ingreso superiores a RD\$27,000 permanecieron siendo los menos pesimistas con relación a la crisis, mientras que los hogares con ingresos entre RD\$2,700 y RD\$5,400 también permanecieron siendo los hogares más pesimistas con respecto a la crisis.

**Gráfico 4.8**  
**República Dominicana: Índice de impacto de la crisis según Ingresos**  
**Octubre 2008, Abril 2009 y Octubre 2009**



Fuente: Cuadro 4.9.

**Cuadro 4.9**  
**Índice de impacto de la crisis según Ingresos**  
**Octubre 2008, Abril 2009 y Octubre 2009**

Hasta 2700			2700- 5400			5400- 8100					
2008		2009		2008		2009		2008		2009	
Octubre	Abril	Octubre	Octubre	Abril	Octubre	Octubre	Abril	Octubre	Octubre	Abril	Octubre
68.8	67.0	69.1	75.5	62.0	66.5	78.5	73.7	68.8			
8100-13500			13500- 27000			Desde 27000					
2008		2009		2008		2009		2008		2009	
Octubre	Abril	Octubre	Octubre	Abril	Octubre	Octubre	Abril	Octubre	Octubre	Abril	Octubre
82.3	78.0	75.4	91.4	76.1	79.3	91.2	89.2	85.3			

8. Según los resultados de octubre de 2008, los hogares cuyo jefe trabajaba en el sector Industria eran los que tenían la opinión menos negativa con respecto al impacto de la crisis económica internacional, es decir que eran los que esperaban un impacto menor en sus vidas debido a la crisis. La opinión más pesimista la presentaron los hogares cuyo jefe trabajaba en el sector Comercio y turismo u otro sector.

En abril de 2009, los resultados mostraron que los hogares cuyo jefe trabajaba en el sector Agricultura y ganadería eran los que tenían la opinión menos negativa con respecto al impacto de la crisis, es decir que eran los que consideraban que sus vidas estaban siendo menos afectadas debido a la crisis. La opinión más pesimista la presentaron nuevamente los hogares cuyo jefe trabajaba en el sector Comercio y turismo, juntos con los que trabajaban en el sector Industria, es decir que eran los que consideraban que sus vidas estaban siendo más afectadas debido a la crisis.

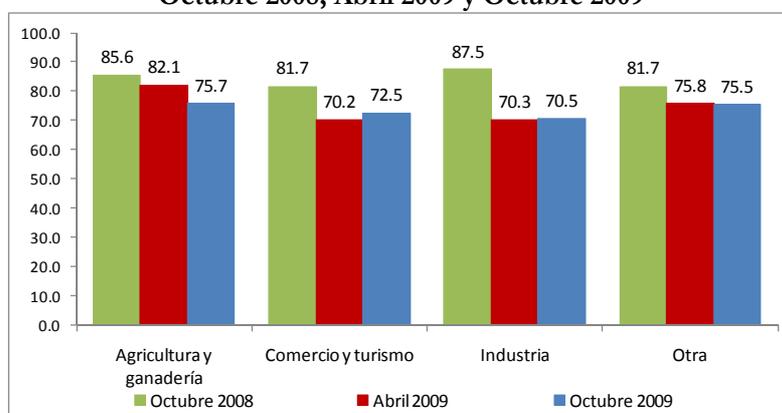
Entre octubre de 2008 y abril de 2009 se produjo un deterioro en la opinión con respecto al impacto de la crisis económica internacional para todos los sectores donde trabajan los jefes de hogar, pero los hogares que tuvieron una reducción mayor de su percepción fueron los hogares cuyo jefe trabaja en el sector Industria, que perdieron su lugar como los menos negativos con respecto a la crisis y pasaron a ser los segundos más negativos con respecto a su opinión.

En octubre de 2009, la percepción con relación a la crisis económica internacional de los jefes de hogar que trabajan en el sector Industria o en Otro sector, permaneció prácticamente inalterada. Sin embargo, la percepción de los que trabajan en el sector Comercio y turismo aumentó aproximadamente 2 puntos, mientras que la de los que trabajan en el sector Agricultura y ganadería disminuyó 7 puntos. A pesar de este comportamiento, los hogares cuyo jefe trabaja en el sector Agricultura y ganadería permanecieron como los menos pesimistas con relación al impacto de la crisis, y los correspondientes a los sectores Industria y Comercio y turismo pasaron a ser los más pesimistas.

**Cuadro 4.10**  
**Índice de impacto de la crisis según Sector**  
**Octubre 2008, Abril 2009 y Octubre 2009**

Agricultura y ganadería			Comercio y turismo			Industria			Otra		
2008		2009		2008		2009		2008		2009	
Octubre	Abril	Octubre	Octubre	Abril	Octubre	Octubre	Abril	Octubre	Octubre	Abril	Octubre
85.6	82.1	75.7	81.7	70.2	72.5	87.5	70.3	70.5	81.7	75.8	75.5

**Gráfico 4.9**  
**República Dominicana: Índice de impacto de la crisis según Sector**  
**Octubre 2008, Abril 2009 y Octubre 2009**



Fuente: Cuadro 4.10.



***ANEXOS***



## ANEXO 1. FICHA TÉCNICA ENCUESTA

### 1. METODOLOGÍA

La encuesta fue levantada por la empresa GALLUP DOMINICANA, S.A. Para la recolección de la información se aplicó la Encuesta Presencial o "cara a cara" a una muestra seleccionada de manera probabilística. En cada hogar es entrevistada una persona mayor de edad, priorizando al jefe o jefa del hogar y en su defecto a su cónyuge o un hijo mayor de edad. En octubre de 2007 fueron entrevistados sólo jefes o jefas. El cuestionario tuvo una duración cerca de 15 minutos, conteniendo preguntas filtros, estructuradas y cerradas.

### 2. DISEÑO MUESTRAL

El diseño de muestreo aplicado fue por conglomerados bietápico con probabilidad no proporcional a nivel de dominios, y proporcional al nivel de las upm's. La muestra contiene 220 upm (segmentos censales) seleccionados del marco censal del VIII Censo Nacional de Población con probabilidad proporcional al tamaño. El tamaño de la muestra fue de 2,000 entrevistas completas, con un error máximo a nivel de dominio de un 5% y una confiabilidad de 95%.

### 3. ENTRENAMIENTO

El entrenamiento se realiza en dos días a poco más de 30 personas, cubriendo los siguientes aspectos:

- ✓ Presentación e Identificación del entrevistador
- ✓ Aplicación de los filtros para determinar si se cuenta con el informante idóneo.
- ✓ Introducción al tema objeto de estudio.
- ✓ Escalas (índices) (Likert)
- ✓ Preguntas de control
- ✓ Preguntas generales para determinar validez y confiabilidad de los indicadores
- ✓ Preguntas de tipo socio demográfica
- ✓ Otras preguntas
- ✓ Hoja de ruta

### 4. TRABAJO DE CAMPO

El personal de campo presenta el siguiente perfil:

- a) **Supervisión general:** personal con más de diez años de experiencia.
- b) **Coordinación general:** personal graduado en ramas afines a las ciencias sociales.
- c) **Entrevistadores y supervisores:** personal con 1-5 años de experiencia en encuestas.

Para las visitas se utilizan las horas del día en que los jefes(as) de hogar tienen más probabilidades de encontrarse en los hogares, para así maximizar las entrevistas a jefes y jefas y minimizar el número de visitas a cada hogar. Las entrevistas son aplicadas en horario corrido desde las 8:00 a.m. hasta las 8:00 p.m. de lunes a domingo (12 horas diarias promedio). El Trabajo de campo se realiza en los meses de abril y octubre para cada encuesta semestral, con

una duración de aproximadamente 15 días.

### **5. SUPERVISIÓN**

Los supervisores de Campo validan el 25% de las entrevistas, escogidas mediante un muestreo simple. Los aspectos que se verifican en una segunda visita al hogar donde se entrevista a un informante son:

1. Hora en que realizó la entrevista
2. Cuantas visitas hizo al hogar
3. Persona que entrevistó y su posición en la familia
4. Protocolo de la forma como se presentó el entrevistador
5. Verificación de al menos tres preguntas para determinar la coincidencia de las respuestas contenidas en el cuestionario ya llenado.

La validación se reportó diariamente a la oficina, mediante una ficha elaborada para tales fines.

### **6. PROCESAMIENTO DE LOS DATOS**

Los datos recogidos en la fase de campo de las encuestas son procesados mediante el programa estadístico de procesamiento de datos SPSS.

ANEXO 2. CUESTIONARIO ENCUESTA DE OCTUBRE 2009

GALLUP DOMINICANA, S.A.  
**QUINTA ENCUESTA DE CONFIANZA DEL CONSUMIDOR**  
 Octubre 2009

No. CUESTIONARIO: \_\_\_\_\_

SECCION 0. IDENTIFICACION																	
PROVINCIA: _____					<table border="1" style="width: 100%; height: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="width: 20px; height: 20px;"></td><td style="width: 20px; height: 20px;"></td></tr> <tr><td style="width: 20px; height: 20px;"></td><td style="width: 20px; height: 20px;"></td></tr> <tr><td style="width: 20px; height: 20px;"></td><td style="width: 20px; height: 20px;"></td></tr> <tr><td style="width: 20px; height: 20px;"></td><td style="width: 20px; height: 20px;"></td></tr> <tr><td style="width: 20px; height: 20px;"></td><td style="width: 20px; height: 20px;"></td></tr> <tr><td style="width: 20px; height: 20px;"></td><td style="width: 20px; height: 20px;"></td></tr> </table>												
MUNICIPIO O DISTRITO MUNICIPAL: _____																	
SECCION/ AREA URBANA: _____																	
BARRIO O PARAJE: _____																	
POLIGONO <input type="text"/>	AREA SUPERVISION <input type="text"/>	SEGMENTO <input type="text"/>	UPM <input type="text"/>	No. VIVIENDA <input type="text"/>	ESTRATO <input type="text"/>												
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <th colspan="4" style="text-align: center;">CÓDIGOS ESTRATO:</th> </tr> <tr> <td style="width: 25%;">1. Distrito Nacional y Provincia Santo Domingo</td> <td style="width: 25%;">2. Provincia de Santiago</td> <td style="width: 25%;">3. País turístico</td> <td style="width: 25%;">4. País no turístico</td> </tr> </table>					CÓDIGOS ESTRATO:				1. Distrito Nacional y Provincia Santo Domingo	2. Provincia de Santiago	3. País turístico	4. País no turístico	<b>ZONA</b> 1. URBANA 2. RURAL				
CÓDIGOS ESTRATO:																	
1. Distrito Nacional y Provincia Santo Domingo	2. Provincia de Santiago	3. País turístico	4. País no turístico														
CALLE / CALLEJON / CARRETERA / CAMINO: _____ No.: _____																	
MANZANA _____ NOMBRE DEL EDIFICIO _____ APTO. NO. _____																	
<p><i>Buenos días, mi nombre es _____, trabajo para la GALLUP, una empresa dedicada a la realización de Estudios de Mercado y de Opinión Pública.</i></p> <p><b>¿Podría decirme quién es el jefe o jefa de este hogar?</b></p> <p>NOMBRE JEFE/A DEL HOGAR: _____</p>																	
CONTROL DE LA ENTREVISTA																	
FECHA Y HORA PRIMERA VISITA		FECHA Y HORA SEGUNDA VISITA / CITA		FECHA Y HORA TERCERA VISITA / CITA													
FECHA Y HORA		FECHA Y HORA		FECHA Y HORA													
RESULTADO		RESULTADO		RESULTADO													
CODIGOS DE RESULTADO: <small>1) Entrevista completa, 2) Entrevista incompleta, 3) Entrevista rechazada, 4) Permana o ausente, 5) Jefe de hogar ausente, 6) Vivienda desocupada, 7) Vivienda no en estado de ocupación, 8) Otro</small>																	
<p><i>Buenos días, mi nombre es _____, trabajo para la GALLUP, una empresa dedicada a la realización de Estudios de Mercado y de Opinión Pública. Queremos agradecerle su disposición a participar en esta entrevista, ya que sus opiniones son muy importantes. En estos momentos estamos realizando una investigación sobre la situación actual y expectativas de los hogares y queremos hacerle unas cuantas preguntas. Lo que usted nos conteste será estrictamente confidencial, por esta razón quisiéramos que sus opiniones sean lo más objetivas posibles.</i></p>																	
CONTINUE LA ENTREVISTA CON EL JEFE O JEFA DEL HOGAR																	
SECCION 1. CARACTERISTICAS SOCIO-DEMOGRAFICAS																	
<b>101. ¿Cuántas personas viven en este hogar?</b> <input type="text"/>	<b>SITUACION CONYUGAL</b> <b>104. ¿Actualmente Usted se encuentra:</b> (LEER ALTERNATIVAS) 1. En unión libre 2. Casado(a) 3. Divorciado(a) 4. Separado(a) 5. Viudo(a) 6. Soltero(a)	<b>106. ¿Cuál fue el último curso o grado educativo que Usted aprobó y de qué nivel?</b> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <th style="text-align: left;">NIVEL</th> <th style="text-align: left;">GRADO</th> </tr> <tr> <td>NINGUNO/ INICIAL..... 0</td> <td style="text-align: center;"><input type="text"/></td> </tr> <tr> <td>BÁSICA O PRIMARIA..... 1</td> <td style="text-align: center;"><input type="text"/></td> </tr> <tr> <td>MEDIA O SECUNDARIA..... 2</td> <td style="text-align: center;"><input type="text"/></td> </tr> <tr> <td>UNIVERSITARIA..... 3</td> <td style="text-align: center;"><input type="text"/></td> </tr> <tr> <td>POST-UNIVERSITARIA..... 4</td> <td style="text-align: center;"><input type="text"/></td> </tr> <tr> <td>NO SABE..... 8</td> <td style="text-align: center;"><input type="text"/></td> </tr> </table>		NIVEL	GRADO	NINGUNO/ INICIAL..... 0	<input type="text"/>	BÁSICA O PRIMARIA..... 1	<input type="text"/>	MEDIA O SECUNDARIA..... 2	<input type="text"/>	UNIVERSITARIA..... 3	<input type="text"/>	POST-UNIVERSITARIA..... 4	<input type="text"/>	NO SABE..... 8	<input type="text"/>
NIVEL	GRADO																
NINGUNO/ INICIAL..... 0	<input type="text"/>																
BÁSICA O PRIMARIA..... 1	<input type="text"/>																
MEDIA O SECUNDARIA..... 2	<input type="text"/>																
UNIVERSITARIA..... 3	<input type="text"/>																
POST-UNIVERSITARIA..... 4	<input type="text"/>																
NO SABE..... 8	<input type="text"/>																
<b>102. ANOTE EL SEXO</b> 1. MASCULINO 2. FEMENINO	<b>105. ¿Sabe Usted leer y escribir?</b> 1. SÍ 2. NO	<b>107. ¿Es Usted la persona que mayor contribución económica hace al sostenimiento de este hogar?</b> 1. SÍ                      8. NO SABE 2. NO                      9. NO CONTESTA															
<b>103. ¿Cuál es su edad?</b> (ANOTE EN AÑOS CUMPLIDOS) <input type="text"/>																	
SECCION 2. INDICADORES DE CONFIANZA																	
<small>(RECUERDE QUE DEBE LEER TODAS LAS ALTERNATIVAS, EXCEPTO "NO SABE", "NO CONTESTA Y LA NEUTRAL")</small>																	
<b>201. ¿Cómo ha cambiado la situación económica de su familia en los últimos 12 meses?</b> 1. Ha mejorado mucho 2. Ha mejorado un poco 3. SE MANTIENE IGUAL 4. Ha empeorado un poco 5. Ha empeorado mucho 8. NO SABE 9. NO CONTESTA	<b>203. ¿Cómo cree que ha cambiado la situación económica del país en los últimos 12 meses?</b> 1. Ha mejorado mucho 2. Ha mejorado un poco 3. SE MANTIENE IGUAL 4. Ha empeorado un poco 5. Ha empeorado mucho 8. NO SABE 9. NO CONTESTA	<b>205. ¿Cómo cree que han cambiado los precios en los últimos 12 meses?</b> 1. Han aumentado mucho 2. Han aumentado de manera moderada 3. Han aumentado ligeramente 4. SE MANTIENEN IGUAL 5. Han caído 8. NO SABE 9. NO CONTESTA															
<b>202. ¿Cómo cree que cambiará la situación económica de su familia en los próximos 12 meses?</b> 1. Mejorará mucho 2. Mejorará poco 3. SE MANTENDRÁ IGUAL 4. Empeorará un poco 5. Empeorará mucho 8. NO SABE 9. NO CONTESTA	<b>204. ¿Cómo cree que cambiará la situación económica del país en los próximos 12 meses?</b> 1. Mejorará mucho 2. Mejorará poco 3. SE MANTENDRÁ IGUAL 4. Empeorará un poco 5. Empeorará mucho 8. NO SABE 9. NO CONTESTA	<b>206. En comparación con los últimos 12 meses. ¿Cómo espera que cambien los precios en los próximos 12 meses?</b> 1. Aumenten más rápidamente 2. Aumenten al mismo ritmo que hasta ahora 3. Aumenten menos rápido que hasta ahora 4. QUE SE MANTENGAN IGUAL 5. Que caigan o bajen 8. NO SABE 9. NO CONTESTA															

**SECCION 2. CONTINUACION ...**

**207. ¿Cómo considera Usted que ha cambiado la situación del país para encontrar o mejorar un empleo en los últimos 12 meses?**

1. Ha mejorado mucho
2. Ha mejorado un poco
3. SE MANTIENE IGUAL
4. Ha empeorado un poco
5. Ha empeorado mucho
8. NO SABE
9. NO CONTESTA

**208. ¿Cómo considera Usted que cambiará la situación en el país para encontrar o mejorar un empleo en los próximos 12 meses?**

1. Mejorará mucho
2. Mejorará poco
3. SE MANTENDRÁ IGUAL
4. Empeorará un poco
5. Empeorará mucho
8. NO SABE
9. NO CONTESTA

**209. En su opinión, en la situación económica actual, ¿Cree que es un buen momento para comprar un vehículo?**

1. Sí, ahora es el momento
2. Ni buen momento ni mal momento. Es igual
3. No, no es ahora el momento
8. NO SABE
9. NO CONTESTA

**210. En su opinión, en la situación económica actual, ¿Cree que es un buen momento para comprar muebles, electrodomésticos o una computadora?**

1. Sí, ahora es el momento
2. Ni buen momento ni mal momento. Es igual
3. No, no es ahora el momento
8. NO SABE
9. NO CONTESTA

**211. Comparado con los últimos 12 meses, ¿Espera gastar más o menos dinero en compras de muebles o electrodomésticos (lavadora, televisor, nevera, computadora, etc.) durante los próximos 12 meses? Gastará...**

1. Mucho más
2. Un poco más
3. MÁS O MENOS LO MISMO
4. Un poco menos
5. Mucho menos
8. NO SABE
9. NO CONTESTA

**212. En su opinión, en la situación económica actual, ¿Cree Usted que es un buen o mal momento para ahorrar?**

1. Muy buen momento para ahorrar
2. Buen momento para ahorrar
3. Mal momento para ahorrar
4. Muy mal momento para ahorrar
8. NO SABE
9. NO CONTESTA

**213. ¿Cuál de estas frases mejor describe la situación económica de su familia?**

1. Estamos ahorrando bastante
2. Estamos ahorrando un poco
3. Justo nos alcanza para llegar a final de mes, por lo que tenemos que gastar nuestros ahorros
4. Resulta difícil llegar a final de mes, por lo que debemos endeudarnos
8. NO SABE
9. NO CONTESTA

**214. Durante los próximos 12 meses, ¿Qué tan posible es que Ud. ahorre dinero?**

1. Muy posible
2. Posible
3. Poco posible
4. Nada posible
8. NO SABE
9. NO CONTESTA

**215. ¿Está Usted planeando comprar o construir una casa durante los próximos 12 meses?**

1. Sí, seguro
2. Posiblemente sí
3. Posiblemente no
4. No
8. NO SABE
9. NO CONTESTA

**216. ¿Qué tan posible es que Usted gaste una elevada cantidad de dinero para hacer mejoras (arreglos) en su casa durante los próximos 12 meses?**

1. Muy posible
2. Posible
3. Poco posible
4. Nada posible
8. NO SABE
9. NO CONTESTA

**217. ¿Qué tan posible es que Usted reciba una mayor cantidad de dinero de familiares que viven en el extranjero durante los próximos 12 meses?**

1. Muy posible
2. Posible
3. Poco posible
4. Nada posible
5. No recibe dinero de parientes
8. NO SABE
9. NO CONTESTA

**SECCION 3. TRABAJO, CONDICION SOCIAL Y OTRAS INFORMACIONES**

**301. ¿Trabajó o realizó alguna actividad económica por lo menos una hora la semana pasada?**

1. Sí  PASE A PREG. 304
2. NO

**302. Aunque no trabajó la semana pasada, ¿Tenía o tiene algún empleo, negocio o actividad?**

1. Sí  PASE A PREG. 304
2. NO

**303. ¿Buscó trabajo la semana pasada o estuvo tratando de establecer su propio negocio, actividad económica o empresa?**

1. Sí  PASE A PREG. 306
2. NO

**304. ¿En esa ocupación o actividad Ud. es:**  
(LEER ALTERNATIVAS)

1. Empleado u obrero del gobierno general o ayuntamiento
2. Empleado u obrero de empresa pública
3. Empleado u obrero de empresa privada
4. Trabajador por cuenta propia profesional
5. Trabajador por cuenta propia no profesional
6. Patrón de empresa no constituida en sociedad
7. Ayudante familiar o no familiar no remunerado
8. Servicio doméstico
9. Otra \_\_\_\_\_

**305. ¿En esa ocupación Usted labora en:**  
(LEER ALTERNATIVAS)

1. Agricultura o ganadería
2. Industria, no Zona Franca
3. Industria, Zona Franca
4. Turismo
5. Comercio
6. Otra \_\_\_\_\_

**306. ¿En qué clase social se considera Ud.:**  
(LEER ALTERNATIVAS)

1. Baja
2. Media baja
3. Media alta
4. Alta
8. NO SABE / NO CONTESTA

**307. ¿Podría Ud. decirme cuál es aproximadamente el ingreso mensual total de su hogar, considerando los sueldos de todas las personas, remesas y otras entradas?**

INGRESO TOTAL (RD\$) \_\_\_\_\_  
NO SABE/NO CONTESTA .....99998

**308. ¿Con los ingresos o entradas de su hogar, Usted considera que viven:**  
(LEER ALTERNATIVAS)

1. Muy bien
2. Bien
3. REGULAR
4. Mal
5. Muy mal
8. NO SABE / NO CONTESTA

**309. ¿Cómo considera Ud. que la crisis económica internacional está afectando sus ingresos o su nivel de vida?**

1. Muchísimo
2. Mucho
3. Un poco
4. Nada
8. NO SABE
9. NO CONTESTA

**314. ¿Cuál es el nivel de confianza que Ud. tiene en las siguientes entidades? Dígame si tiene mucha, poca o nada de confianza en:**

	Mucha	Poca	Nada	NS/NR
A. La Justicia Dominicana	1	2	3	8
B. El Congreso Nacional (Senadores y Diputados)	1	2	3	8
C. La Junta Central Electoral (JCE)	1	2	3	8
D. Las Autoridades Municipales (Sindico y Regidores)	1	2	3	8
E. Las Fuerzas Armadas	1	2	3	8
F. La Policía Nacional	1	2	3	8
G. Los Partidos Políticos	1	2	3	8
H. El Presidente de la República	1	2	3	8

**310. ANOTE EL TIPO DE INFORMANTE**

1. JEFE/A DEL HOGAR
2. CONYUGE
3. HIJO/HIJA DEL JEFE/A

NOMBRE ENTREVISTADOR(A) \_\_\_\_\_  
 NOMBRE SUPERVISOR(A) \_\_\_\_\_  
 NOMBRE DIGITADOR(A) \_\_\_\_\_  
 FECHA DE DIGITACION: \_\_\_\_\_

OBSERVACIONES Y COMENTARIOS

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

NOTA: TODA INFORMACION RECOPIADA SERA MANTENIDA CON CARACTER CONFIDENCIAL Y NO SERA USADA CON FINES FISCALIS (ARTICULO 12, LEY DE ESTADISTICAS, NO. 286, MAYO 1969).

**ANEXO 3. COMPONENTES DEL ICC-RD E INDICADORES PARCIALES**

	CONFIANZA			PRECIOS			MERCADO DE TRABAJO			AHORRO			CONSUMO		
	Coyuntural	Expectativas	Total	Coyuntural	Expectativas	Total	Coyuntural	Expectativas	Total	Coyuntural	Expectativas	Total	Coyuntural	Expectativas	Total
201	X		X												
202		X	X												
203	X		X												
204		X	X												
205				X		X									
206					X	X									
207							X		X						
208								X	X						
209													X		X
210	X		X										X		X
211		X	X											X	X
212										X		X			
213										X		X			
214											X	X			
215														X	X
216														X	X
217														X	X

**ANEXO 4. FRECUENCIAS PONDERADAS VARIABLES INDIVIDUALES,  
OCTUBRE DE 2007, ABRIL DE 2008, OCTUBRE DE 2008, ABRIL DE 2009  
Y OCTUBRE DE 2009**

Tabla A4.1: Frecuencias ponderadas según Dominio y Encuesta										
	Octubre 2007		Abril 2008		Octubre 2008		Abril 2009		Octubre 2009	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Distrito Nacional y Provincia Sto. Dgo.	554	31.2%	609	31.1%	633	31.0%	637	31.1%	628	31.1%
Provincia de Santiago	190	10.7%	209	10.7%	226	11.1%	220	10.7%	216	10.7%
País Turístico	339	19.1%	374	19.1%	388	19.0%	391	19.1%	385	19.1%
País No Turístico	695	39.1%	765	39.1%	795	38.9%	800	39.1%	790	39.1%
<b>Total</b>	<b>1778</b>	<b>100.0%</b>	<b>1957</b>	<b>100.0%</b>	<b>2042</b>	<b>100.0%</b>	<b>2048</b>	<b>100.0%</b>	<b>2019</b>	<b>100.0%</b>

Tabla A4.2: Frecuencias ponderadas según Zona y Encuesta										
	Octubre 2007		Abril 2008		Octubre 2008		Abril 2009		Octubre 2009	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Urbana	1134	63.7%	1218	62.2%	1296	63.5%	1305.3	63.7%	1287	63.8%
Rural	645	36.3%	740	37.8%	746	36.5%	742.32	36.3%	731	36.2%
<b>Total</b>	<b>1779</b>	<b>100.0%</b>	<b>1958</b>	<b>100.0%</b>	<b>2042</b>	<b>100.0%</b>	<b>2047.7</b>	<b>100.0%</b>	<b>2018</b>	<b>100.0%</b>

Tabla A4.3: Frecuencias ponderadas según Tamaño del hogar y Encuesta										
	Octubre 2007		Abril 2008		Octubre 2008		Abril 2009		Octubre 2009	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
1	183	10.3%	161	8.2%	186	9.1%	157	7.7%	169	8.4%
2	337	18.9%	279	14.3%	287	14.1%	339	16.5%	342	16.9%
3-5	932	52.4%	1149	58.7%	1196	58.6%	1183	57.8%	1159	57.4%
más de 6	327	18.4%	368	18.8%	373	18.3%	369	18.0%	348	17.2%
<b>Total</b>	<b>1779</b>	<b>100.0%</b>	<b>1957</b>	<b>100.0%</b>	<b>2042</b>	<b>100.0%</b>	<b>2048</b>	<b>100.0%</b>	<b>2018</b>	<b>100.0%</b>

Tabla A4.4: Frecuencias ponderadas según Sexo y Encuesta										
	Octubre 2007		Abril 2008		Octubre 2008		Abril 2009		Octubre 2009	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Masculino	1151	64.7%	994	50.8%	960	47.0%	962	47.0%	951	47.1%
Femenino	628	35.3%	963	49.2%	1082	53.0%	1086	53.0%	1068	52.9%
<b>Total</b>	<b>1779</b>	<b>100.0%</b>	<b>1957</b>	<b>100.0%</b>	<b>2042</b>	<b>100.0%</b>	<b>2047.7</b>	<b>100.0%</b>	<b>2019</b>	<b>100.0%</b>

Tabla A4.5: Frecuencias ponderadas según Edad y Encuesta										
	Octubre 2007		Abril 2008		Octubre 2008		Abril 2009		Octubre 2009	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
18-29	245	13.8%	353	18.0%	403	19.7%	406	19.8%	371	18.4%
30-49	957	53.8%	935	47.8%	894	43.8%	887	43.3%	976	48.4%
50 o más	578	32.5%	670	34.2%	745	36.5%	748	36.5%	671	33.3%
<b>Total</b>	<b>1780</b>	<b>100.0%</b>	<b>1958</b>	<b>100.0%</b>	<b>2042</b>	<b>100.0%</b>	<b>2041</b>	<b>100.0%</b>	<b>2018</b>	<b>100.0%</b>

	Octubre 2007		Abril 2008		Octubre 2008		Abril 2009		Octubre 2009	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
0- Ninguno/ Inicial	196	11.0%	226	11.6%	251	12.3%	242	11.8%	220	10.9%
1- Básica o Primaria	912	51.4%	962	49.4%	934	45.7%	943	46.0%	930	46.0%
2- Media o Secundaria	414	23.3%	464	23.8%	542	26.5%	527	25.8%	522	25.8%
3- Universitaria/Post Universitaria	254	14.3%	297	15.2%	315	15.4%	332	16.2%	347	17.2%
Total	1776	100.0%	1949	100.0%	2042	100.0%	2044	100.0%	2019	100.0%

	Octubre 2007		Abril 2008		Octubre 2008		Abril 2009		Octubre 2009	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Sí	1448	81.4%	1339	68.4%	1435	70.3%	1464	71.5%	1367	67.7%
No	326	18.3%	603	30.8%	601	29.4%	583	28.5%	643	31.9%
No Sabe	0	0.0%	4	0.2%	1	0.0%	1	0.0%	3	0.1%
No Contesta	5	0.3%	11	0.6%	5	0.3%			5	0.2%
Total	1779	100.0%	1957	100.0%	2042	100.0%	2048	100.0%	2018	100.0%

	Octubre 2007		Abril 2008		Octubre 2008		Abril 2009		Octubre 2009	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Ha mejorado mucho	108	6.1%	169	8.6%	81	4.0%	53	2.6%	73	3.6%
Ha mejorado un poco	280	15.7%	395	20.2%	340	16.7%	296	14.5%	326	16.2%
Se mantiene igual	501	28.2%	390	19.9%	287	14.0%	320	15.6%	298	14.8%
Ha empeorado un poco	362	20.3%	344	17.6%	386	18.9%	442	21.6%	407	20.2%
Ha empeorado mucho	526	29.6%	651	33.3%	946	46.3%	933	45.6%	907	44.9%
No Sabe	2	0.1%	6	0.3%	1	0.1%	2	0.0%	1	0.0%
No Contesta	0	0.0%	2	0.1%	1	0.0%	2	0.0%	6	0.3%
Total	1779	100.0%	1957	100.0%	2042	100.0%	2048	100.0%	2018	100.0%

	Octubre 2007		Abril 2008		Octubre 2008		Abril 2009		Octubre 2009	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Mejorará mucho	272	15.3%	378	19.3%	265	13.0%	227.52	11.1%	303	15.0%
Mejorará poco	556	31.3%	562	28.7%	653	32.0%	660.21	32.2%	671	33.2%
Se mantendrá igual	343	19.3%	143	7.3%	118	5.8%	150.22	7.3%	119	5.9%
Empeorará un poco	181	10.2%	198	10.1%	269	13.2%	288.87	14.1%	216	10.7%
Empeorará mucho	233	13.1%	216	11.0%	400	19.6%	461.86	22.6%	383	19.0%
No Sabe	187	10.5%	457	23.4%	334	16.4%	250.79	12.3%	308	15.3%
No Contesta	7	0.4%	2	0.1%	3	0.2%	8.1912	0.0%	19	0.9%
Total	1779	100.0%	1956	100.0%	2042	100.0%	2047.7	100.0%	2019	100.0%

Tabla A4.10: Frecuencias ponderadas según cómo cree que ha cambiado la situación económica del país en los últimos 12 meses y Encuesta

	Octubre 2007		Abril 2008		Octubre 2008		Abril 2009		Octubre 2009	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Ha mejorado mucho	156	8.8%	264	13.5%	96	4.7%	49.825	2.4%	112	5.6%
Ha mejorado un poco	321	18.0%	440	22.5%	386	18.9%	290.99	14.2%	299	14.8%
Se mantiene igual	282	15.9%	224	11.4%	148	7.2%	153.78	7.5%	149	7.4%
Ha empeorado un poco	357	20.1%	363	18.5%	401	19.6%	483.18	23.6%	385	19.1%
Ha empeorado mucho	642	36.1%	604	30.8%	966	47.3%	1036.9	50.6%	1035	51.3%
No Sabe	20	1.1%	61	3.1%	43	2.1%	26.765	1.3%	29	1.4%
No Contesta	1	0.1%	2	0.1%	2	0.1%	6.2622	0.3%	9	0.4%
Total	1779	100.0%	1958	100.0%	2042	100.0%	2047.7	100.0%	2018	100.0%

Tabla A4.11: Frecuencias ponderadas según cómo cree que cambiará la situación económica del país en los próximos 12 meses y Encuesta

	Octubre 2007		Abril 2008		Octubre 2008		Abril 2009		Octubre 2009	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Mejorará mucho	246	13.8%	384	19.6%	218	10.7%	181.22	8.9%	293	14.5%
Mejorará poco	484	27.2%	489	25.0%	699	34.2%	622.36	30.4%	580	28.7%
Se mantendrá igual	278	15.6%	149	7.6%	90	4.4%	127.83	6.2%	136	6.7%
Empeorará un poco	226	12.7%	194	9.9%	215	10.5%	289.78	14.2%	238	11.8%
Empeorará mucho	338	19.0%	256	13.1%	473	23.2%	560.14	27.4%	468	23.2%
No Sabe	202	11.4%	479	24.5%	345	16.9%	256.75	12.5%	279	13.8%
No Contesta	5	0.3%	6	0.3%	3	0.1%	9.5919	0.5%	25	1.2%
Total	1779	100.0%	1957	100.0%	2042	100.0%	2047.7	100.0%	2019	100.0%

Tabla A4.12: Frecuencias ponderadas según cómo cree que han cambiado los precios en los últimos 12 meses y Encuesta

	Octubre 2007		Abril 2008		Octubre 2008		Abril 2009		Octubre 2009	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Han aumentado mucho	748	42.0%	1216	62.1%	1527	74.8%	1119.1	54.7%	1078	53.4%
Han aumentado de manera moderada	507	28.5%	388	19.8%	273	13.4%	377.65	18.4%	439	21.8%
Han aumentado ligeramente	247	13.9%	218	11.1%	130	6.4%	276.02	13.5%	206	10.2%
Se mantienen igual	170	9.6%	69	3.5%	53	2.6%	123.26	6.0%	183	9.1%
Han caído	96	5.4%	48	2.5%	48	2.3%	125.04	6.1%	86	4.3%
No Sabe	11	0.6%	16	0.8%	9	0.5%	24.509	1.2%	16	0.8%
No Contesta	0	0.0%	3	0.2%	1	0.1%	2.0454	0.0%	9	0.4%
Total	1779	100.0%	1958	100.0%	2042	100.0%	2047.7	100.0%	2017	100.0%

Tabla A4.13: Frecuencias ponderadas según cómo espera que cambien los precios en los próximos 12 meses y Encuesta

	Octubre 2007		Abril 2008		Octubre 2008		Abril 2009		Octubre 2009	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Aumenten más rápidamente	404	22.7%	396	20.2%	392	19.2%	485.9	23.7%	578	28.7%
Aumenten al mismo ritmo que hasta ahora	270	15.2%	290	14.8%	246	12.1%	305.85	14.9%	311	15.4%
Aumenten menos rápido que hasta ahora	221	12.4%	236	12.1%	200	9.8%	232.15	11.3%	183	9.1%
Que se mantengan igual	300	16.9%	114	5.8%	111	5.4%	174.99	8.6%	154	7.6%
Que caigan o bajen	500	28.1%	658	33.6%	899	44.0%	658.17	32.1%	576	28.6%
No Sabe	83	4.7%	256	13.1%	191	9.4%	175.76	8.6%	194	9.6%
No Contesta	2	0.1%	7	0.4%	2	0.1%	14.854	0.7%	21	1.0%
Total	1780	100.0%	1957	100.0%	2042	100.0%	2047.7	100.0%	2017	100.0%

Tabla A4.14: Frecuencias ponderadas según cómo considera que ha cambiado la situación del país para encontrar o mejorar un empleo en los últimos 12 meses y Encuesta

	Octubre 2007		Abril 2008		Octubre 2008		Abril 2009		Octubre 2009	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Ha mejorado mucho	126	7.1%	165	8.4%	76	3.7%	39.985	2.0%	57	2.8%
Ha mejorado un poco	217	12.2%	297	15.2%	230	11.2%	153.51	7.5%	180	8.9%
Se mantiene igual	294	16.5%	149	7.6%	91	4.5%	80.002	3.9%	66	3.3%
Ha empeorado un poco	327	18.4%	406	20.8%	386	18.9%	372.97	18.2%	342	16.9%
Ha empeorado mucho	754	42.3%	749	38.3%	1130	55.3%	1330.1	65.0%	1287	63.8%
No Sabe	59	3.3%	186	9.5%	128	6.2%	66.767	3.3%	72	3.6%
No Contesta	4	0.2%	4	0.2%	1	0.0%	4.2994	0.2%	14	0.7%
Total	1781	100.0%	1956	100.0%	2042	100.0%	2047.7	100.0%	2018	100.0%

Tabla A4.15: Frecuencias ponderadas según cómo considera que cambiará la situación en el país para encontrar o mejorar un empleo en los próximos 12 meses y Encuesta

	Octubre 2007		Abril 2008		Octubre 2008		Abril 2009		Octubre 2009	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Mejorará mucho	245	13.8%	342	17.5%	200	9.8%	130.46	6.4%	207	10.3%
Mejorará poco	502	28.2%	569	29.1%	625	30.6%	575.38	28.1%	618	30.6%
Se mantendrá igual	302	17.0%	152	7.8%	138	6.7%	155.6	7.6%	149	7.4%
Empeorará un poco	192	10.8%	194	9.9%	235	11.5%	288.71	14.1%	243	12.0%
Empeorará mucho	348	19.6%	236	12.1%	515	25.2%	663.06	32.4%	550	27.3%
No Sabe	184	10.3%	458	23.4%	324	15.9%	218.51	10.7%	229	11.4%
No Contesta	5	0.3%	5	0.3%	5	0.2%	15.937	0.8%	21	1.0%
Total	1778	100.0%	1956	100.0%	2042	100.0%	2047.7	100.0%	2017	100.0%

Tabla A4.16: Frecuencias ponderadas según si cree que es un buen momento para comprar un vehículo y Encuesta

	Octubre 2007		Abril 2008		Octubre 2008		Abril 2009		Octubre 2009	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Si, ahora es el momento	101	5.7%	201	10.3%	126	6.2%	82.571	4.0%	112	5.5%
Ni buen momento ni mal momento. Es igual	102	5.7%	51	2.6%	79	3.9%	77.811	3.8%	72	3.6%
No, no es ahora el momento	1550	87.1%	1649	84.3%	1774	86.9%	1840.9	89.9%	1802	89.3%
No Sabe	21	1.2%	44	2.2%	62	3.0%	39.754	1.9%	30	1.5%
No Contesta	5	0.3%	12	0.6%	2	0.1%	6.6836	0.3%	3	0.1%
Total	1779	100.0%	1957	100.0%	2042	100.0%	2047.7	100.0%	2019	100.0%

Tabla A4.17: Frecuencias ponderadas según si cree que es un buen momento para comprar muebles, electrodomésticos o una computadora y Encuesta

	Octubre 2007		Abril 2008		Octubre 2008		Abril 2009		Octubre 2009	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Si, ahora es el momento	189	10.6%	323	16.5%	224	11.0%	100.6	4.9%	161	8.0%
Ni buen momento ni mal momento. Es igual	123	6.9%	68	3.5%	118	5.8%	127.82	6.2%	135	6.7%
No, no es ahora el momento	1450	81.6%	1522	77.8%	1647	80.6%	1789.2	87.4%	1703	84.4%
No Sabe	14	0.8%	37	1.9%	44	2.2%	20.612	1.0%	14	0.7%
No Contesta	2	0.1%	7	0.4%	10	0.5%	9.4657	0.5%	5	0.2%
Total	1778	100.0%	1957	100.0%	2042	100.0%	2047.7	100.0%	2018	100.0%

Tabla A4.18: Frecuencias ponderadas según si comparado con los últimos 12 meses espera gastar más o menos dinero en compras de muebles o electrodomésticos durante los próximos 12 meses y Encuesta

	Octubre 2007		Abril 2008		Octubre 2008		Abril 2009		Octubre 2009	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Mucho más	384	21.6%	430	22.0%	418	20.5%	288.39	14.1%	385	19.1%
Un poco más	301	16.9%	370	18.9%	341	16.7%	293.3	14.3%	438	21.7%
Más o menos lo mismo	178	10.0%	62	3.2%	36	1.7%	82.955	4.1%	75	3.7%
Un poco menos	339	19.1%	375	19.2%	349	17.1%	306.05	15.0%	300	14.9%
Mucho menos	456	25.6%	572	29.2%	787	38.5%	983.47	48.0%	689	34.2%
No Sabe	114	6.4%	140	7.2%	108	5.3%	82.71	4.0%	97	4.8%
No Contesta	7	0.4%	8	0.4%	4	0.2%	10.796	0.5%	33	1.6%
Total	1779	100.0%	1957	100.0%	2042	100.0%	2047.7	100.0%	2017	100.0%

	Octubre 2007		Abril 2008		Octubre 2008		Abril 2009		Octubre 2009	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Muy buen momento para ahorrar	51	2.9%	61	3.1%	27	1.3%	58.816	2.9%	39	1.9%
Buen momento para ahorrar	470	26.4%	507	25.9%	458	22.4%	421.63	20.6%	490	24.3%
Mal momento para ahorrar	743	41.7%	823	42.1%	986	48.3%	853.02	41.7%	750	37.1%
Muy mal momento para ahorrar	501	28.1%	537	27.4%	542	26.6%	698.31	34.1%	718	35.6%
No Sabe	14	0.8%	25	1.3%	24	1.2%	12.367	0.6%	13	0.6%
No Contesta	1	0.1%	4	0.2%	5	0.2%	3.532	0.2%	9	0.4%
Total	1780	100.0%	1957	100.0%	2042	100.0%	2047.7	100.0%	2019	100.0%

	Octubre 2007		Abril 2008		Octubre 2008		Abril 2009		Octubre 2009	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Estamos ahorrando bastante	17	1.0%	20	1.0%	12	0.6%	12.122	0.6%	19	0.9%
Estamos ahorrando un poco	268	15.1%	272	13.9%	170	8.3%	189.62	9.3%	208	10.3%
Justo nos alcanza para llegar a final de mes	538	30.2%	488	24.9%	517	25.3%	534.25	26.1%	560	27.7%
Resulta difícil llegar a final de mes, por lo que tenemos que gastar nuestros ahorros	469	26.4%	324	16.6%	308	15.1%	325.2	15.9%	274	13.6%
Resulta difícil llegar a final de mes, por lo que debemos endeudarnos	475	26.7%	836	42.7%	1021	50.0%	971.94	47.5%	944	46.7%
No Sabe	9	0.5%	13	0.7%	9	0.4%	5.0825	0.3%	4	0.2%
No Contesta	3	0.2%	4	0.2%	5	0.2%	9.4718	0.5%	11	0.5%
Total	1779	100.0%	1957	100.0%	2042	100.0%	2047.7	100.0%	2020	100.0%

	Octubre 2007		Abril 2008		Octubre 2008		Abril 2009		Octubre 2009	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Muy posible	123	6.9%	124	6.3%	94	4.6%	89.331	4.4%	111	5.5%
Posible	392	22.0%	443	22.6%	397	19.4%	408.14	19.9%	443	22.0%
Poco posible	521	29.3%	439	22.4%	383	18.7%	405.23	19.8%	470	23.3%
Nada posible	714	40.1%	868	44.4%	1074	52.6%	1062.5	51.9%	931	46.1%
No Sabe	29	1.6%	78	4.0%	93	4.6%	74.178	3.6%	58	2.9%
No Contesta	0	0.0%	5	0.3%	1	0.1%	8.2843	0.4%	5	0.2%
Total	1779	100.0%	1957	100.0%	2042	100.0%	2047.7	100.0%	2018	100.0%

Tabla A4.22: Frecuencias ponderadas según si planea comprar o construir una casa durante los próximos 12 meses y Encuesta

	Octubre 2007		Abril 2008		Octubre 2008		Abril 2009		Octubre 2009	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Sí, seguro	85	4.8%	149	7.6%	86	4.2%	92.356	4.5%	82	4.1%
Posiblemente sí	425	23.9%	271	13.8%	208	10.2%	184.79	9.0%	248	12.3%
Posiblemente no	119	6.7%	61	3.1%	78	3.8%	62.566	3.1%	67	3.3%
No	1146	64.4%	1464	74.8%	1656	81.1%	1696.5	82.8%	1604	79.5%
No Sabe	4	0.2%	11	0.6%	14	0.7%	7.1531	0.4%	10	0.5%
No Contesta	1	0.1%	2	0.1%	1	0.0%	4.3559	0.2%	7	0.3%
Total	1780	100.0%	1958	100.0%	2042	100.0%	2047.7	100.0%	2018	100.0%

Tabla A4.23: Frecuencias ponderadas según qué tan posible es que gaste una elevada cantidad de dinero para hacer mejoras (arreglos) en su casa durante los próximos 12 meses y Encuesta

	Octubre 2007		Abril 2008		Octubre 2008		Abril 2009		Octubre 2009	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Muy posible	126	7.1%	121	6.2%	61	3.0%	73.599	3.6%	90	4.5%
Posible	447	25.1%	440	22.5%	368	18.0%	271.16	13.2%	382	18.9%
Poco posible	366	20.6%	282	14.4%	289	14.2%	231.59	11.3%	341	16.9%
Nada posible	814	45.8%	1060	54.2%	1284	62.9%	1438.5	70.3%	1175	58.2%
No Sabe	23	1.3%	48	2.5%	38	1.8%	28.195	1.4%	22	1.1%
No Contesta	2	0.1%	6	0.3%	2	0.1%	4.6655	0.2%	8	0.4%
Total	1778	100.0%	1957	100.0%	2042	100.0%	2047.7	100.0%	2018	100.0%

Tabla A4.24: Frecuencias ponderadas según qué tan posible es que reciba una mayor cantidad de dinero de familiares que viven en el extranjero durante los próximos 12 meses y Encuesta

	Octubre 2007		Abril 2008		Octubre 2008		Abril 2009		Octubre 2009	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Muy posible	68	3.8%	92	4.7%	54	2.6%	81.777	4.0%	66	3.3%
Posible	218	12.3%	204	10.4%	165	8.1%	179.24	8.8%	195	9.7%
Poco posible	163	9.2%	157	8.0%	159	7.8%	133.35	6.5%	128	6.3%
Nada posible	378	21.2%	461	23.6%	414	20.3%	553.77	27.0%	200	9.9%
No recibe dinero de parientes	949	53.3%	1034	52.9%	1234	60.4%	1086.4	53.1%	1421	70.4%
No Sabe	2	0.1%	6	0.3%	14	0.7%	9.5016	0.5%	3	0.1%
No Contesta	1	0.1%	2	0.1%	3	0.1%	3.5841	0.2%	5	0.2%
Total	1779	100.0%	1956	100.0%	2042	100.0%	2047.7	100.0%	2018	100.0%

Tabla A4.25: Frecuencias ponderadas según si trabajó o realizó alguna actividad económica por lo menos una hora la semana pasada y Encuesta

	Octubre 2007		Abril 2008		Octubre 2008		Abril 2009		Octubre 2009	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Sí	1229	69.1%	1127	57.6%	1202	58.9%	1229.8	60.1%	1228	60.9%
No	550	30.9%	830	42.4%	840	41.1%	817.86	39.9%	790	39.1%
Total	1779	100.0%	1957	100.0%	2042	100.0%	2047.7	100.0%	2018	100.0%

Tabla A4.26: Frecuencias ponderadas según Ocupación y Encuesta										
	Octubre 2007		Abril 2008		Octubre 2008		Abril 2009		Octubre 2009	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Empleado u obrero del gobierno general o ayuntamiento	84	6.2%	26	2.0%	25	1.9%	54.504	4.1%	74	5.6%
Empleado u obrero de empresa pública	105	7.7%	150	11.7%	127	9.5%	111.11	8.4%	139	10.5%
Empleado u obrero de empresa privada	392	28.8%	418	32.6%	416	31.0%	409.41	30.9%	382	28.9%
Trabajador por cuenta propia profesional	98	7.2%	85	6.6%	93	6.9%	78.035	5.9%	63	4.8%
Trabajador por cuenta propia no profesional	601	44.2%	524	40.9%	604	45.1%	582.68	44.0%	557	42.1%
Patrón de empresa no constituida en sociedad	9	0.7%	23	1.8%	26	1.9%	30.408	2.3%	46	3.5%
Ayudante familiar o no familiar no remunerado	9	0.7%	2	0.2%	3	0.2%	2.466	0.2%	4	0.3%
Servicio doméstico	47	3.5%	45	3.5%	43	3.2%	55.553	4.2%	57	4.3%
Otra	16	1.2%	0	0.0%	2	0.1%	0	0.0%	0	0.0%
No Sabe / No Contesta	0	0.0%	8	0.6%	1	0.1%	0	0.0%	0	0.0%
Total	1361	100.0%	1281	100.0%	1339	100.0%	1324.2	100.0%	1324	100.0%

Tabla A4.27: Frecuencias ponderadas según Sector y Encuesta										
	Octubre 2007		Abril 2008		Octubre 2008		Abril 2009		Octubre 2009	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Agricultura y ganadería	255	14.3%	191	9.8%	200	14.9%	191.21	14.4%	179	8.9%
Comercio y turismo	397	22.3%	386	19.7%	524	39.1%	509	38.4%	483	23.9%
Industria	178	10.0%	137	7.0%	142	10.6%	140	10.6%	119	5.9%
Otra	949	53.3%	1244	63.5%	474	35.4%	484	36.6%	1237	61.3%
Total	1779	100.0%	1958	100.0%	1339	100.0%	1324.2	100.0%	2018	100.0%

Tabla A4.28: Frecuencias ponderadas según Clase social y Encuesta										
	Octubre 2007		Abril 2008		Octubre 2008		Abril 2009		Octubre 2009	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Baja	876	49.2%	971	49.6%	1048	51.3%	1096.1	53.5%	966	47.9%
Media baja	706	39.7%	708	36.2%	754	36.9%	720.95	35.2%	744	36.9%
Media alta	157	8.8%	203	10.4%	176	8.6%	165.23	8.1%	212	10.5%
Alta	32	1.8%	53	2.7%	28	1.4%	29.059	1.4%	51	2.5%
No Sabe / No Contesta	8	0.4%	22	1.1%	36	1.8%	36.369	1.8%	44	2.2%
Total	1779	100.0%	1957	100.0%	2042	100.0%	2047.7	100.0%	2017	100.0%

	Octubre 2007		Abril 2008		Octubre 2008		Abril 2009		Octubre 2009	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Hasta 2700	272	16.4%	177	11.3%	197	11.3%	175	9.9%	177	10.3%
Entre 2700 y 5400	389	23.4%	426	27.2%	453	26.0%	428	24.1%	389	22.6%
Entre 5400 y 8100	301	18.1%	262	16.7%	325	18.6%	305	17.2%	348	20.2%
Entre 8100 y 13500	317	19.1%	274	17.5%	301	17.3%	327	18.4%	304	17.7%
Entre 13500 y 27000	224	13.5%	255	16.3%	267	15.3%	338	19.1%	339	19.7%
Más de 27000	158	9.5%	173	11.0%	201	11.5%	201	11.3%	163	9.5%
Total	1661	100.0%	1567	100.0%	1744	100.0%	1774	100.0%	1720	100.0%

	Octubre 2007		Abril 2008		Octubre 2008		Abril 2009		Octubre 2009	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Muy bien	21	1.2%	33	1.7%	18	0.9%	14.86	0.7%	28	1.4%
Bien	466	26.2%	653	33.4%	319	15.6%	315.83	15.4%	347	17.2%
Regular	410	23.0%	337	17.2%	675	33.1%	670	32.7%	676	33.5%
Mal	600	33.7%	693	35.4%	671	32.9%	702.05	34.3%	655	32.5%
Muy mal	269	15.1%	204	10.4%	342	16.8%	317.51	15.5%	294	14.6%
No Sabe / No Contesta	13	0.7%	37	1.9%	16	0.8%	27.41	1.3%	18	0.9%
Total	1779	100.0%	1957	100.0%	2042	100.0%	2047.7	100.0%	2018	100.0%

**ANEXO 5. TABULACIONES CRUZADAS PARA LA OPINION SOBRE EL  
IMPACTO DE LA CRISIS INTERNACIONAL, SEGÚN VARIABLES,  
OCTUBRE DE 2008, ABRIL DE 2009 Y OCTUBRE DE 2009**

Tabla A5.1: Tabulaciones cruzadas según Dominio y Opinión sobre la crisis internacional							
	Muchísimo	Mucho	Un poco	Nada	No sabe	No contesta	Total
Octubre 2008							
DN y SD	20.7%	34.2%	26.5%	8.7%	7.9%	2.1%	100.0%
Provincia de Santiago	25.4%	29.4%	29.4%	10.1%	4.4%	1.3%	100.0%
País Turístico	27.4%	26.4%	26.4%	8.8%	9.8%	1.3%	100.0%
País No Turístico	21.5%	33.1%	28.3%	8.9%	7.8%	0.3%	100.0%
Abril 2009							
DN y SD	30.0%	37.7%	20.7%	9.1%	1.6%	0.9%	100.0%
Provincia de Santiago	27.4%	28.8%	29.2%	11.9%	2.3%	0.5%	100.0%
País Turístico	27.3%	32.1%	26.3%	9.4%	3.6%	1.3%	100.0%
País No Turístico	28.3%	33.5%	26.0%	7.3%	4.6%	0.4%	100.0%
Octubre 2009							
DN y SD	30.5%	29.1%	25.4%	9.7%	2.1%	3.2%	100.0%
Provincia de Santiago	31.9%	38.4%	19.4%	8.3%	1.4%	0.5%	100.0%
País Turístico	30.5%	33.1%	23.4%	10.7%	1.6%	0.8%	100.0%
País No Turístico	28.1%	34.7%	25.2%	9.1%	2.0%	0.9%	100.0%

Tabla A5.1: Tabulaciones cruzadas según Dominio y Opinión sobre la crisis internacional							
	Muchísimo	Mucho	Un poco	Nada	No sabe	No contesta	Total
Octubre 2008							
Urbana	23.4%	31.4%	28.9%	8.6%	6.5%	1.2%	100.0%
Rural	21.7%	32.2%	25.2%	9.7%	10.2%	1.1%	100.0%
Abril 2009							
Urbana	29.4%	35.0%	24.2%	8.7%	2.1%	0.5%	100.0%
Rural	27.1%	32.3%	25.9%	8.6%	5.0%	1.1%	100.0%
Octubre 2009							
Urbana	31.4%	30.7%	25.0%	9.9%	1.6%	1.5%	100.0%
Rural	26.9%	37.2%	23.0%	8.8%	2.5%	1.6%	100.0%

Tabla A5.1: Tabulaciones cruzadas según Dominio y Opinión sobre la crisis internacional							
	Muchísimo	Mucho	Un poco	Nada	No sabe	No contesta	Total
Octubre 2008							
1	19.9%	26.3%	24.7%	10.8%	16.7%	1.6%	100.0%
2	25.7%	26.4%	27.8%	10.8%	9.0%	0.3%	100.0%
3-5	22.6%	33.2%	27.8%	8.8%	6.3%	1.3%	100.0%
más de 6	22.3%	34.1%	28.0%	7.3%	7.5%	0.8%	100.0%
Abril 2009							
1	27.6%	33.3%	23.1%	13.5%	1.9%	0.6%	100.0%
2	26.3%	31.6%	28.0%	9.1%	3.2%	1.8%	100.0%
3-5	28.0%	34.8%	24.7%	8.3%	3.6%	0.7%	100.0%
más de 6	32.8%	34.1%	22.5%	7.9%	2.7%	0.0%	100.0%
Octubre 2009							
1	29.0%	26.0%	28.4%	11.8%	2.4%	2.4%	100.0%
2	25.4%	29.5%	28.7%	12.6%	0.9%	2.9%	100.0%
3-5	31.1%	34.0%	22.4%	9.1%	2.2%	1.2%	100.0%
más de 6	29.9%	36.5%	24.4%	6.9%	1.4%	0.9%	100.0%

Tabla A5.4: Tabulaciones cruzadas según Edad y Opinión sobre la crisis internacional							
	Muchísimo	Mucho	Un poco	Nada	No sabe	No contesta	Total
Octubre 2008							
18-29	19.9%	28.6%	37.6%	6.7%	6.5%	0.7%	100.0%
30-49	24.8%	35.7%	26.4%	7.4%	5.3%	0.3%	100.0%
50 o más	21.6%	28.2%	23.4%	12.5%	12.0%	2.3%	100.0%
Abril 2009							
18-29	26.2%	31.8%	30.6%	8.5%	2.2%	0.7%	100.0%
30-49	30.8%	35.2%	24.2%	7.5%	1.5%	0.8%	100.0%
50 o más	26.9%	34.0%	22.2%	10.4%	6.1%	0.4%	100.0%
Octubre 2009							
18-29	25.3%	30.2%	34.2%	7.3%	2.4%	0.5%	100.0%
30-49	33.2%	33.2%	23.1%	8.1%	0.8%	1.5%	100.0%
50 o más	27.1%	34.6%	20.6%	12.7%	3.1%	1.9%	100.0%

Tabla A5.5: Tabulaciones cruzadas según Nivel de estudios y Opinión sobre la crisis internacional							
	Muchísimo	Mucho	Un poco	Nada	No sabe	No contesta	Total
	Octubre 2008						
Ninguno/ Inicial	19.6%	26.3%	18.8%	12.9%	19.2%	3.3%	100.0%
Básica o Primaria	25.5%	31.4%	25.5%	9.4%	7.3%	1.0%	100.0%
Media o Secundaria	20.7%	33.1%	33.3%	6.5%	5.7%	0.7%	100.0%
Univ. / Post Univ.	21.7%	34.7%	31.5%	8.3%	3.5%	0.3%	100.0%
	Abril 2009						
Ninguno/ Inicial	22.3%	35.1%	16.5%	11.2%	13.6%	1.2%	100.0%
Básica o Primaria	29.9%	34.3%	23.5%	9.2%	2.5%	0.5%	100.0%
Media o Secundaria	29.2%	33.8%	27.3%	7.6%	1.3%	0.8%	100.0%
Univ. / Post Univ.	28.5%	33.0%	30.3%	7.2%	0.3%	0.6%	100.0%
	Octubre 2009						
Ninguno/ Inicial	28.2%	34.1%	15.0%	14.5%	4.5%	3.6%	100.0%
Básica o Primaria	30.3%	35.2%	22.9%	9.1%	1.5%	1.0%	100.0%
Media o Secundaria	30.8%	29.7%	27.0%	8.8%	2.3%	1.3%	100.0%
Univ. / Post Univ.	51.6%	64.3%	53.9%	22.4%	0.6%	7.2%	100.0%

Tabla A5.6: Tabulaciones cruzadas según Clase social y Opinión sobre la crisis internacional							
	Muchísimo	Mucho	Un poco	Nada	No sabe	No contesta	Total
	Octubre 2008						
Baja	25.5%	35.1%	19.7%	8.2%	10.2%	1.3%	100.0%
Media baja	21.1%	29.0%	35.4%	9.3%	4.5%	0.7%	100.0%
Media alta	14.3%	26.3%	44.0%	9.1%	4.6%	1.7%	100.0%
Alta	21.4%	21.4%	21.4%	17.9%	17.9%	0.0%	100.0%
	Abril 2009						
Baja	29.4%	36.7%	20.4%	7.9%	4.8%	0.7%	100.0%
Media baja	28.0%	30.9%	30.2%	9.0%	1.2%	0.7%	100.0%
Media alta	27.9%	35.8%	27.9%	7.9%	0.6%	0.0%	100.0%
Alta	27.6%	27.6%	24.1%	17.2%	3.4%	0.0%	100.0%
	Octubre 2009						
Baja	34.0%	36.3%	17.8%	8.4%	2.6%	0.9%	100.0%
Media baja	25.3%	31.5%	30.7%	10.1%	1.1%	1.3%	100.0%
Media alta	26.3%	23.9%	35.2%	11.3%	1.4%	1.9%	100.0%
Alta	23.5%	37.3%	21.6%	15.7%	0.0%	2.0%	100.0%

Tabla A5.7: Tabulaciones cruzadas según si es la persona que más contribuye económicamente al hogar y Opinión sobre la crisis internacional

	Muchísimo	Mucho	Un poco	Nada	No sabe	No contesta	Total
Octubre 2008							
Sí	22.8%	31.3%	27.3%	9.8%	7.7%	1.0%	100.0%
No	22.6%	32.6%	28.1%	7.0%	8.2%	1.5%	100.0%
Abril 2009							
Sí	30.2%	32.5%	24.6%	9.0%	3.1%	0.6%	100.0%
No	24.4%	37.9%	25.2%	8.1%	3.4%	1.0%	100.0%
Octubre 2009							
Sí	30.8%	32.3%	24.2%	9.7%	1.2%	1.8%	100.0%
No	27.2%	35.0%	24.9%	8.9%	3.3%	0.8%	100.0%

Tabla A5.8: Tabulaciones cruzadas según cómo considera que viven con los ingresos del hogar y Opinión sobre la crisis internacional

	Muchísimo	Mucho	Un poco	Nada	No sabe	No contesta	Total
Octubre 2008							
Muy bien	5.6%	27.8%	44.4%	11.1%	11.1%	0.0%	100.0%
Bien	11.9%	23.5%	44.2%	13.2%	6.0%	1.3%	100.0%
Regular	18.6%	30.6%	33.7%	8.6%	7.8%	0.6%	100.0%
Mal	23.5%	37.4%	22.2%	8.2%	7.5%	1.2%	100.0%
Muy mal	41.1%	30.0%	10.5%	6.7%	10.2%	1.5%	100.0%
Abril 2009							
Muy bien	33.3%	0.0%	13.3%	40.0%	13.3%	0.0%	100.0%
Bien	19.0%	30.7%	37.0%	10.1%	1.3%	1.9%	100.0%
Regular	22.2%	32.9%	31.3%	10.1%	3.1%	0.3%	100.0%
Mal	28.8%	39.7%	19.8%	7.8%	3.0%	0.9%	100.0%
Muy mal	50.8%	28.4%	10.1%	5.0%	5.0%	0.6%	100.0%
Octubre 2009							
Muy bien	11.1%	11.1%	44.4%	29.6%	0.0%	3.7%	100.0%
Bien	19.4%	29.2%	33.2%	13.9%	1.7%	2.6%	100.0%
Regular	22.8%	34.6%	31.2%	8.9%	1.5%	1.0%	100.0%
Mal	32.4%	38.7%	18.7%	7.3%	2.0%	0.9%	100.0%
Muy mal	54.6%	24.9%	8.5%	8.9%	2.4%	0.7%	100.0%

Tabla A5.9: Tabulaciones cruzadas según Ingresos y Opinión sobre la crisis internacional							
	Muchísimo	Mucho	Un poco	Nada	No sabe	No contesta	Total
Octubre 2008							
hasta 2700	29.4%	28.9%	16.8%	9.1%	14.2%	1.5%	100.0%
entre 2700 y 5400	27.9%	29.9%	25.2%	8.0%	8.4%	0.7%	100.0%
entre 5400 y 8100	27.3%	31.0%	30.7%	7.1%	3.7%	0.3%	100.0%
entre 8100 y 13500	21.0%	35.7%	30.0%	7.0%	5.0%	1.3%	100.0%
entre 13500 y 27000	20.5%	31.0%	31.7%	11.9%	4.5%	0.4%	100.0%
más de 27000	14.4%	37.8%	34.3%	8.0%	4.5%	1.0%	100.0%
Abril 2009							
hasta 2700	33.1%	32.6%	19.4%	9.1%	5.1%	0.6%	100.0%
entre 2700 y 5400	34.6%	34.1%	20.1%	5.6%	4.9%	0.7%	100.0%
entre 5400 y 8100	26.2%	38.4%	25.6%	6.9%	3.0%	0.0%	100.0%
entre 8100 y 13500	28.0%	34.1%	26.8%	9.8%	0.6%	0.6%	100.0%
entre 13500 y 27000	30.5%	29.6%	29.0%	7.7%	2.1%	1.2%	100.0%
más de 27000	21.9%	33.3%	32.3%	11.9%	0.5%	0.0%	100.0%
Octubre 2009							
hasta 2700	26.7%	42.0%	17.6%	9.1%	4.0%	0.6%	100.0%
entre 2700 y 5400	32.9%	35.5%	20.1%	8.2%	1.8%	1.5%	100.0%
entre 5400 y 8100	30.3%	37.8%	23.6%	6.6%	0.9%	0.9%	100.0%
entre 8100 y 13500	33.9%	27.0%	25.0%	11.2%	1.3%	1.6%	100.0%
entre 13500 y 27000	27.6%	32.6%	28.2%	9.7%	0.6%	1.2%	100.0%
más de 27000	26.4%	30.7%	31.3%	11.7%	0.0%	0.0%	100.0%

Tabla A5.10: Tabulaciones cruzadas según Sector y Opinión sobre la crisis internacional							
	Muchísimo	Mucho	Un poco	Nada	No sabe	No contesta	Total
Octubre 2008							
Agricultura y ganadería	18.0%	34.0%	27.5%	8.5%	9.5%	2.5%	100.0%
Comercio y turismo	22.0%	35.4%	28.7%	8.0%	5.2%	0.8%	100.0%
Industria	23.4%	29.1%	36.2%	7.8%	3.5%	0.0%	100.0%
Otra	24.0%	30.1%	26.0%	9.6%	9.2%	1.2%	100.0%
Abril 2009							
Agricultura y ganadería	27.2%	25.1%	24.1%	12.0%	9.9%	1.6%	100.0%
Comercio y turismo	29.7%	36.7%	24.6%	6.7%	2.0%	0.4%	100.0%
Industria	32.4%	36.0%	19.4%	10.8%	0.7%	0.7%	100.0%
Otra	27.7%	34.2%	25.5%	8.9%	3.0%	0.7%	100.0%
Octubre 2009							
Agricultura y ganadería	21.8%	41.9%	21.2%	9.5%	3.4%	2.2%	100.0%
Comercio y turismo	31.3%	31.9%	24.0%	8.9%	2.1%	1.9%	100.0%
Industria	30.0%	35.0%	25.8%	5.8%	0.8%	2.5%	100.0%
Otra	30.3%	32.0%	24.7%	10.1%	1.7%	1.2%	100.0%

Tabla A5.11: Tabulaciones cruzadas según Informante y Opinión sobre la crisis internacional							
	Muchísimo	Mucho	Un poco	Nada	No sabe	No contesta	Total
	Octubre 2008						
Jefe	23.0%	31.6%	26.1%	10.0%	8.0%	1.4%	100.0%
Cónyuge	23.4%	32.5%	31.3%	4.8%	7.7%	0.3%	100.0%
Hijo	14.3%	31.2%	41.6%	7.8%	5.2%	0.0%	100.0%
	Abril 2009						
Jefe	28.9%	33.7%	23.8%	9.4%	3.5%	0.7%	100.0%
Cónyuge	27.6%	36.8%	27.0%	5.0%	2.5%	1.1%	100.0%
Hijo	23.4%	28.1%	35.9%	12.5%	0.0%	0.0%	100.0%
	Octubre 2009						
Jefe	30.7%	32.0%	23.5%	10.5%	1.6%	1.7%	100.0%
Cónyuge	26.5%	36.1%	27.3%	6.4%	3.2%	0.5%	100.0%
Hijo	28.0%	39.0%	25.6%	3.7%	2.4%	1.2%	100.0%