



Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo

**Unidad Asesora de Análisis Económico y Social
(UAAES)**

**Evolución de la Confianza del Consumidor en la
República Dominicana,
Octubre 2007 - Octubre 2010**

Presentación para periodistas
Diciembre 2010

Contenido

Presentación

- I. Aspectos técnicos y metodológicos**
- II. Índices de Confianza del Consumidor en la República Dominicana: Resultados octubre del 2010 y cambios desde octubre 2007**
- III. Descomposición de componentes: Nacional octubre 2010 y cambios desde octubre 2007**
- IV. Resultados por dominio geográfico**
- V. Resultados por variables sociales**

Comentarios finales

PRESENTACION

*El Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo hace de conocimiento público los resultados de la **séptima** Encuesta de Confianza del Consumidor (**Encuesta ICC-RD**) de la República Dominicana correspondiente a octubre 2010. Las seis encuestas previas se realizaron en octubre 2007, abril 2008, octubre 2008, abril 2009, octubre 2009 y abril 2010.*

*Las Encuestas ICC-RD son levantadas con **periodicidad semestral**, en el marco del desarrollo de un sistema de indicadores de confianza de los consumidores, diseñado en **coordinación** con el Grupo de Investigación “AQR”- Instituto de Investigación en Economía Aplicada (IREA), de la **Universidad de Barcelona**. El trabajo de campo de las encuestas se realiza en coordinación con la **Gallup Dominicana**.*

Los índices de confianza del consumidor permiten medir la valoración o percepción del estado actual y las expectativas futuras de la situación económica personal y del país.

Los indicadores de confianza de los consumidores 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 latinos como Brasil, Argentina, México, Costa Rica, Colombia, Chile y Ecuador.

I. Aspectos Técnicos y Metodológicos

LA ENCUESTA DE CONFIANZA DEL CONSUMIDOR (ENCUESTA ICC-RD)

La Encuesta ICC-RD se implementa en **forma semestral** mediante una muestra de hogares seleccionados en todo el país mediante un **diseño muestral estratificado por conglomerados en 2 etapas**, con probabilidad proporcional al tamaño (PPT) en la primera etapa y un número fijo de hogares en la segunda etapa. La muestra contiene 220 Unidades Primarias de Muestreo (segmentos censales).

La muestra ha sido diseñada para obtener aproximadamente **2,000 entrevistas completas**, con un error máximo de 5% a nivel de dominios y una confianza de 95%.

La Encuesta ICC-RD es representativa a nivel nacional y para 4 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 de la costa norte y costa sur con actividad turística; y **iv) Resto del País no Turístico**: demás localidades no incluidas en los otros dominios.

La primera **Encuesta ICC-RD** 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, la quinta del 12 al 25 de octubre del 2009 y la más reciente, la sexta, del 12 al 29 de **abril del 2010**, la séptima del 28 de octubre al 12 de noviembre del 2010, con una muestra de **2,018 hogares**.

EL SISTEMA DE INDICADORES DE CONFIANZA DEL CONSUMIDOR

El Sistema de Indicadores de Confianza está conformado por:

a) 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.

b) Indicadores complementarios de confianza sobre la valoración del estado actual y expectativas sobre:

Precios

Mercado de trabajo

Ahorro

Consumo

A su vez, cada indicador de confianza está integrado por dos sub-indicadores:

i) 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.

ii) Sub-indicador de expectativas, con la valoración sobre la situación esperada para los próximos 12 meses.

EL CUESTIONARIO DE LA ENCUESTA

(Las variables de confianza)

SECCION 2. INDICADORES DE CONFIANZA

(RECUERDE QUE DEBE LEER TODAS LAS ALTERNATIVAS, EXCEPTO "NO SABE", "NO CONTESTA Y LA NEUTRAL")

201. ¿Cómo ha cambiado la situación económica de su familia 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

202. ¿Cómo cree que cambiará la situación económica de su familia 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

203. ¿Cómo cree que ha cambiado la situación económica del país 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

204. ¿Cómo cree que cambiará la situación económica del país 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

205. ¿Cómo cree que han cambiado los precios en los últimos 12 meses?

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

206. En comparación con los últimos 12 meses, ¿Cómo espera que cambien los precios en los próximos 12 meses?

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

EL CUESTIONARIO DE LA ENCUESTA

(Las variables de confianza)

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
4. Resulta difícil llegar a final de mes, por lo que tenemos que gastar nuestros ahorros
5. 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

CÁLCULO DE LOS INDICADORES

El cálculo de cada índice se realiza en **tres etapas**, utilizando respuestas a las preguntas contenidas en una encuesta de opinión sobre la situación económica actual en relación con los últimos 12 meses y a las expectativas sobre la situación para los próximos 12 meses.

Primera etapa: Transformación de cada pregunta del índice en una medida de **saldo (S)**. Para **preguntas con 3 opciones** de respuesta: una **valoración positiva (P)**, una **valoración neutral (R)**, y una **valoración negativa (N)**, el Saldo se calcula como diferencia entre la proporción de personas que dio una valoración positiva (P) menos la proporción que la dio negativa (N), sin considerar respuestas neutras (R):

$$S = P - N$$

Para **preguntas con 5 opciones** de respuesta: dos valoraciones escalonadas positivas (PP, P), una neutral (R), y dos valoraciones negativas (NN, N), el S se calcula a partir de la siguiente expresión:

$$S = (PP + \frac{1}{2} P) - (\frac{1}{2} N + NN)$$

En este caso, la ponderación asociada a cada respuesta es: Mejora total (+1), leve mejora (+0.5), neutral (0), leve empeoramiento (-0.5), empeoramiento (-1).

Como resultado se obtiene una medida resumen para cada pregunta que oscila entre -1 (cuando todos escojan la opción (más) negativa) y 1 (cuando todos escojan la opción (más) positiva).

Segunda etapa: El saldo S se multiplica por 100 y luego se suma 100, para que el valor medio sea 100 (y el rango posible de valores se sitúe entre 200 y 0), lo que facilita su interpretación:

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

Tercera etapa: Cálculo de cada **índice compuesto como una media aritmética de los saldos** transformados de las variables que lo definen. En cada grupo de indicadores, el índice global equivale a una media aritmética de los índices coyuntural y de expectativas.

VARIABLES DEL SISTEMA DE INDICADORES

Indicador	Global	Coyuntura	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?	212	
	213. ¿Cuál de estas frases mejor describe a la situación económica de su familia?	213	214
	214. Durante los próximos 12 meses, ¿qué tan posible es que usted ahorre dinero?		
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
	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	215
	215. ¿Está usted planeando comprar o construir una casa durante los próximos 12 meses?	210	216
	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?		217
	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?		

INTERPRETACION DE LOS INDICADORES

Los indicadores varían de **0 a 200**, correspondiendo **0 a la peor apreciación** y **200 a la mejor apreciación**. Es muy importante notar que los valores de los indicadores no son porcentajes.

Los valores del **índice por debajo de 100 indican pesimismo** en las respuestas, derivado de que hay una mayor proporción de la población con una visión más pesimista que optimista.

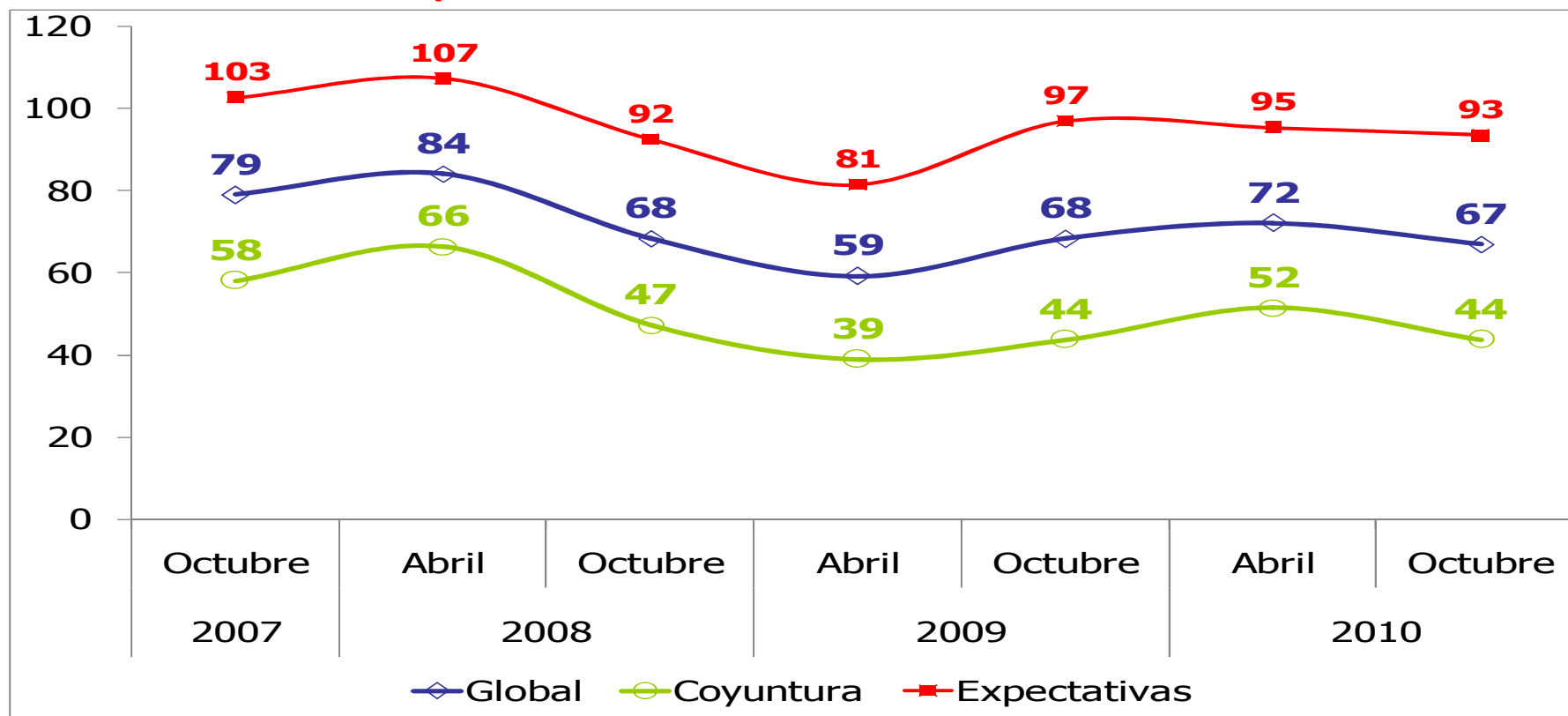
Los **valores superiores a 100 indican una situación favorable en la variable analizada**; en el caso de los indicadores de precios significa un menor nivel de inflación.

Los **valores iguales a 100** corresponden a una **percepción neutral** o balanceada entre respuestas favorables (optimistas) y desfavorables (pesimistas).

II. Índices de Confianza del Consumidor en la República Dominicana

*Resultados octubre del 2010
y cambios desde octubre 2007*

Evolución índice de confianza en la economía: Global, de Coyuntura y de Expectativas, octubre 2007- octubre 2010

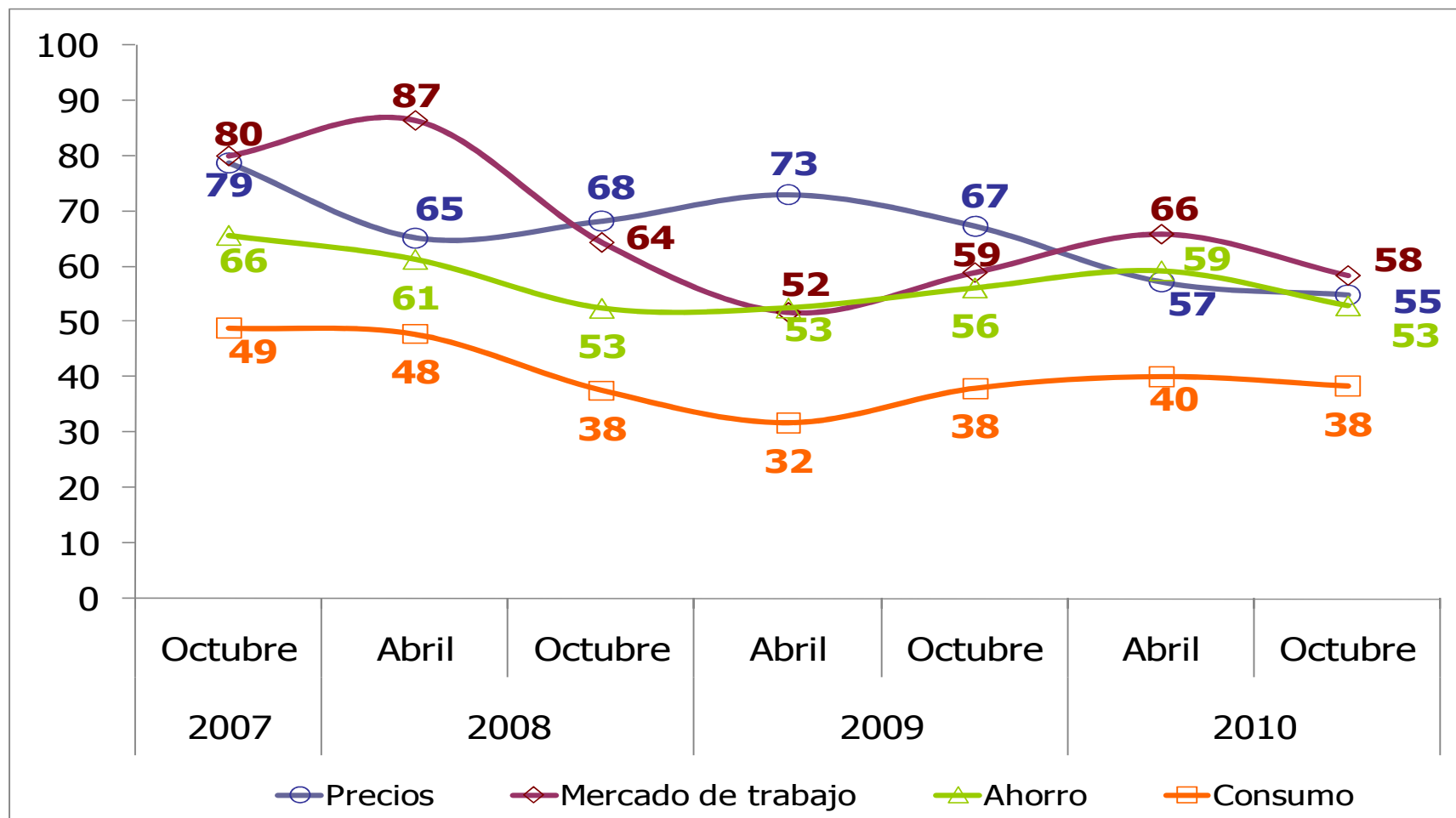


Los resultados de la encuesta de octubre 2010 revelan un probable estancamiento del proceso de recuperación de la confianza en la economía observado en los semestres previos.

La confianza mostró recuperación en octubre 2009 y abril 2010. En octubre 2010 los indicadores sufren un ligero descenso, lo cual retrasaría el proceso de recuperación de los niveles prevalecientes antes de la crisis financiera internacional, responsable de la disminución de la confianza en la economía durante el año 2008 y hasta comienzos del 2009.

Los disminución de la confianza en octubre 2010 se observa tanto en la valoración de la coyuntura económica como en las expectativas, siendo la pérdida de confianza mayor en la coyuntura.

Evolución índices complementarios de confianza de los consumidores, octubre 2007- octubre 2010

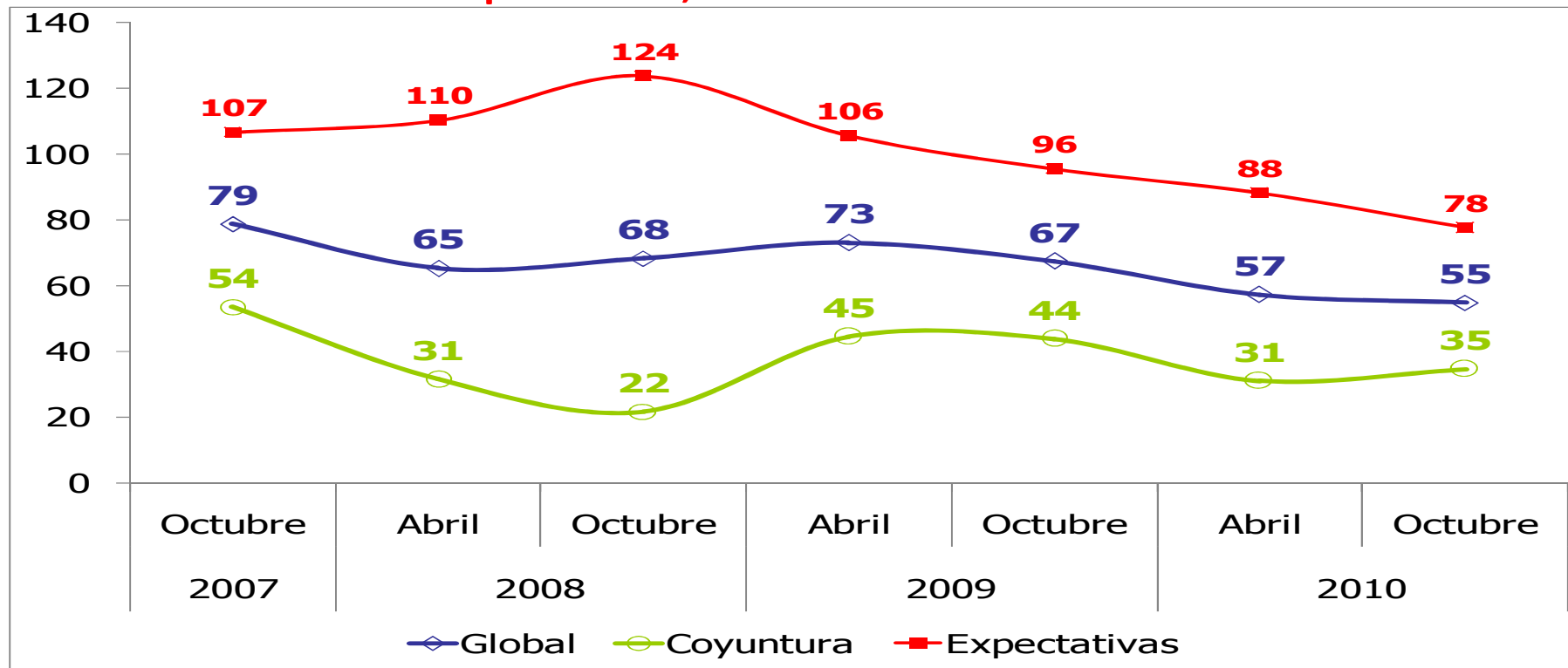


En octubre del 2010 la mayor disminución de la confianza se registró en las dimensiones mercado de trabajo y ahorro, siendo de menor magnitud la disminución correspondiente a las dimensiones consumo y precios, las cuales presentaban los menores niveles de confianza en abril 2010.

III. Sistema de Indicadores de Confianza: Descomposición de Componentes

Nacional octubre 2010
y cambios desde octubre 2007

Evolución de los índices de confianza en los precios: Global, de Coyuntura y de Expectativas, octubre 2007- octubre 2010

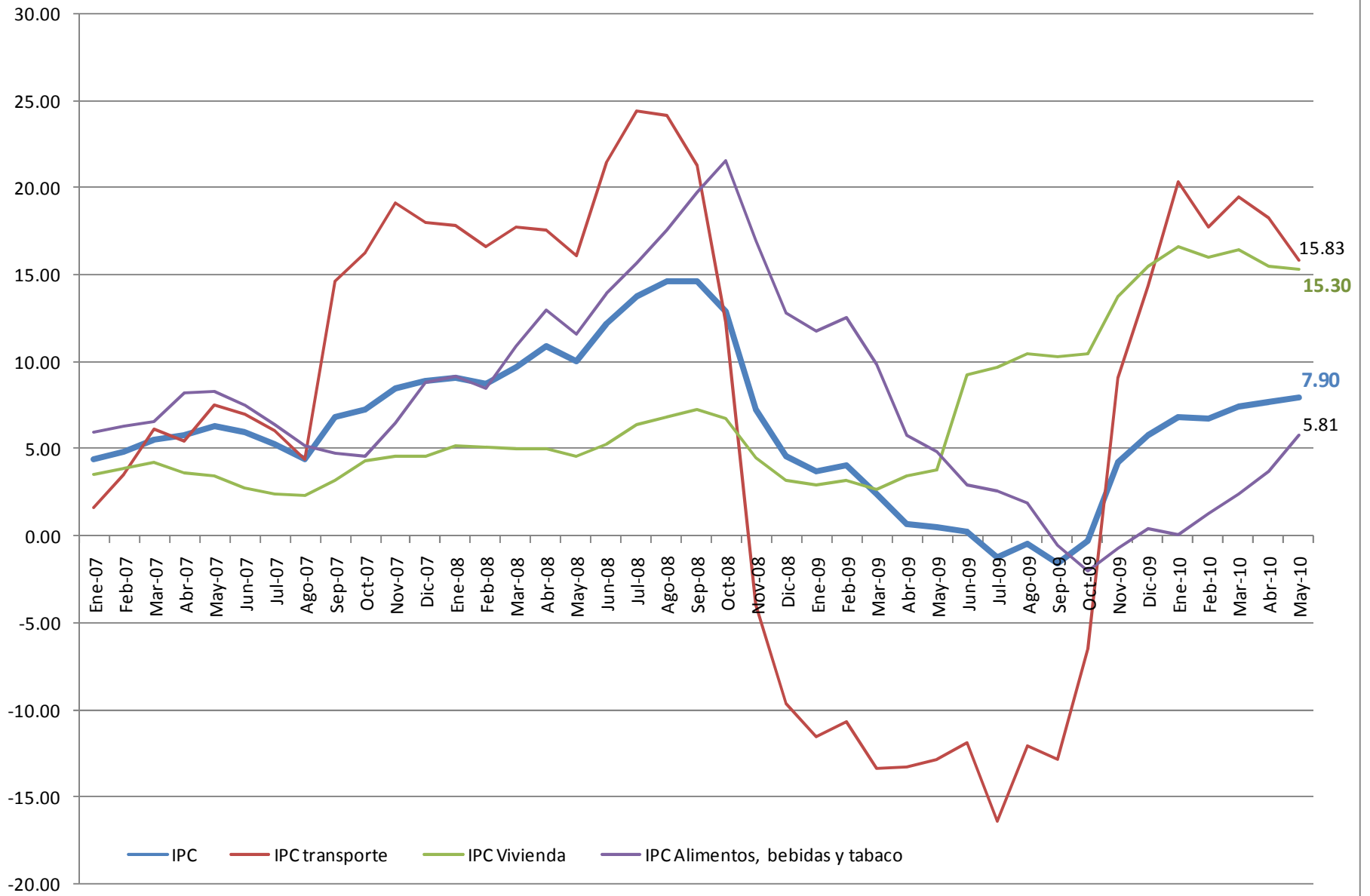


El Indicador complementario de precios alcanzó un valor de 55 en octubre 2010, disminuyendo en relación con las tres encuestas previas. Esto significa que la población no ha estado percibiendo de manera optimista la situación de los precios y que en el último año se ha producido un deterioro en dicha percepción.

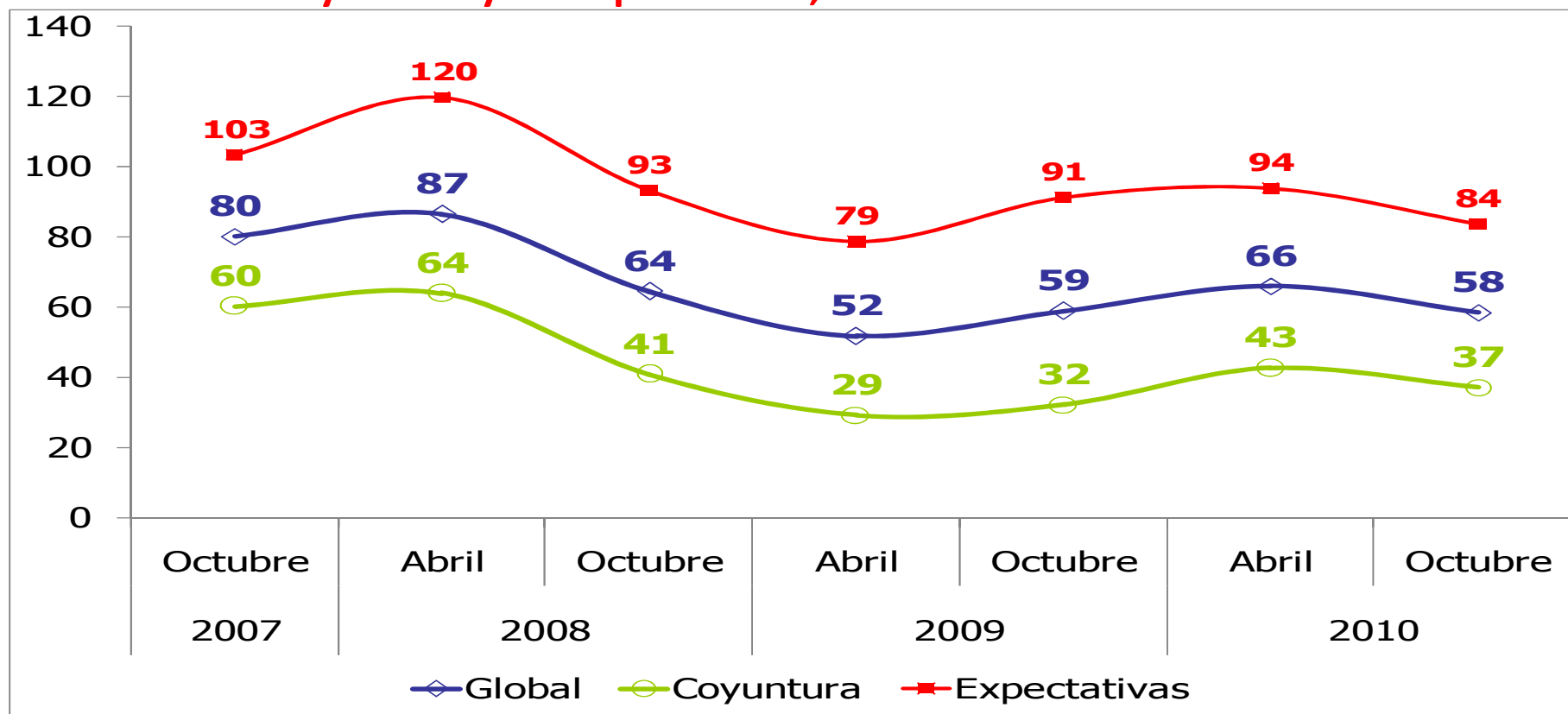
La situación se presenta tanto en la valoración de la situación de coyuntura como en las expectativas de los consumidores respecto a los precios, aunque en el último semestre se observa un ligero aumento de la confianza en la coyuntura.

El índice de expectativa con los precios sigue siendo más alto que el de situación actual o coyuntural, revelando que la población tiene una percepción más optimista en el futuro de los precios.

Inflación mensual, 2007 - 2010 (variación 12 meses)



Evolución de los índices de confianza en el mercado de trabajo: Global, de Coyuntura y de Expectativas, octubre 2007- octubre 2010

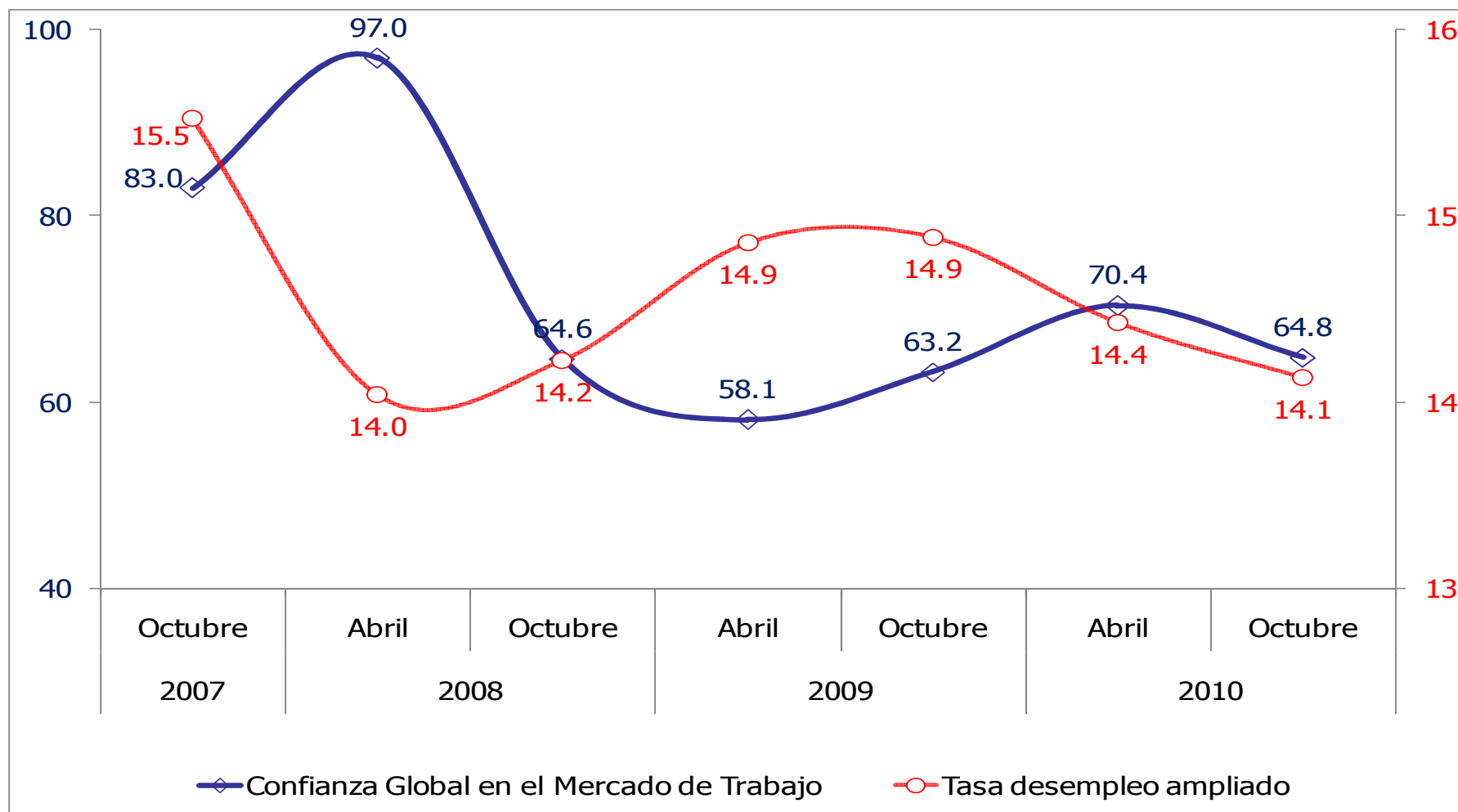


El indicador complementario de mercado de trabajo alcanzó el valor de 58 en octubre 2010, disminuyendo en relación con abril 2010, cuando alcanzaba el valor de 66. Los índices cayeron tanto en la coyuntura como en las expectativas, aunque el deterioro fue mayor en las expectativas.

Esto indica que la mayoría de la población no ha estado percibiendo de manera optimista la situación del mercado de trabajo y que en los últimos 6 meses dicha percepción se ha deteriorado.

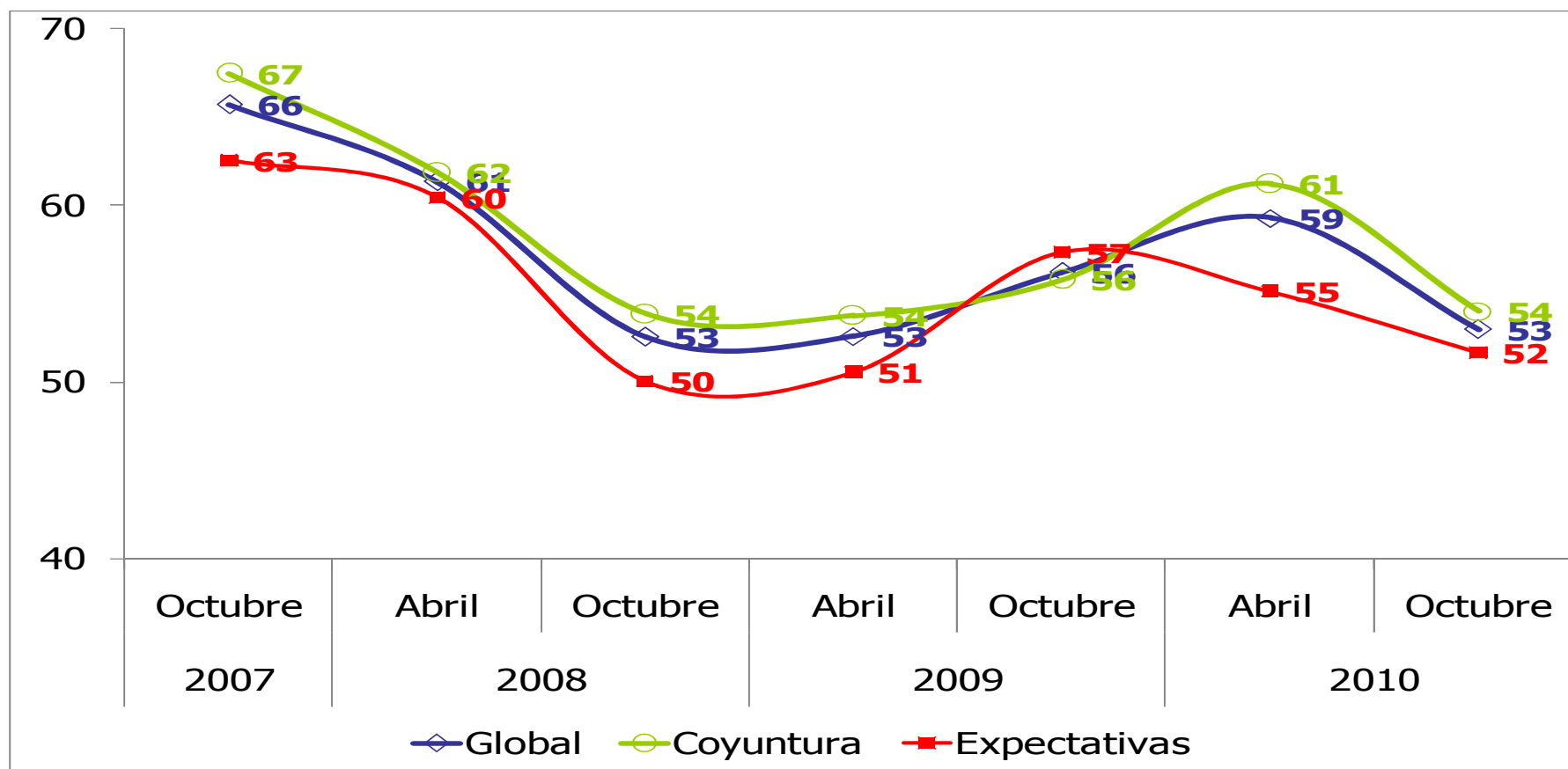
Por otro lado, la valoración de las expectativas del mercado de trabajo supera a la valoración de la coyuntura, lo cual significa que el consumidor dominicano tiene una mayor confianza en el futuro.

Percepción versus realidad en el mercado laboral



En general se observa que a medida que aumenta el indicador de confianza en el mercado de trabajo también disminuye la tasa de desempleo, mostrando coherencia entre las percepciones de los consumidores sobre el empleo y la respuesta del mercado laboral dominicano.

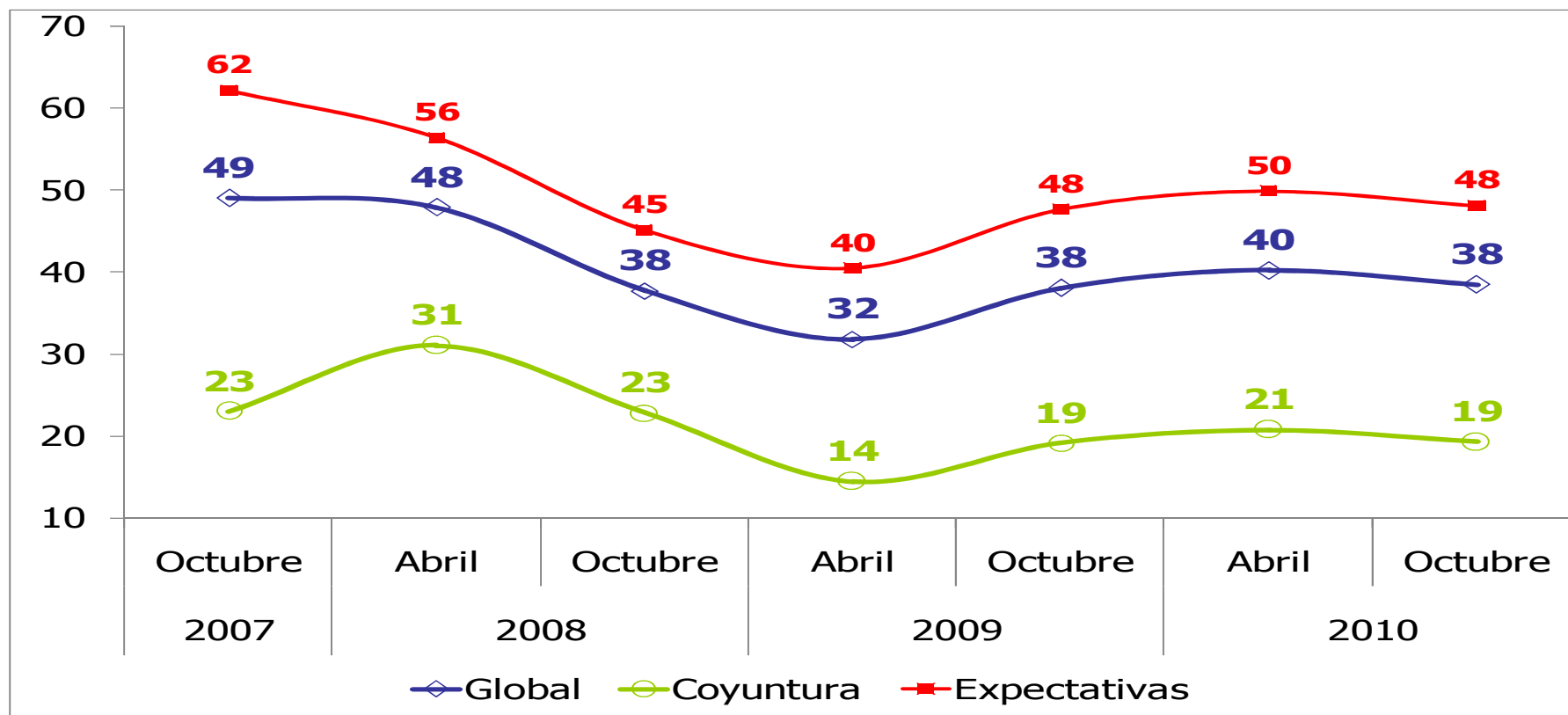
Evolución de los índices de confianza en el ahorro: Global, de Coyuntura y de Expectativas, octubre 2007- octubre 2010



El indicador complementario de ahorro alcanza un valor de 53 en octubre 2010, disminuyendo en relación con abril 2010. Esto indica que en los últimos 6 meses una proporción mucho mayor de la población tiene una percepción negativa acerca de la capacidad de ahorro.

La valoración de la coyuntura con respecto al ahorro se deterioró en el último semestre, lo cual ocurre también en la valoración de la coyuntura, pero en este último caso el deterioro se venía observando desde hace un año atrás.

Evolución de los índices de confianza en el consumo: Global, de Coyuntura y de Expectativas, octubre 2007- octubre 2010



En octubre 2010 el indicador complementario de consumo alcanzó el valor de 38, disminuyendo ligeramente en relación con abril 2010.

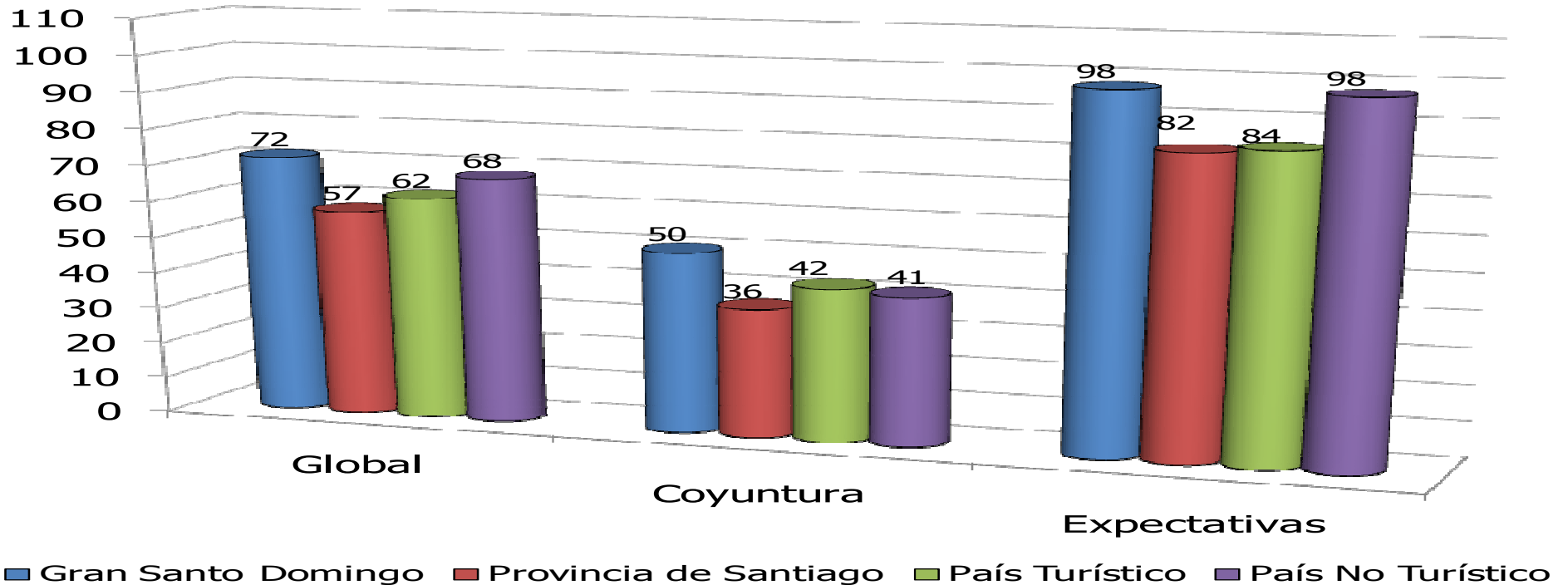
Una situación similar se registra tanto en el indicador de coyuntura como en el de expectativas.

El indicador de expectativas con respecto al consumo ha sido mayor al de coyuntura en cada una de las encuestas, significando que aunque la percepción de la situación económica coyuntural con respecto al consumo no es buena, se tiene mayor confianza en el futuro.

IV. Sistema de Indicadores de Confianza:

Resultados por Dominio Geográfico

Índices de confianza en la economía por dominios geográficos, octubre 2010

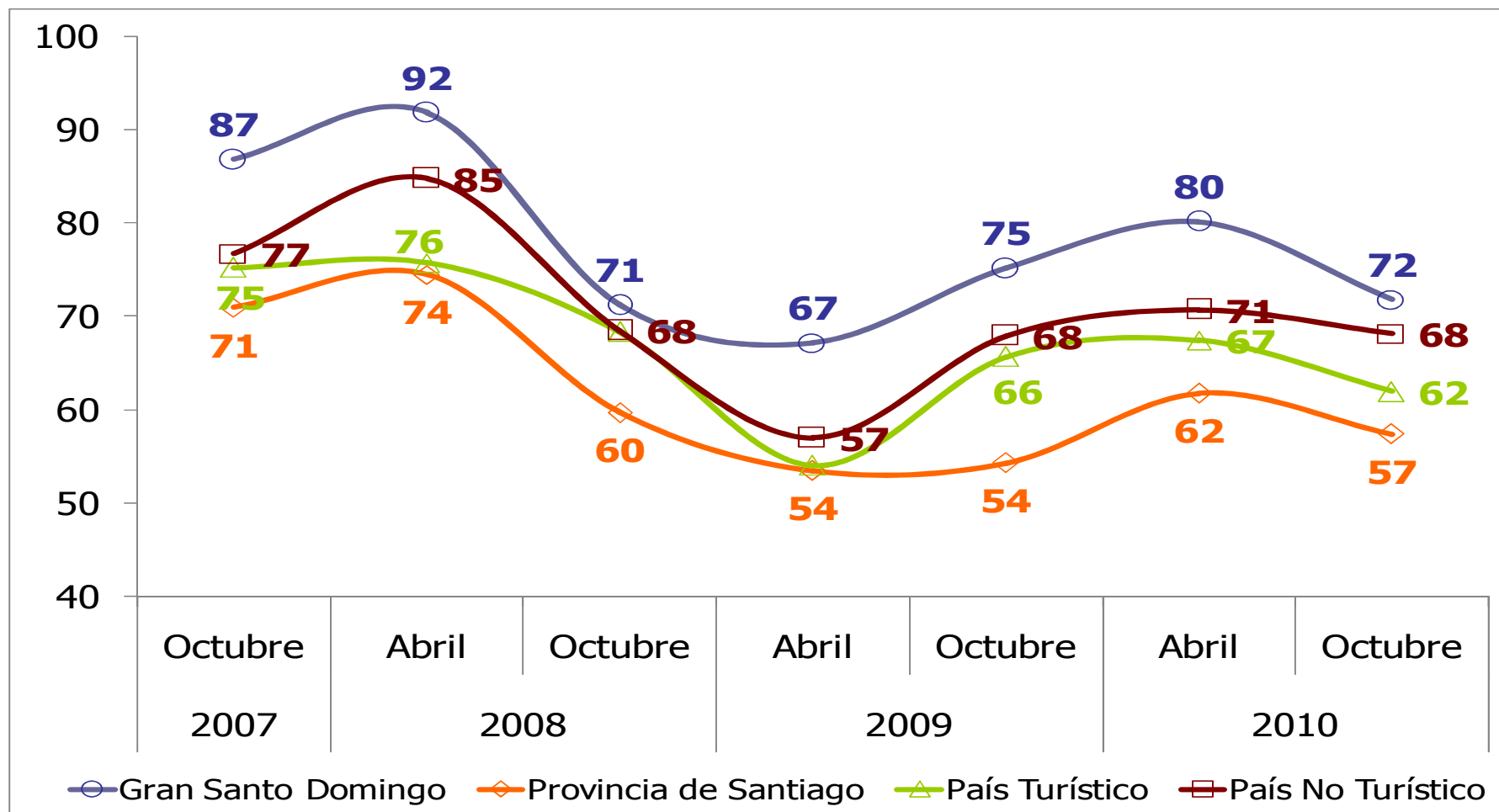


En octubre 2010 el estrato correspondiente al Gran Santo Domingo es el que registra los mayores niveles de confianza en la economía, lo cual se verifica tanto en la valorización de la coyuntura como en las expectativas. Los menores niveles de confianza se observan en la provincia de Santiago.

Después de Santiago, la zona turística del país es la que presenta los más bajos niveles de confianza en la economía, principalmente en el caso de la valorización de las expectativas, en la cual el estrato alcanza valores cercanos a Santiago e inferiores a los de la zona no turística.

Se observa que en cada uno de los dominios geográficos la valoración de las expectativas en la economía están muy por encima de la valoración de la coyuntura, lo cual sugiere que existe una mayor confianza de los consumidores en el futuro.

Evolución de la confianza en la economía por dominios geográficos, octubre 2007- octubre 2010



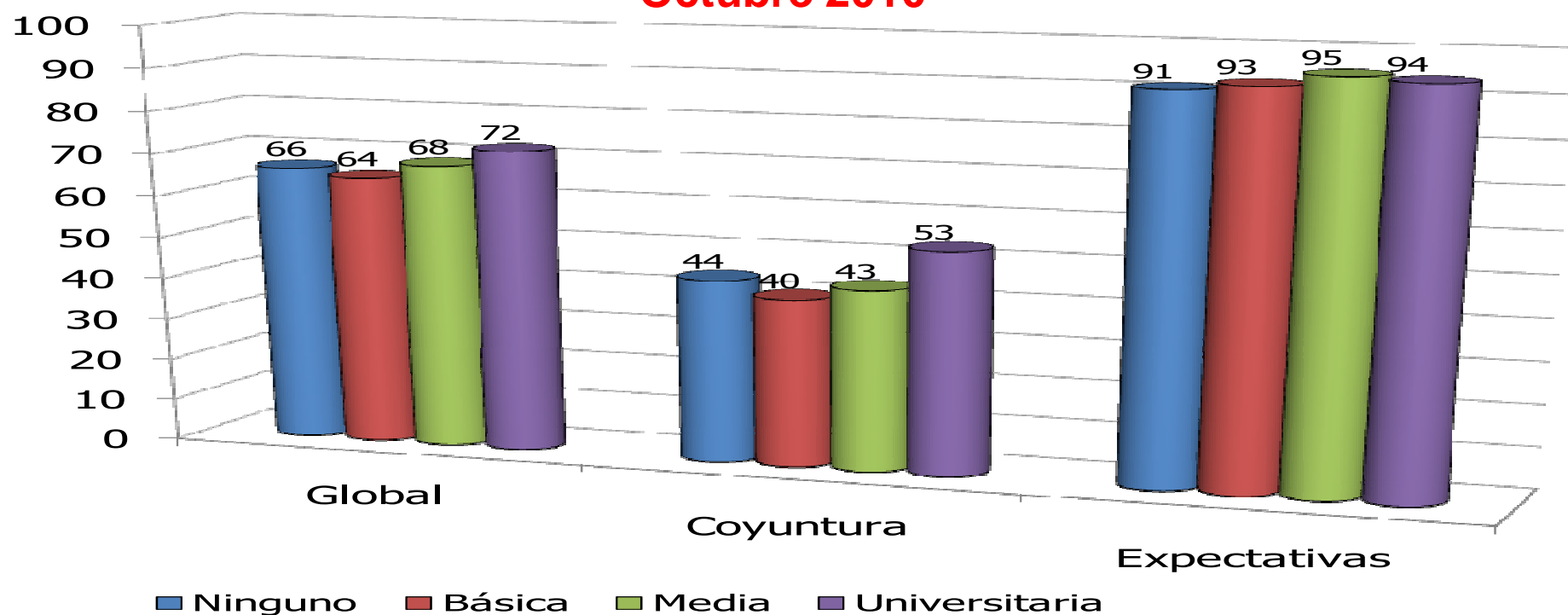
En octubre del 2010 en cada estrato geográfico se verifica una disminución de la confianza en la economía en relación con abril del 2010.

Las mayores disminuciones de confianza se observan en los estratos correspondientes al Gran Santo Domingo y a la zona turística, siendo ligera la pérdida de confianza en el estrato de la zona no turística.

V. Sistema de Indicadores de Confianza:

Resultados por Variables Sociales

Índices de confianza en la economía por niveles educativos, Octubre 2010

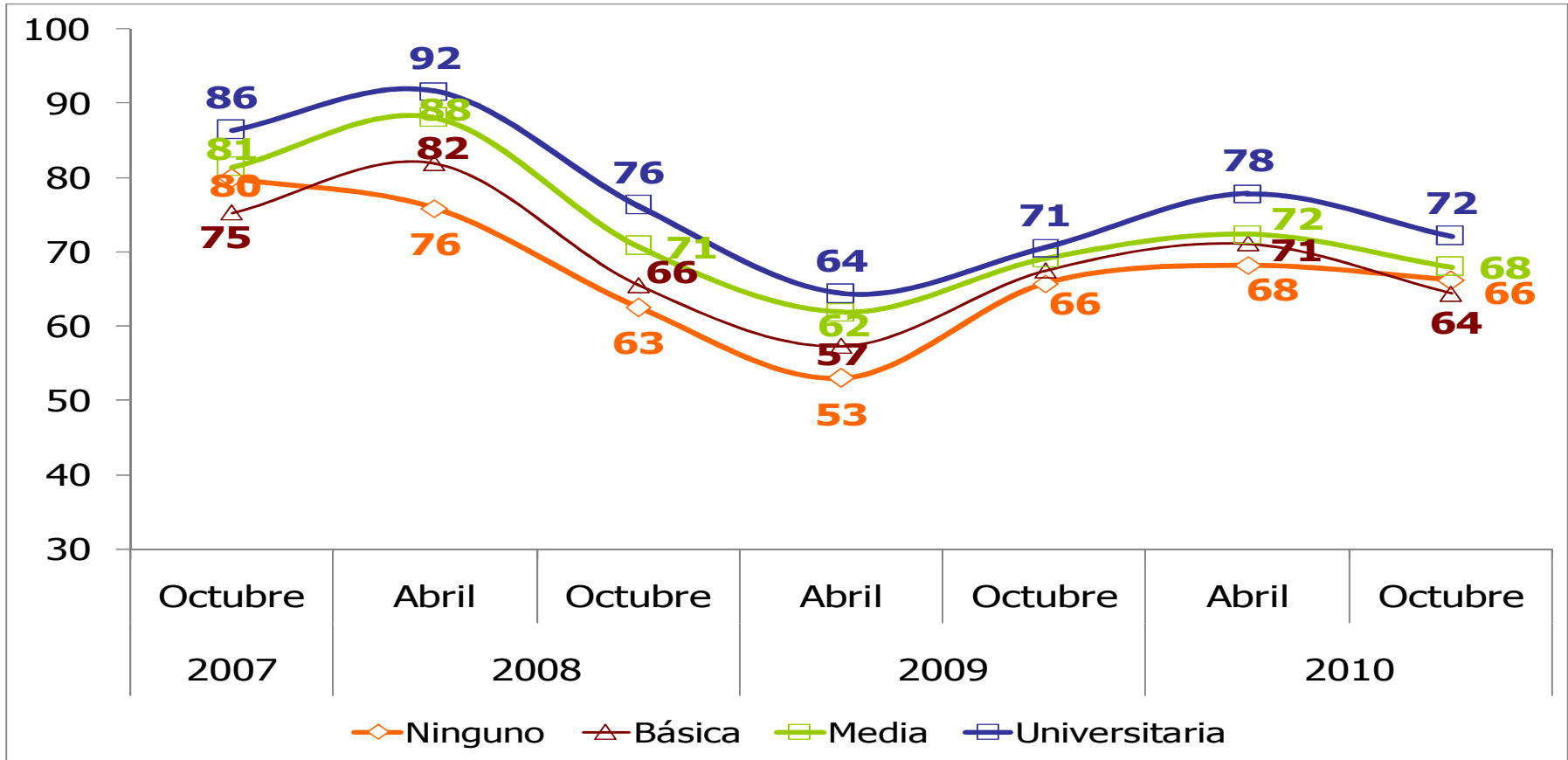


En octubre 2010 el mayor nivel de confianza en la economía se observa cuando el jefe o jefa del hogar realizó estudios universitarios, lo cual ocurre fundamentalmente en la valorización de la coyuntura.

Los más bajos niveles de confianza global en la economía se observan en los hogares donde el jefe o jefa del hogar no fue a la escuela o cuando apenas alcanzó la primaria y esta relación es similar en la valorización de la coyuntura. En el caso de las expectativas la valorización de la confianza no presenta diferencias significativas por niveles educativos.

Para cada nivel educativo, los indicadores de expectativas en la economía están muy por encima de los indicadores de coyuntura, reflejando una mayor confianza de los consumidores en el futuro de la economía.

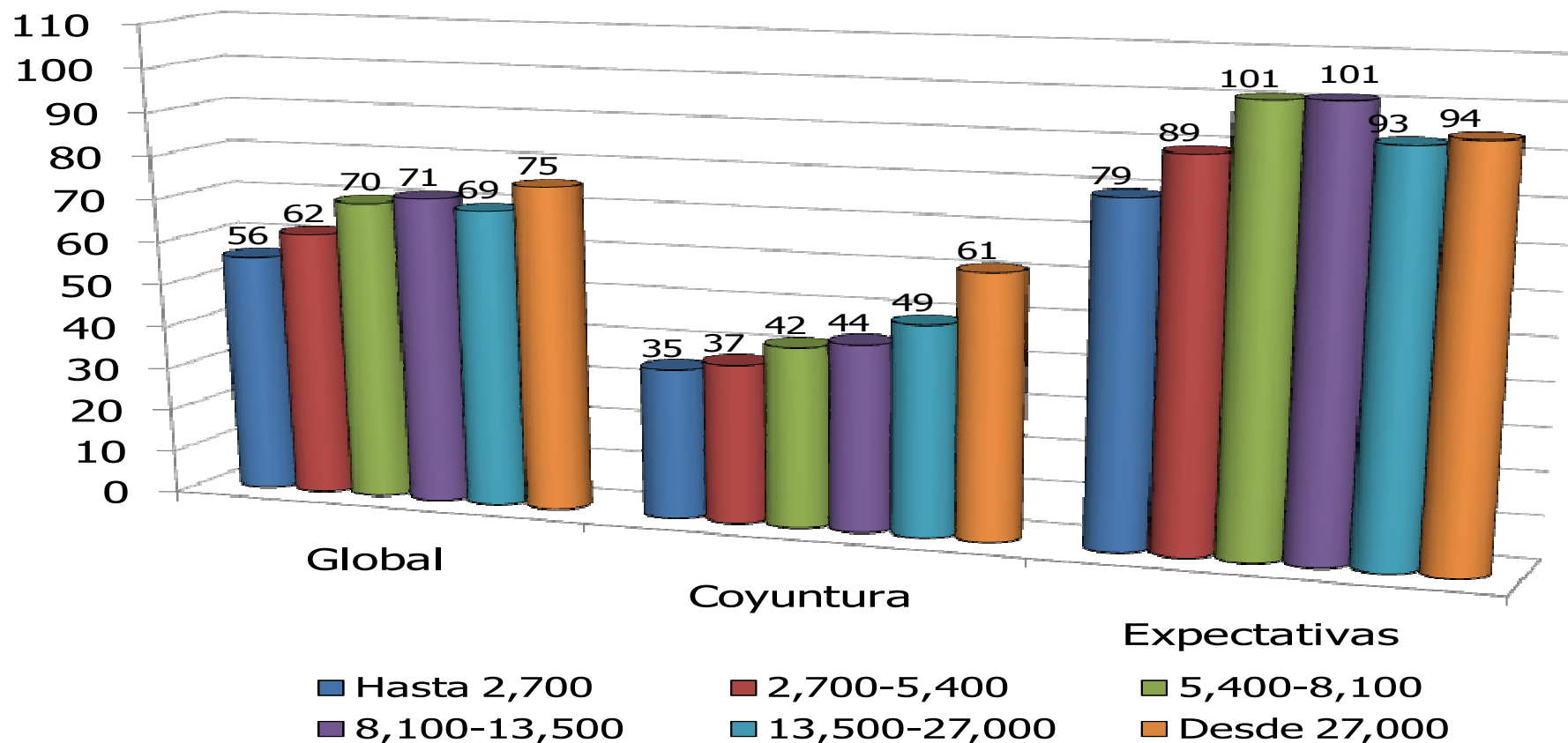
Evolución de la confianza en la economía por niveles educativos, octubre 2007- octubre 2010



En octubre del 2010 en cada uno de los cuatro niveles educativos considerados se registró una disminución de la confianza en la economía en relación con abril del 2010.

La pérdida de confianza en el semestre fue mayor en el caso de los jefes y jefas de hogar con apenas educación básica, aunque también se observa una importante pérdida de confianza en los sectores con educación universitaria.

Índices de confianza en la economía por niveles de ingreso, octubre 2010

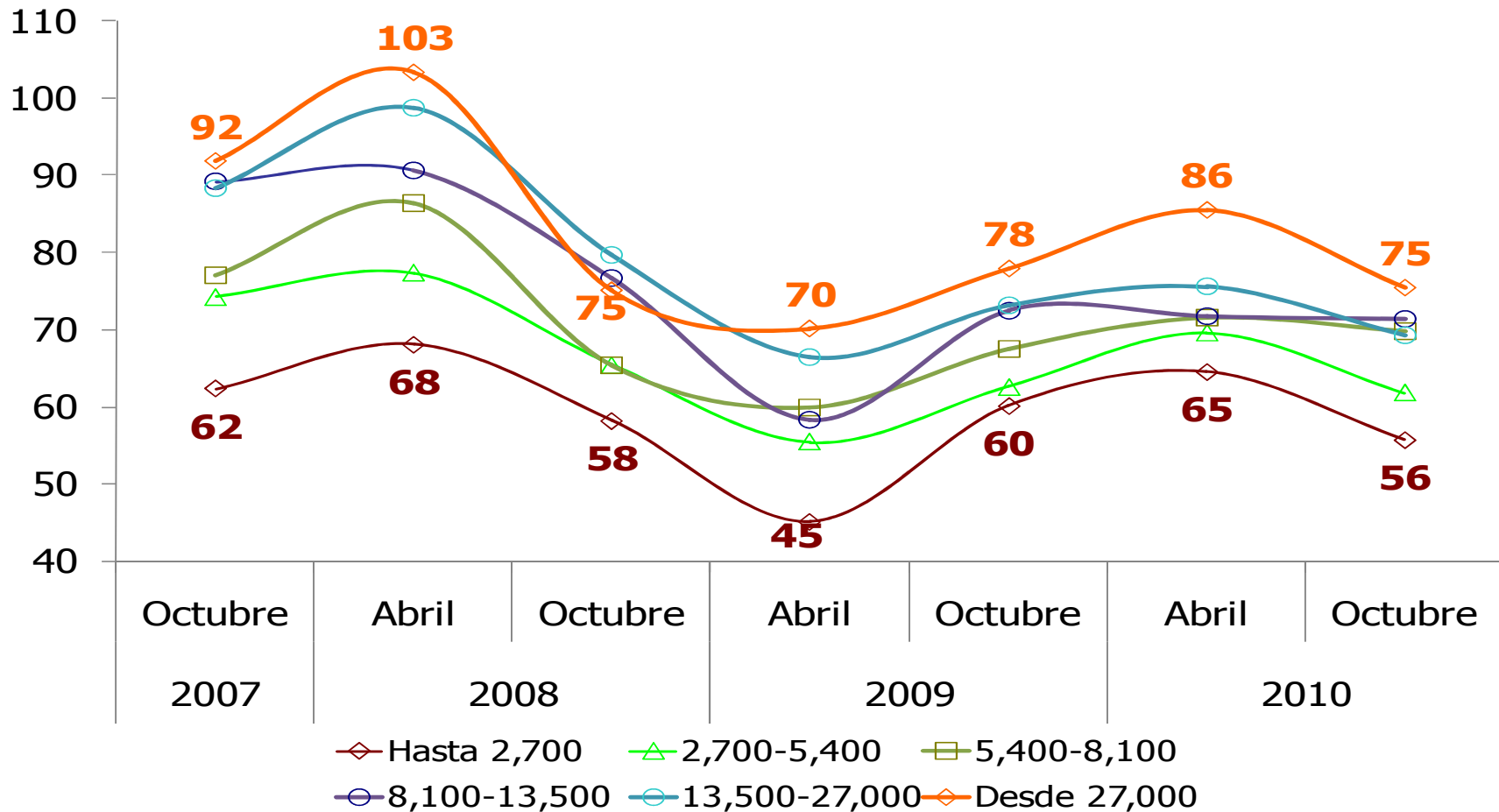


En octubre 2010 los mayores niveles de confianza global en la economía se observan en el estrato de mayores ingresos y la menor confianza en el estrato de menores ingresos.

Se observa una asociación positiva entre los ingresos y los niveles de confianza en la economía, de manera que a medida que aumenta el ingreso aumenta la confianza. Esta asociación es más clara en el caso de la coyuntura, ya que en las expectativas la mayor confianza se presenta en los ingresos medios.

En cada estrato de ingreso los indicadores de expectativas están por encima de los de coyuntura, lo cual constituye un reflejo de la mayor confianza que tienen los consumidores en el futuro.

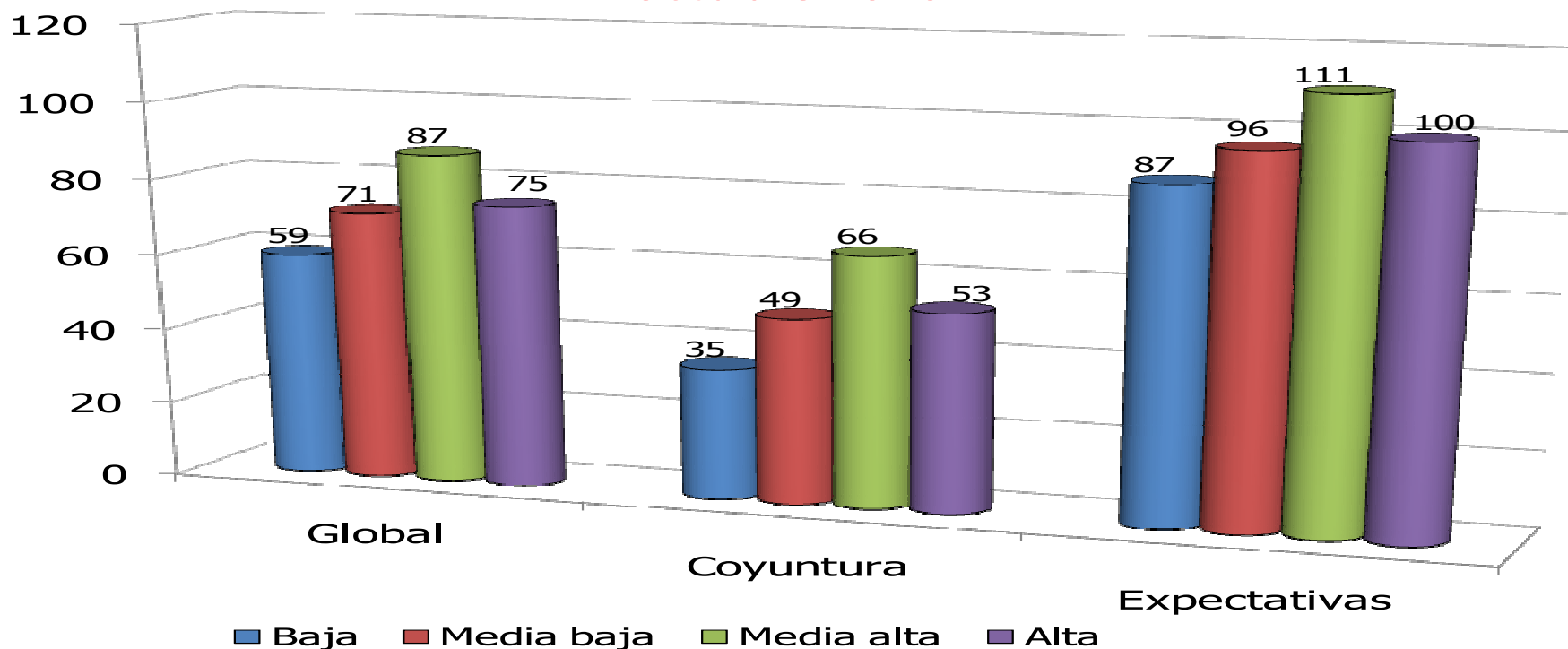
Evolución de la confianza en la economía por niveles de ingreso, octubre 2007- octubre 2010



En octubre del 2010 en prácticamente cada uno de los estratos de ingresos los niveles de confianza en la economía disminuyeron en relación con abril del 2010.

Las mayores disminuciones de confianza en el semestre se observan en los estratos de mayores y de menores ingresos. En los estratos de ingresos medios los niveles de confianza no sufrieron deterioros significativos.

Índices de confianza en la economía por clase social, octubre 2010

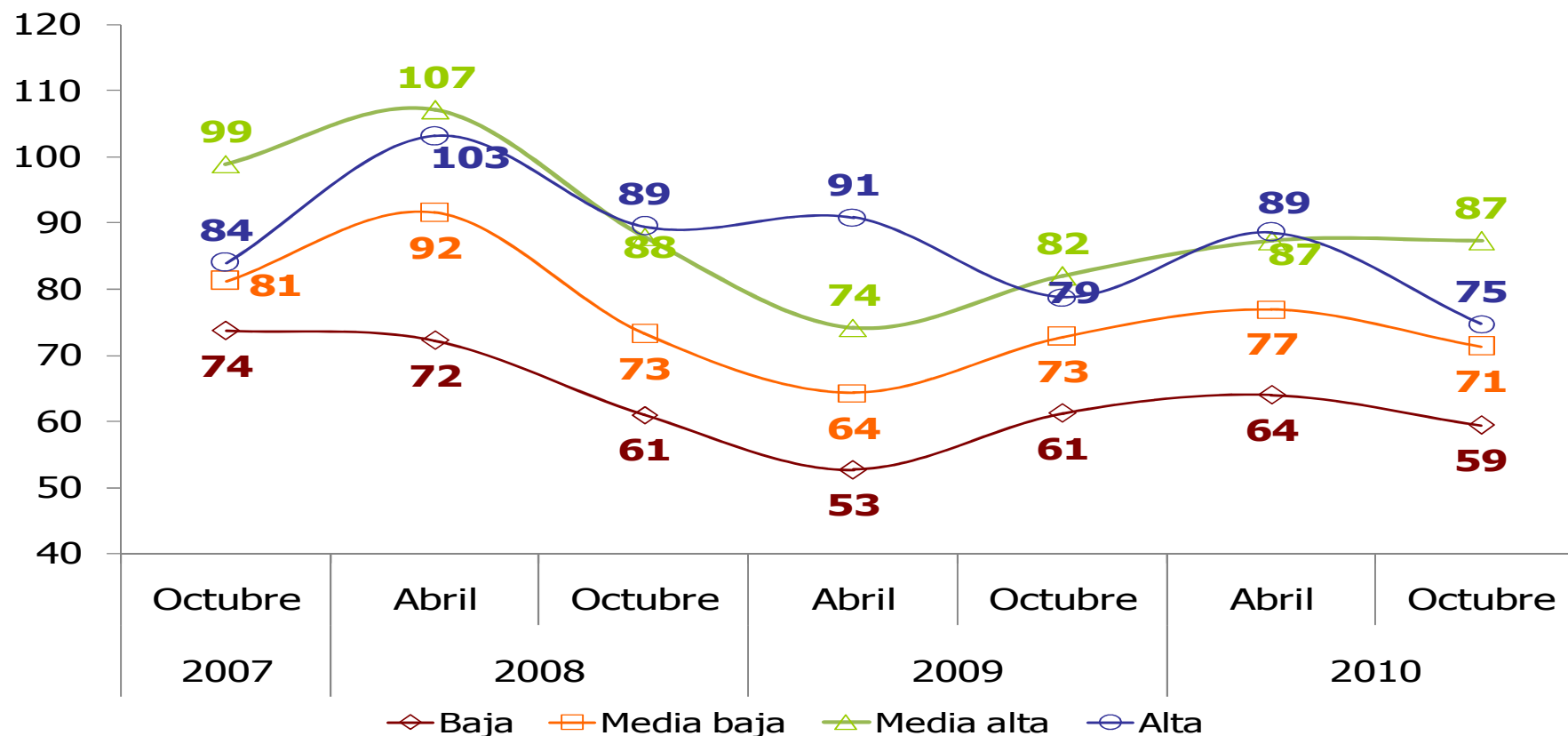


El análisis de acuerdo con la auto-percepción de clase social indica que en octubre 2010 la “clase media alta” es la que registra los mayores niveles de confianza en la economía, lo cual se observa tanto en la valorización de la coyuntura económica como en la valorización de las expectativas.

Los más bajos niveles de confianza en la economía se observan en la “clase baja”, tanto en la valoración de la coyuntura como de las expectativas, aunque las brechas entre clases sociales son mucho mayores en la valorización de la coyuntura.

En todas las clases sociales los indicadores de confianza en las expectativas de la economía están muy por encima de los indicadores de la coyuntura, reflejando una mayor confianza de los consumidores en el futuro de la economía.

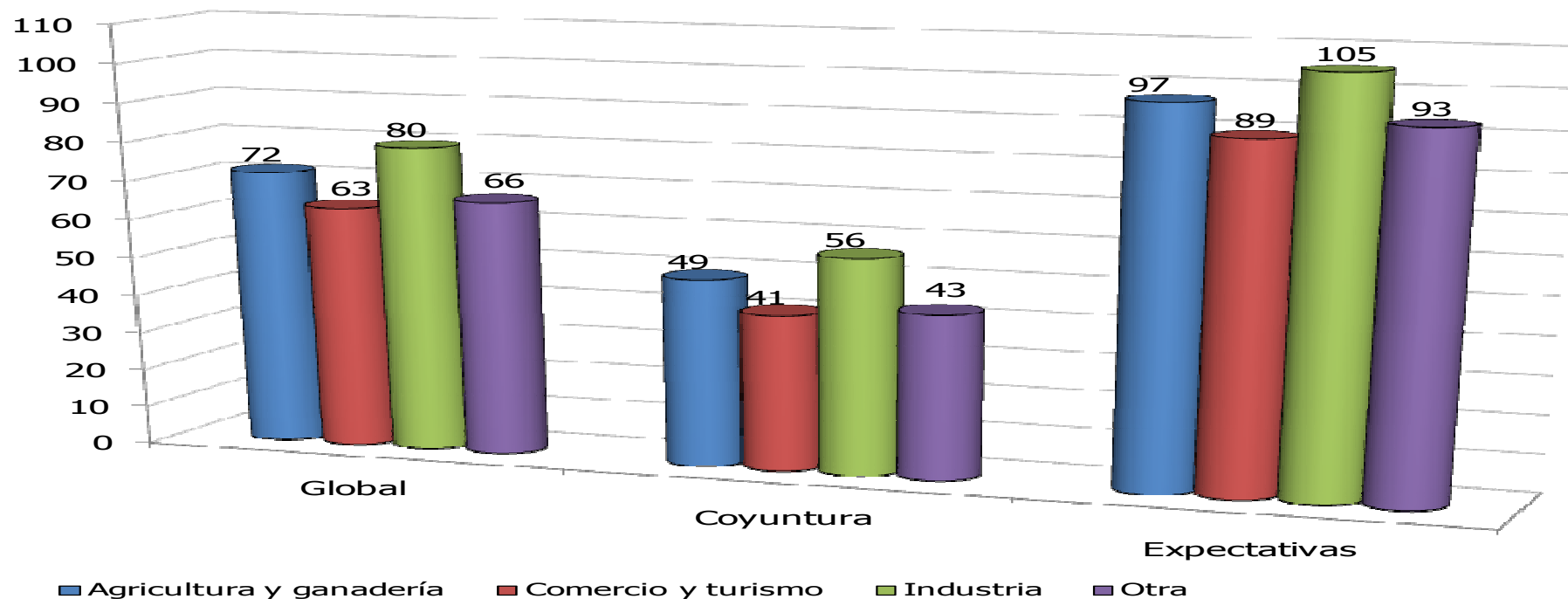
Evolución de la confianza en la economía por clase social, octubre 2007- octubre 2010



En octubre del 2010 la “clase media alta” mantuvo su confianza en la economía en niveles similares al registrado en abril 2010.

Todas las demás clases sociales disminuyeron sus niveles de confianza en la economía, siendo el deterioro mucho mayor en la “clase alta” que en las clases “baja” y “media baja”.

Índices de confianza en la economía por sector de actividad, Octubre 2010

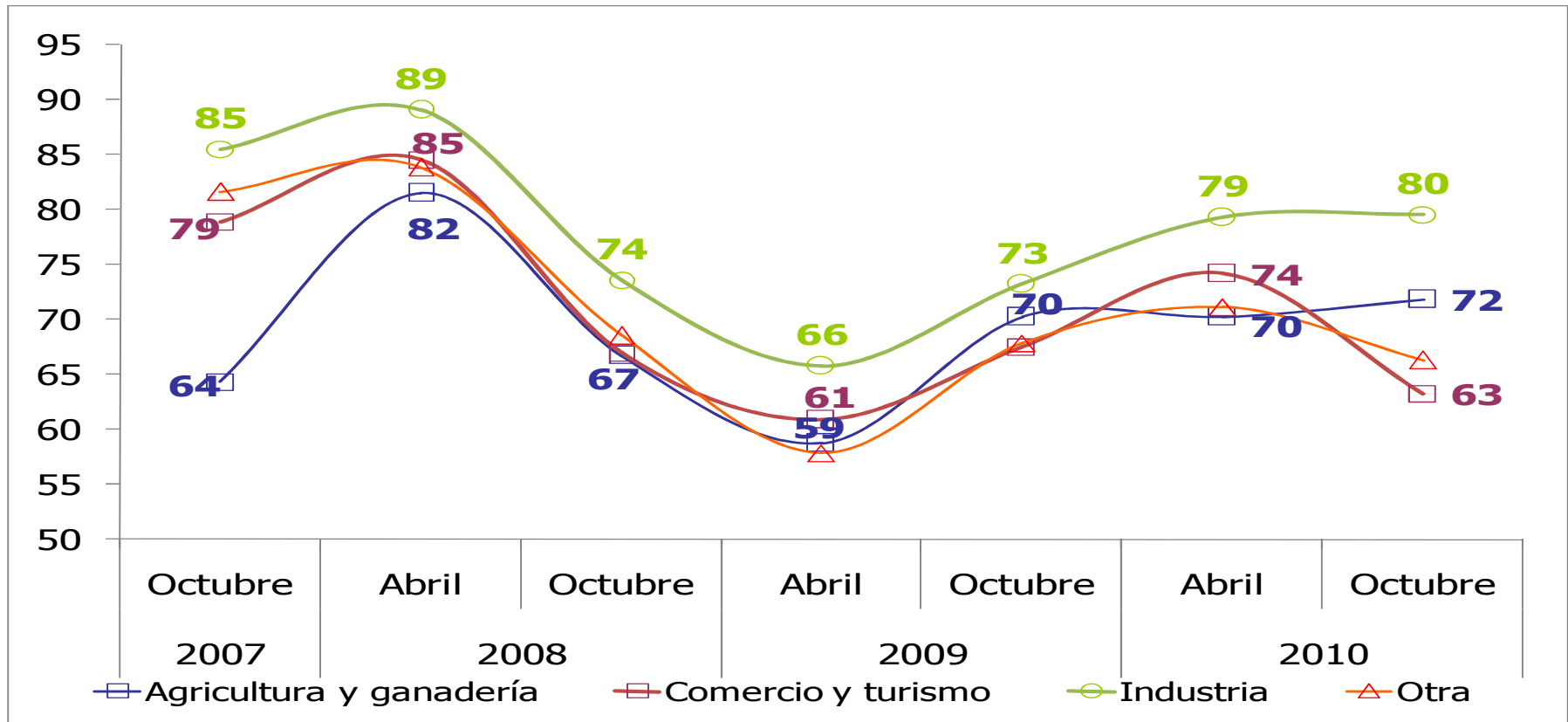


En octubre 2010 los trabajadores del sector de actividad “Industria” fueron los que registraron los mayores niveles de confianza en la economía, lo cual se observa tanto en los niveles de confianza en la coyuntura como también en el caso de las expectativas.

Los más bajos niveles de confianza en la economía se observan en los trabajadores de los sectores de actividad “comercio y turismo” y “otras actividades”, siendo ligeramente mayor la confianza en la coyuntura y las expectativas para los trabajadores del último 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. 32

Evolución de la confianza en la economía por sector de actividad, octubre 2007- octubre 2010



En octubre 2010 los sectores "industria" y "Agricultura y ganadería" registraron mejoría en sus niveles de confianza en la economía. Estos dos sectores continuaron el mejoramiento de la confianza en el marco de un proceso iniciado en octubre 2009.

En cambio, los sectores "comercio y turismo" y "otras actividades" en octubre del 2010 disminuyeron sus niveles de confianza en la economía, siendo la pérdida muy significativa en el primero de estos dos sectores. Ambos sectores habían mostrado un aumento de la confianza en las dos encuestas previas.

Comentarios Finales

- ✓ La confianza del consumidor en la economía dominicana en octubre del 2010 muestra un ligero deterioro en algunos sectores, luego de la recuperación observada de abril 2009 a abril 2010. La confianza se había deteriorado previamente, en octubre 2008 y abril 2009, motivado por los aumentos de los precios de los alimentos y del petróleo en el mercado internacional y por el impacto de la crisis financiera global.
- ✓ En octubre del 2010 la valoración de la confianza del consumidor en la coyuntura económica sigue siendo inferior que la valorización de la expectativa en la economía, lo cual significa que el consumidor dominicano espera para el próximo año un mejor desempeño económico que el percibido durante el último año.
- ✓ La confianza en la economía sufrió un ligero deterioro entre abril y octubre del 2010, lo cual, sumado al hecho de que los indicadores se sitúan por debajo de 100, sugiere que el proceso de recuperación de la confianza no ha sido suficientemente fuerte para lograr que la proporción de consumidores con percepción optimista sobre la economía supere a la proporción con una percepción menos optimista.