

NOTA DE INVESTIGACIÓN: LA CONSTRUCCIÓN DEL ÍNDICE DE CONFIANZA DEL CONSUMIDOR (ICC)

1. Introducción

El objetivo del Índice de Confianza del Consumidor (ICC) es anticipar los comportamientos de consumo de los ciudadanos, por lo que su construcción se fundamenta principalmente en preguntas sobre las percepciones de los consumidores tanto con relación a la evolución económica reciente (6 meses), como con respecto a su potencial evolución en el futuro inmediato (6 meses). El ICC que realiza el CIS –y que hasta noviembre de 2011 llevaba a cabo el Instituto de Crédito Oficial (ICO)- tiene su antecedente metodológico principal en los elaborados por la Universidad de Michigan y la Conference Board en Estados Unidos.

2. Encuesta

Desde septiembre de 2004 y hasta el mes de marzo de 2012 el ICC se elaboraba a partir de una encuesta mensual de opinión con aplicación telefónica de un cuestionario estandarizado a una muestra representativa de la población residente en España de 1.000 individuos mayores de 16 años. A partir del mes de abril de 2012 el CIS decidió variar en parte los criterios de elaboración de la muestra para adaptarlos al resto de los estudios que realiza. El tamaño muestral aumentó hasta 1.200 entrevistas a individuos mayores de 16 años, continuando con muestreo bietápico y estratificado.

A pesar de estos cambios, la muestra presentaba un creciente problema de pérdida de cobertura al realizarse todas las entrevistas y la selección de los hogares e individuos mediante llamadas a teléfonos fijos. Con ese planteamiento muestral, en el año 2012, el estudio presentaba una cobertura del 81,7% de la población, dejando fuera de su alcance al 17,8% de residentes con teléfono móvil que no disponen de teléfono fijo en su hogar. Por ello, a partir del mes de mayo de 2013 la muestra del ICC se incrementó hasta 1.400 entrevistas que se distribuían entre 230 entrevistas a personas con móvil, pero sin teléfono fijo en su hogar y 1.170 entrevistas a personas con teléfono fijo en su hogar. De este modo, la cobertura, en términos de TIC-Hogares se situaba en esos momentos en el 99,5% frente al 81,7% previo.

No obstante, el continuo crecimiento del número de hogares sin teléfono fijo obliga a revisar periódicamente el diseño muestral adoptado en 2013. Por ello, en 2014 el CIS decidió establecer como tamaño de la muestra 1.510 entrevistas, con 1.200 entrevistas a hogares con teléfono fijo y 310 a hogares sin teléfono fijo. Posteriormente, en 2018, se incrementó el tamaño total de la muestra hasta 2.200 entrevistas. De este modo, la muestra a partir de

septiembre de 2018 se compone de 2.200 entrevistas, 1.752 a hogares con teléfono fijo y 448 a hogares sin teléfono fijo. En septiembre de 2020, se aumentó el tamaño de muestra hasta 3.000 entrevistas quedando su distribución en 2.287 entrevistas a hogares que disponen de teléfono fijo y 713 a hogares que únicamente disponen de teléfono móvil. Con posterioridad, en febrero de 2021 se actualizaron las distribuciones a los nuevos datos poblacionales disponibles y la distribución se estableció en 2.172 entrevistas a hogares que disponen de teléfono fijo y 828 entrevistas a hogares que únicamente disponen de teléfono móvil. En diciembre de ese año se actualizaron esas distribuciones estableciéndose en 2068 entrevistas a hogares con teléfono fijo y 932 solo con teléfono móvil.

El procedimiento de muestreo presenta alguna diferencia en función del tipo de teléfono de contacto. Con los teléfonos fijos se lleva a cabo un muestreo estratificado. En cada estrato se procede a la selección aleatoria del número de teléfono de la vivienda a partir de los listados telefónicos disponibles y, a continuación, se seleccionan los individuos según cuotas cruzadas de sexo y edad, así como de actividad (ocupado/a, parado/a o inactivo/a). Con los teléfonos móviles, se procede al marcado aleatorio de números (RDD) aplicándose en la selección de los individuos las mismas cuotas que en los teléfonos fijos.

Los estratos se forman por el cruce de las 17 comunidades autónomas, junto con las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla, con el tamaño de hábitat de los municipios dividido en 7 categorías: menor o igual de 2.000 habitantes; de 2.001 a 10.000; de 10.001 a 50.000; de 50.001 a 100.000; de 100.001 a 400.000; de 400.001 a 1.000.000; y más de 1.000.000 de habitantes. El margen de error para el total de la muestra y bajo el supuesto de muestreo aleatorio simple es de $\pm 1,8\%$, para un margen de confianza del 95% y en el supuesto de máxima indeterminación ($p=q=0,5$).

Las llamadas para las entrevistas telefónicas se realizan preferentemente en horario de tarde (entre las 17 y las 22 horas), evitando que el trabajo de campo coincida con fin de semana. El trabajo de campo empieza el día 15 de cada mes, siempre que no coincida con festivo o fin de semana.

La estructura del cuestionario que se aplica puede dividirse en cuatro grupos de preguntas:

- Preguntas que se utilizan para el cálculo del ICC (preguntas: 3, 7, 8, 9, 12 y 14)
- Preguntas que buscan la explicación a las respuestas a las preguntas utilizadas para el cálculo de ICC (preguntas: 4a, 4b, 13a y 13b)
- Preguntas que pueden ayudar a interpretar el ICC resultante (preguntas: 1, 2, 5, 6, 10, 11, 15, 16, 17 y 18)
- Preguntas de carácter sociodemográfico: edad, sexo, estudios, ocupación, estructura del hogar, ingresos, posición en escala ideológica, voto, etc.

3. Cálculo del ICC y de sus componentes

El ICC está compuesto por dos índices parciales:

-El **Índice de Situación Actual** que se refiere a la valoración que hacen los consumidores de la situación económica actual, en relación con la que tenían seis meses antes. Se calcula a partir de las distribuciones de respuestas a las siguientes preguntas:

- ¿Considera usted que la situación económica actual de su hogar es mejor o peor que hace seis meses?
- ¿Considera usted que la situación en España para encontrar/mejorar un puesto de trabajo es mejor o peor que hace seis meses?
- ¿Considera usted que la situación actual de la economía española es mejor peor que hace seis meses?

-El **Índice de Expectativas** que refleja la situación económica esperada por los consumidores para dentro de seis meses. Se calcula a partir de la distribución de las respuestas a las siguientes preguntas:

- ¿Considera que la situación en España para encontrar/mejorar un puesto de trabajo dentro de seis meses será mejor o peor que en la actualidad?
- ¿Considera usted que la situación de su hogar dentro de seis meses será mejor o peor que en la actualidad?
- ¿Considera usted que la situación de la economía española dentro de seis meses será mejor o peor que la actual?

Cada índice parcial (situación actual y expectativas) es el resultado de los siguientes pasos:

1º- En cada una de las preguntas señaladas, se obtiene la diferencia entre el porcentaje de respuestas que señalan una mejora y el porcentaje que señala un empeoramiento. Las otras respuestas posibles ("igual", "no sabe" y "no contesta") no cuentan para el cálculo. Por lo tanto: porcentaje de respuestas "mejor" menos porcentaje de respuestas "peor".

2º- Se suma 100 al resultado obtenido en el primer paso. Se construye así el resultado de cada pregunta.

3º- Cada índice parcial (situación actual o expectativas) se calcula como media aritmética de los resultados de las tres preguntas que lo componen. Así, el índice parcial de situación actual queda configurado de la siguiente manera:

A: % "mejor" - % "peor" a la pregunta ¿considera que la situación económica de su familia es mejor o peor que hace seis meses?

B: % "mejor" - % "peor" a la pregunta ¿considera que la situación en España para encontrar/mejorar un puesto de trabajo es mejor o peor que hace seis meses?

C: % "mejor" - % "peor" a la pregunta ¿considera que la situación actual de la economía española es mejor o peor que hace seis meses?

$$\text{Índice de Situación Actual} = [(A+100)+(B+100)+(C+100)] / 3$$

Finalmente, para la obtención del ICC se calcula la media aritmética de los dos índices parciales (situación actual y expectativas):

$$\text{ICC} = (\text{Índice de Situación Actual} + \text{Índice de Expectativas}) / 2$$

Por lo tanto, el valor del ICC se extiende desde 0, cuando todas las personas entrevistadas contestan con la opción "peor" a las seis preguntas que se han tenido en cuenta, a 200, cuando todas las personas entrevistadas seleccionan la opción "mejor" a esas seis preguntas. Teniendo este rango en cuenta, el ICC sitúa en el 100 su punto de equilibrio, los valores por debajo de esta cifra indican una percepción desfavorable sobre la actividad económica y por encima de 100 indican una percepción favorable. No obstante, al margen de estos valores, el ICC pretende anticipar incrementos o descensos del consumo de las familias, medido con más retraso por la contabilidad nacional y otras fuentes estadísticas, variaciones que también dependen de cual sea el punto de referencia que se adopte.