



MINISTERIO  
DE LA PRESIDENCIA

CIS

CENTRO DE  
INVESTIGACIONES  
SOCIOLOGICAS

DEPARTAMENTO DE  
INVESTIGACION

**PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN DE LA REALIZACIÓN DE ENCUESTA TELEFÓNICA MENSUAL (TRABAJO DE CAMPO Y TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN) NECESARIA PARA LA ELABORACIÓN DEL INDICADOR DE CONFIANZA DEL CONSUMIDOR DEL CIS PARA EL AÑO 2014 CON POSIBILIDAD DE PRÓRROGA.**

**1.- JUSTIFICACION.-**

La Ley 39/1995 establece como finalidad fundamental del Centro de Investigaciones Sociológicas el estudio científico de la sociedad española y, entre sus funciones más específicas, la de realizar "*estudios que proporcionen diagnósticos sobre situaciones y asuntos sociales y sirvan de orientación a los poderes públicos en sus iniciativas normativas y ejecutivas*".

En España, un indicador de este tipo adquiere especial relevancia, ya que el consumo privado supone el 60% del PIB español. Desde septiembre de 2004, lo ha elaborado el Instituto de Crédito Oficial para nuestro país; siendo admitido como una referencia de confianza por los distintos agentes.

Sin embargo, el ICO ha decidido abandonar su elaboración. El Centro de Investigaciones Sociológicas se encuentra interesado en la elaboración del mismo, manteniendo la serie, lo que lleva a ser fiel a la metodología utilizada durante los últimos años, lo que incluye realización de entrevistas telefónicas. Dado que el CIS no cuenta con instalaciones ni personal especializado en estudios telefónicos, éste ha de realizarse por parte de una empresa externa.

**2.- OBJETO DEL TRABAJO.-**

El estudio se propone conocer las intenciones de gasto de los consumidores españoles a partir de su percepción de la situación económica general, con la finalidad de orientar a los poderes públicos, en particular, y a los distintos agentes económicos en sus decisiones. El objeto de contratación al que se refiere el presente pliego es la realización de la encuesta mensual necesaria para la elaboración del Indicador de Confianza del Consumidor (ICC) y el tratamiento de la información derivada de la misma con los formatos con los que trabaja habitualmente el Centro de Investigaciones Sociológicas.

Con tal finalidad, el objeto general del contrato abarcará los siguientes extremos:

1. Programación del cuestionario para su aplicación a través de entrevista telefónica.
2. Realización del trabajo de campo mensual.
3. Tratamiento de la información derivada de la encuesta.
4. Realización de los documentos en los que se presenten los resultados de cada encuesta mensual, según formato que se detallará más adelante.
5. Realización de un informe técnico-metodológico mensual, que contendrá un resumen del proceso de la encuesta, así como de las incidencias encontradas en la realización del trabajo de campo.



### 3.- METODOLOGIA.-

El estudio deberá basar su metodología en la Entrevista Telefónica mediante C.A.T.I (Computer-Assisted Telephone Interviewing) y cada uno de los estudios mensuales se ajustará a los siguientes requerimientos:

1. **TAMAÑO MUESTRAL MENSUAL:** 1.510 individuos mayores de 16 años representativos del conjunto de la sociedad española. Se aplicarán cuotas de sexo y edad en la selección de las unidades últimas. Además, la muestra total debe representar en las mismas proporciones la estructura básica de ocupación de la última Encuesta de Población Activa (EPA) publicada y el equipamiento telefónico de los hogares según la encuesta de equipamiento de los hogares que realiza el INE.
2. **DISEÑO MUESTRAL:** Distribución proporcional provincial, según el último Padrón actualizado. Las entrevistas se realizarán del siguiente modo:
  - ✓ Para las 1.200 entrevistas a hogares con teléfono fijo, el procedimiento de muestreo es polietápico, siendo los municipios las primeras unidades muestrales, seleccionadas de forma aleatoria proporcional para cada una de las 52 provincias (50 + Ceuta y Melilla) españolas. La unidad secundaria es el hogar, seleccionado aleatoriamente por número de teléfono. Las unidades últimas son los individuos, seleccionados por cuotas cruzadas de sexo y edad.
  - ✓ Para las 310 entrevistas a teléfonos móviles de hogares que no disponen de teléfono fijo, se procederá al marcado aleatorio de números (RDD) aplicándose en la selección de los individuos las mismas cuotas que en los teléfonos fijos.
3. **TRABAJO DE CAMPO:** Se realizará entre los días 15 y 23 de cada mes. Las llamadas telefónicas se han de realizar en horario de tarde, hasta las 22 horas, evitando que el trabajo de campo coincida con fin de semana o fiestas nacionales.
4. **CUESTIONARIO:** Contiene preguntas sobre el crecimiento de los precios cuyos datos serán comunicados por el CIS a la empresa para cada mes.

### 4. - DOCUMENTACIÓN A ENTREGAR, RESULTADOS Y OBJETIVOS ESPECÍFICOS.-

Realizadas las tareas que se especifican anteriormente, el adjudicatario enviará al Centro de Investigaciones Sociológicas la siguiente documentación:

- A. Informe sobre las características de la muestra.
- B. Libro de códigos: cuestionario y, en su caso, códigos de todas las preguntas abiertas.
- C. Informe técnico-metodológico, con expresión de las incidencias que se hayan podido producir durante el trabajo de campo.
- D. Informe final de resultados principales que incluya:



- ✚ El cuestionario definitivo, especificando la numeración y los códigos exactos empleados en cada pregunta y categoría. Este cuestionario deberá también incluir todos los protocolos de aceptación o rechazo de una encuesta.
- ✚ Fichero en ASCII con la Matriz de Datos validada (de cuestionarios cumplimentados)
- ✚ Fichero en SPSS con definición de variables y etiquetado de variables y categorías, incluyendo, en su caso, las instrucciones de ponderación.
- ✚ Fichero en SPSS con todos y cada uno de los contactos realizados y todas y cada una de las incidencias. En este fichero se incluirá:
  - ▶ Cada número de teléfono con el que se haya intentado contactar figurará un registro y el resultado de cada llamada, con las características de una variable específica.
  - ▶ El número de variables se corresponderá con el máximo de reintentos por número (por ejemplo, si se estipulan diez reintentos, se considerarán diez variables, aunque en algunos casos no sean necesarias todas).
  - ▶ Cada registro aparecerá con un número o clave distinto del número de teléfono, para asegurar la confidencialidad de los datos.
  - ▶ Las incidencias se ajustarán al modelo proporcionado por el CIS, aunque se podrán incluir categorías según sean necesarias por las características del campo telefónico.
  - ▶ Cada llamada deberá incluir toda la información de la que se disponga: hora de inicio y final de cada llamada, información muestra (provincia, municipio, tamaño), sexo, edad (en caso de aplazamientos o cuando se disponga de ello). En caso de negativa, se registrará el motivo, si es posible.
  - ▶ Las entrevistas realizadas llevarán la misma identificación que las llamadas correspondientes para poder proceder a la fusión de archivos.
  - ▶ Se adjuntará asimismo libro de claves con los códigos utilizados para cada variable
- ✚ Frecuencias marginales o resultados en porcentajes verticales y conteniendo la especificación del número de casos de cada pregunta, según el modelo proporcionado por el CIS.
- ✚ Tabulación de todas las variables por cada una de las variables de control o resultados en porcentajes verticales conteniendo la especificación del valor del número de casos de cada pregunta, según el modelo proporcionado por el CIS.



MINISTERIO  
DE LA PRESIDENCIA

CIS

CENTRO DE  
INVESTIGACIONES  
SOCIOLOGICAS

DEPARTAMENTO DE  
INVESTIGACION

Los resultados que se pretenden obtener con el estudio, también denominados objetivos específicos, y destinados principalmente a la elaboración del ICC, son:

- ✓ Información relativa a la valoración por los consumidores de la situación actual de la economía española.
- ✓ Información relativa a la valoración por los consumidores de la situación económica actual de su familia.
- ✓ Información relativa a la valoración de los consumidores de la situación de España para encontrar trabajo o cambiar de empleo.
- ✓ Información relativa a la percepción de la evolución futura de la situación económica de España.
- ✓ Información relativa a la percepción de la evolución futura de la situación económica familiar.
- ✓ Información relativa a la percepción de la evolución futura de las posibilidades para encontrar trabajo o cambiar de empleo en España.
- ✓ Información relativa a las expectativas de los consumidores sobre evolución de los precios.
- ✓ Información relativa a las expectativas de los consumidores sobre evolución de los tipos de interés.
- ✓ Información relativa a las expectativas de los consumidores sobre posibilidades de ahorro en el próximo año.
- ✓ Información relativa a las expectativas sobre adquisición de bienes duraderos durante el próximo año.

#### **5.- PLAZOS DE EJECUCIÓN.-**

La encuesta comenzará a realizarse el día siguiente a la firma del contrato y tendrá una duración de un año. Se realizarán los trabajos mensualmente entre los días 17 y 22. Las llamadas se han de realizar en horario de tarde y antes de las 22 horas, evitando que el trabajo de campo coincida con fin de semana o fiestas nacionales.

Los resultados de cada encuesta mensual, con la documentación y los formatos referidos en el apartado 4, deberán ser enviados al CIS en un máximo de 4 días hábiles tras la finalización del trabajo de campo.

#### **6.- PRESUPUESTO.-**

El presupuesto, I.V.A incluido, que representará el coste del trabajo, alcanzará la cantidad máxima de 167.585, 00euros (CIENTO SESENTA Y SIETE MIL QUINIENTOS OCHENTA Y CINCO EUROS)

#### **7.- FORMA DE PAGO.-**

El pago se realizará fragmentado de acuerdo con las unidades de trabajo entregadas de conformidad con el Director del Departamento de Investigación del Centro de Investigaciones Sociológicas, de los productos mensuales referidos en el apartado 4.



MINISTERIO  
DE LA PRESIDENCIA

CIS

CENTRO DE  
INVESTIGACIONES  
SOCIOLOGICAS

DEPARTAMENTO DE  
INVESTIGACION

**8.- PROPIEDAD DE LOS TRABAJOS.-**

El Centro de Investigaciones Sociológicas ostentará la propiedad de los trabajos presentados y aceptados, reservándose la posibilidad de hacerlos públicos en cualquier tipo de soporte, es decir, oralmente, vía web, o a través de sus colecciones editoriales.

Madrid, a ..... de ..... de 2014.

LA DIRECTORA DE INVESTIGACIÓN.

VºBº  
EL PRESIDENTE

Berta Álvarez-Miranda Navarro

Felix Requena Santos

