

Consulta para conocer el estado del arte en la captación de información de consumidores y usuarios de los sectores supervisados por la CNMC

Preámbulo

A pesar de que la CNMC dispone de datos sobre las actividades que regula aportados por las empresas que operan en los distintos sectores, esta información no permite identificar completamente las necesidades de los ciudadanos ni analizar la demanda de servicios desde el punto de vista del consumidor. Por ello, la CNMC debe obtener información que complemente los datos obtenidos de los operadores y le proporcione la posibilidad de conocer las opiniones de los españoles ante distintas realidades.

Hasta la fecha la CNMC ha venido recabando la información de consumidores mediante encuestas y el procesamiento de facturas de los hogares. No obstante, la CNMC desea conocer el estado del arte técnico-profesional en el ámbito de la recogida de información de ciudadanos y, con esta iniciativa, quiere consultar a cualquier tipo de experto, autoridad o agente sobre las posibles mejoras de los servicios de investigación de mercado de los que la CNMC se pudiera beneficiar.

Por ello la CNMC solicita a los agentes que quieran colaborar en esta iniciativa que rellenen el cuestionario adjunto, después de comprender las necesidades y la propuesta de metodología de la CNMC expuestas a continuación.

Descripción de las necesidades de la CNMC

La CNMC necesita obtener datos estadísticamente representativos de los hogares y los individuos españoles. Además de obtener información transversal relevante y de calidad también debe obtener información longitudinal, es decir, aquella que resulta de hacer un seguimiento a los mismos hogares/individuos a lo largo del tiempo, para conocer los cambios en sus elecciones, hábitos de consumo y opiniones e incluso vincular estos cambios a distintos sucesos.

Por ejemplo, la CNMC desea recabar información sobre la penetración real de los servicios, la percepción de calidad de los servicios por parte de los usuarios, los patrones de cambio de operador/empresas, el conocimiento por parte de los usuarios de los sectores supervisados, los gastos de los hogares en el sector de las telecomunicaciones y energéticos, los servicios OTT, los hábitos de consumo en el sector audiovisual, etc. Estas informaciones deberían recabarse semestralmente. Se pueden encontrar ejemplos de los indicadores que se han elaborado con esta información consultando los ficheros disponibles en <http://data.cnmc.es> bajo el epígrafe Panel de Hogares CNMC.

En el caso de los servicios de telecomunicaciones se desea también recabar información pormenorizada de los modos de contratación, gastos y consumos de los servicios contratados por el hogar y sus miembros. Estas informaciones deberían recabarse trimestralmente, al menos para cuatro meses del año. A modo de ejemplo, conocer para un hogar que contrata un paquete de servicios, el número y tipo de servicios incluidos (acceso fijo, número de líneas móviles, etc.), el operador que lo suministra, el precio del paquete y el gasto total de la factura, además de otros precios e indicadores como la velocidad de la banda ancha fija incluida en el paquete.

Metodología sugerida por la CNMC

La CNMC propondría recabar información vía cuestionarios semestrales y la recogida de facturas de telecomunicaciones en cuatro meses del año (marzo, junio, septiembre y diciembre). La CNMC considera que la información debería recogerse mediante un panel rotante en el que un elevado porcentaje de hogares se mantuviera en el estudio durante varios periodos. Las muestras deberán ser representativas de los respectivos universos.

Tamaño muestral para las encuestas a hogares y sus miembros. Dado el nivel de desglose requerido para algunos indicadores se considera necesario obtener información de, al menos, 4.000 hogares conformados por aproximadamente 8.700 individuos de 10 o más años.

Tamaño muestral para las facturas de telecomunicaciones. A partir de los hogares

e individuos incluidos en la muestra anterior deberían obtenerse, al menos, 2.000 facturas por mes de paquetes de servicios de telecomunicaciones, 1.300 de móvil individual sin empaquetar y 300 de telefonía fija sin empaquetar. Estas muestras deberán adaptarse a la dinámica del mercado en cada momento.

Ámbito geográfico de todas las muestras. Todo el territorio nacional, excepto Ceuta y Melilla.

Rotación. La rotación anual no debería superar el 25%.

Ponderación. Dada la complejidad para llevar a cabo un muestreo aleatorio simple en un estudio de estas características, el uso de diseños muestrales complejos debería acompañarse de ponderaciones estadísticas para obtener estimadores sin sesgo.

Cuestionarios. Los cuestionarios se revisarían semestralmente para introducir y eliminar cuestiones según sean los intereses de la CNMC.

Forma de recogida de los datos. Posibilidad de la combinación de diferentes metodologías: on-line (CAWI), telefónica (CATI), postal y presencial.

Controles de calidad. Los servicios descritos requieren de diversos controles de calidad, como por ejemplo los de no-respuesta y gestión del panel como los de grabación de la información y procesamiento de datos.

Duración

La CNMC considera necesario que el plazo mínimo de ejecución de estos trabajos tenga una duración de 28 meses para posibilitar así 4 entregas semestrales relativas a cuestionarios y 8 entregas trimestrales de facturas.

Presupuesto

El presupuesto máximo que la CNMC considera necesario para implementar estos trabajos es de 465.000 euros por año (IVA incluido).

INSTRUCCIONES PARA RESPONDER A ESTA INICIATIVA

Por favor responda a esta consulta remitiendo sus respuestas (completas o parciales) en el fichero Excel habilitado al correo iniciativa_consumidores@cnmc.es antes del 1 de abril de 2017.

Con posterioridad a esta consulta pública se realizará un informe sobre las respuestas recibidas que de manera conjunta, sintetice los principales resultados.

Los participantes darán su consentimiento expreso para que la CNMC pueda, toda vez que sean analizadas todas las repuestas presentadas, difundir las conclusiones extraídas sin desvelar la identidad de los participantes. En caso de que en las respuestas presentadas exista alguna restricción, se debe identificar aquella que tiene carácter confidencial, para que la CNMC no divulgue dichos contenidos.

Se informa también que cualquier consulta que se realice relativa a esta iniciativa y cualquier respuesta que pueda dar la CNMC a la misma serán publicadas.