

IMPACT OF APPLYING A TDM ON RESPONSE RATE PERFORMANCE. CASE OF MINETUR'S INDUSTRY SURVEY.

This document consists in a support explanation to the [presentation that can be accessed by following this link.](#)

The content of the package could be allocated within the frame of the Thematic group 3 of the Task force on quality of survey data which main duty is “*Analysis of response rates across institutes: driving factors, impact of cut-offs (firm size), impact of survey mode, compulsory versus voluntary participation, impact of sampling method (...), ways to raise/stabilise response rates, empirical evidence on links with data bias (and possibly volatility)*” (ECFIN, 2013a, emphasis in original)

The Thematic group 3 (Response Rates hereinafter RR) is led by WIFO and is completed by the following partner institutes

| |
|------------------------------|
| 3) Task Force response rates |
| WIFO (AT) Lead |
| Minetur (ES) |
| Turkstat (TR) |
| TCMB (TR) |
| CBI (UK) |

The background is the research outline presented for Gerhard Schwarz (WIFO) to the group by 31may 2013 in which, throughout different empirical evidences, concludes that, the nexus between a potential driver of response rates and respondents' actual behaviour is sometimes more complex than originally thought and might be context dependent and/or ambiguous.

- mandatory requirements
- reminders
- sampling frames
- cut-offs
- survey modes
- resources available at an institute for conducting the surveys
- public acknowledgement of the conducting institute

Potential driving factors affected by ambiguous respondent's behavior:

Consequently, the silver bullet would be to lower the context dependency and/or ambiguity of the respondent's behaviour, this is...to develop his/her loyalty to us...to motivate him to respond our survey, in such a way it might make up the “survey fatigue”. By achieving this, we would be able, at least in theory, to raise/stabilise response rates.

Thus, we agree with Gerhard Schwarz that the prototype of an appropriate framework for the optimisation of response rates could be provided by Dillman (2000). His Tailored Design Method (TDM) is based on social exchange theory and relies on three core elements to increase the odds of survey participation:

“[R]ewards, costs, and trust. ... The theory of social exchange implies three questions about the design of a questionnaire and the implementation process: How can we increase rewards for responding? How can perceived costs be reduced? How can trust be established so that the ultimate rewards will outweigh the costs of responding?” (Dillman, 2000, p. 14)

Also according to TDM every survey is different from the others so the routines should be tailored by setting up routines/protocols/framework like the following:

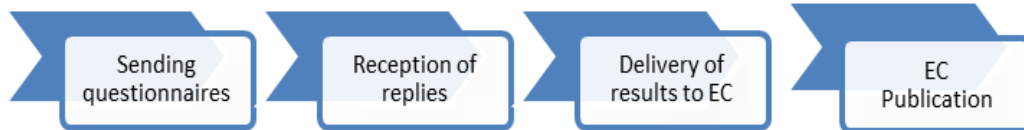
1. Visual design and layout of the questionnaire to encourage all respondents to process and interpret information in the same way.
2. Carefully-timed contacts that support one another through their wording and timing.
3. At least one mail contact that is special, for example, being sent in a different size of envelope with overnight delivery.
4. Personalized correspondence that includes real letterhead stationery, dates, is addressed to individuals, and viewed as respectful by the recipient
5. Inclusion of a return envelope that contains real stamps (not a business reply) as a means of keeping the questionnaire from being thrown away inadvertently.
6. Incentive sent containing useful reference information.
7. Switching to another mode, e.g., telephone or e-mail for nonrespondents and using multiple additional attempts by the new method to obtain a response.

But, even though, they are not bad ideas at all, many of these measures are very time/resources consuming in a time in what we are heading an scenario of increasing expenditure cuts. Nevertheless, we could implement a combination/variation of them as far as we could afford it and one of the solutions to be able to afford it is by introducing ICT in the selected routines.

MINETUR's INDUSTRY SURVEY PRACTICES (APPROACH TO A TDM FRAMEWORK).

Considering the former and being also aware that the Response Rate is highly influenced, apart from the respondent's behaviour, by all the steps taken to conduct a survey, we are going to explain what we are doing at this respect and the results obtained so far.

We will base on the typical steps taken to conduct a survey any month in the Schedule of BCS to provide a better understanding.



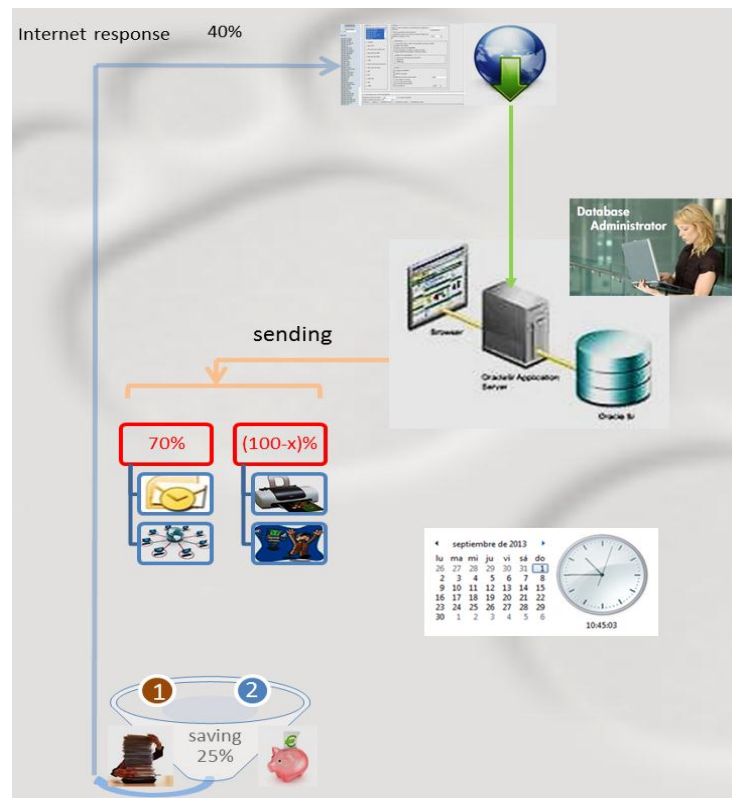
1) Sending questionnaires: Beginning of the month → open a new response period, we send

1.a) email (see annex 2) to 70% of the firms, those with a valid email address in our DDBB. From July 2013 onwards this email notes that we are not sending postal mail to those firms with a valid email in our DDBB **AND** that usually respond by internet. They are about 500 firms out of 2500. This fact is communicated to firms in this email and others reminders (as Annex 1: body of the message).

1.b) We also send $(100-x)\%$ questionnaires (see annex 4) by postal mail. The subtracting term (x) correspond to the formerly mentioned 500 firms. This makes 2.000 questionnaires sent approx.

1.c) A feedback loop is required to enable the system to work dynamically, this means that for a given firm (with a valid email address) that usually responds by internet and, therefore, has not received a questionnaire but an email (annex 2) the current month, a questionnaire is sent again next month if the firms failed to respond. Summing up: to keep receiving only electronic communications a firm needs to keep responding on-line. We will explain more the feedback loop later in "section 2: reception of questionnaires".

We assess this could reduce yearly from 20% to 25% the item "II.4 Costs of material" of the Budget. By stating the purpose of the measure in a head note in the email (Annex 2) we try the respondents to perceive it as a decreasing cost (savings) and an increasing reward (electronic communications only between parts).



2) Reception of questionnaires

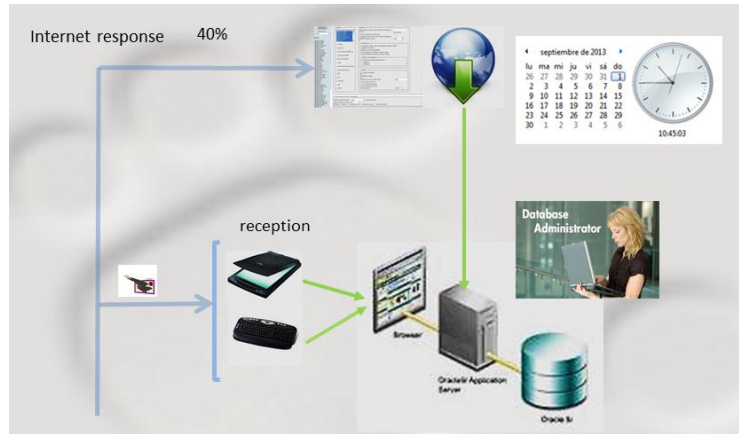
Reception and the rest of the field work takes place usually between 1st and 25th of a given month. As lowering costs to be perceived by respondents, we have streamlined the website where replies are collected so we made it more user-friendly and intuitive.

We embedded a twitter widget in the right side of the screen that displays tweets potentially useful for the respondent (see annex 3). It is always visible in all pages of the site (independent from navigation).

Another cost that can be perceived as reduced comes from the fact that respondent can use either the login provided in the email communicating the opening new period of response (annex 2 and/or annex 4) or a digital certificate for identification which is more and more common among the firms to deal with the administration. On top of that, the system is compatible with browsers different to internet explorer like mozilla or google chrome.

By doing the response web site more attractive this way we are encouraging respondents to leave their e-mail addresses in a text box displayed along with their “personal details” when they access the system.

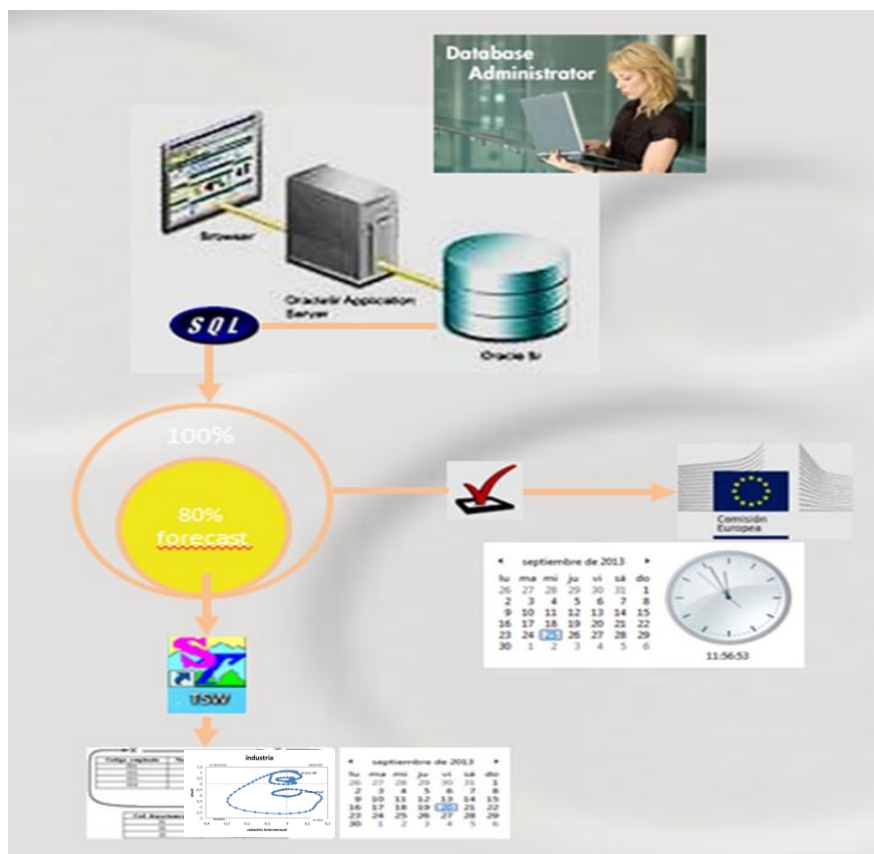
This way, and taking into account the work of the DDBB Administrator, our DDBB get dynamically updated with valid emails addresses and other personal details from firms which allows us to substitute postal communications by electronic communications like more tailored reports (see annex 1) or emails sent to open response period every month (again annex2).



3) Delivery of results to EC

This stage does not entail any perceived increased reward or decreased cost by the respondents as far as it is transparent to him. However, for us, the system can give in advance (i.e. day 20th of a given month) preliminary **s.a.** results aimed to give a hint to officials or ourselves about how the final monthly results will approximately be. Includes the calculation and representation of “provisional” tracers, according to EC methodology as well. It takes only a couple of minutes to do everything.

The day scheduled for the delivery of the results to the EC we do it without n.s.a data. It also takes only a couple of minutes to fetch the data from DDBB, to put them in the standard Excel file and send them.



4) EC Publication day

The same day of the delivery to EC we obtain, just minutes later, all the data (s.a) of the national exploitation (includes NACE 05 to 09), for all the aggregates including what we call branches of activity. At the same time we are obtaining all graphs and charts to be included in the monthly report.

But we wait the EC to publish their data to do the same with ours given that we include some EU and EA data in that monthly report. By 11.30 of the publication day we offer besides an Excel file with all data:

- XML file (shareable format) so the data are available for free to entrepreneurs to use them in products like apps for mobile phones or other devices.

- [Monthly General Report](#) pdf format completely accesible for handicaped (blind).

- Press release

- As increasing reward we are sending a costumized report to about 1200 firms/month (see annex 1 Attachment) comparing their answers to those of the sector the company belongs to or compared to its MIG or the total.

In that tailored .pdf we include a link to our web site which has made posible the increase in the number of visits as well. More specifically we are [linking the individual report to more in depth sectoral information](#) we elaborate so we give it more visibility.



With all these considerations we could build the following matrix “Social Exchange Theory costs-rewards” indicating whether costs-rewards are perceived by the respondents or not.

| stage | decreased costs | perceived?? | increased rewards | perceived?? |
|----------------|-----------------|-------------|-------------------|-------------|
| Sending | YES | YES | YES | YES |
| Reception | YES | YES | YES | YES |
| Delivery to EC | | | | |
| EC publication | | | YES | YES |

Clasification of measures PUSH/PULL Response Rate.

PUSH Response Rate

Green colour is clearly predominant. Adding up the following driving factors that should be playing in our favour (PUSH RR/tail wind):

-Survey mode. By using the feed back loop in the sending-reception subsystem, in the long run everybody should fulfill the survey either by paper or internet always according to their preferences and without bothering them with redundant, not desired and costly communications.

-Mandatory Requirements: By National Statistics Law, this survey is mandatory as far as this operation is included in our National Statistics Plan 2013-2016 (and previous plans).

-Public acknowledgement of the conducting institute. It is clear respondent acknowledges at the first glance that we are the Ministry of Industry, Energy and Tourism and therefore a public institution.

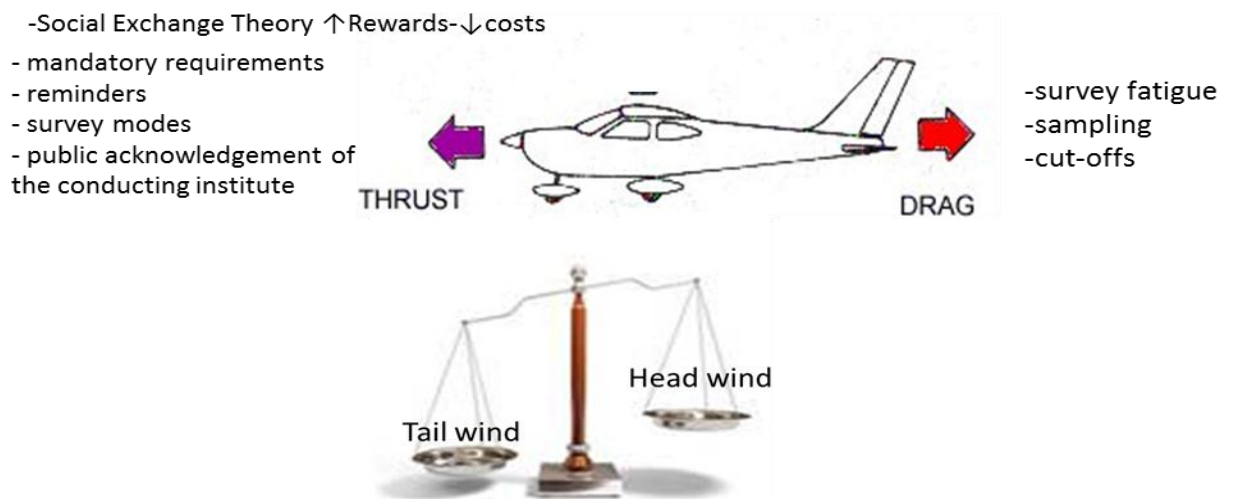
-Reminders: Besides the opening period communication we are also getting in contact with respondents by means of the customized report we are sending in a monthly basis.

PULL Response Rate

As undefined driving factors (undefined because we have not analysed their impact) we find the sampling methods and cut-offs. Nevertheless We will assume that, in the case the impact existed it would be negative (head wind)

Finally, as clearly negative factor we have the “survey fatigue”.

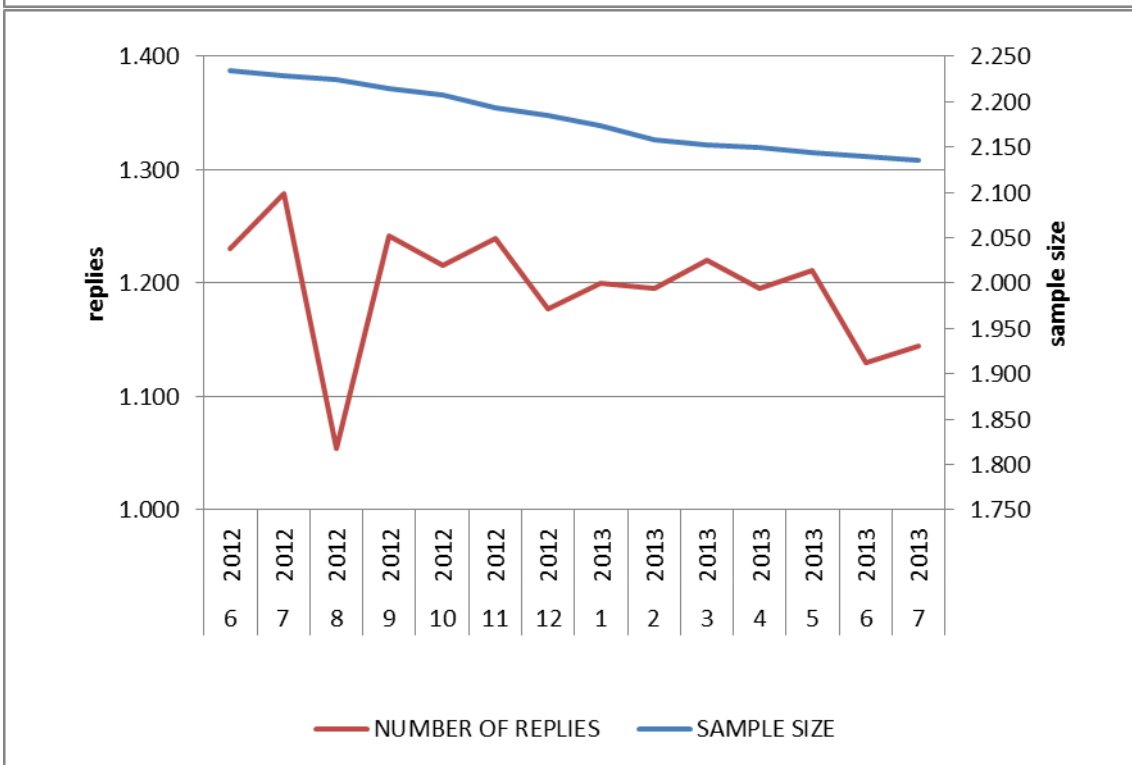
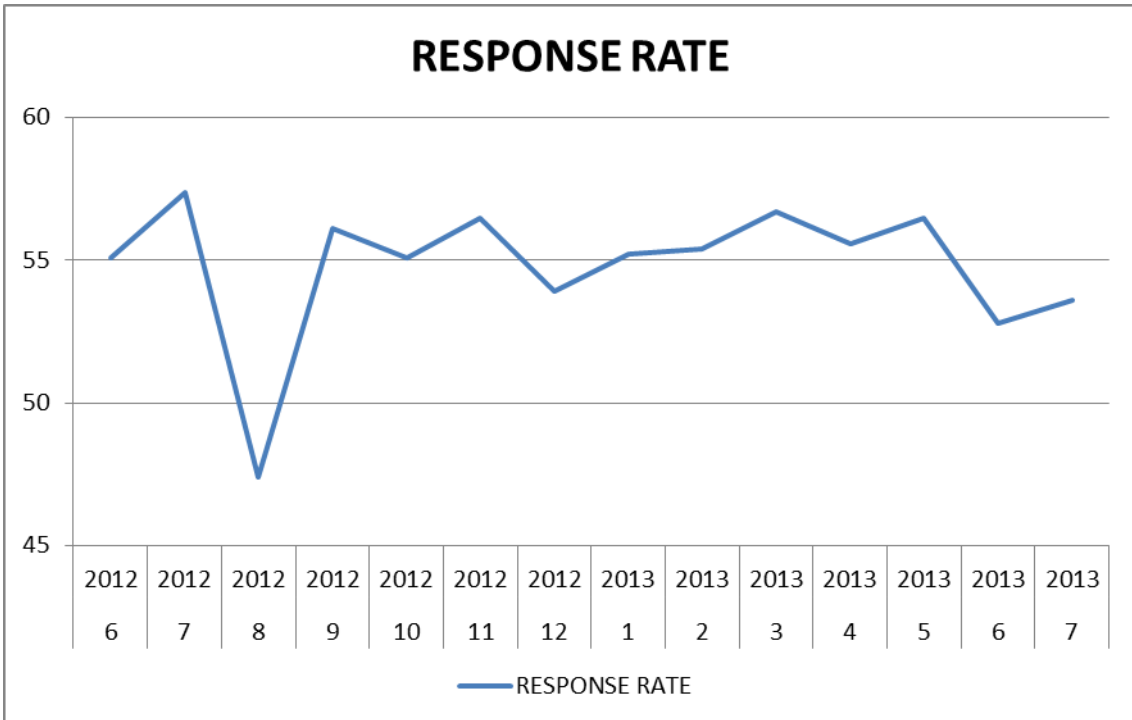
At the first sight it could seem clear that tail wind is stronger than head wind which would push the response rate forward.



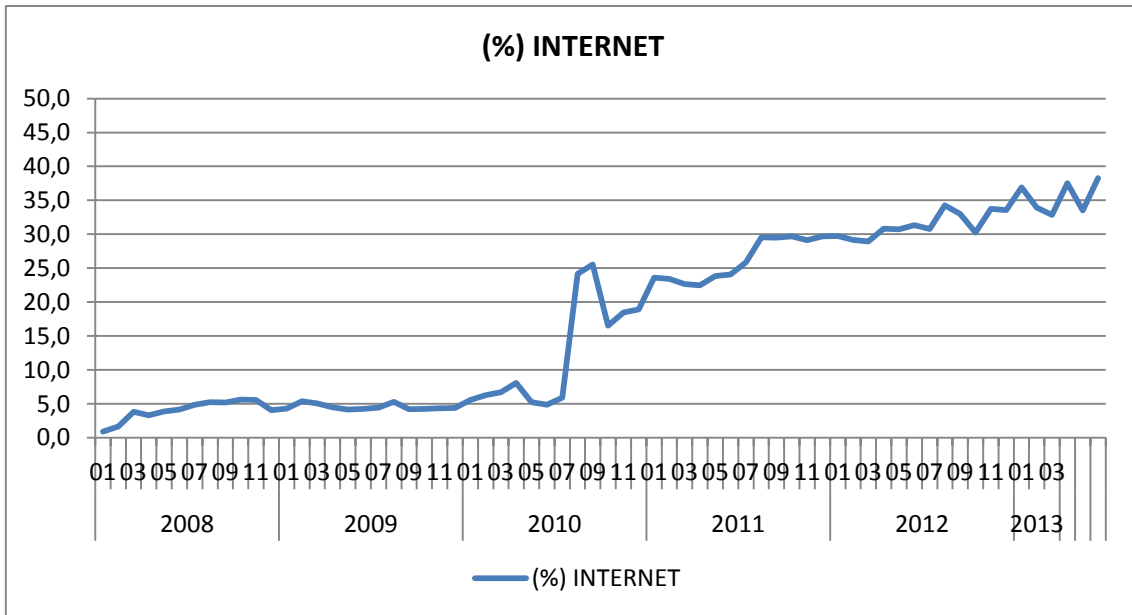
Results

We will try now to confirm that by analysing the evolution of some key variables.

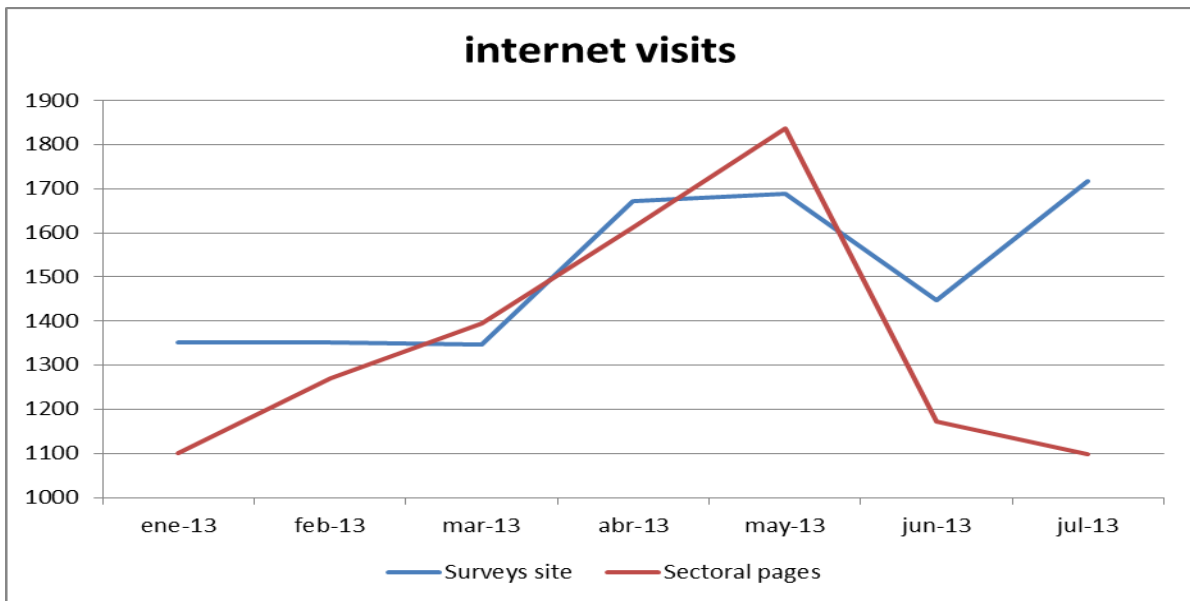
-Response rate. It is more or less stabilised although the sample size is decreasing steadily affected by the financial situation that is dragging many firms to shut down. We are cautiously expecting the results of this task force-group of sampling methods to make a move in terms of renewing the sample accordingly.



-Internet visits: To our site is clearly increasing as well as the RR by internet. Following chart suggests that almost 40% of the net simple (firms that actually respond) is responding on-line.



We started sending to send customized reports on march 27 after EC publication. The [link to more in depth sectoral information](#) was included in the report and sent to firms on april 29 once again after EC publication. The statistics of visitis both to our survey's site and to the sectoral information pages were as follows



-Savings in administrative costs: The first months this measures was inforced, 500 questionnaires were not sent by postal mail. Estimating the same amount for 12 months it would mean we would not post 6000 questionnaires in one year.

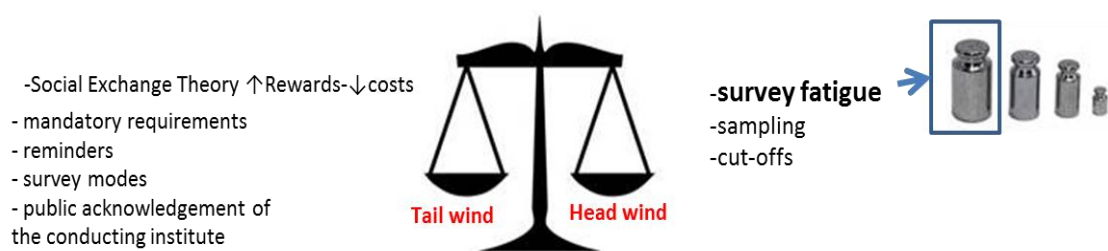
| item | cost (€)/unit |
|----------------|---------------|
| envelopes (x2) | 0,05 |
| questionnaire | 0,25 |
| postage | 0,38 |
| TOTAL | 0,68 |

Total savings per postal mail avoided 0,68 €

Conclusions

It seems that while it is clear that we are getting more and more visits to our pages and therefore giving visibility to the results of the surveys as well as attracting respondents to online replying and finally saving some money, the measures taken/things done to raise/stabilise RR it is not so clear they are succeeding.

This leads us to the fact that the balance between driving factors is different from expected. More balanced like the following graph tries to explain and that while it is not clear the weight of the sampling methods and cut-offs, survey fatigue is a very heavy burden to deal with, no matter what you try.



ANNEX I. Tailored report sent EC publication day. E-mail body.
Used oftenly also as reminder.

Estimados señores:

Agradeciéndoles su participación en la Encuesta de Coyuntura Industrial, se adjunta, por si fuese de su interés, informe personalizado con la evolución reciente de sus respuestas puestas en relación con las de su agrupación de actividad y agregados de mayor nivel.

Confiando en su colaboración, reciban un cordial saludo.

Equipo de encuestas de coyuntura

Subdirección General de Estudios, Análisis y Planes de Actuación

Ministerio de Industria, Energía y Turismo



web: www.minetur.gob.es/coyuntura

email: encuesta.coyuntura@minetur.es



INFORME PERSONALIZADO ENCUESTA DE COYUNTURA INDUSTRIAL

JUNIO 2013

Información adicional: www.minetur.gob.es/coyuntura

Cualquier consulta: encuesta.coyuntura@minetur.es

Código empresa 110
 CIF [REDACTED]
 Empresa [REDACTED]
 Dirección [REDACTED]
 Código postal [REDACTED]
 Ciudad BARCELONA

EMAIL [REDACTED]
 Código CNAE 1054
 Código COYMC 1000
 Agrupación actividad ECI ALIMENTACION HUMANA
 Sector económico BIENES DE CONSUMO
 Nº respuestas últimos 18 meses 15

¡PULSAR PARA AMPLIAR INFO DEL SECTOR!



El número medio de empresas de la agrupación de actividad ALIMENTACION HUMANA que han respondido a la encuesta durante los últimos 18 meses es 101

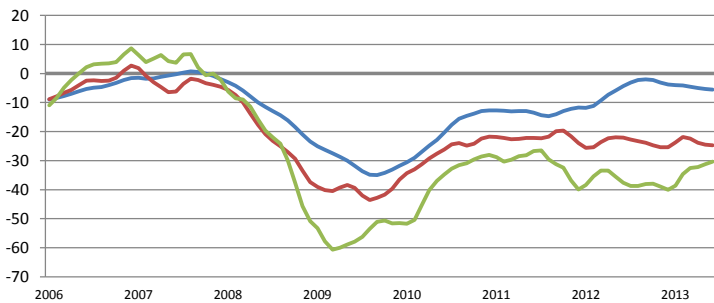
La agrupación de actividad ALIMENTACION HUMANA representa un 10,15% del VAB industrial según la Encuesta industrial de empresas

✓ COMPARACIÓN AGRUPACIÓN DE ACTIVIDAD ->SECTOR ECONÓMICO->TOTAL INDUSTRIA

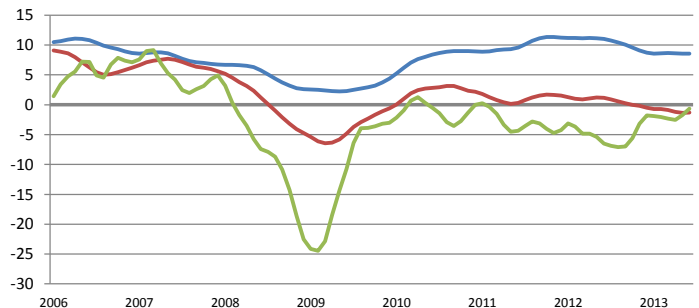
En estos 4 gráficos se ofrece la evolución comparada de la agrupación de actividad al que pertenece la empresa respecto al sector económico al que pertenece y al total industrial para las siguientes variables

- Situación de la cartera de pedidos actual
- Expectativas de producción (próximos tres meses)
- Situación del empleo
- Grado de utilización de la capacidad productiva actual

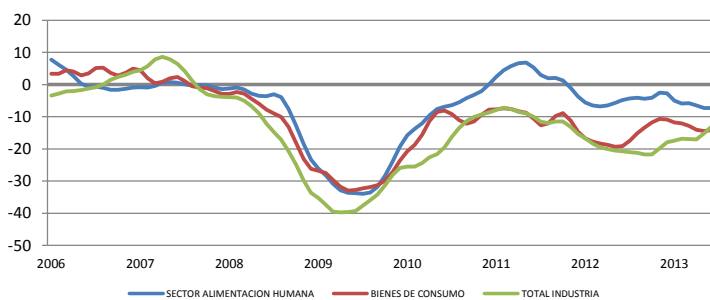
Evolución situación de la cartera de pedidos actual



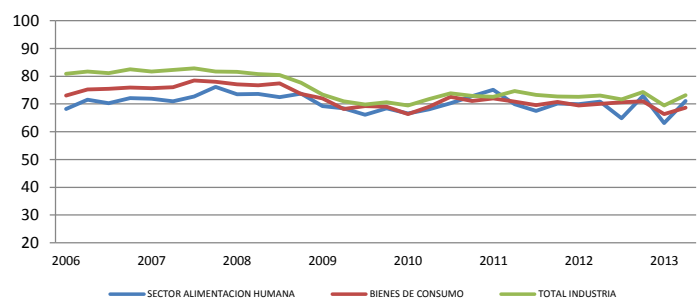
Evolución de las expectativas de producción (próximos 3 meses)



Evolución empleo (últimos tres meses)



Evolución utilización capacidad productiva (últimos 3 meses)



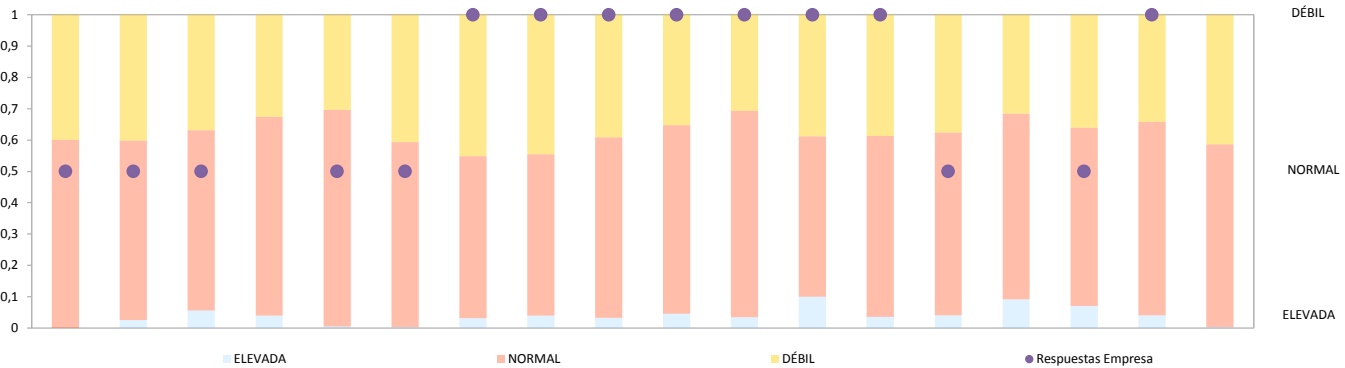
✓ **EVOLUCIÓN DE LAS RESPUESTAS DE LA EMPRESA DURANTE LOS ÚLTIMOS 18 MESES Y COMPARACIÓN CON SU AGRUPACIÓN DE ACTIVIDAD**

En los siguientes gráficos se ofrecen las respuestas de la empresa para las siguientes preguntas y se comparan con las respuestas del resto de las empresas que respondieron a esta encuesta y que pertenecen a su misma agrupación de actividad ECI

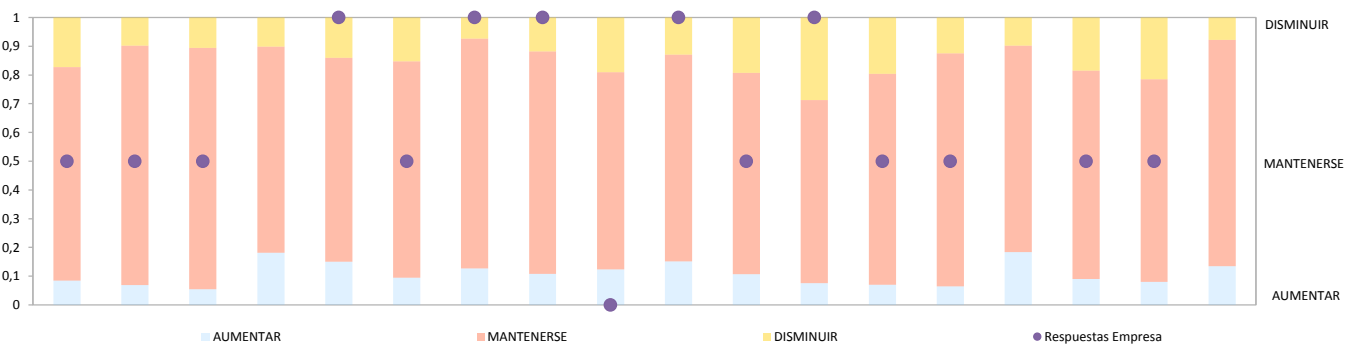
- Situación de la cartera de pedidos actual
- Expectativas de producción (próximos tres meses)
- Situación del empleo
- Grado de utilización de la capacidad productiva actual

La interpretación de los gráficos siguientes es: el punto es la respuesta de la empresa y las barras verticales la distribución de respuestas de esa agrupación de actividad

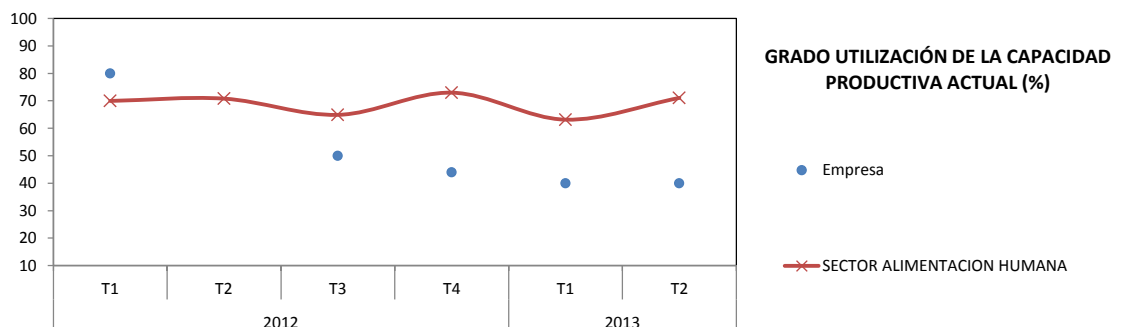
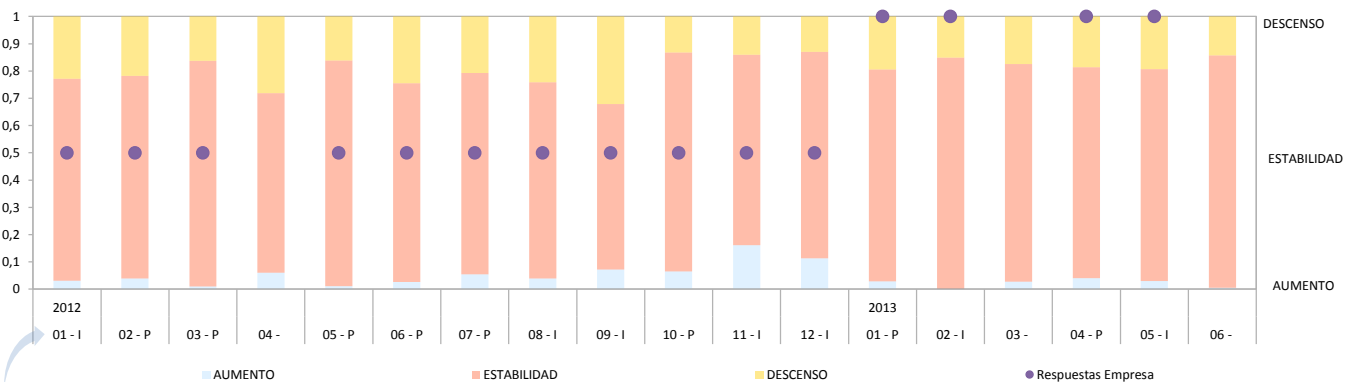
SITUACIÓN DE LA CARTERA DE PEDIDOS



EXPECTATIVAS DE LA PRODUCCIÓN (PRÓXIMOS 3 MESES)



SITUACIÓN DEL EMPLEO (ÚLTIMOS 3 MESES)



Annex II: mail opening monthly response period. Sent last day of previous month (A couple of days after annex I)



SUBSECRETARÍA DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y TURISMO
SECRETARÍA GENERAL TÉCNICA
Subdirección General de Estudios, Análisis y Planes de Actuación

NOTA: Por optimización de recursos, a partir de mayo de 2013 se dejará de enviar cuestionarios en papel a aquellas empresas que respondan usualmente a través de internet

Estimado:

Empresa: **NAME OF THE FIRM**

Usuario: **EMPLOYEE RESPONSIBLE FOR FULFILLING THE SURVEY**

A partir del **día 1 de abril y hasta el próximo 24 de abril** estará abierto el plazo de contestación de la Encuesta de coyuntura industrial y del sector de la construcción.

Aparte de con el cuestionario en papel que se les ha enviado pueden responder por Internet (ver instrucciones básicas más abajo) a través de:

<https://oficinavirtual.mityc.es/Eciv2Web/ECiv2UI/dlgConexion.aspx>

con el **login:**

ID= **xxxxxx**

Password = **YYYYYYYY**

También pueden **descargarse** el cuestionario de Internet a través de (cuestionario **MENSUAL de industria** o el de **construcción** según corresponda) [Descargar cuestionarios>>>](#)

y **enviarlo** al correo encuesta.coyuntura@minetur.es o al fax 913494713 indicando el nombre de la empresa o la ID del login anterior.

Pueden consultar datos históricos de la ECI e informe mensual en

[Ver informe mensual completo>>>](#)

[Series de datos ECI y ECC>>>](#)

Gracias por su colaboración y saludos

Instrucciones básicas:

- 1) utilizar navegador Internet Explorer
- 2) En la primera pantalla se puede acceder tanto a los cuestionarios (mes) disponibles o en plazo para responder a la encuesta como al histórico de contestaciones.

- 3) Al entrar a los que están en plazo, la opción “enviar” implica que es definitivo y no se puede modificar y la de “guardar” si permite hacer cambios antes de “enviar” definitivamente. Enviando primero e imprimiendo después se evitan problemas de configuración de algunos navegadores.
- 4) Pueden cambiar los datos de contacto en la sección “Datos de la empresa”
- 5) También se pueden imprimir contestaciones históricas o cambiar de clave en las secciones que están más debajo de “Datos de empresa”

Si lo desea puede cumplimentar esta encuesta de calidad de servicio. Ayúdenos a mejorar.

[Siga este enlace para participar en la encuesta](#)

ENCUESTAS DE COYUNTURA INDUSTRIAL Y DEL SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN

El Ministerio de Industria, Energía y Turismo, a través de la Subdirección General de Estudios, Análisis y Planes de Actuación es el instituto asociado de España al Programa Armonizado de la UE de encuestas a empresas y consumidores. Se encarga de la realización de tres de las seis encuestas incluidas en el Programa: Industria, Construcción e Inversiones Industriales. El objetivo final es la obtención con frecuencia mensual de un Índice de Sentimiento Económico.

http://ec.europa.eu/economy_finance/db_indicators/surveys/index_en.htm

ANTECEDENTES Y CONTEXTO

El Programa Armonizado de la UE de encuestas a empresas y consumidores fue lanzado por la Comisión en 1961. El programa consta de una serie de encuestas armonizadas de tendencia (también conocido como las encuestas de opinión) llevado a cabo sobre una base mensual o trimestral en todos los Estados miembros y países candidatos.

Dichas encuestas recogen información sobre la situación actual de las empresas y los consumidores y sobre sus planes y expectativas para el futuro cercano y son, por tanto, una fuente clave de información sobre el estado actual de la economía (y sectores específicos) así como de sus perspectivas a corto plazo.

La información de estas encuestas se utiliza también para la predicción de las variables macroeconómicas de referencia ya que las estadísticas oficiales (PIB y empleo datos, por ejemplo) se publican con retraso y con frecuencia sujetas a revisiones. También son una buena herramienta para anticipar los puntos de inflexión en el ciclo económico.

El programa abarca actualmente seis sectores: los consumidores; Industria; Construcción, servicios; Comercio por menor; y servicios financieros. Las respuestas a las distintas encuestas son agregados para construir los indicadores de confianza de cada uno de estos sectores y para la economía nacional en su conjunto. **Las encuestas se llevan a cabo a nivel nacional por institutos colaboradores conforme a un enfoque metodológico amplio común, un calendario común y un conjunto común de preguntas.**

Los Institutos asociados son seleccionados sobre la base de una convocatoria. Las encuestas son financiadas conjuntamente por las UE y lo institutos colaboradores (que pueden ser ministerios, institutos nacionales de Estadística, bancos centrales, institutos de investigación económica, asociaciones empresariales y empresas privadas). Los institutos asociados reciben de la Comisión Europea entre 10% y el 50 por ciento de financiación sobre el costo anual necesario para la realización de las encuestas



Datos Empresa

Cuestionarios

Imprimir Cuestionario

Cambio de clave

Pregunta / Respuesta

[ECI Dossier Prensa](#)

Tweets



 **Ministerio Industria** 31 Jul
@mindustriagob

El Ministerio de Industria, Energía y Turismo apoya con 10 millones de euros el asesoramiento a pymes en... bit.ly/13ZMQFH
Expand

 **Ministerio Industria** 30 Jul
@mindustriagob

El ministro de Industria, Energía y Turismo preside el Consejo Asesor de Turespaña bit.ly/158ITWL
Expand

 **Ministerio Industria** 30 Jul
@mindustriagob

#Turismo #Santiago es grande. Conocer Santiago en 1, 2 y 3 días. santiagoturismo.com/sant
Expand

Tweet to @mindustriagob

Detalle Cuestionario

Cumplimentación Online de Cuestionarios > Cuestionarios > Detalle Cuestionario

ECI :: FORMULARIO INDUSTRIA DE LA ECI, MENSUAL :: Agosto 2013

1. CARTERA DE PEDIDOS

| En mi empresa, teniendo en cuenta el mes en el que nos encontramos: | Es, actualmente | | | En los 3 próximos meses tiende a | | |
|---|--------------------------|-----------------------|-----------------------|----------------------------------|-----------------------|-----------------------|
| | Elevada | Normal | Débil | Aumentar | Mantenerse | Disminuir |
| La cartera de pedidos total | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| La cartera de pedidos inferior | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| La cartera de pedidos extranjeros | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| No se exporta | <input type="checkbox"/> | | | | | |

2. STOCKS DE PRODUCTOS TERMINADOS

| En mi empresa, teniendo en cuenta el mes en el que nos encontramos: | Es, actualmente: | | | Prevista para los próximos 3 meses tiende a: | | |
|---|--------------------------|-----------------------|-----------------------|--|-----------------------|-----------------------|
| | Elevada | Normal | Débil | Aumentar | Mantenerse | Disminuir |
| El nivel de stocks de productos terminados | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Nunca hay stocks de productos terminados | <input type="checkbox"/> | | | | | |

3. PRODUCCIÓN

| En mi empresa, teniendo en cuenta el mes en el que nos encontramos: | Ha seguido en los últimos 3 meses una tendencia de: | | | Prevista para los próximos 3 meses tiende a: | | |
|---|---|-----------------------|-----------------------|--|-----------------------|-----------------------|
| | Aumento | Estabilidad | Descenso | Aumentar | Mantenerse | Disminuir |
| La producción | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

4. TENDENCIA DE LOS PRECIOS DE VENTA

| La previsión sobre la evolución de los precios de venta | En los 3 próximos meses tiende a: | | |
|---|-----------------------------------|-----------------------|-----------------------|
| | Aumento | Estabilidad | Descenso |
| | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

5. EMPLEO

| En mi empresa, teniendo en cuenta la época del año en que nos encontramos: | En los 3 últimos meses, siguió una tendencia de: | | | El empleo previsto en los 3 próximos meses tiende a: | | |
|--|--|-----------------------|-----------------------|--|-----------------------|-----------------------|
| | Aumento | Estabilidad | Descenso | Aumentar | Mantenerse | Disminuir |
| El empleo | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Observaciones

N.º DE REFERENCIA28 35090..... CNAE: 2932..... MES: 08..... AÑO: 2013
 ACTIVIDAD FABRICACIÓN DE OTROS COMPONENTES, PIEZAS Y ACCESORIOS PARA VEHÍCULOS DE MOTOR

Header bar with various checkboxes and labels.

1 CARTERA DE PEDIDOS

En mi empresa, teniendo en cuenta el mes en que nos encontramos:

- La cartera de pedidos total
- La cartera de pedidos interior
- La cartera de pedidos extranjeros
- No se exporta

| ES ACTUALMENTE: | | | PREVISTA PARA LOS PRÓXIMOS 3 MESES TIENDE A: | | |
|-----------------|--------|-------|--|------------|-----------|
| EJEMPLO | NORMAL | DEBIL | AUMENTAR | MANTENERSE | DISMINUIR |
| 1 | 2 | 3 | 1 | 2 | 3 |
| 1 | 2 | 3 | 1 | 2 | 3 |
| 1 | 2 | 3 | 1 | 2 | 3 |
| 1 | 2 | 3 | 1 | 2 | 3 |

2 STOCKS DE PRODUCTOS TERMINADOS

En mi empresa, teniendo en cuenta el mes en que nos encontramos:

- El nivel de stocks de productos terminados
- Nunca hay stocks

| ES ACTUALMENTE: | | | PREVISTA PARA LOS PRÓXIMOS 3 MESES TIENDE A: | | |
|-----------------|----------|--------------|--|------------|-----------|
| EXCESIVO | ADECUADO | INSUFICIENTE | AUMENTAR | MANTENERSE | DISMINUIR |
| 1 | 2 | 3 | 1 | 2 | 3 |
| 1 | 2 | 3 | 1 | 2 | 3 |

3 PRODUCCIÓN

En mi empresa, teniendo en cuenta el mes en que nos encontramos:

- La producción

| HA SEGUIDO EN LOS ÚLTIMOS 3 MESES UNA TENDENCIA DE: | | | PREVISTA PARA LOS PRÓXIMOS 3 MESES TIENDE A: | | |
|---|-------------|----------|--|------------|-----------|
| AUMENTO | ESTABILIDAD | DESCENSO | AUMENTAR | MANTENERSE | DISMINUIR |
| 1 | 2 | 3 | 1 | 2 | 3 |

4 TENDENCIA DE LOS PRECIOS DE VENTA

La previsión sobre la evolución de nuestros precios de venta en los próximos 3 meses, es de

| AUMENTO | ESTABILIDAD | DESCENSO |
|---------|-------------|----------|
| 1 | 2 | 3 |

5 EMPLEO

En mi empresa, teniendo en cuenta la época del año en que nos encontramos:

- El empleo

| HA SEGUIDO EN LOS ÚLTIMOS 3 MESES UNA TENDENCIA DE: | | | PREVISTO PARA LOS PRÓXIMOS 3 MESES TIENDE A: | | |
|---|-------------|----------|--|------------|-----------|
| AUMENTO | ESTABILIDAD | DESCENSO | AUMENTAR | MANTENERSE | DISMINUIR |
| 1 | 2 | 3 | 1 | 2 | 3 |


OBSERVACIONES

Plazo de presentación del 1 al 27 del presente

Usuario: 35090

Clave: COYUNTURA

www.minetur.gob.es/coyuntura




Referencia de la persona que cumplimenta el cuestionario:

- Cargo que ocupa:
- Teléfono: ()
- E-mail:

Fecha y firma / /



ENCUESTA DE COYUNTURA INDUSTRIAL

(Empresas Industriales)

La Ley 4/1990, de 29 de junio (BOE 30 de junio 1990), de acuerdo con lo establecido en el artículo 7.º de la Ley 12/1989, de 9 de mayo (BOE 11 de mayo 1990), de la Función Estadística Pública, considera la Encuesta de Coyuntura Industrial realizada por el Ministerio de Industria, Energía y Turismo entre las estadísticas de **CUMPLIMENTACIÓN OBLIGATORIA**.

Notas de interés

- La información solicitada en el cuestionario se refiere exclusivamente a la actividad de la empresa especificada en el mismo.
- Para el tratamiento de la información es **necesario que conteste a cada uno de los datos solicitados** en el cuestionario.
- Rellene exclusivamente la casilla () que corresponda a su respuesta.
- A fin de obtener una rápida información de la coyuntura en el sector industrial, es importante que nos remita este cuestionario, en el sobre adjunto, **dentro de los 15 días siguientes a su recepción**.
- Si desea realizar alguna consulta puede llamar a los teléfonos: 91.349.47.00 - 91.349.51.52 - 91.349.45.58 o a las direcciones de correo electrónico: encuesta.coyuntura@minetur.es - iperezb@minetur.es - amsanz@minetur.es.

LAS RESPUESTAS QUEDAN PROTEGIDAS POR EL SECRETO ESTADISTICO

INSTRUCCIONES PARTICULARES

1. Nota sobre el factor estacional

Es muy importante que las respuestas a la situación de algunas variables estén corregidas del efecto estacional. Por ello, se indica "teniendo en cuenta la época o mes en que nos encontramos". Así por ejemplo, el aumento del consumo de bebidas refrescantes en verano determinará un incremento en la cartera de pedidos en la industria de fabricación de esas bebidas. Sin embargo, el nivel alcanzado por la cartera de pedidos será elevado, normal o débil (posibles respuestas) en relación al nivel considerado normal en ese período.

PUEDE CONSULTAR LOS RESULTADOS MENSUALES DE LA ENCUESTA DE COYUNTURA EN
www.minetur.gob.es/coyuntura