



TITULO DEL ESTUDIO: Barómetro de Consumo. Segundo cuatrimestre 2006.

ÓRGANO PROMOTOR: Instituto Municipal de Consumo.

OBJETO DEL ESTUDIO: proporcionar una descripción realista, útil y actual de las tendencias de consumo que realizan los ciudadanos de Madrid. Se analizan diversos temas de actualidad e interés social relacionados con el mundo del consumo, al igual que muestra la evolución de la confianza de los madrileños en la situación económica actual y futura.

TAMAÑO MUESTRAL: 1.161 encuestas.

UNIVERSO: Población de Madrid de 16 o más años.

METODO DE RECOGIDA: Encuesta telefónica asistida por ordenador (CATI).

PROCEDIMIENTO DEL MUESTREO: Muestreo estratificado aleatorio por áreas de residencia, con cuotas de edad, sexo y distritos de la ciudad de Madrid.

ERROR MUESTRAL: $\pm 2,93\%$ para datos globales, con un nivel de confianza del 95,5% en condiciones normales de muestreo ($s=2$, $p=q=0,5$).

PERÍODO DE RECOGIDA DE LA INFORMACIÓN: del 5 al 12 de junio de 2006.