

TITULO DEL ESTUDIO:

Barómetro de Consumo de la ciudad de Madrid. Segundo cuatrimestre 2012.

ÓRGANO PROMOTOR:

Instituto Municipal de Consumo.

OBJETIVO DEL ESTUDIO:

- Conocer el comportamiento del consumidor madrileño, sus necesidades, hábitos y demandas concretas.
- Conocer la situación de sus ingresos y sus expectativas respecto al futuro inmediato, así como el motivo de las mismas.
- Profundizar en el análisis de la renta disponible, el gasto en consumo, y la capacidad de ahorro.
- Conocer el impacto de las actuaciones desarrolladas por la Corporación Municipal en el ámbito de la protección al consumidor.

UNIVERSO:

Viviendas familiares de la ciudad de Madrid.

TAMAÑO MUESTRAL:

Tamaño muestral de 115 secciones censales, . 10 viviendas por cada sección, lo que supone una muestra teórica de 1.150 viviendas.

PROCEDIMIENTO DEL MUESTREO:

Muestreo bietápico con estratificación de las unidades de primera etapa, las secciones censales. La selección de

secciones censales dentro de cada estrato se ha realizado mediante un muestreo sistemático proporcional al tamaño en número de hogares, partiendo de una semilla o número de arranque obtenido aleatoriamente. Las unidades de segunda etapa son las viviendas familiares, utilizando como variable Proxy la inscripción patronal. El procedimiento de muestreo aplicado dentro de cada una de las secciones para llevar a cabo la selección de viviendas, ha sido un muestreo sistemático con arranque aleatorio y probabilidades iguales.

ERROR DE MUESTREO: El error muestral es de +/- 2,95% para datos globales, para un nivel de confianza del 95% en condiciones normales de muestreo ($P=Q=0'50$).

METODO DE RECOGIDA: Encuesta tipo "Panel", manteniéndose de forma permanente la colaboración de los mismos hogares encuestados a lo largo de 6 cuatrimestres (2 años).

PERÍODO DE RECOGIDA DE LA INFORMACIÓN:

Segundo cuatrimestre 2012.