



**TITULO DEL ESTUDIO:** Barómetro de Consumo. Tercer cuatrimestre 2006.

**ÓRGANO PROMOTOR:** Instituto Municipal de Consumo.

**OBJETIVO 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.

**UNIVERSO:** Población de Madrid de 16 o más años.

**TAMAÑO MUESTRAL:** 1.178 encuestas.

**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:**  $\pm 2,91\%$  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 16 al 24 de octubre de 2006.