



TITULO DEL ESTUDIO: Barómetro de Consumo de la Ciudad de Madrid. Segundo cuatrimestre 2009.

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 a través de la Inspección de Consumo, la Oficina Municipal de Información al Consumidor, el Arbitraje de Consumo y las campañas de difusión de los Códigos de Buenas Prácticas entre los establecimientos madrileños

UNIVERSO: viviendas de la Ciudad de Madrid.

TAMAÑO MUESTRAL: 1.150 viviendas.

METODO DE RECOGIDA:

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 se una semilla o número de arranque obtenido aleatoriamente. Las unidades de segunda etapa son las viviendas familiares, utilizando como variable proxy la inscripción padronal. 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.

PERÍODO DE RECOGIDA DE LA INFORMACIÓN: segundo cuatrimestre 2009.