

TITULO DEL ESTUDIO:

Índice de Confianza del Consumidor Madrileño (ICCM)

ÓRGANO PROMOTOR:

Subdirección General de Análisis socioeconómico. Dirección General de Estadística. Área de Gobierno de Economía y Hacienda.

OBJETIVO DEL ESTUDIO:

Evaluar la opinión de los ciudadanos madrileños sobre la evolución reciente de la situación económica en general y de la suya propia en particular, y, sobre todo, anticipar el comportamiento, a corto plazo, en materia de consumo de los ciudadanos.

METODOLOGÍA:

El Índice de Confianza del Consumidor Madrileño (ICCM) se calcula utilizando una metodología empleada por la Universidad de Michigan (EE.UU.) y por los organismos oficiales de la Unión Europea, a partir de cinco preguntas a los encuestados.

El valor de este índice varía entre 0 y 100 y la fórmula aplicada para su cálculo es la siguiente:

$$- \text{ICCM} = 50 * (p - n + 1)$$

donde:

p es la proporción (en tanto por uno) de respuestas positivas sobre el total de encuestados y

n es la proporción (en tanto por uno) de respuestas negativas sobre el total de encuestados.

En el proceso de construcción de este índice es progresivo, primero se calcula el índice coyuntural como promedio de los dos índices coyunturales (el familiar y el nacional); igualmente se calcula el Índice de Expectativas; finalmente el Índice global es el promedio de los tres subíndices anteriormente calculados.

UNIVERSO:

Población residente en la ciudad de Madrid mayor de 16 años.

TAMAÑO MUESTRAL:

1000 encuestas al trimestre. La muestra se distribuye por cuotas de sexo y edad (4 estratos) y zona geográfica (4 zonas).

ERROR MUESTRAL:

Para un nivel de confianza de 95,5% (2 sigmas), máxima indeterminación ($p=q=0,5$), el error muestral es de +/- 3,10%, en el supuesto de muestreo aleatorio simple.

METODO DE RECOGIDA:

Encuesta telefónica asistida por ordenador -CATI- y/o por autocumplimentación a través de cuestionario electrónico.