



TITULO DEL ESTUDIO:

Índice de confianza del consumidor madrileño

ÓRGANO PROMOTOR:

Subdirección General de Análisis Socioeconómico. Dirección General de Economía y Sector Público. Area de Gobierno de Economía y Hacienda

OBJETIVO DEL ESTUDIO:

Evaluar la opinión de la ciudadanía madrileña 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 la ciudadanía

METODOLOGÍA:

Se basa en una encuesta trimestral realizada telefónicamente a una muestra de 1.000 individuos mayores de 16 años representativos del conjunto de la sociedad madrileña

La construcción de ICCM se realiza a través de la composición de tres subíndices: el **Índice Coyuntural** y el **Índice de Expectativas** y el **Índice que mide si es momento adecuado para grandes compras**. El primero mide la percepción de la ciudadanía sobre la situación económica actual en el momento en el que se realiza la encuesta respecto a la que se tenía hace un año (tanto en el ámbito personal como en el nacional), mientras que el segundo recoge la perspectiva que tienen los consumidores sobre su situación económica y la situación económica

nacional en un periodo de cuatro meses a partir de la fecha de realización de la encuesta; el tercero mide la decisión de las familias o personas para realizar grandes gastos en ese momento

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:

$$ICCM = 50 * (p - n + 1)$$

Donde:

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

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

50 es el valor de la media del Índice, que indicaría que los porcentajes de respuestas favorables y negativas están equilibradas



UNIVERSO:

Población residente en la ciudad de Madrid mayor de 16 años

TAMAÑO MUESTRAL:

1000 encuestas al trimestre. La muestra es representativa del conjunto de la sociedad

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-