

CIS

Centro de Investigaciones Sociológicas

FICHA TÉCNICA

***INDICADOR DE CONFIANZA DEL CONSUMIDOR.
MES DE FEBRERO***

***Estudio nº 3014
Febrero 2014***

Ámbito:

Nacional.

Universo:

Población residente de ambos sexos de 16 años y más.

Tamaño de la muestra:

Diseñada: 1.400 entrevistas, con la siguiente distribución por tipo de teléfono:

Teléfonos fijos: 1.170

Teléfonos móviles que no disponen de teléfono fijo: 230

Realizada: 1.402 entrevistas, con la siguiente distribución por tipo de teléfono:

Teléfonos fijos: 1.172

Teléfonos móviles: 230

Afijación:

Proporcional.

Ponderación:

No procede.

Procedimiento de muestreo:

Con los teléfonos fijos se lleva a cabo un muestreo bietápico estratificado, con selección de las unidades primarias de muestreo (hogares) a través de una selección aleatoria de teléfonos - teléfonos fijos de los hogares disponibles en las guías- y de las unidades últimas (individuos) según cuotas cruzadas de sexo y edad y cuota de actividad (ocupado, parado y resto).

Con los teléfonos móviles se procede al marcado aleatorio de números (RDD) aplicándose en la selección de los individuos las mismas cuotas que en los teléfonos fijos.

Los estratos se han formado por el cruce de las 17 comunidades autónomas, junto con las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla, con el tamaño de hábitat de los municipios dividido en 7 categorías: menor o igual de 2.000 habitantes; de 2.001 a 10.000; de 10.001 a 50.000; de 50.001 a 100.000; de 100.001 a 400.000; de 400.001 a 1.000.000; y más de 1.000.000 de habitantes.

Los cuestionarios se han aplicado mediante entrevista telefónica personal.

Error muestral:

Para un nivel de confianza del 95,5% (dos sigmas), y $P = Q$, el error real es de $\pm 2,7\%$ para el conjunto de la muestra y en el supuesto de muestreo aleatorio simple.

Fecha de realización:

Del 17 al 21 de Febrero de 2014.