



REO núm: 905  
Data: 01/10/2018



Fitxa tècnica

## **Estudi quantitatiu U&A del joc a Catalunya en productes de loteria. 2018**

Organisme promotor: Entitat Autònoma de Jocs i Apostes



**Centre  
d'Estudis  
d'Opinió**



**Generalitat  
de Catalunya**

## Fitxa tècnica per estudis d'opinió

**Provisional** per a l'emissió de vistiplau

**Definitiva** per a la incorporació al REO

### 1. Objecte del contracte i necessitats a satisfer

<b>Títol de l'estudi d'opinió:</b>	Estudi quantitatiu U&A del joc a Catalunya en productes de loteria
<b>Resum de l'objecte:</b>	Entendre les relacions dels consumidors catalans amb el joc de loteries a Catalunya
<b>Motivacions / objectius:</b>	<p><b>NOTORIETAT I HÀBITS</b></p> <p>Coneixement de jocs d'atzar (espontani/sugerit)</p> <p>Jocs a què juga (L3M/L12M) i freqüència (freqüents/ocasionals)</p> <p>Productes que consideraria</p> <p>Lloc de compra</p> <p>Quantitat que gasta cada vegada que juga</p> <p>Última vegada que va jugar i amb qui</p> <p>Edat mitjana amb que va començar a jugar</p> <p>Joc d'entrada a la categoria</p> <p>Convivència entre jocs</p> <p><b>VINCULACIÓ DELS JUGADORS</b></p> <p>Vinculació dels jugadors amb els diferents productes</p> <p>Drivers de vinculació de la categoria i dels diferents productes</p> <p>Barreres a la compra dels diferents productes</p> <p>Imatge i posicionament dels tipus de joc</p> <p><b>PERFILS DE JUGADOR</b></p> <p>Tipologies de jugadors segons bateria actitudinal</p>

	<p><b>FOCUS EN ELS JOCS DE LOTERIA DE CATALUNYA</b></p> <p>LA GROSSA DE CAP D'ANY</p> <p>Record publicitari de LA GROSSA DE CAP D'ANYH</p> <p>Valoració del bitllet</p> <p>Lloc de compra del bitllet i tipus del bitllet</p> <p>LA GROSSA DE SANT JORDI</p> <p>Coneixement de LA GROSSA DE SANT JORDI</p> <p>Compra (realitzada o intenció de realitzar)</p> <p>Lloc de compra del bitllet i tipus del bitllet</p> <p>LOTO RÀPID</p> <p>Record publicitari nous jocs Loto Ràpid</p>
--	--

Pla anual <sup>ii</sup> :	No
---------------------------	----

## 2. Altres paràmetres tècnics

### 2.1 Fitxa tècnica

#### Enquestes quantitatives<sup>iii</sup>:

Personal (Lot1 )     Telefònica (Lot 2)     Internet / en línia (Lot 3)

Altres: \_\_\_\_\_

<b>Durada del qüestionari:</b>	18 minuts	
<b>Grandària de la mostra:</b>	1063 casos dels quals 898 telefònicament i 165 FTF	N= 898 Error= ± 3,3
<b>Univers:</b>	Població de 18 a 80 anys residents a Catalunya	
<b>Mostreig:</b>	Per quotes	
<b>Quotes addicionals:</b>	Quotes representatives de la població per sexe, edat, província i hàbitat en l'enquesta a població general.	
<b>Àmbit geogràfic:</b>	Catalunya per a l'enquesta a població general Barcelona per a la submostra de jugadors de Loteria de Catalunya no exclusius de LA GROSSA	
<b>Afixació territorial:</b>	La mostra de la població general obtinguda s'ha ponderat per corregir petites desviacions respecte la mostra teòrica. Les enquestes a jugadors de LC s'han ponderat en base a enquestes negatives.	

<b>Lloc de realització de l'entrevista:</b>	Les enquestes del boost s'han fet en punts de venda de la ciutat de Barcelona llevat dels casos en què els enquestats no han volgut complir l'enquesta en aquell moment però que accedien a facilitar se'ls ha fet telefònicament (CATI)
<b>Marc mostral:</b>	(Per les enquestes telefòniques s'utilitzarà el directori d'Infobel (darrera edició)

**Enquestes qualitatives:**

- Reunions de grups (Lot 4)       Grups de discussió
- Altres: \_\_\_\_\_

A.2.1) Núm. grups	
A.2.2) Àmbit geogràfic:	
A.2.2) Univers a entrevistar:	

**Altres metodologies no incloses en els apartats anteriors**

- Marcs mostrals per a enquestes per internet (Lot 5)
- Especifiqueu: \_\_\_\_\_

**2.2 Qüestionari:**

- Brifing o primer esborrany
- Adjunta qüestionari / guió de l'entrevista definitiu
- Especifiqueu: \_\_\_\_\_

**3. Altres dades de l'estudi**

**3.1) Promotor de l'estudi:**

<b>Unitat/Direcció:</b>	Direcció
<b>Departament/Altres:</b>	Entitat Autònoma de Jocs i Apostes de la Generalitat

**3.2) Executor de l'estudi:**

	Dades provisionals	Dades definitives
<b>Direcció i disseny:</b>	Entitat Autònoma de Jocs i Apostes de la Generalitat	Entitat Autònoma de Jocs i Apostes de la Generalitat
<b>Treball de camp i informe descriptiu de resultats:</b>		
Personal:	PSYMA IBERICA MARKETING RESEARCH, SL	PSYMA IBERICA MARKETING RESEARCH, SL
Telefònic:	PSYMA IBERICA MARKETING	PSYMA IBERICA MARKETING

	RESEARCH, SL	RESEARCH, SL
Internet / on-line:		
Reunions de grups:		
Altres metodologies		
Anàlisi i informe de resultats addicional		
Altres (especifiqueu):		

### 3.3) Cost de l'estudi:

	Dades provisionals	Dades definitives
Direcció i disseny:		
Treball de camp i informe descriptiu de resultats:		
Personal:		
Telefònic:	13.900 (telefònic + personal)	13.900 (telefònic + personal)
Internet / on-line:		
Reunions de grups:		
Altres metodologies		
Anàlisi i informe de resultats addicional		
Altres (especifiqueu):		

(IVA no inclòs)

### 4. Calendari d'execució de les prestacions

	previsió d'execució dels treballs:		calendari final d'execució:	
Treball de camp:	12/03/2018	13/04/2018	15/03/2018	09/05/2018
Lliurament de resultats:	15/05/2018			
Presentació resultats:	31/05/2018			
Observacions:				

### D) Documentació que s'adjunta:

Qüestionari / Guió de l'entrevista definitiu

Altres (especifiqueu) \_\_\_\_\_

<sup>i</sup> Tenen la condició d'estudis d'opinió segons l'article 2 de la Llei 6/2007, del 17 de juliol, del Centre d'Estudis d'Opinió (LCEO): a) les enquestes electorals que pregunten sobre la intenció de vot o sobre la valoració dels líders i dels partits polítics, i també els estudis postelectorals. (Són exclusives del CEO segons l'art 3 b) LCEO) i b) Els treballs que tenen per objecte l'anàlisi de les actituds i les opinions de la societat de Catalunya, l'avaluació i el seguiment de polítiques o serveis de la Generalitat, i altres treballs que siguin rellevants per a l'acció del Govern.

<sup>ii</sup> L'article 19.2 de la Llei 6/2007, del 17 de juliol, del Centre d'Estudis d'Opinió preveu que cada departament, d'acord amb les funcions que li són pròpies, pot elaborar un pla de treball anual amb relació als estudis a què fa referència l'apartat 1, que inclogui les propostes dels organismes i les entitats que en depenen o hi estan vinculats a què fa referència l'article 3.c. El dit pla ha de contenir la identificació dels estudis, la forma d'adjudicació i el nivell de difusió. Se n'ha de donar compte al Consell Rector

<sup>iii</sup> Enquestes quantitatives: Són aquelles en les que l'opinió de les persones enquestades es recull mitjançant un qüestionari estructurat a una mostra representativa del total de la població que es vol estudiar (art. 12 a) del Decret 14/2010, de 9 de febrer, d'organització i funcionament del Centre d'Estudis d'Opinió i del Registre d'Estudis d'Opinió (RCEO)).

---

<sup>iv</sup> **Enquestes qualitatives:** *Són aquelles en les que l'opinió de les persones enquestades es recull mitjançant converses amb un moderador o moderadora a una selecció de persones que no ha de ser necessàriament representativa del conjunt de la població (art. 12 b) RCEO).*

<sup>v</sup> **Empreses homologades:** *El Centre d'Estudis d'Opinió és l'òrgan competent per homologar les empreses que poden realitzar estudis d'opinió d'interès de la Generalitat, d'acord amb la normativa aplicable en matèria de contractació pública. Aquesta homologació és vinculant per als departaments i els organismes de la Generalitat, tal com preveu l'article 19.3 de la Llei 6/2007, del 17 de juliol, del Centre d'Estudis d'Opinió. L'homologació es vehicula a través de l'Acord marc de serveis per a la realització d'estudis d'opinió d'interès de la Generalitat de Catalunya. El vigent en aquests moments correspon a l'expedient de contractació amb el núm. CAM-01/2016*