



FITXA TÈCNICA PER ESTUDIS QUANTITATIUS

Proposta de títol de l'estudi: Baròmetre de la situació i les estratègies del sector agroalimentari a Catalunya

Dades administratives

(a omplir preferentment pel personal administratiu)

Tema objecte d'estudi:

(Temàtica de l'estudi) Sector agroalimentari a Catalunya.

Motivacions / Objectius:

(Descripció dels objectius principals de l'estudi) 1. Seguiment de la situació del sector agroalimentari català; 2. Anàlisi de temes d'interès específic per la Fundació del Món Rural i el DAR; 3. Avaluació del clima de confiança del sector i dels agents relacionats; 4. Identificació de tendències en el clima de confiança del sector; 5. Elaboració d'índexs per mesurar de forma quantitativa i periòdica el clima de confiança del sector; 6. Anàlisi de l'impacte en la confiança del sector de polítiques i accions de les administracions, i d'elements de conjuntura sectorial.

Unitat promotora: Fundació del Món Rural

Entitat/empresa executora: Institut Cerdà

Enquesta: Institut Cerdà

Informe: Institut Cerdà

Condicions de contractació:

(Marcar amb una creu la casella corresponent)

| |
|--------------------------|
| <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> |

Concurs obert

Concurs restringit

Conveni de col·laboració

Subvenció

| |
|-------------------------------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> |

Procediment negociat

Contracte menor

Elaboració pròpia



Partida pressupostària:

(Codi de la partida pressupostària d'on es trauran els diners per pagar l'enquesta))

AG01 D/443000800/6120

Cost: el cost total de l'estudi és de 29.000€ IVA inclòs.

Per a la realització del projecte s'aprofiten les 2.556 enquestes anuals que actualment el MARM fa a Catalunya en el marc del seu projecte "Barómetro de confianza del sector agroalimentario en España", distribuïdes en 4 onades.

De les 4 onades, només en dues d'elles (2n i 4t trimestre de l'any) l'enquesta del MARM incorpora preguntes específiques de la FMR.

Per tant, el preu mig per enquesta es calcula per aquestes dues onades on la FMR incorpora preguntes. Es distingeix entre les enquestes a responsables de la compra a la llar (1.252 anuals) i les enquestes a empreses (1.304 anuals).

Així, el preu mig unitari per enquesta en cada cas és de:

| | Total enquestes anual | Enquestes amb preguntes FMR | Preu per enquesta | IVA | Preu unitari mig amb IVA | Cost total enquestes 2009 |
|--------------------------------------|-----------------------|-----------------------------|-------------------|------|--------------------------|---------------------------|
| Enquestes a responsable de la compra | 1.252 | 626 | 7,07 | 1,13 | 8,20 | 5.133 |
| Enquestes a empreses | 1.304 | 652 | 11,55 | 1,85 | 13,40 | 8.737 |

Informe:

Generació d'anàlisis específiques dels resultats corresponents a Catalunya del "Barómetro de confianza del sector agroalimentario en España" del MARM (4 cops l'any); càlcul de l'Índex de confiança del sector agroalimentari a Catalunya (4 cops l'any); interpretació dels indicadors de confiança del sector a partir de l'anàlisi de les actuacions del DAR (2 cops l'any); i anàlisi dels continguts monogràfics d'interès pel DAR i la FMR (2 cops l'any), amb el següent cost anual:

Preu: 13.043,10 € (sense IVA)

IVA: 2.086,90 €

Dades tècniques

(a omplir preferentment pel responsable del projecte o per l'empresa executora)

Àmbit geogràfic: Catalunya

Univers: agents participants en el procés de comercialització agroalimentària: productors, indústria, majoristes, distribuïdors i consumidors.

Mostra:

(Especificar les característiques de la mostra)

Grandària de la mostra: 2556 entrevistes anuals, a raó de 639 enquestes per trimestre distribuïdes de la següent forma entre els universos en estudi:

| AGENTS | Núm. entrevistes trimestrals | Error mostral trimestral |
|---------------|------------------------------|--------------------------|
| Productors | 85 | 11% |
| Indústria | 90 | 11% |
| Majoristes | 19 | 23% |
| Consumidors | 132 | 9% |
| Distribuïdors | 313 | 6% |

Error mostral: inclòs a la taula anterior en base trimestral i calculat segons les condicions estadístiques habituals de $p=q=50$ i amb un 95,5% de confiança.

Quotes

- Gènere
 Edat
 Grandària d'hàbitat

- Província
 Altres (especificar)
 Subsectors econòmics
 Dimensió empresa

Pendent de decidir

Afixació

- Proporcional
 A proporcional

Pendent de decidir

Procediment de mostreig

- Aleatori simple
 Polietàpic estratificat

Altres (especificar)

Pendent de decidir

Metodologia: tècnica de recollida de la informació

Quantitativa

- | | | | |
|-------------------------------------|----------------------------|--------------------------|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | Telefònic paper | <input type="checkbox"/> | Presencial al carrer |
| <input checked="" type="checkbox"/> | Telefònic CATI (ordinador) | <input type="checkbox"/> | Presencial domiciliària |
| <input type="checkbox"/> | Internet | <input type="checkbox"/> | Postal |
| | | <input type="checkbox"/> | Altres (<i>especificar</i>): |
| | | <input type="checkbox"/> | Pendent de decidir |

Calendari del projecte

Disseny de la mostra i del qüestionari: la mostra a aplicar ha quedat definida en el 1r trimestre de 2009 i es manté pels trimestres posteriors. El qüestionari consta de dues parts: la part fixa ha quedat definida en el primer trimestre del 2009 i es manté pels trimestres posteriors. La part variable (temes monogràfics d'interès per la FMR i el DAR) es defineix pels trimestres 2n i 4t, i es tanca 15 dies abans de l'inici del treball de camp (15 de març i 15 de setembre)

Treball de camp: Es realitza de forma trimestral, segons trimestres de l'any natural (gener - març, abril - juny, juliol - setembre, octubre - desembre). Les entrevistes es duen a terme de forma continuada durant el total del període considerat (aproximadament 200 entrevistes cada mes).

Lliurament de resultats: es realitza trimestralment, un mes natural després de l'acabament del treball de camp.

Calendari de difusió: a decidir per la Fundació del Món Rural.

Text del qüestionari

- | | |
|-------------------------------------|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | Brífung (descripció d'objectius) |
| <input type="checkbox"/> | Esborrany |
| <input checked="" type="checkbox"/> | Definitiu |

Nota: El qüestionari actual és el definitiu aprovat per al primer trimestre del 2009. En els trimestres 2n i 4t s'afegeixen les preguntes corresponents als temes Monogràfics (variables) acordats amb la FMR.