



## Fitxa tècnica per estudis d'opinió

- Provisional** per a l'emissió de vistiplau  
 **Definitiva** per a la incorporació al REO

<b>Títol de l'estudi d'opinió:</b>	Baròmetre de la Comunicació i la Cultura. Tercera onada 2011
<b>Motivacions / objectius:</b>	Estudia el consum de diaris, suplementos, revistes, ràdio, televisió, internet, telefonia, cinema, medi exterior, llibres, videojocs, música, concerts, espectacles i exposicions

<b>Pla anual:</b>	
-------------------	--

**A) Dades tècniques:** Les característiques metodològiques són les següents:

**A.1) Enquestes quantitatives<sup>ii</sup>:**

- Personal     Telefònica CATI     Internet / on-line

*Escolliu opció:*

*Observacions:*

A.1.1) <b>Durada del qüestionari:</b>	de 31 a 45 minuts	La mitjana és de 32 minuts		
A.1.2) <b>Grandària mostra:</b>	> a 5000 entrevistes	n= 30.560	Ponderació	Error = ± 1,1% amb un nivell de confiança del 98% quan p = q = 50%, per dades en global.
A.1.3) <b>Àmbit geogràfic:</b>	Altres. Especifiqueu:	Catalunya i Illes Balears		
A.1.4) <b>Univers a entrevistar:</b>	Altres. Especifiqueu:	Majors de 14 anys. Residents a la llar principal i residents de fa mínim un any a la comarca.		
A.1.5) <b>Tipus de mostreig</b>	Quotes	Mostreig polietàpic estratificat. Afixació mostral per comarca segons densitat de població i marges d'error acceptables. Selecció aleatòria de seccions censals i primera llar a entrevistar. Sistema de quotes per la selecció dels individus, en relació a gènere creuat per activitat laboral, edat, i mida de la llar.		

**A.2) Enquestes qualitatives<sup>iii</sup>:** Reunions de grups*Escolliu opció:**Observacions:*

	<i>Escolliu opció:</i>	<i>Observacions:</i>
A.2.1) <b>Núm. grups</b>		
A.2.2) <b>Àmbit geogràfic:</b>		
A.2.2) <b>Univers a entrevistar:</b>		

**A.3) Altres metodologies no incloses en els apartats anteriors** Especifiqueu:

## B) Dades administratives:

### B.1) Promotor de l'estudi:

<b>Unitat/Direcció:</b>	Fundació Audiències de la Comunicació i la Cultura
<b>Departament/Altres:</b>	

### B.2) Executor de l'estudi:

	B.2.1) Dades provisionals	B.2.2) Dades definitives
<b>Direcció i disseny:</b>		Fundació Audiències de la Comunicació i la Cultura, FUNDACC
<b>Treball de camp i informe descriptiu de resultats:</b>		
<b>Personal:</b>		TNS investigación de Mercados y Opinión SL
<b>Telefònic:</b>		
<b>Internet / on-line:</b>		
<b>Reunions de grups:</b>		
<b>Altres metodologies</b>		
<b>Anàlisis i informe de resultats addicional</b>		Fundació Audiències de la Comunicació i la Cultura, FUNDACC
<b>Altres (especifiqueu):</b>	Tractament de dades i informes de resultats	Odec Centro de Cálculo y Aplicaciones Informáticas, SA

### B.3) Cost de l'estudi:

	B.3.1) Dades provisionals	B.3.2) Dades definitives
<b>Direcció i disseny:</b>	-, -- € (IVA no inclòs)	79.077,98€ (IVA no inclòs)
<b>Treball de camp i informe descriptiu de resultats:</b>		
<b>Personal:</b>	-,-- € (IVA no inclòs)	1.337.667,50€ (IVA no inclòs)
<b>Telefònic:</b>	-,-- € (IVA no inclòs)	-,-- € (IVA no inclòs)
<b>Internet / on-line:</b>	-,-- € (IVA no inclòs)	-,-- € (IVA no inclòs)
<b>Reunions de grups:</b>	-,-- € (IVA no inclòs)	-,-- € (IVA no inclòs)
<b>Altres metodologies</b>	-,-- € (IVA no inclòs)	-,-- € (IVA no inclòs)
<b>Anàlisis i informe de resultats addicional</b>	-,-- € (IVA no inclòs)	-,-- € (IVA no inclòs)
<b>Altres (especifiqueu):</b>	-,-- € (IVA no inclòs)	244.142,86€ (IVA no inclòs)

### C) Calendari:

<i>previsió d'execució dels treballs:</i>		<i>calendari final d'execució:</i>	
<b>Treball de camp:</b>		Juliol 2010	Juny 2011
<b>Lliurament de resultats:</b>		juliol 2011	
<b>Presentació resultats:</b>		juliol 2011	
<b>Observacions:</b>	<i>Treball de camp continu, lliurement de resultats cada 2 mesos, 6 onades l'any. El treball de camp de cada onada bimestral comença el dia 1 del mes i acaba l'últim dia del mes següent. Les onades anuals acumulen 6 onades bimestrals.</i>		

### D) Documentació que s'adjunta:

<b>Qüestionari:</b>	Definitiu
<b>Altres (especifiqueu):</b>	Calendari d'onades 2011

<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> **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>iii</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).