



FITXA TÈCNICA

Proposta de títol de l'estudi: Baròmetre del clima de confiança del sector agroalimentari a Catalunya

Dades administratives

(a omplir preferentment pel personal administratiu)

Tema objecte d'estudi:

(Temàtica de l'estudi)

Anàlisi del clima de confiança del sector agroalimentari i dels agents econòmics que el componen.

Motivacions / Objectius:

(Descripció dels objectius principals de l'estudi).

1. Avaluació del clima de confiança del sector agroalimentari i dels agents relacionats;
2. Identificació de tendències en el clima de confiança per a poder prendre accions de reforç o correctives;
3. Mesura de l'impacte en el clima de confiança de les polítiques i accions de les administracions, així com els successos conjunturals que afectin el sector agroalimentari;
4. Elaboració d'índexs per mesurar de forma quantitativa i periòdica el clima de confiança del sector.

Unitat promotora:

Departament d'Agricultura, Alimentació i Acció rural de la Generalitat de Catalunya (DAR)

Entitat/empresa executora:

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

Procediment negociat

sense publicitat

Contracte menor

Elaboració pròpia

Partida pressupostària:

AG01 D / 227000500 / 1210

Cost: El cost total per onada és de 41.687,50€ IVA inclòs. A l'hora de calcular el preu mig per enquesta cal diferenciar entre les enquestes a responsables de la compra a la llar (2.200 anuals) i les enquestes a empresaris (3.832 anuals).

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

Enquesta

	Enquestes Totals	Preu per enquesta	IVA	Preu unitari mig amb IVA
Enquestes a responsable de la compra	2.200	9,42	1,51	10,93
Enquestes a empresaris	3.832	19,09	3,05	22,15

Adicionalment, els costos d'adaptació de l'eina del baròmetre per a la FMR i la generació de l'informe corresponent, tenen els següent cost per trimestre:

Informe **Preu:** 12.463,57 € (sense IVA)

IVA: 1.994,17 €

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 (trimestral): 6.032 anuals, a raó de 1.508 enquestes per trimestre dividides segons la següent distribució per universos en estudi:

Agents	Nº d'entrevistes trimestrals	Error trimestral
Productors	380	5,1
Indústries	192	7,2
Majoristes	31	18
Distribuïdors	355	5,3
Consumidors	550	4,3

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
 Grandària d'empresa
 Pendent de decidir

Afixació

- | | | | |
|-------------------------------------|----------------------|--------------------------|--------------------|
| <input type="checkbox"/> | Proporcional | <input type="checkbox"/> | Pendent de decidir |
| <input checked="" type="checkbox"/> | <u>Aproporcional</u> | | |

Procediment de mostreig

- | | | | |
|-------------------------------------|-------------------------|--------------------------|----------------------|
| <input type="checkbox"/> | Aleatori simple | <input type="checkbox"/> | Altres (especificar) |
| <input checked="" type="checkbox"/> | Polietàpic estratificat | <input type="checkbox"/> | 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"/> | <u>Telefònic CATI (ordinador)</u> | <input type="checkbox"/> | Presencial domiciliària |
| <input type="checkbox"/> | Internet | <input type="checkbox"/> | Postal |
| | | <input type="checkbox"/> | Altres (especificar): |
| | | <input type="checkbox"/> | Pendent de decidir |

Qualitativa

- | | | | |
|--------------------------|---------------------------|--------------------------|----------------------|
| <input type="checkbox"/> | Entrevista en profunditat | <input type="checkbox"/> | Altres (especificar) |
| <input type="checkbox"/> | Reunions de grup | <input type="checkbox"/> | Pendent de decidir |

Calendari del projecte

Disseny de la mostra i del qüestionari: el qüestionari es tanca 15 dies abans de començar el treball de camp de cada trimestre (15 de Març, 15 de juny, 15 de setembre i 15 de desembre); la mostra ja està definida des del començament del projecte.

Treball de camp: es realitza de forma trimestral, segons trimestres de l'any natural (gener - març, abril - juny, juliol - setembre, octubre - desembre) i es duen a terme de forma continuada durant el total del període considerat, aproximadament 500 entrevistes cada mes.

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

Text del qüestionari

- | | |
|-------------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | Brífling (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 2008, no obstant, cada trimestre pot haver-hi variacions en algunes de les preguntes.