



Fitxa tècnica per estudis d'opinió

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

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

Pla anual:	
-------------------	--

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

A.1) Enquestes quantitativesⁱⁱ:

- Personal Telefònica CATI Internet / on-line

Escolliu opció:

Observacions:

A.1.1) Durada del qüestionari:	de 31 a 45 minuts	La mitjana és de 32 minuts		
A.1.2) Grandària mostra:	> a 3000 entrevistes	n= 28.969	Ponderació	Error = \pm 1,2% amb un nivell de confiança del 98% quan p = q = 50%, per dades en global.
A.1.3) Àmbit geogràfic:	Altres. Especifiqueu:	Catalunya i Illes Balears		
A.1.4) Univers a entrevistar:	Altres. Especifiqueu:	Majors de 14 anys. Residents a la llar principal i residents de fa mínim un any a la comarca.		
A.1.5) Tipus de mostreig	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 qualitativesⁱⁱⁱ:

Reunions de grups

Escolliu opció:

Observacions:

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

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

Especifiqueu:

B) Dades administratives:

B.1) Promotor de l'estudi:

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

B.2) Executor de l'estudi:

	B.2.1) Dades provisionals	B.2.2) Dades definitives
Direcció i disseny:		Fundació Audiències de la Comunicació i la Cultura, FUNDACC
Treball de camp i informe descriptiu de resultats:		TNS investigación de Mercados y Opinión SL
Personal: Telefònic: Internet / on-line: Reunions de grups: Altres metodologies		
Anàlisis i informe de resultats addicional		Fundació Audiències de la Comunicació i la Cultura, FUNDACC
Altres (especifiqueu):	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
Direcció i disseny:	-, -- € (IVA no inclòs)	79.077,98€ (IVA no inclòs)
Treball de camp i informe descriptiu de resultats:		
Personal: Telefònic: Internet / on-line: Reunions de grups: Altres metodologies	-,-- € (IVA no inclòs) -,-- € (IVA no inclòs) -,-- € (IVA no inclòs) -,-- € (IVA no inclòs) -,-- € (IVA no inclòs)	1.337.667,50€ (IVA no inclòs) -,-- € (IVA no inclòs) -,-- € (IVA no inclòs) -,-- € (IVA no inclòs) -,-- € (IVA no inclòs)
Anàlisis i informe de resultats addicional	-,-- € (IVA no inclòs)	-,-- € (IVA no inclòs)
Altres (especifiqueu):	-,-- € (IVA no inclòs)	244.142,86€ (IVA no inclòs)

C) Calendari:

<i>previsió d'execució dels treballs:</i>		<i>calendari final d'execució:</i>	
Treball de camp:		01/11/2010	31/10/2011
Lliurament de resultats:		29 de novembre de 2011	
Presentació resultats:		29 de novembre de 2011	
Observacions:	<p><i>Treball de camp continu, lliurement de resultats cada 4 mesos a partir de juliol 2011, 4 onades l'any 2011.</i></p> <p><i>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></p>		

D) Documentació que s'adjunta:

Qüestionari:	Definitiu
Altres (especifiqueu):	Calendari d'onades 2011, modificat a partir de juliol 2011

ⁱ 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.

ⁱⁱ **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)).

ⁱⁱⁱ **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).