



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:	Post-test de la campanya de prevenció i recollida de residus. 2012
Motivacions / objectius:	Conèixer l'impacte de la campanya publicitària en la societat catalana, mesurant la seva eficàcia i, en definitiva, entenen com ha funcionat. Avaluar l'eficàcia del missatge en funció del mitjà i versió concreta per disposar d'un retorn de la campanya que permeti valorar el què s'ha portat a terme i optimitzar l'estratègia per a futures campanyes.

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

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

A.1) Enquestes quantitativesⁱⁱ:

Amb enquestador:		Auto administrada:	
<input type="checkbox"/> Personal	<input checked="" type="checkbox"/> Telefònica CATI	<input type="checkbox"/> Internet / on-line	<input type="checkbox"/> en paper

Escolliu opció:

Observacions:

A.1.1) Durada del qüestionari:				
A.1.2) Grandària mostra:	De 501 a 1500 entrevistes	n=600	Ponderació	Error = ± 4,08%
A.1.3) Àmbit geogràfic:	Catalunya			
A.1.4) Univers a entrevistar:	Població general	Homes i dones de 16 a 70 anys de classe mitjana àmplia, residents a Catalunya		
A.1.5) Tipus de mostreig	Quotes			

A.2) Enquestes qualitativesⁱⁱⁱ:

- Reunions de grups Grups de discussió Altres: _____

Escolliu opció:

Observacions:

A.2.1) Núm. grups	4	7-9 participants
A.2.2) Àmbit geogràfic:	Catalunya	BARCELONA + ÀREA METROPOLITANA (1



		RG), TARRAGONA (1 RG), LLEIDA (1 RG) I GIRONA (1 RG)
A.2.2) Univers a entrevistar:	Població general	Representació d'individus oients de ràdio i gent que navegui per Internet.

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

B) Dades administratives:
B.1) Promotor de l'estudi:

Unitat/Direcció:	Agència de Residus de Catalunya
Departament/Altres:	Departament de Medi Ambient i Sostenibilitat i l'Agència de Residus de Catalunya

B.2) Executor de l'estudi:

	B.2.1) Dades provisionals	B.2.2) Dades definitives
Direcció i disseny:		
Treball de camp i informe descriptiu de resultats:		
Personal: Telefònic: Instituto Dym, Investigaciones y Ases. Economico en Distribución, Mercados y Ventas, SA Internet / on-line: Reunions de grups: Altres metodologies	Instituto Dym, Investigaciones y Ases. Economico en Distribución, Mercados y Ventas, SA	Instituto Dym, Investigaciones y Ases. Economico en Distribución, Mercados y Ventas, SA
Anàlisis i informe de resultats adicional		
Altres (especifiqueu):		

B.3) Cost de l'estudi:

	B.3.1) Dades provisionals	B.3.2) Dades definitives
Direcció i disseny:		
Treball de camp i informe descriptiu de resultats:		
Personal: Telefònic: Internet / on-line: Reunions de grups: Altres metodologies		
Anàlisis i informe de resultats adicional		
Cost total estudi(*)		19.337,37 IVA no inclòs

(*) L'oferta econòmica de l'empresa no incloïa els preus desglossats

C) Calendari:

Quantitatiu

	<i>previsió d'execució dels treballs:</i>		<i>calendari final d'execució:</i>	
Treball de camp:	01/02/2012	09/02/2012	01/02/2012	09/02/2012
Lliurament de resultats:			Febrer-Març 2012	
Presentació resultats:				
Observacions:				

Qualitatiu

	<i>previsió d'execució dels treballs:</i>		<i>calendari final d'execució:</i>	
Treball de camp:	01/02/2012	09/02/2012	02/02/2012	09/02/2012
Lliurament de resultats:			Febrer-Març 2012	
Presentació resultats:				
Observacions:				

D) Documentació que s'adjunta:

Qüestionari:	Definitiu
Altres (especifiqueu):	Taules estadístiques i informe de resultats

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).