

Fitxa tècnica del Registre públic d'estudis d'opinió, n.1

Denominació² : Estudi quantitatiu d'investigació de l'ús de les noves tecnologies per part de la ciutadania

Tema objecte d'estudi³ : Avaluar, des del punt de vista del conjunt de ciutadans, el grau de coneixement i utilització de les noves tecnologies de la informació per tal de mesurar-ne el grau d'integració dins de la societat catalana així com la del portal *gencat*. A la vegada, com a continuació dels estudis realitzats en anys anteriors, fer un seguiment de l'evolució de d'aquest grau de coneixement i utilització.

Objectius / motivacions⁴ :

- > Ús de les noves tecnologies: per quins serveis, per a què, amb quina freqüència
- > El millor i el pitjor. Expectatives de futur. El paper i l'ús de les noves tecnologies.
- > Tipologia / perfils dels ciutadans en la relació amb l'ús de les noves tecnologies.
- > Demanda potencial , aquells serveis que utilitzarien fent us de les noves tecnologies
- > Notorietat i ús de Gencat.net. Tipologia d'ús

Unitat promotora : Direcció General d'Atenció Ciutadana del Departament de la Presidència

Entitat / empresa executora⁵ :

Treball de camp : Central de Campo , SL
Informe de resultats : Gesop

Condicions de contractació⁶ :

Treball de camp : procediment negociat
Informe de resultats : Contractació directa

Partida pressupostària : 227.00.07

Cost⁷ :

Treball de camp : amb IVA : 25.931,80 euros, sense IVA : 22.355 euros
Informe de resultats : amb IVA : 4.640 euros, sense IVA : 4.000 euros

¹ El Decret 334/2002, de 3 de desembre, pel qual es dóna una nova regulació al Registre públic d'enquestes i estudis d'opinió de la Generalitat de Catalunya, es pot consultar a: http://www10.gencat.net/pls/sac/p92.lli_par?usu=DP&pas=&via=3&cap=&parc=enquestes

² Títol previsible. Els punts, parèntesis i salts tipogràfics se substitueixen per dos punts [:] i es fa començar la frase següent amb minúscules, llevat que sigui un nom propi. Vgr : *Evolució de X : un enfocament psicosocial : març 2004-desembre 2004* (A100).

³ Temàtica de la que tracta l'estudi, a redactar entre 20 i 50 paraules. S'ha de distingir dels aspectes motivacionals, que s'indiquen en el camp *Objectius / motivacions*, i dels metodològics, que s'indiquen en el camp *Metodologia*. (A100).

⁴ Causa o finalitat que menen a realitzar l'estudi, a redactar entre 10 i 40 paraules (A100).

⁵ Empresa o entitat executora del disseny, el treball de camp, l'explotació estadística i la redacció de l'estudi. Pot ser una o múltiple. Pot ser externa o coincident amb la unitat administrativa impulsora de l'estudi.

⁶ Són considerades vàlides les respostes següents : Concurs obert / Concurs restringit / Procediment negociat / Contracte menor / Conveni de col·laboració / Elaboració pròpia / Subvenció.

⁷ Desglosseu el preu i l'IVA (si està exclòs d'IVA, indiqueu-ho.)

Àmbit geogràfic⁸ : Catalunya

Univers⁹ : Persones de 16 i més anys empadronats a Catalunya que tenen telèfon fix al domicili

Mostra¹⁰ : 1.500 entrevistes

Error mostrat¹¹ : +/- 2,89% per al conjunt de Catalunya i per a un nivell de confiança del 95% i p=q=0,5. El marge d'error de cadascuna de les províncies és el següent :

Barcelona : +/- 3,65

Girona : +/- 6,32

LLeida : +/- 6,32

Tarragona : +/- 6,32

Dates de treball de camp¹² : Entre 7 i 26 de setembre de 2006

Tipus de mostreig¹³ : Afixació no proporcional de 750 entrevistes a la província de Barcelona i 250 a la resta. Dins de cada província, estratificació segons dimensió de municipi amb selecció aleatòria de les llars i per quotes creuades de sexe i edat per a la selecció de les persones entrevistades. També s'ha fixat una quota provincial d'immigració d'acord al pes que aquesta població té en cada zona. Per l'obtenció dels resultats les dades s'han ponderat d'acord al pes real de cadascuna de les províncies.

Text del qüestionari¹⁴ : S'adjunta en un document apart

Cal afegir que no ha variat respecte a l'enviat el mes de juliol. No va ser possible aplicar les correccions sorgides arrel de l'informe tècnic del CEO perquè possiblement per causa del període de vacances d'estiu, l'informe ens va arribar quan el treball de camp estava pràcticament finalitzat.

De tota manera, totes les correccions s'aplicaran en posteriors estudis.

Mètode de recollida¹⁶: Entrevista telefònica assistida per ordinador

⁸ Redacteu un text preferint els enunciats enumeratius als conceptuals. Vgr : és preferible "Noguera, Pla d'Urgell, Segrià..." que no pas "Àrea d'influència de Lleida" (A100).

⁹ Redacteu un text preferint els enunciats conceptuals als enumeratius. Vgr : és preferible "Residents a ciutats d'entre 100.000 i 200.000" que no pas "Residents a Lleida, Tarragona..." (A100).

¹⁰ Nombre absolut de la mostra. Vgr : N=4.500.

¹¹ Error causat per la variabilitat de la mostra (A50).

¹² Indiqueu dates previstes d'origen i final.

¹³ Metodologia, enfocament i tècnica del conjunt de l'estudi.(A100)

¹⁴ Reproducció textual del qüestionari que fa servir l'entrevistador / enquestador.

¹⁶ Sistema utilitzat per obtenir la informació: telèfon (CATI), entrevista presencial, postal, internet, etc...