

Fitxa tècnica del Registre Públic d'Estudis d'Opinió, n.º 292

Denominació² : ELS CATALANS I EL COMERÇ JUST I SOLIDARI

Tema objecte d'estudi³

CONÈIXER QUINS SÓN ELS HÀBITS DE COMPRA I L'ACCEPTABILITAT DEL COMERÇ JUST I SOLIDARI

Objectius / motivacions⁴ :

CONEIXEMENT DEL CONCEPTE I DEFINICIÓ DEL CONSUM JUST I SOLIDARI.

ACTITUDS DAVANT EL COMERÇ JUST I SOLIDARI

CONEIXEMENTS DELS PRODUCTES I ELS LLOCS DE COMPRA.

Unitat promotora⁵ :

GENERALITAT DE CATALUNYA

INSTITUT CATALÀ DEL CONSUM

Entitat / empresa executora⁶ : INSTITUT DEP S.L.

Condicions de contractació⁷ : CONTRACTE MENOR

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 Unitat administrativa impulsora i sufragadora de l'estudi. Ordeneu les unitats de major a menor rang, separant els nivells amb punts. Vgr : DG X. SubDG X. Servei X (A100).

⁶ 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.

Partida pressupostària : D/6170/227.000700.0000

Cost⁸ :

PREU:

IVA:

TOTAL: 11.999,97 EUROS

Àmbit geogràfic⁹ :
CATALUNYA

Univers¹⁰ :
HOMES I DONES MAJORS DE 16 ANYS

Mostra¹¹ : 600 entrevistes telefòniques

Error mostral¹² :
**± 4,08% per a dades globals i en el cas de màxima indeterminació (p=q=50),
per a un nivell de confiança del 95,5%.**

⁷ Són considerades vàlides les respostes següents : Concurs obert / Concurs restringit / Procediment negociat / Contracte menor / Conveni de col·laboració / Elaboració pròpia / Subvenció.

⁸ Desglosseu el preu i l'IVA (si està exclòs d'IVA, indiqueu-ho.)

⁹ 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).

¹⁰ 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).

¹¹ Nombre absolut de la mostra. Vgr : N=4.500.

¹² Error causat per la variabilitat de la mostra (A50).

Dades de treball de camp¹³ :

DE L'1 AL 15 DE DESEMBRE DE 2004

Metodologia¹⁴ :

REALITZACIÓ D'ENTREVISTES TELEFÒNIQUES A UNA MOSTRA REPRESENTATIVA DE CIUTADANS I CIUTADANES DE 16 O MÉS ANYS RESIDENTS A CATALUNYA

Text del qüestionari¹⁵ :

INCLÒS DINS L'ESTUDI

¹³ Indiqueu dates previstes d'origen i final.

¹⁴ Metodologia, enfocament i tècnica del conjunt de l'estudi.(A100)

¹⁵ Reproducció textual del qüestionari que fa servir l'entrevistador / enquestador.