

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

Denominació² :

Enquesta pilot sobre els valors i prioritats polítiques dels ciutadans als municipis de la província de Barcelona no inclosos en l'àrea metropolitana

Tema objecte d'estudi³

Conèixer els valors bàsics dels ciutadans, les seves prioritats polítiques, les seves orientacions polítiques i el seu comportament electoral en les passades eleccions.

Objectius / motivacions⁴ :

- Aportar informació sobre els valors bàsics per poder analitzar com queden influïts per les característiques sociològiques dels enquestats i com afecten les orientacions polítiques.
- Determinar les prioritats polítiques dels enquestats.
- Testar una nova metodologia per preguntar el vot en les eleccions passades.

Unitat promotora⁵ :

Centre d'Estudis d'Opinió, Idescat. Generalitat de Catalunya.

Entitat / empresa executora⁶ :

Time Consultants

Condicions de contractació⁷ :

Procediment negociat

Partida pressupostària :

D/227000505/583B

¹ El Decret 334/2002, de 3 de desembre, pel qual es dona 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.

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

Cost⁸ :
12.000 €

Àmbit geogràfic⁹ :

Municipis de la província de Barcelona, excepte Barcelona ciutat i la seva àrea metropolitana.

Univers¹⁰ :

Població catalana de 18 i més anys resident als municipis de la província de Barcelona, excepte Barcelona ciutat i la seva àrea metropolitana.

Mostra¹¹ :

1.000 entrevistes

Error mostral¹² :

± 3,16

Dates de treball de camp¹³ :

Del 15 al 29 desembre de 2006

Tipus de mostreig¹⁴ :

Estratificat per dimensió de municipi, amb selecció de les unitats primàries de mostreig (municipis) de forma aleatòria no proporcional, i de les unitats últimes (individus) aleatòriament per quotes de sexe i edat. Per al càlcul de les quotes s'utilitza com a base el Padró de Població de l'any 2005.

Text del qüestionari¹⁵ :

Mètode de recollida¹⁶:

Enquesta telefònica assistida per ordinador (CATI).

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).

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.

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