

ANEXO IV. PROPUESTA PARA LA CONTRATACIÓN DE SERVICIOS PARA LA REALIZACIÓN DE ESTUDIOS DE OPINIÓN MEDIANTE ENCUESTAS TELEFÓNICAS, ENCUESTAS ON LINE Y MIXTAS DESTINADOS A LA FUNDACIÓN PÚBLICA ANDALUZA CENTRO DE ESTUDIOS ANDALUCES M.P. (versión 21-04-2020)

Objeto del contrato

Servicio para la realización de estudios de opinión mediante encuestas telefónicas y mixtas y encuestas on line para la Fundación Centro de Estudios Andaluces. Se entiende por tales a aquellos estudios que están basados en encuestas en las que la opinión de las personas entrevistadas la recogen los encuestadores, a través del teléfono fijo o móvil o por correo electrónico o combinado ambos métodos, mediante un cuestionario estructurado, de una muestra representativa del total de la población que se quiere estudiar.

Tipo de contrato (marcar lo que proceda)

- Servicio.
 Suministro.
 Obra.

Responsable de la Unidad promotora de la contratación (incluir nombre y apellidos y cargo que ostenta)

ELADIA ILLESCAS ESTÉVEZ, SUBDIRECTORA DE INVESTIGACIÓN Y DIFUSIÓN DEL CONOCIMIENTO

Persona responsable del contrato y de su seguimiento art. 62 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público (LCSP).

RUBÉN MARTÍN GIMENO, INVESTIGADOR

Valor estimado del contrato Se entiende por valor estimado del contrato el importe total (I.V.A. excluido), así como las eventuales prórrogas.

El valor estimado del acuerdo marco considerando el conjunto de operaciones previstas durante la duración total del mismo incluida la eventual prórroga (art. 101.13 LCSP) es de 499.616€ (IVA no incluido), siendo el valor estimado del cada lote el siguiente:



LOTE 1. ENCUESTAS TELEFÓNICAS O MIXTAS

Total 55 puntos

Lote 1. Encuestas telefónicas, presenciales y mixtas VEC = 199.238€

CONCEPTO	PRECIO UNITARIO MAXIMO DE LICITACIÓN		NÚMERO ESTIMADO DE ENCUESTAS	VALOR ESTIMADO	PUNTUACION ASIGNADA
1. Encuesta telefónica tipo A (PBEtA) (fijos)	Tipo 1. Población general	10,0 €	5.625	56.250 €	15 PUNTOS
	Tipo 2. Poblaciones específicas	14,4 €	900	12.960 €	
2. Encuesta telefónica tipo B (PBEtB) (móviles) -	Tipo 1. Población general	13,8 €	3.750	51.750 €	20 PUNTOS
	Tipo 2. Poblaciones específicas	18,8 €	750	14.100 €	
3. Encuesta presencial	Tipo 1. Población general	16,3 €	1.125	18.338 €	5 PUNTOS
4. Encuesta online (CAWI)	Tipo 1. Población general	8,8 €	2.250	19.800 €	SUMATORIAO 4+5 10 PUNTOS
	Tipo 2. Poblaciones específicas	12,5 €	600	7.500 €	
5. Gestión de incentivos por participación en encuestas online		1,9 €	2.850	5.415 €	
6. Diseño y elaboración de la muestra		2.500 €	1	2.500 €	5 PUNTOS
7. Análisis multivariantes		3.125 €	1	3.125 €	
8. Informe descriptivo de resultados		3.125 €	1	3.125 €	
9. Informe en profundidad de resultados		4.375 €	1	4.375 €	



DESGLOSE LOTE 2. ENCUESTAS ON LINE Y MIXTAS

Oferta económica: 55 puntos

Lote 2. Encuestas online. VEC = 62.508€

CONCEPTO	PRECIO UNITARIO MAXIMO DE LICITACIÓN		NÚMERO ESTIMADO DE ENCUESTAS	VALOR ESTIMADO	PUNTUACION ASIGNADA
1. Encuesta online (CAWI)	Tipo 1. Población general	8,8 €	2.325	20.460 €	25 PUNTOS
	Tipo 2. Poblaciones específicas	12,5 €	750	9.375 €	
2. Gestión de incentivos por participación en encuestas online		1,9 €	3.075	5.843 €	10 PUNTOS
3. Encuesta telefónica tipo A (PBETA) (fijos)	Tipo 1. Población general	10,0 €	300	3.000 €	5 PUNTOS
	Tipo 2. Poblaciones específicas	14,4 €	75	1.080 €	
4. Encuesta telefónica tipo B (PBETB) (móviles)	Tipo 1. Población general	13,8 €	300	4.140 €	5 PUNTOS
	Tipo 2. Poblaciones específicas	18,8 €	75	1.410 €	
5. Encuesta presencial	Tipo 1. Población general	16,3 €	250	4.075 €	5 PUNTOS
6. Diseño y elaboración de la muestra (PDM)		2.500 €	1	2.500 €	SUMATORIO 6+ 7 + 8 + 9 5 PUNTOS
7. Análisis Multivariantes (PAM)		3.125 €	1	3.125 €	
8. Informe descriptivo de resultados (PID)		3.125 €	1	3.125 €	
9. Informe en profundidad de resultados (PIP)		4.375 €	1	4.375 €	



LOTE 3. BARÓMETRO ANDALUZ

Oferta económica: 55 puntos

Lote 3: Barómetro Andaluz VEC = 237.870€

Se valorarán separadamente los precios unitarios de cada uno de los conceptos que componen para la realización de estudios de opinión mediante encuestas. La puntuación asignada se encuentra ponderada en atención a la incidencia económica en el valor estimado del presente lote de cada uno de los precios.

Concepto	Precio Unitario Máximo de Licitación	NÚMERO ESTIMADO DE ENCUESTAS	Valor Estimado	Puntuación Asignada
1. Encuesta telefónica tipo A (PBETa) - fijos	10,0 €	5.000	50.000 €	15 puntos
2. Encuesta telefónica tipo B (PBETb) - móviles	13,8 €	13.250	182.850 €	35 puntos
3. Encuesta presencial	16,3 €	200	3.260 €	2,5 puntos
4. Encuesta online (CAWI)	8,8 €	200	1.760 €	2,5 puntos

Los precios del acuerdo marco serán los precios ofertados por cada uno de los adjudicatarios y no admitirán revisión durante la vigencia del mismo o sus prórrogas.

El precio de cada contrato basado vendrá determinado por la aplicación de los precios a los conceptos efectivamente realizados en cada caso y se abonará contra factura emitida por el contratista que realice el trabajo a la finalización y entrega del mismo.

Procedimiento de adjudicación Se entiende por valor estimado del contrato el importe total (I.V.A. excluido), así como las eventuales prórrogas).

Procedimiento abierto (cuando se trate de contratos de suministros, servicios y obras cuyo valor estimado sea igual o superior a 15.000€).

Procedimiento abierto simplificado conforme a la tramitación establecida en el art. 159 LCSP.

Proced. Abierto super-simplificado conforme a la tramitación establecida en el art. 159.6 LCSP (cuando se trate de contratos de suministros y servicios cuyo valor estimado del contrato es inferior 35.000 €, excepto para prestaciones de carácter intelectual, y para contratos de obras cuyo valor estimado del contrato es inferior a 80.000 €.).

Otros: (indicar lo que proceda). **En caso de marcar esta casilla, ha de incluirse la justificación de la elección del procedimiento.**



ACUERDO MARCO PARA LA CONCLUSIÓN POR PROCEDIMIENTO ABIERTO

Tramitación: Ordinaria.

Descripción completa de los trabajos

1.- OBJETO DEL PRESENTE PLIEGO

El objeto de este pliego es definir las prescripciones técnicas del acuerdo marco y de sus contratos basados que regirán el servicio para la realización de cualquier estudio de opinión que se realice mediante encuestas telefónicas y mixtas y encuestas on line para la Fundación Centro de Estudios Andaluces (CENTRA, en lo sucesivo).

Se entiende por tales a aquellos estudios que están basados en encuestas en las que la opinión de las personas entrevistadas la recogen los encuestadores, a través del teléfono fijo o móvil, presencial o por cualquier otro medio digital (correo electrónico, sms, panel online...) o mediante la combinación de varios métodos, mediante un cuestionario estructurado o semiestructurado, de una muestra representativa del total de la población que se quiere estudiar.

El acuerdo marco se divide en tres lotes con el siguiente contenido cada uno:

- Lote 1. Encuestas telefónicas y mixtas (canal principal telefónico y como canales alternativos, encuestas online y/o presenciales).
- Lote 2. Encuestas online y mixtas (canal principal online y como canales alternativos, encuestas telefónicas y/o presenciales).
- Lote 3. Barómetro Andaluz (canal principal telefónico y como canales alternativos, encuestas presenciales u online).

Las encuestas de los Lotes 1 y 2 pueden ser de dos tipos:

Tipo A. Encuestas con muestras representativas de la población general

Son encuestas cuyo universo es la población andaluza en general. Las unidades muestrales de estas encuestas se seleccionarán atendiendo a características sociodemográficas y territoriales generales de la población, tales como sexo, edad, provincia o hábitat.

Tipo B. Encuestas a poblaciones específicas

Son encuestas cuyo universo son sectores específicos de la población andaluza. Los diseños muestrales de estas encuestas se seleccionarán por criterios y características sociodemográficas y territoriales más concretas, y por tanto se necesitarán de bases de datos o marcos de población específicos.



Atendiendo a la dificultad diferencial del acceso y nivel de respuesta de cada uno de estos tipos, tendrán un precio distinto por unidad de encuesta en cada uno de los lotes. La decisión del tipo de encuesta se basará en criterios objetivos relativos al diseño de la muestra que serán decididos por CENTRA.

2.- CONTENIDO DE CADA LOTE

Lote 1. Encuestas telefónicas y mixtas

El lote 1 consiste la realización de encuestas utilizando metodología de recogida de datos única o metodología de recogida de datos mixta

Aquellos licitadores que opten al lote 1, tendrán que contemplar la posibilidad de realizar las encuestas de las siguientes formas:

- Encuestas únicamente telefónicas sólo a móviles, telefónicas sólo a fijos o bien telefónicas con porcentaje de fijos y móviles.
- Encuestas realizadas únicamente presencialmente (CAPI).
- Posibilidad de realizar en un mismo estudio recogida de datos mediante encuestas telefónicas, a móviles, fijos y encuestas online (en menor proporción).
- Posibilidad de realizar en un mismo estudio recogida de datos mediante encuestas telefónicas, a móviles y fijos y mediante encuestas presenciales (en menor proporción).

Lote 2. Encuestas online

El lote 2 consiste la realización de encuestas utilizando metodología de recogida de datos única o metodología de recogida de datos mixta.

Aquellos licitadores que opten al lote 2, tendrán que contemplar la posibilidad de realizar las encuestas de las siguientes formas:

- Encuestas realizadas únicamente mediante metodología online.
- Encuestas realizadas, en un mismo estudio, mediante metodología online y, en menor proporción, encuestas telefónicas (a móviles y/o fijos)
- Posibilidad de realizar en un mismo estudio recogida de datos mediante metodología y mediante encuestas presenciales (en menor proporción).

El porcentaje de las encuestas a realizar por cada método de recogida de datos se determinará en cada caso por el órgano de contratación.

Lote 3. Barómetro Andaluz

El “Barómetro Andaluz”, permite conocer de forma continuada, con una periodicidad trimestral, el estado de la opinión pública andaluza a nivel regional sobre temas de interés



social, económico y político mediante la determinación de los principales indicadores sociopolíticos de la población andaluza en la Comunidad Autónoma de Andalucía.

El “Barómetro Andaluz” se realiza principalmente combinando las encuestas telefónicas tanto a teléfonos fijo como a móviles. También incluye la realización de encuestas presenciales como técnica complementaria de recogida.

3.- ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL SERVICIO: LOTE 1 Y NORMAS COMUNES A LOS LOTES 1 Y 2.

3.1. Funciones y tareas a realizar por las adjudicatarias

El objeto principal del acuerdo marco corresponde a las tareas de preparación y ejecución del trabajo de campo, codificación y control de los cuestionarios, grabación, depuración y etiquetado de los ficheros de datos de encuestas telefónicas, personales u online dirigidas a la población. Concretamente, la empresa adjudicataria deberá llevar a cabo las siguientes tareas:

- Relacionadas con la preparación del trabajo de campo:

- Preparación del cuestionario de acuerdo con la metodología de recogida de información empleada CATI o CAWI
- Realización del pre-test del cuestionario.
- Adiestramiento y briefing de los diferentes equipos de trabajo necesarios para el desarrollo del campo y tratamiento de los resultados (encuestadoras, supervisoras, codificadoras, etc.).

- Relacionadas con la ejecución del trabajo de campo:

- Realización de entrevistas de acuerdo con las especificaciones previstas en cada tipo de encuesta.
- Control y supervisión de las entrevistas realizadas.
- Codificación de las respuestas a las preguntas abiertas y semiabiertas.
- Realización de informes de campo durante su ejecución y al finalizar el mismo.
-

- Relacionadas con el tratamiento de los datos.

- Grabación de los datos en soporte informático.
- Depuración de los datos.
- Creación y etiquetado de los ficheros en formato SPSS.
- Tabulación básica de resultados.



Se entiende que el coste de la prestación de estos servicios básicos está incluido en el precio unitario máximo de la encuesta telefónica tipo.

Adicionalmente, se podrá requerir de la empresa la prestación de los siguientes servicios específicos:

- Gestión de incentivos a las personas que respondan a una encuesta determinada. Esto sólo para encuestas online.
- Diseño y elaboración de la muestra.
- Realización de análisis multivariantes.
- Realización de informes de resultados.

Estos servicios están excluidos del precio unitario máximo de la encuesta telefónica tipo, por tanto, en caso de ser requeridos se les aplicarían los importes unitarios de adjudicación ofertados por cada concepto.

3.2. Documentación del estudio a entregar por el órgano contratante

Para cada uno de los contratos basados en el presente acuerdo marco, el órgano contratante determinará los servicios a realizar por la empresa adjudicataria y establecerá los siguientes parámetros:

- a) Metodología de recogida de la información: CATI para las telefónicas, CAPI para las presenciales y CAWI para las encuestas online.
- b) Universo al que va dirigida la encuesta.
- c) Tamaño del cuestionario (número de respuestas).
- d) Diseño de la muestra: ámbito territorial, número de entrevistas a realizar, estratificación y afijación.
- e) Procedimiento de selección de la muestra.

- f) Los recursos materiales y humanos mínimos necesarios para realizar el estudio.
- g) El calendario de realización de los trabajos.
- h) Aplicación o no aplicación de incentivos condicionados a la respuesta y número de incentivos previstos.
- i) Asimismo, de cara a la realización de los trabajos encargados, el órgano contratante suministrará a la empresa con la suficiente antelación, los siguientes materiales:
 - Descripción de los objetivos del trabajo.
 - Versión de los cuestionarios a utilizar (Word o similar).
 - Descripción del diseño muestral y materiales necesarios para aplicar el procedimiento de muestreo (instrucciones para la selección de las unidades intermedias y últimas, etc.), salvo en aquellos casos en los que en el contrato derivado se especifique que esta tarea la realizará la empresa adjudicataria.
 - Criterios para la realización de las entrevistas, incluyendo el trato con las personas



entrevistadas y la identificación del organismo que encarga la investigación (Manual del entrevistador/a).

- Criterios para la identificación de las entrevistas obtenidas.
- Criterios para la elaboración de los ficheros de datos resultantes y de las tabulaciones (en su caso).
- Otros materiales o especificaciones consideradas de interés para la realización de los trabajos.

3.3.- Especificaciones técnicas de los servicios a prestar en los contratos basados.

Las distintas tareas y funciones prestadas por la empresa adjudicataria en la ejecución de los servicios a prestar en los contratos derivados se ajustarán a las siguientes especificaciones:

3.3.1.- Cuestionario.

En cada contrato basado que se adjudique, CENTRA pondrá a disposición de la empresa adjudicataria una versión escrita del cuestionario definitivo.

La empresa adjudicataria realizará las siguientes tareas:

- a) Adaptar el cuestionario a la metodología de recogida de la información (presencial, telefónica, on line o mixta)
- b) Confeccionar la aplicación informática de gestión del cuestionario.
- c) Modificar el cuestionario en función de los resultados obtenidos en el pre-test.

3.3.2.- Muestra y procedimiento de muestreo.

La selección de la muestra independientemente del tipo de encuesta a realizar, pudiendo ser aleatoria simple, aleatoria estratificada, o aleatoria por conglomerados. La empresa adjudicataria se compromete a seguir fielmente el procedimiento de muestreo diseñado, así como a seguir las instrucciones proporcionadas en lo que se refiere a la selección de las personas que responderán a la entrevista.

Además, cuando en el contrato basado se especifique que el diseño de la muestra correrá a cargo de la empresa adjudicataria, esta realizará las siguientes tareas:



a) En caso de que fuera necesario, adaptar la muestra a la metodología de recogida de información escogida.

b) Adquirir o generar los marcos muestrales o bases de datos de teléfonos fijos y móviles, de personas, panelistas o cualquier otra necesaria para seleccionar las unidades muestrales. Esta selección tendrá que hacerse con la antelación suficiente y contar con el visto bueno final de CENTRA.

c) Implementar el cuestionario y confeccionar los procedimientos que seguirá el programa de encuestación así como las personas encuestadoras a la hora de seleccionar los números de teléfono y las personas a entrevistar.

d) Utilizar el procedimiento de muestreo diseñado y que tendrán que seguir los encuestadores a la hora de escoger las unidades a entrevistar. Solo se podrá entrevistar una persona por hogar.

3.3.3.- Formación del personal entrevistador.

La empresa adjudicataria deberá:

a) Entregar un documento de ayuda (Manual del entrevistador/a) y explicar de forma detallada el cuestionario (briefing) al 100% de los encuestadores que participen en la fase de recogida de la información.

b) El briefing lo realizará el técnico principal responsable del estudio de la empresa adjudicataria, siguiendo las directrices de CENTRA, que siempre que quiera tendrá la posibilidad de enviar a personal técnico para que participe en el briefing.

c) La fecha de briefing deberá ser comunicada a CENTRA y se informará con suficiente antelación del lugar, día y la hora de realización del mismo para permitir la asistencia de los técnicos de CENTRA

3.3.4.- Pre-test.

El pre-test se realizará en los términos siguientes:

- Se realizará un test del trabajo de campo o prueba piloto con entrevistas reales para comprobar la adecuación del cuestionario y los ficheros resultantes.



-Este test simulará las condiciones reales de recogida de la información y consistirá en la realización de una jornada completa de trabajo de campo. El objetivo será verificar el correcto funcionamiento del cuestionario, de la aplicación informática de soporte para las entrevistas, del sistema de selección de las unidades muestrales, de los sistemas de seguimiento y control del trabajo de campo, y de la correcta codificación de los ficheros de datos.

-Constará de un número mínimo de 60 entrevistas, distribuidas de acuerdo con la estructura del universo poblacional, la cual debe proporcionar información sobre los siguientes aspectos:

- Correcta comprensión por parte de la persona entrevistada de la redacción de cada pregunta.
- Comprobación de que cada pregunta responde inequívocamente al objetivo de información que pretendemos y que la estructura del cuestionario posee una cómoda y ágil secuencia de las preguntas.
- Duración media de las entrevistas.
- Número total de intentos, contactos efectivos y abandonos realizados para alcanzar la muestra solicitada.
- Principales dificultades encontradas y, en su caso, propuesta de mejora

La información recogida deberá presentarse en un fichero de datos SPSS. También deberá presentarse un documento en el cual se detallen las incidencias.

-El trabajo de campo no podrá empezar hasta que CENTRA no haya dado su visto bueno al pre-test y a todos los documentos que se generen a partir de él.

3.3.5.- Realización de las entrevistas.

-Recoger la información mediante la metodología prevista en el contrato basado.

-La organización de los recursos humanos se adecuará a las características concretas del estudio, determinadas en el contrato basado.

-Asimismo, no se rechazará ningún número de teléfono en el que se hayan realizado menos de 3 intentos de contacto distribuidos en diferentes días a lo largo de la duración del campo, y de los cuales al menos dos deben ser en horario de tarde/noche (a partir de las 20.00 horas) de lunes a viernes y otro durante el fin de semana (sábado).

3.3.6.- Supervisión de los trabajos

La supervisión del trabajo de campo se realizará mediante la comprobación de las encuestas durante todo el periodo de los trabajos de campo, realizada por parte de un supervisor diferente de las personas encuestadoras.



Durante la realización del trabajo de campo, la realización incorrecta de alguna encuesta será causa de la anulación de la entrevista y posteriormente será realizada a otra persona que cumpla los requisitos de la muestra.

Cuando durante la supervisión se detecte en el trabajo de un entrevistador/a procesos de selección incorrectamente aplicados o cualquier otra anomalía, se procederá a la inspección de todas las entrevistas realizadas por dicho entrevistador/a. Asimismo respecto de aquellas encuestas donde se detectase alguna incidencia, estas deberán realizarse de nuevo.

Para ello, la empresa contratista, a fin de que la supervisión realizada sea lo más efectiva posible para los objetivos pretendidos, propondrá al inicio de los trabajos de cada contrato basado que le sea adjudicado un plan general de control e inspección del proceso de campo, dicho plan será diseñado por la empresa contratista y deberá detallar los aspectos siguientes relacionados con el proceso de control en todas las fases del trabajo:

- 1.Los recursos técnicos dispuestos para llevarla a cabo para el control, inspección y revisión detallada durante la grabación del cuestionario, la inspección del trabajo de campo y para la posterior depuración de los cuestionarios que controle los errores formales y de contenido que pudiesen existir en la información.
- 2.Los recursos humanos dispuestos para llevarla a cabo para el control, inspección y revisión detallada durante la grabación del cuestionario, la inspección del trabajo de campo y para la posterior depuración de los cuestionarios que controle los errores formales y de contenido que pudiesen existir en la información.
- 3.Periodicidad temporal de la presentación de informes respecto al control de las incidencias que se van produciendo a lo largo del proceso de campo.
- 4.Trazabilidad y seguimiento de los trabajos: la empresa contratista deberá incluir en el cuestionario una variable identificativa de la persona encuestadora que haya realizado cada encuesta.
- 5.Codificación: la empresa contratista deberá asegurar la calidad del proceso de codificación mediante la homogeneización de literales de las preguntas abiertas, siguiendo las indicaciones del órgano de contratación, para poder así contrastar las preguntas abiertas con los códigos asociados a las respuestas dadas.
- 6.Etiquetado de SPSS y depuración de datos: el órgano de contratación realizará una comprobación del etiquetado de variables, así como de que no existen errores en la base de datos. Cualquier error que se detectase, deberá ser resuelto por la empresa contratista.

De forma específica la empresa contratista comprobará los siguientes aspectos:

- 1.La correcta identificación de cada entrevista dentro del estrato y cuota de muestreo correspondiente, así como código identificativo del municipio y sección censal en el que reside cada entrevistado/a.



2.El correcto cumplimiento del diseño muestral. No se admitirán desviaciones respecto a la distribución del número de entrevistas por estratos o cuotas de sexo y edad que excedan un 2%.

3.La correcta representatividad de las bases de datos que se utilicen para el trabajo de campo que deben estar seleccionadas proporcionalmente y de acuerdo a la población objeto de estudio.

4.La correcta cumplimentación de los cuestionarios, de forma que las tasas de no respuesta parcial para cada pregunta se encuentren dentro de los márgenes comúnmente aceptados. Asimismo, serán consideradas como no válidas aquellas entrevistas en las que falte información de más de un 20% de las preguntas del cuestionario.

5.La duración de la ejecución de las entrevistas, para lo cual la empresa contratista incorporará a la base de datos la información automatizada de inicio y fin de las entrevistas.

6.La correcta ejecución de los filtros del cuestionario, así como la consistencia de las respuestas. Cuando se detecte un error lógico de consistencia en las respuestas de una misma entrevista, dicha entrevista quedará anulada.

Además, la empresa adjudicataria deberá facilitar un sistema de seguimiento de campo en línea y en tiempo real accesible al órgano de contratación a través de Gandia Integra Catinet o equivalente, para poder seguir la evolución del trabajo de campo.

Dicho sistema permitirá comprobar de forma inmediata el número de encuestas realizadas, su distribución por estratos, cuotas y territorios, así como las incidencias técnicas registradas. Asimismo, el sistema deberá proporcionar reportes actualizados que permitan la detección temprana de desviaciones respecto al diseño muestral o a las instrucciones establecidas.

Esta información será tratada de manera agregada y anonimizada, sin que se dé acceso a información que permita identificar a las personas entrevistadas, garantizándose el cumplimiento estricto de la normativa de protección de datos personales y, en su caso, del secreto estadístico.

3.3.7.- Controles de calidad del trabajo de campo.

Para garantizar la calidad de los trabajos la empresa contratista se compromete a:

a) Inspeccionar, supervisar y controlar la calidad del trabajo de campo. Es requisito mínimo la inspección del 20% de las entrevistas telefónicas. La inspección del trabajo de campo se realizará de manera que las personas responsables de la supervisión puedan escuchar la entrevista y ver la pantalla de la persona entrevistadora en el momento en que esta se está llevando a cabo. Se controlarán los siguientes aspectos de la entrevista:



- Adecuación de la selección de la persona entrevistada de acuerdo a las cuotas indicadas y al procedimiento de muestreo seleccionado para el estudio.
- Realización del total del cuestionario y no sólo de algunas preguntas.
- Lectura fidedigna del enunciado de las preguntas y las distintas opciones de respuesta.
- Anotación veraz y completa de las respuestas obtenidas.

Aquellas entrevistas en las que en el proceso de control se detecten errores deberán ser corregidas o en su caso repetidas íntegramente según determine CENTRA. Las entrevistas que hayan sido supervisadas se identificarán en el fichero de incidencias. Asimismo, para cada una de las entrevistas supervisadas, se reflejará en este fichero si la supervisión ha sido total o parcial y el resultado de la supervisión.

b)Enviar la relación inicial completa de personas encuestadoras que participarán, con su código de trabajador (en ningún caso su nombre y apellidos) y los siguientes datos de clasificación: sexo, edad, nivel de estudios finalizados y nacionalidad.

Además del cuestionario, las/os encuestadoras/es llevarán un registro de las incidencias que se vayan produciendo en el proceso de realización del campo. El formulario de incidencias especificará datos como el número total de encuestas a realizar, el número total de encuestas realizadas y la incidencia de cada llamada (ausencia, negativa, contacto...), así como una evaluación de la calidad de la entrevista.

Toda esta información formará parte de los correspondientes ficheros de incidencias (totales y últimas), los cuales serán entregados junto con el fichero de datos hacia la mitad del trabajo de campo (con el fin de comprobar la evolución del mismo) y una vez finalizado éste.

c)Entregar, al finalizar los trabajos, un documento donde consten todas las incidencias habidas durante el proceso de recogida de la información; tanto con respecto a la comprensión y nivel de respuesta del cuestionario, como a la gestión de la muestra y las sustituciones y/u otros aspectos que se consideren relevantes y que ayuden a evaluar la calidad de los datos obtenidos (informe de campo).

CENTRA se reserva el derecho de controlar in situ la realización del trabajo de campo enviando para ello a uno o varios técnicos en las fechas en las que se realicen los trabajos. Así como de establecer un control externo para la obtención del visado del Colegio de Ciencia Políticas y Sociología de Andalucía. También, se facilitará el acceso a CENTRA, siempre que lo solicite, a las grabaciones en audio de la de las encuestas para supervisar el modo en el que se han realizado.

Asimismo, a lo largo del proceso de ejecución del trabajo de campo, la persona responsable de la supervisión de los trabajos en el CENTRA tendrá contacto directo con la persona responsable del campo de la adjudicataria.



3.3.7.- Grabación y depuración.

En relación a la grabación y depuración, la empresa contratista se compromete a llevar a cabo las siguientes actuaciones:

a) Grabación de los cuestionarios en soporte electrónico en un formato que permita su exportación al SPSS.

b) Depuración de los ficheros de datos obtenidos aplicando los controles siguientes:

-Control de cobertura: verificar que se han cumplimentado y recogido todos los cuestionarios que se habían previsto y que están distribuidos de manera acorde a lo diseñado en la muestra (cuotas).

-Comprobación de casos perdidos o valores ausentes por falta de respuesta de algún sujeto en alguna variable.

-Detección y subsanación de errores y de casos atípicos y anómalos en el cuestionario: valores fuera de rango de las variables o no permitidos, inconsistencias entre preguntas, control de filtros y saltos, etc.

3.3.8.- Codificación de las preguntas abiertas.

En relación a la codificación de las preguntas abiertas, la empresa contratista se compromete a llevar a cabo las siguientes actuaciones:

a) Proporcionar al CENTRA un listado de respuestas abiertas en formato electrónico hacia la mitad del trabajo de campo con el fin de que se pueda preparar el Manual de Códigos del estudio con la suficiente antelación.

b) Codificar las respuestas a las preguntas abiertas de acuerdo con el manual de codificación y los criterios aportados por el CENTRA. La empresa adjudicataria deberá garantizar la máxima calidad en este proceso, asegurando la homogeneización de criterios y la coherencia interna de los códigos aplicados. En caso de que sea necesario abrir nuevos códigos, deberá notificarse previamente al CENTRA para su validación y aprobación expresa. La calidad de la codificación será considerada un elemento prioritario, por lo que la empresa adjudicataria deberá establecer controles internos específicos que aseguren la fidelidad de la codificación respecto a los literales de las respuestas, evitando errores de interpretación o clasificación



inadecuada. Asimismo, el CENTRA podrá realizar verificaciones de la calidad del proceso en cualquier momento, requiriendo la subsanación inmediata de las incidencias que se detecten.

c) Entregar los manuales de codificación definitivos y la relación completa de verbatimim (literales de las preguntas abiertas) dentro de la matriz de datos, en formato SPSS, al lado del código asignado con la finalidad de poder verificar la calidad de la codificación realizada.

3.3.9.- Resultados.

En cada estudio de opinión la empresa adjudicataria deberá entregar los siguientes documentos de trabajo y de resultados en todo caso:

3.3.9.1.- Ficheros de microdatos (resultados e incidencias totales y últimas).

a. Los ficheros deberán incorporar todas las variables que figuran en el cuestionario con las correspondientes etiquetas, tanto de las variables como de sus valores. También tendrán que constar todas las variables de control que CENTRA considere necesarias para validar la calidad de la encuesta.

b. El formato de estos ficheros será SPSS.

c. Al final de cada semana de campo, se enviarán los ficheros provisionales con los datos de las entrevistas realizadas por cuotas y las incidencias recogidas hasta el momento, con el fin de que CENTRA pueda comprobar la evolución del trabajo de campo.

d. Los ficheros definitivos se enviarán una vez finalizado el proceso de supervisión, control, codificación y depuración del estudio.

e. Los ficheros de datos que se entreguen ya sean provisionales o definitivos, parciales o completos, no contendrán datos de carácter personal, entendiéndose como tales los definidos en la legislación de datos de carácter personal. Por lo tanto, esos datos, que se enviarán a CENTRA a efectos de supervisión de la calidad del trabajo, estarán debidamente disociados en ficheros distintos.

f. Los ficheros deberán tener el mismo formato que el validado en el pre-test. Cualquier modificación en su estructura deberá ser comunicada y validada por CENTRA.

g. Los ficheros deben entregarse sin contradicciones entre los parciales de seguimiento y los que contienen datos definitivos.



h.No se aceptarán accesos ni respuestas adicionales una vez terminado el trabajo de campo, aún cuando la respuesta hubiera sido iniciada antes de la finalización del mismo.

i.Fusión de archivos y variables.

3.3.9.2.- Documentación del estudio.

a.Ficha técnica definitiva.

b.Cuestionario definitivo.

c.Manual de códigos definitivo.

d.Informe de campo.

3.3.9.3. Ficheros y archivos para la publicación de los datasets en repositorios de datos de libre acceso

Con el objetivo de publicar los datos en repositorios de libre acceso como Zenodo, la empresa elaborará y entregará la siguiente documentación, con los criterios que describa CENTRA para cada encuesta:

a.Fichero de datos en formato .csv.

b.Diseño de registro explicando las variables y categorías.

c.Instrucciones descriptivas de la documentación del estudio (Documento Readme)

Además de estos documentos, cuando en el contrato derivado se requiera de la empresa la prestación de servicios específicos se aportará la siguiente documentación adicional:

3.3.9.4.- Documentación requerida del diseño y elaboración de la muestra:

a.Ficha técnica de la muestra.

b.Descripción del marco muestral empleado y de los pasos seguidos en su elaboración.

c.Material de apoyo para la selección de la muestra (Bases de datos, tablas de números aleatorios, etc.).

3.3.9.5.- Documentación requerida para la tabulación básica de resultados.

a.Documento de datos básicos de la investigación en PDF y en un formato editable que incluya:

-Tablas estadísticas: porcentajes verticales, absolutos y horizontales de todas las variables del cuestionario con los cruces por hasta seis variables que se especificarán en el contrato derivado.

-Ficha técnica de la encuesta.



-Cuestionario definitivo.

b. Las tablas estadísticas anteriores se enviarán también en formato Excel o similar con el formato especificado por CENTRA.

3.3.9.6.- Documentación requerida para la realización de informes de resultados:

a. Informe descriptivo de resultados: consistirá en la descripción de los principales resultados obtenidos en la encuesta para el total de la población así como de las principales diferencias encontradas entre distintos segmentos de la población. El texto se apoyará con gráficos de los datos.

b. Informes en profundidad de resultados: además del análisis descriptivo podrá incorporar datos de evolución, comparando distintas oleadas de un mismo estudio, así como los resultados de los análisis multivariantes realizados (en su caso).

3.3.9.7.- Documentación requerida para la realización de análisis multivariantes:

a. Informe explicativo de los análisis realizados, análisis previos, explicación de los pasos y decisiones tomados en el proceso.

b. Sintaxis de los análisis.

c. Outputs de los análisis realizados y explicación de los resultados obtenidos.

d. Fichero de datos con variables producto de los análisis realizados.

3.3.9.8.- Documentación requerida para la gestión de incentivos condicionados a la respuesta:

a. Comprobantes del pago del incentivo a las personas que hayan respondido al cuestionario y opten por recibirlo directamente.

b. Certificado de la cantidad global percibida por cada ONG en concepto de donaciones de los participantes en la encuesta.

3.4.- Otras obligaciones.

En todo caso, las empresas adjudicatarias del acuerdo marco tendrá que realizar los servicios de acuerdo con lo que prevén el pliego de cláusulas administrativas particulares del acuerdo



marco, estas prescripciones técnicas y lo que prevean las memorias administrativa y técnica del contrato derivado.

Además de lo previsto en los apartados anteriores, la empresa adjudicataria está obligada a:

- a. Ejecutar los trabajos en las condiciones que oferten y por las cuales obtuvieran alguna puntuación.
- b. Aportar los medios personales y materiales en las condiciones y con los perfiles determinados en los pliegos de cláusulas administrativas y técnicas del acuerdo marco, así como los propuestos en la oferta, en su caso.
- c. Comunicar cualquier cambio en las dotaciones de personal con antelación al CENTRA y éste las tendrá que aprobar expresamente.
- d. En la realización de las entrevistas:

-Seguir los criterios fijados por CENTRA

-Realizar las entrevistas siguiendo la muestra, el procedimiento de muestreo, en el lugar y el momento señalado y/o los días acordados con CENTRA

-Recoger correctamente la información: los cuestionarios tendrán que estar completos, no inventados, sin duplicidades, legibles, con las preguntas hechas correctamente, leyendo las escalas, todo el enunciado, sin inducir la respuesta.

-No utilizar información de campo de otros estudios a no ser que se autorice expresamente.

-Respetar los controles de calidad establecidos en este pliego.

-Cualquier vulneración de estas condiciones comportará la repetición total o parcial (según determine CENTRA) de las entrevistas incorrectas.

e. La entrega total o parcial de los datos se tendrá que realizar en las condiciones previstas en este pliego y en los plazos fijados en el contrato derivado. Cualquier cambio en el calendario previsto lo tendrá que autorizar CENTRA.

f. La entrega de los datos se tendrá que realizar siempre en soporte informático.



El incumplimiento de las condiciones de ejecución de los trabajos de carácter obligatorio previstas en este pliego será considerado causa de resolución del acuerdo marco tal y como establece el pliego de cláusulas administrativas particulares del acuerdo marco.

3.5.- Persona coordinadora técnica de cada contrato basado

La empresa contratista deberá designar una persona coordinadora técnica de cada uno de los contratos basados que se adjudiquen. Esta persona que habrá de estar integrado en su propia plantilla, tendrá entre las siguientes funciones:

a) Actuar como interlocutor de la empresa contratista frente a CENTRA canalizando la comunicación entre la empresa contratista y el personal integrante del equipo de trabajo adscrito al contrato, de un lado, y el CENTRA, de otro lado, en todo lo relativo a las cuestiones derivadas de la ejecución del contrato, sin perjuicio de la información relativa a la ejecución del trabajo de campo en la que la interlocución se hará de manera directa con la persona responsable del contrato.

b) Distribuir el trabajo entre el personal encargado de la ejecución del contrato e impartir a dichos trabajadores las órdenes e instrucciones de trabajo que sean necesarias en relación con la prestación del servicio contratado.

c) Supervisar el correcto desempeño por parte del personal integrante del equipo de trabajo de las funciones que tienen encomendadas, así como controlar la asistencia de dicho personal al puesto de trabajo.

d) Informar a CENTRA acerca de las variaciones, ocasionales o permanentes, en la composición del equipo de trabajo adscrito a la ejecución del contrato.

4.- ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL SERVICIO SINGULARES DEL LOTE 2

4.1. Realización de los estudios

El adjudicatario realizará los estudios que el órgano de contratación estime oportuno al panel online de acuerdo con la estructura que se recoge en esta sección.

Se puede prever la necesidad de dirigir varios estudios al panel simultáneamente.

4.2. Diseño del estudio

El órgano de contratación facilitará al adjudicatario el diseño del estudio, que constará de los siguientes elementos:



-Cuestionario a dirigir a los panelistas. Incluirá el listado completo de preguntas con su enunciado y tipo de pregunta. Para las preguntas de tipo respuesta múltiple se especificarán todas las opciones y su codificación. También se especificará qué preguntas son de respuesta obligatoria, así como los posibles vínculos lógicos entre preguntas.

-Muestra a emplear, ya sea el panel completo o únicamente una submuestra (por ejemplo, se podrá dirigir un estudio únicamente a los panelistas de una determinada provincia o grupo de edad).

-Plazo de realización del trabajo de campo (día y hora de inicio y de finalización).

El diseño del cuestionario podrá incluir preguntas de tipo multirrespuesta, ya sea con respuesta única o múltiple, o preguntas abiertas, si bien se limitarán las de este último tipo a los casos imprescindibles, para facilitar a los panelistas el envío de sus respuestas.

Será posible establecer vínculos entre las preguntas, de modo que haya preguntas que no se desplieguen salvo que se hayan elegido ciertas opciones en las preguntas precedentes; por ejemplo, sólo preguntar la valoración de un hecho o persona a aquellos panelistas que hayan afirmado conocerlos en una pregunta previa.

El adjudicatario confirmará con CENTRA cualquier cuestión relacionada con el diseño del estudio y podrá hacer observaciones orientadas a mejorar el funcionamiento o eficacia del cuestionario, aunque el criterio expresado por CENTRA prevalecerá, en cualquier caso.

4.3. Implementación del estudio

El adjudicatario implementará el formulario en la plataforma CAWI del panel. Esta implementación contará con un diseño responsive que se adapte adecuadamente a dispositivos móviles y a ordenadores de sobremesa.

El adjudicatario facilitará a CENTRA un acceso para verificar el correcto funcionamiento lógico del formulario.

A criterio del CENTRA, se podrá exigir al adjudicatario esperar a que se revise y valide la implementación del formulario. En este último caso, si desde CENTRA hay observaciones o modificaciones orientadas a mejorar o corregir la implementación del formulario, éstas deberán implementarse en la plataforma CAWI antes de lanzar el estudio.

4.4. Lanzamiento del estudio y trabajo de campo

Una vez aprobado por CENTRA el diseño final del estudio, el adjudicatario contactará con los panelistas (o con la submuestra especificada, en su caso) a través de los medios de contacto recogidos en la base de datos de panelistas.

Los emails y SMS enviados a los panelistas se identificarán como procedentes del Panel Online del Centro de Estudios Andaluces e incluirán una URL de acceso al cuestionario en la plataforma CAWI del adjudicatario.

Pasado un tiempo prudencial desde la comunicación inicial, el adjudicatario podrá volver a contactar con aquellos panelistas que no hayan completado el cuestionario para recordarles que tienen la respuesta pendiente.



En aquellos casos en los que el trabajo de campo se desarrolle durante más de 4 días, será obligatorio hacer al menos un contacto con los adjudicatarios adicionalmente a la inicial, a efectuar con al menos 24 horas de margen respecto del cierre del trabajo de campo.

Contando el contacto inicial y los posibles contactos de recordatorio, será obligatorio haber contactado vía SMS con todos los panelistas que constituyan la muestra o submuestra seleccionada al menos una vez, salvo que en un contacto anterior por email hayan completado el cuestionario. Es decir, que, si no van a hacerse contactos de recordatorio, el contacto inicial con todos los panelistas se hará obligatoriamente por SMS.

Durante la realización del trabajo de campo, el adjudicatario monitorizará de forma exhaustiva el uso de la plataforma y el ratio y horarios de respuesta, con el objeto de detectar posibles deficiencias técnicas en la misma o patrones de respuesta sospechosos, y pondrá en conocimiento de CENTRA cualquier observación que pueda surgir de la monitorización. La empresa adjudicataria informará de los criterios que establezca para el control de calidad de las respuestas.

Se reitera la absoluta importancia de que el fichero de datos remitido no contenga información personalmente identificable sobre los panelistas, siendo responsabilidad del adjudicatario garantizar este extremo. CENTRA no asumirá responsabilidad alguna por las posibles fugas de información que se deriven de una anonimización incorrecta por parte del adjudicatario.

Además, con el objetivo de publicar los datos en repositorios de libre acceso como Zenodo, la empresa elaborará y entregará la siguiente documentación, con los criterios que describa CENTRA para cada encuesta:

- Fichero de datos en formato .csv.
- Diseño de registro explicando las variables y categorías.
- Instrucciones descriptivas de la documentación del estudio (Documento Readme)

4.5. Sistema de incentivos

El órgano de contratación podrá establecer para cada estudio un sistema de incentivos, cuya gestión y ejecución del pago correrá por cuenta del adjudicatario.

Los licitantes aportarán una descripción completa del sistema de incentivos que van a utilizar, incluyendo escalado económico, catálogo o tipo de recompensas, método de distribución, periodicidad para su canjeo, etcétera. Se deberán tener en cuenta los costes asociados al mismo a la hora de elaborar la oferta económica.

4.6. Panel

En los estudios que se extraigan del panel, y de acuerdo con las indicaciones de CENTRA, se incorporarán los siguientes datos del panelista que haya aportado cada respuesta:

- Número único de identificador
- Género



- Edad en años, así como la codificación en tramos que desde el ÓRGANO DE CONTRATACIÓN se establezca.
- Nivel educativo
- Nivel económico
- Estado civil
- Relación lugar de nacimiento-lugar de residencia
- Lugar de residencia: código postal
- Situación laboral
- Características del hogar: número de miembros, número de menores de edad y relación entre el encuestado y el o la cabeza de familia
- Se incorporará también la fecha y hora en la que se recabó la respuesta.

La incorporación de estos datos tendrá siempre en consideración el mantenimiento del secreto estadístico, para lo que se enmascararán o agregarán en tramos aquellas variables cuyos valores, por motivos de composición del panel, así lo aconsejen. Por ejemplo, se puede considerar omitir el nombre concreto del municipio para aquellos de menor tamaño.

En ningún caso se incorporarán datos que amenacen el anonimato de las respuestas, tales como nombre, número de teléfono, dirección de email, dirección, etc.

Para aquellos datos derivados (datos geográficos, rango de edad...) se establecerá una codificación homogénea, de modo que sus valores sean directamente comparables entre las distintas respuestas de un mismo estudio y entre las correspondientes a estudios diversos. La incorporación de los datos se hará, bien de acuerdo a la información del panelista conocida en el momento de que éste remita la respuesta correspondiente, o bien de acuerdo a la información más reciente a la conclusión del trabajo de campo.

Los datos incorporados quedarán fijos en el registro asociado a la respuesta del panelista, de modo que, en el caso de que las condiciones personales del panelista cambien en el futuro, la respuesta continúe reflejando las circunstancias del panelista válidas a la realización del estudio. Por ejemplo, si un panelista, identificado a través de su número único de identificación, traslada su domicilio, los estudios completados por el mismo antes del traslado continuarán reflejando su domicilio anterior, mientras que los completados con posterioridad a su traslado recogerán los datos del nuevo domicilio.

4.7. Ampliación y actualización de la base de datos de panelistas

En el caso de que fuera necesario por motivos de interés estadístico o de gestión administrativa, se podrían ampliar los datos recabados en la base de datos de panelistas respecto de lo indicado en este apartado.

La recopilación y, en su caso, incorporación de los datos adicionales a los estudios estadísticos se hará siempre respetando el secreto estadístico de las respuestas, así como evitando obtener más datos de los estrictamente necesarios.



5.- ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL SERVICIO SINGULARES DEL LOTE 3

La descripción de los trabajos objeto del lote 3, para cada una de las encuestas que integran el Barómetro Andaluz, serán los que a continuación se relacionan:

- Trabajo de campo de cada una de las encuestas que integran el barómetro de Andaluz que constará de 3.600 entrevistas.
- Programación y grabación del cuestionario en el soporte apropiado para metodología C.A.T.I. (Computer-Assisted Telephone Interviewing), a través de Gandia Integra Catinet o equivalente.
- Elaboración de prueba pre-test.
- Entrega de un informe de resultados de prueba pre-test con los principales resultados, según el modelo facilitado por el órgano de contratación.
- Realización de las modificaciones oportunas en el cuestionario y en el trabajo de campo después de la revisión de la prueba pre-test.
- Diseño, planificación y ejecución del trabajo de campo.
- Monitorización del estado de las entrevistas iniciadas con el soporte apropiado para metodología C.A.T.I., a través de Gandia Integra Catinet o equivalente.
- Codificación de las preguntas, conforme a las instrucciones del órgano de contratación.
- Grabación de resultados.
- Supervisión de las entrevistas de manera simultánea a la ejecución del trabajo de campo.
- Grabación de todas las llamadas.
- Trabajos de recodificación de incidencias del proceso y literales del cuestionario.
- Trabajos de recuperación de muestra perdida (negativas a colaborar).
- Elaboración y etiquetado del fichero de datos en formato SPSS, de acuerdo con las instrucciones del órgano de contratación.
- Seguimiento y depuración de datos.
- Generación del archivo de microdatos, conforme a las instrucciones del órgano de contratación.
- Tratamiento de la información derivada de cada encuesta con los formatos que se indiquen por parte del órgano de contratación.
- Entrega de un informe de resultados de trabajo de campo con los principales resultados e incidencias del trabajo de campo, conforme al modelo facilitado por el órgano de contratación.

En los trabajos objeto del presente pliego no se encuentran incluidos la elaboración del cuestionario ni el diseño de la muestra. Asimismo, tampoco se encuentra incluida la



explotación de los resultados, más allá de la presentación de los datos descriptivos básicos que establezca el órgano de contratación.

5.1. Metodología y forma de ejecución

Para los trabajos objeto del presente pliego, la muestra para cada una de las encuestas que integran el Barómetro Andaluz estará integrada por 3.600 entrevistas y se realizará siguiendo los criterios muestrales específicos establecidos en el presente pliego y ajustándose a los siguientes requerimientos:

- Tipo de encuesta: Telefónica, móviles o fijos. En el caso de teléfonos de hogares – teléfonos fijos, dentro de cada hogar seleccionado sólo se podrá entrevistar a un individuo.
- Recogida de la información: Se realizará con un método multicanal (telefónica a fijos y/o móviles) y será requisito indispensable que la recogida de la información de las entrevistas telefónicas se haga en soporte electrónico, con el soporte apropiado para metodología C.A.T.I., a través de Gandia Integra Catinet o equivalente.
- Ámbito: Comunidad Autónoma de Andalucía.
- Universo: Población española de ambos sexos, de 18 años y más, residentes en cualquier municipio de Andalucía, siendo el marco de la encuesta la última actualización del Padrón Municipal de habitantes.
- Muestra: 3.600 individuos entrevistados, pudiéndose dividir en submuestras según el tipo de teléfono de contacto -móvil o fijo-.
- Del total de las 3.600 entrevistas de cada una de las encuestas previstas, con la metodología que se indica a continuación se ejecutarán los porcentajes siguientes:
- Un 70% de las 3.600 entrevistas serán telefónicas a través de números de teléfonos móviles, porcentaje que representa 2.520 entrevistas.
- El 30% de las entrevistas restantes se podrá realizar de manera telefónica a través de teléfonos fijos o móviles, porcentaje que representa 1.080 entrevistas.
-

Aunque esta será la metodología habitual para la realización del trabajo de campo, CENTRA podrá determinar la incorporación de encuestas presenciales como técnica complementaria cuando se considere que ello puede mejorar la calidad de la recogida de datos.

Sistema de selección de las unidades muestrales y procedimiento de muestreo: Se seguirán procedimientos estándar de muestreo estratificado con afijación proporcional y de compromiso (uniforme y proporcional), combinados con cuotas de sexo y edad en la selección de las unidades muestrales últimas:

a) Selección aleatoria de municipios en cada estrato muestral (provincia-nivel de hábitat). Los estratos estarán formados por el cruce de las 8 provincias, con el tamaño de hábitat de sus municipios dividido en 5 categorías: menor o igual a 10.000; de 10.001 a 20.000; de 20.001 a 50.000; de 50.001 a 100.000; y más de 100.000 habitantes.



- b) En cada municipio, selección aleatoria de los números telefónicos y/o individuos.
- c) En cada teléfono fijo o móvil, cumplimentación de cuotas cruzadas de sexo y edad—de acuerdo con la estructura del universo de estudio a este respecto—, y entrevista a un sólo miembro residente en dichos teléfono fijo.

Respecto a la selección de los individuos, las cuotas a emplear corresponderán a las siguientes variables o combinaciones de variables:

Cuotas cruzadas de sexo y edad, según el último Padrón Municipal de Habitantes disponible.

Los tramos de edad a emplear son: 18-24, 25-34, 35-44, 45-54, 55-64, 65-74 y 75 y más.

Duración media del cuestionario: 25 minutos.

5.2.Documentación a entregar

Una vez realizado el trabajo de campo de cada una de las encuestas que se estima que integren el Barómetro Andaluz la empresa contratista remitirá al órgano de contratación la siguiente documentación:

1. Informe sobre las características de la muestra.
2. Libro de códigos: cuestionario y, en su caso, códigos de todas las preguntas.
3. Informe técnico-metodológico, con expresión de las incidencias que se hayan podido producir durante el trabajo de campo.
4. Informe final de los principales resultados que incluya:

El cuestionario definitivo, especificando la numeración y los códigos exactos empleados en cada pregunta y categoría. Este cuestionario deberá también incluir todos los protocolos de aceptación o rechazo de una entrevista.

Fichero de microdatos depurado (de cuestionarios cumplimentados), identificando cada cuestionario con una clave/ID.

Fichero en SPSS con definición de variables y etiquetado de variables y categorías, incluyendo, en su caso, las instrucciones de ponderación.

Fichero en SPSS con todos y cada uno de los contactos realizados y todas y cada una de las incidencias. En este fichero, a su vez, se incluirá:

- Un registro por cada número de teléfono, identificado con una clave/ID, que incluya el detalle e información de cada una de las llamadas realizadas y su resultado/incidencia. Cada llamada, reintento o entrevista deberá incluir toda la información que se disponga de la misma: hora de inicio y final de cada llamada, información de la muestra (provincia, municipio, tamaño y código postal), sexo, edad (en caso de aplazamientos o cuando se disponga de ello). En caso de negativa, se registrará el motivo, si es posible.
- Las incidencias y el protocolo de contacto y re-contacto se ajustará a lo indicado por el órgano de contratación.
- Cada registro de número de teléfono (en caso de ser una entrevista completada) , estará asociado al cuestionario a través de la clave/ID cuestionario. Por lo tanto, los



teléfonos con llamadas colaboradoras, cuestionarios completados así como las entrevistas llevarán la clave/ID cuestionario que permita proceder a la fusión de archivos.

- Frecuencias marginales, resultados en porcentajes verticales y conteniendo la especificación del número de casos de cada pregunta, según el modelo proporcionado por el órgano de contratación.
- Tabulación de todas las variables por cada una de las variables de control o resultados en porcentajes verticales conteniendo la especificación del valor del número de casos de cada pregunta, según el modelo proporcionado por el órgano de contratación.

5. Ficheros y archivos para la publicación de los datasets en repositorios de datos de libre acceso

Con el objetivo de publicar los datos en repositorios de libre acceso como Zenodo, la empresa elaborará y entregará la siguiente documentación, con los criterios que describa CENTRA para cada encuesta:

Fichero de datos en formato .csv.

Diseño de registro explicando las variables y categorías.

Instrucciones descriptivas de la documentación del estudio (Documento Readme)

5.3. Control de calidad y supervisión del trabajo de campo

La empresa contratista asegurará la calidad de los trabajos de cada una de las encuestas que integran el Barómetro Andaluz objeto del presente pliego mediante los siguientes procedimientos:

A. Programación y grabación del cuestionario en el soporte apropiado: la recogida de la información se realizará en soporte apropiado para metodología C.A.T.I., a través de Gandia Integra Catinet o equivalente.

B. Acceso directo al trabajo de campo: la empresa adjudicataria deberá facilitar un sistema de seguimiento de campo en línea y en tiempo real accesible al órgano de contratación a través de Gandia Integra Catinet o equivalente, para poder seguir la evolución del trabajo de campo.

Dicho sistema permitirá comprobar de forma inmediata el número de encuestas realizadas, su distribución por estratos, cuotas y territorios, así como las incidencias técnicas registradas. Asimismo, el sistema deberá proporcionar reportes actualizados que permitan la detección temprana de desviaciones respecto al diseño muestral o a las instrucciones establecidas.

Esta información será tratada de manera agregada y anonimizada, sin que se dé acceso a información que permita identificar a las personas entrevistadas, garantizándose el



cumplimiento estricto de la normativa de protección de datos personales y, en su caso, del secreto estadístico.

C. Durante la realización del trabajo de campo, la empresa contratista diariamente remitirá una selección aleatoria de cinco grabaciones de las entrevistas realizadas, y el 20% de los datos requeridos por el órgano de contratación de las entrevistas realizadas y finalizadas con éxito, tanto presenciales como telefónicas, con objeto de poder realizar un control y supervisión de manera externa y simultánea. Además, facilitará el acceso, en caso de que CENTRA lo solicite, a las grabaciones en audio de la de las encuestas para supervisar el modo en el que se han realizado.

D. Control y supervisión durante la realización del trabajo de campo. Se realizará la supervisión del trabajo de campo de los entrevistadores/as de los porcentajes siguientes: Un 20% respecto del total de las entrevistas realizadas, lo que asciende a 720 entrevistas para cada barómetro.

La supervisión del trabajo de campo se realizará mediante la comprobación de una entrevista individual realizada por parte de un supervisor diferente de la persona encuestadora.

Durante la realización del trabajo de campo, la realización incorrecta de alguna entrevista será causa de la anulación de la misma y su posterior realización a otra persona que cumpla los requisitos de la muestra.

Cuando durante la supervisión en el trabajo de un entrevistador/a se detecten procesos de selección incorrectamente aplicados o cualquier otra anomalía, se procederá a la inspección de todas las entrevistas realizadas por dicho entrevistador/a. Asimismo respecto de aquellas encuestas donde se detectase alguna incidencia, estas deberán realizarse de nuevo.

A la conclusión de la prueba piloto, la empresa contratista remitirá al órgano de contratación un plan general de control e inspección del proceso de campo, previo diseño por parte de aquélla, donde se detallarán los aspectos siguientes relacionados con el proceso de control en todas las fases del trabajo de cada campo:

1. Los recursos técnicos dispuestos para llevarla a cabo para el control, inspección y revisión detallada durante la grabación del cuestionario, la inspección del trabajo de campo y para la posterior depuración de los cuestionarios que controle los errores formales y de contenido que pudiesen existir en la información.

2. Los recursos humanos dispuestos para llevarla a cabo para el control, inspección y revisión detallada durante la grabación del cuestionario, la inspección del trabajo de campo y para la posterior depuración de los cuestionarios que controle los errores formales y de contenido que pudiesen existir en la información.

3. Periodicidad temporal de la presentación de informes respecto al control de las incidencias que se van produciendo a lo largo del proceso de campo.



E. Trazabilidad y seguimiento de los trabajos: la empresa contratista deberá incluir en el cuestionario una variable identificativa de la persona encuestadora que haya realizado cada encuesta.

F. Codificación: la empresa contratista deberá asegurar la calidad del proceso de codificación mediante la homogeneización de literales de las preguntas abiertas, siguiendo las indicaciones del órgano de contratación, para poder así contrastar las preguntas abiertas con los códigos asociados a las respuestas dadas. Deben realizarse de acuerdo con el manual de codificación y los criterios aportados por CENTRA. La empresa adjudicataria deberá garantizar la máxima calidad en este proceso, asegurando la homogeneización de criterios y la coherencia interna de los códigos aplicados. En caso de que sea necesario abrir nuevos códigos, deberá notificarse previamente al CENTRA para su validación y aprobación expresa. La calidad de la codificación será considerada un elemento prioritario, por lo que la empresa adjudicataria deberá establecer controles internos específicos que aseguren la fidelidad de la codificación respecto a los literales de las respuestas, evitando errores de interpretación o clasificación inadecuada. Asimismo, desde CENTRA se podrán realizar verificaciones de la calidad del proceso en cualquier momento, requiriendo la subsanación inmediata de las incidencias que se detecten.

G. Etiquetado de SPSS y depuración de datos: el órgano de contratación realizará una comprobación del etiquetado de variables, así como de que no existen errores en la base de datos. Cualquier error que se detectase, deberá ser resuelto por la empresa contratista.

De forma específica la empresa contratista comprobará los siguientes aspectos:

- La correcta identificación de cada entrevista dentro del estrato y cuota de muestreo correspondiente, así como código identificativo del municipio y sección censal en el que reside cada entrevistado/a.
- El correcto cumplimiento del diseño muestral. No se admitirán desviaciones respecto a la distribución del número de entrevistas por estratos o cuotas de sexo y edad que excedan de un 2%.
- La correcta cumplimentación de los cuestionarios, de forma que las tasas de no respuesta para cada pregunta se encuentren dentro de los márgenes comúnmente aceptados. Asimismo, serán consideradas como no válidas aquellas entrevistas en las que falte información de más de un 20% de las preguntas del cuestionario.
- La duración de la ejecución de las entrevistas, para lo cual la empresa contratista incorporará a la base de datos la información automatizada de inicio y fin de las entrevistas.
- La correcta ejecución de los filtros del cuestionario, así como la consistencia de las respuestas. Cuando se detecte un error lógico de consistencia en las respuestas de una misma entrevista, dicha entrevista quedará anulada.



5.4. Calendario de los trabajos y entrega de resultados

La empresa contratista se ajustará a lo establecido en el calendario de los trabajos y entrega de resultados descritos a continuación para cada una de las encuestas que integran el Barómetro Andaluz:

A. Primera reunión de inicio de la prestación donde el órgano de contratación entregará a la empresa contratista el cuestionario, la distribución de la muestra y el calendario de trabajos, y se resolverán todas las dudas que puedan existir sobre las preguntas del cuestionario y sobre el proceso de trabajo de campo. La empresa contratista entregará al órgano de contratación el documento con el cuestionario tal y como se ha grabado en el soporte apropiado para metodología C.A.T.I., a través de Gandia Integra Catinet o equivalente.

B. Prueba piloto: la empresa contratista llevará a cabo una prueba piloto o pre-test del cuestionario que constará de un número mínimo de 60 entrevistas, distribuidas de acuerdo con la estructura del universo poblacional, la cual proporcionará información sobre los siguientes aspectos:

- Correcta comprensión por parte de la persona entrevistada de la redacción de cada pregunta.
- Comprobación de que cada pregunta responde inequívocamente al objetivo de información que pretendemos y que la estructura del cuestionario posee una cómoda y ágil secuencia de las preguntas.
- Duración media de las entrevistas.
- Número total de contactos realizados para alcanzar la muestra solicitada.
- Principales dificultades encontradas y, en su caso, propuesta de mejora respecto al trabajo de campo.
- Plan general de control e inspección del proceso de campo.

C. El archivo con la base de datos, así como el informe con los resultados de la prueba piloto deberán ser entregados por parte de la empresa contratista al órgano de contratación, en los dos días posteriores a la entrega del cuestionario por parte del órgano de contratación. Tras un análisis de los resultados de la prueba piloto por parte del órgano de contratación, la empresa contratista introducirá las modificaciones que desde el órgano de contratación se consideren oportunas, para la correcta resolución de las posibles incidencias detectadas en la prueba piloto.

D. El trabajo de campo se realizará durante un máximo de 10 días naturales, una vez que el órgano de contratación ponga a disposición de la empresa contratista el cuestionario.



E. Entrega final de la base de datos de la encuesta e informe con los principales análisis descriptivos básicos e incidencias: el día posterior a la finalización del trabajo de campo la empresa contratista entregará al órgano de contratación la versión final de la base de datos, en formato digital SPSS con etiquetado de todas las variables. Asimismo la empresa contratista deberá entregar un informe descriptivo según el modelo facilitado por el órgano de contratación, en el que se especificará la muestra obtenida, la duración media de las entrevistas, número totales de contactos realizados para alcanzar la muestra solicitada, las supervisiones realizadas, las incidencias surgidas durante el proceso de trabajo de campo, y propuestas de mejora del trabajo de campo.

La empresa adjudicataria quedará sujeta al calendario de entregas de resultados del trabajo de campo siguiente:

Descripción del trabajo: fases Plazos máximos de entrega en días naturales

- a) Inicio de la prueba piloto 1 día desde la entrega del cuestionario
- b) y c) Entrega de la prueba piloto 2 días desde la entrega del cuestionario
- d) Fin trabajo de campo 10 días desde la entrega del cuestionario
- e) Entrega base datos (microdatos) e informe final Transcurrido 1 día desde la finalización del trabajo de campo

El órgano de contratación podrá requerir a la empresa contratista para la celebración de diversas reuniones de seguimiento de los trabajos, que podrán o no coincidir con los diferentes trabajos en que se estructura el calendario de los trabajos antes incluido.

6.SUPERVISIÓN Y CONTROL EXTERNO DE LOS TRABAJOS REALIZADOS

Los trabajos de campo que se realicen para el Lote 3 (Barómetro Andaluz), tienen que someterse obligatoriamente a la supervisión que realiza el Colegio Oficial de Ciencias Políticas y Sociología de Andalucía con la finalidad de obtener el correspondiente visado que expide el propio colegio. El visado del Colegio Oficial garantiza la supervisión de entre un 10% y un 20% de las entrevistas realizadas de forma simultánea al trabajo de campo. Para la correcta supervisión, se establecerán los mecanismos de comunicación necesarios entre la empresa y el Colegio de Ciencias Políticas y Sociología de Andalucía, para el traslado de la información necesaria. El contratista y el Colegio firmarán con la suficiente antelación el correspondiente acuerdo de confidencialidad y tratamiento de datos personales.

Las encuestas que se realicen en los lotes 1 y 2 también podrán ser objeto de dicha supervisión para la obtención del visado del Colegio Oficial de Ciencias Políticas y Sociología, en caso que así lo determine el órgano de contratación y previa comunicación al contratista.

El coste de estos trabajos de supervisión realizados por el Colegio de Ciencias Políticas y Sociología en todo caso será asumido por CENTRA.

En dicha revisión y control se comprobará la calidad del trabajo de campo. Para el caso de los trabajos de campo de encuestas telefónicas (CATI) se comprobarán los siguientes aspectos.:

- La base de datos telefónica empleada.
- Muestreo realizado por sexo, edad, provincia, tamaño de hábitat y código postal.



- La aplicación del cuestionario
- Contenido
- Tiempo de realización
- Sesgos

Para el caso del trabajo de campo llevados a cabo por mediante metodología CAWI; se revisarán los accesos y la finalización de cuestionarios online (CAWI): comprobación de estadísticas de conexión.

7.OBLIGACIONES DE LA EMPRESA CONTRATISTA (estas obligaciones son comunes a los tres lotes)

La empresa contratista se compromete a realizar la prestación de servicio objeto del presente pliego conforme a lo establecido en el mismo. En concreto, la empresa contratista estará obligada a informar puntualmente al órgano de contratación sobre el estado de los trabajos y aportar información detallada sobre cualquier incidencia que se produzca durante su transcurso.

La empresa contratista estará obligada a facilitar cualquier comprobación sobre la calidad de la base de datos tanto de teléfonos como de panelistas, que utilizará en la ejecución del trabajo. En este sentido, tendrá la obligación de realizar una actualización de la base de datos para cada trabajo siempre que se supere el plazo de 3 meses entre la realización de los trabajos de campo.

En el caso de que la empresa contratista sea la encargada de realizar más de dos trabajos en el mismo trimestre, tendrá la obligación de establecer todas las medidas oportunas para que exista la menor reiteración en el uso de los datos de teléfonos y/o panelistas, cumpliendo con todas las obligaciones de la Ley de Protección de Datos y estableciendo todos los medios técnicos para que esta reiteración no se produzca.

Esta actualización de datos a la que se ve obligada la empresa contratista, deberá ser acreditada con justificante de la compra de la base de datos o actualización, aportando cuantos datos sean necesarios para verificar que dicha actualización se ha realizado de manera expresa para la ejecución del trabajo encargado.



División en lotes (art. 99.3 LCSP) (marcar lo que proceda)

Si: (describir los lotes a continuación: número y denominación).

No: (**obligatorio incluir justificación técnica de la no división en lotes en virtud de lo establecido en el art. 99.3 LCSP**). **Justificación:**

El acuerdo marco se divide en tres lotes con el siguiente contenido cada uno:

- Lote 1. Encuestas telefónicas y mixtas (canal principal telefónico y como canales alternativos, encuestas online y/o presenciales).
- Lote 2. Encuestas online y mixtas (canal principal online y como canales alternativos, encuestas telefónicas y/o presenciales).
- Lote 3. Barómetro Andaluz (canal principal telefónico y como canales alternativos, encuestas presenciales u online).

Las encuestas de los Lotes 1 y 2 pueden ser de dos tipos:

Tipo A. Encuestas con muestras representativas de la población general

Son encuestas cuyo universo es la población andaluza en general. Las unidades muestrales de estas encuestas se seleccionarán atendiendo a características sociodemográficas y territoriales generales de la población, tales como sexo, edad, provincia o hábitat.

Tipo B. Encuestas a poblaciones específicas

Son encuestas cuyo universo son sectores específicos de la población andaluza. Los diseños muestrales de estas encuestas se seleccionarán por criterios y características sociodemográficas y territoriales más concretas, y por tanto se necesitarán de bases de datos o marcos de población específicos.

Ejecución del contrato: lugar y plazo de ejecución (especificar el lugar concreto y la sede y/o sedes donde se realizarán los trabajos. No incluir fechas determinadas de inicio y fin, sino la duración total del contrato sin incluir las posibles prórrogas, que han de especificarse en el apartado Valor Estimado del Contrato).

El plazo de vigencia de los acuerdos marco será de un (1) año a contar desde la formalización de los correspondientes documentos.

Los acuerdos marco podrán ser prorrogados por un período de seis meses. La prórroga se acordará por el órgano de contratación y será obligatoria para el empresario, siempre que su preaviso se produzca al menos con dos meses de antelación a la finalización del plazo de duración del contrato.



Plazo de garantía de los trabajos

1 AÑO

Criterios de solvencia económica o financiera (incluir descripción detallada y justificación de la elección de cada criterio propuesto)

Común a los tres lotes.

Volumen anual de negocios de la persona licitadora en el ámbito al que se refiere el acuerdo marco que referido al mejor ejercicio dentro de los tres últimos disponibles en función de las fechas de constitución o de inicio de actividades de la persona licitadora y de presentación de ofertas, presente un importe igual o superior al 50 % del valor estimado del lote al que se presente.

El volumen anual de negocios se acreditará por medio de sus cuentas anuales aprobadas, correspondientes al balance del último ejercicio para el que esté vencida la obligación de aprobar cuentas anuales y depositadas en el Registro Mercantil u oficial que corresponda; si no lo estuvieran, deben presentarlas acompañadas de la certificación de su aprobación por el órgano de administración competente. Los/as empresarios/as individuales no inscritos/as en el Registro Mercantil deberán presentar sus libros de inventarios y cuentas anuales legalizados por el Registro Mercantil o declaración de IRPF de ejercicio correspondiente.

Criterios de solvencia técnica o profesional (incluir descripción detallada y justificación de la elección de cada criterio propuesto)

Lote 1.

1º. - Relación de los principales servicios o trabajos realizados en los últimos tres años que incluya importe, fechas y el destinatario, público o privado, de los mismos: Las personas licitadoras deberán haber realizado al menos seis encuestas de tamaño de muestra superior a 3000 encuestas.

Los servicios efectuados se acreditarán mediante al menos 6 certificados que cumplan las siguientes características:

- Debe tratarse de estudios de opinión por medio de encuestas con herramientas CATI, con un mínimo de 3.000 encuestas en cada estudio.
- Debe tratarse de estudios de opinión por medio de encuestas relacionados con la percepción de la población general sobre aspectos generales de las condiciones de vida y la actualidad: economía, política, evaluación de servicios públicos, perspectivas vitales, evaluación del entorno, etc.

Para acreditar este requisito los licitadores seleccionados presentarán una relación de tales servicios en los que se indicará el importe, las fechas y objeto.



2º. - Compromiso de adscripción de medios:

- El contratista vendrá obligado a destinar para las entrevistas telefónicas, al menos veinte cabinas o puestos, disponibles simultáneamente, atendidas cada una de ellas por un/a trabajador/a por cada cabina o puesto, que realice las funciones de encuestadores/as, lo que supone un total de veinte personas.
- Medios materiales necesarios para la realización de los trabajos objeto del presente lote, en concreto, para el tratamiento de datos de encuestas de opinión pública con metodología C.A.T.I., a través de Gandia Integra Catinet o equivalente. Este aspecto se acreditará mediante el aporte del contrato, soporte en vigor y/o factura del software o licencia CATI.
- Un sistema de seguimiento en línea de la evolución diaria del trabajo de campo que permita la consulta de las entrevistas realizadas hasta el día anterior a la fecha en la que se realiza la consulta, que se enviará al comienzo de cada trabajo. Este aspecto se acreditará mediante el aporte del contrato, soporte en vigor y/o factura del software o licencia.
- Contar con una red de encuestadores en cada una de las provincias de Andalucía para las encuestas presenciales

3º. La persona que realizará las funciones de Dirección de los trabajos estará en posesión de la titulación académica y experiencia profesional, con carácter acumulativo, siguientes:

- Doctor/a, Licenciado/a o Graduado/a en alguna de las ramas de Sociología, Ciencia Política, Estadística, Matemáticas o Ingeniería de Datos. La acreditación se realizará mediante fotocopia de la misma.
- Experiencia en cinco trabajos de igual o similar naturaleza que los que constituyen el objeto del contrato, de más de 3.000 encuestas. Los servicios efectuados se acreditarán mediante una declaración del interesado.

4º. La persona que realizará las labores de Coordinación y supervisión del trabajo de campo estará en posesión de la titulación o experiencia, con carácter alternativo, siguientes:

- Doctor/a, Licenciado/a o Graduado/a en alguna de las ramas de Sociología, Ciencia Política, Estadística, Matemáticas o Ingeniería de Datos. La acreditación se realizará mediante fotocopia de la misma.
- Experiencia en tres trabajos de igual o similar naturaleza que los que constituyen el objeto del contrato, con al menos 2.000 encuestas telefónicas cada uno. Los servicios efectuados se acreditarán mediante una declaración del interesado.

5º. - Indicación de la parte del contrato que el empresario tiene eventualmente el propósito de subcontratar



Lote2

1º. Declaración indicando la maquinaria, material y equipo técnico del que se dispondrá para la ejecución de los trabajos o prestaciones, a la que se adjuntará la documentación acreditativa pertinente cuando le sea requerido por los servicios dependientes del órgano de contratación: el licitador deberá disponer de un panel ya sea propio o subcontratado que tenga un mínimo de 4.800 panelistas, con un 75% de tasa de respuesta. Composición mínima del panel: El panel deberá ser capaz de responder a una distribución estratificada de cuotas, de acuerdo a los siguientes estratos:

- Provincia.
- Población del municipio de residencia, en 5 tramos: hasta 10.000 habitantes; de 10.001 hasta 20.000 habitantes; de 20.001 a 50.000 habitantes; de 50.001 a 100.000 habitantes; y más de 100.000 habitantes.
- Tramo de edad, en 7 tramos: 18 -24, 25 -34, 35 -44, 45 -54, 55 -64, 65 -74 y 75 y más.
- Sexo.
- Todos los panelistas serán personas residentes en Andalucía y mayores de edad.

Para acreditar este requisito los licitadores seleccionados presentarán una declaración responsable en la que describa el panel de que dispone y si es propio o subcontratado

2º. La persona que realizará las funciones de Dirección de los trabajos estará en posesión de la titulación académica y experiencia profesional, con carácter acumulativo, siguientes:

- Doctor/a, Licenciado/a o Graduado/a en alguna de las ramas de Sociología, Ciencia Política, Estadística, Matemáticas o Ingeniería de Datos. La acreditación se realizará mediante fotocopia de la misma.
- Experiencia en cinco trabajos de igual o similar naturaleza que los que constituyen el objeto del contrato. Los servicios efectuados se acreditarán mediante una declaración del interesado.
- Experiencia en cinco trabajos de igual o similar naturaleza que los que constituyen el objeto del contrato, de más de 3.000 encuestas. Los servicios efectuados se acreditarán mediante una declaración del interesado.

3º. La persona que realizará las labores de Coordinación y supervisión del trabajo de campo estará en posesión de la titulación o experiencia, con carácter alternativo, siguientes:

- Doctor/a, Licenciado/a o Graduado/a en alguna de las ramas de Sociología, Ciencia Política, Estadística, Matemáticas o Ingeniería de Datos. La acreditación se realizará mediante fotocopia de la misma.
- Experiencia en tres trabajos de igual o similar naturaleza que los que constituyen el objeto del contrato, con al menos 2.000 encuestas telefónicas cada uno. Los servicios efectuados se acreditarán mediante una declaración del interesado.



4º. - Indicación de la parte del contrato que el empresario tiene eventualmente el propósito de subcontratar.

Lote 3

1º. Relación de los principales servicios o trabajos realizados en los últimos tres años que incluya importe, fechas y el destinatario, público o privado, de los mismos: Las personas licitadoras deberán haber realizado al menos cuatro encuestas de tamaño de muestra superior a 1000 encuestas.

Para acreditar este requisito los licitadores seleccionados presentarán una relación de tales servicios en los que se indicará el importe, las fechas y objeto.

2º.- Compromiso de adscripción de medios:

- El contratista vendrá obligado a destinar para las entrevistas telefónicas, al menos veinticinco cabinas o puestos, disponibles simultáneamente, atendidas cada una de ellas por un/a trabajador/a por cada cabina o puesto, que realice las funciones de encuestadores/as, lo que supone un total de veinticinco personas
- Medios materiales necesarios para la realización de los trabajos objeto del presente lote, en concreto, para el tratamiento de datos de encuestas de opinión pública con metodología C.A.T.I., a través de Gandia Integra Catinet o equivalente.
- Contar con una red de encuestadores en cada una de las provincias de Andalucía para las encuestas presenciales.

3º. La persona que realizará las funciones de Dirección de los trabajos estará en posesión de la

titulación académica y experiencia profesional, con carácter acumulativo, siguientes:

- Doctor/a, Licenciado/a o Graduado/a en alguna de las ramas de Sociología, Ciencia Política, Estadística, Matemáticas o Ingeniería de Datos. La acreditación se realizará mediante fotocopia de la misma.
- Experiencia en cinco trabajos de igual o similar naturaleza que los que constituyen el objeto del contrato. Los servicios efectuados se acreditarán mediante una declaración del interesado.



- Experiencia en cinco trabajos de igual o similar naturaleza que los que constituyen el objeto del contrato, de más de 3.000 encuestas. Los servicios efectuados se acreditarán mediante una declaración del interesado.

4º. La persona que realizará las labores de Coordinación y supervisión del trabajo de campo estará en posesión de la titulación o experiencia, con carácter alternativo, siguientes:

- Doctor/a, Licenciado/a o Graduado/a en alguna de las ramas de Sociología, Ciencia Política,

Estadística, Matemáticas o Ingeniería de Datos. La acreditación se realizará mediante fotocopia de la misma.

- Experiencia en tres trabajos de igual o similar naturaleza que los que constituyen el objeto del contrato. Los servicios efectuados se acreditarán mediante una declaración del interesado.
- Experiencia en tres trabajos de igual o similar naturaleza que los que constituyen el objeto del contrato, con al menos 2.000 encuestas telefónicas cada uno. Los servicios efectuados se acreditarán mediante una declaración del interesado.

Criterios evaluables mediante juicio de valor y baremación (incluir descripción detallada y justificación de la elección de cada criterio propuesto)

LOTE 1. ENCUESTAS TELEFÓNICAS Y MIXTAS (85 Puntos). CRITERIOS EVALUABLES MEDIANTE JUICIOS DE VALOR (15 Puntos)

1. Plan de control de calidad asociado al proyecto: Hasta 5 puntos

Este criterio pretende valorar la descripción general de los controles a implementar a lo largo de todas las fases del Proyecto con el objetivo de maximizar las cotas de calidad obtenidas.

2. Características del equipo de trabajo propuesto: Hasta 5 Puntos

- Dimensión del equipo, como el grado de dedicación, organigrama propuesto, cualificación, y asignación de las tareas de cada uno de los miembros del equipo a lo largo de las fases del proyecto: 2,5 puntos.
- Descripción del Plan de Formación del personal que participará en las encuestas: 2,5 puntos.

3. Panel telefónico utilizado para las llamadas: Hasta 5 puntos.

Este criterio pretende valorar la distribución y representatividad del panel telefónico del



que dispone el licitador respecto a la población de estudio, con el objetivo de la utilización de bases con el menor sesgo posible.

Se valorará el detalle de la distribución por sexo y edad de las bases de datos de teléfonos fijos y móviles siempre que éstas permitan la realización de las encuestas en todos los grupos de sexo y edad.

Se valorará el detalle de la información geoespacial de las bases de datos.

Se valorará el detalle de la procedencia de las bases de datos, considerando aquellas que ofrezcan un marco muestral más representativo de nuestra población de estudio.

LOTE 2. ENCUESTAS ON LINE Y MIXTAS. CRITERIOS EVALUABLES MEDIANTE JUICIOS DE VALOR (15 Puntos)

1. Plan de control de calidad asociado al proyecto: 5 puntos

Este criterio pretende valorar la descripción general de los controles a implementar a lo largo de todas las fases del Proyecto con el objetivo de maximizar las cotas de calidad obtenidas.

2. Características del equipo de trabajo propuesto: 5 Puntos

- Dimensión del equipo, como el grado de dedicación, organigrama propuesto, cualificación, y asignación de las tareas de cada uno de los miembros del equipo a lo largo de las fases del proyecto: 2,5 puntos.
- Descripción del Plan de Formación del personal que participará en las encuestas: 2,5 puntos.

3. Panel telefónico utilizado para las llamadas: 5 puntos.

Este criterio pretende valorar la distribución y representatividad del panel telefónico del que dispone el licitador respecto a la población de estudio, con el objetivo de la utilización de bases con el menor sesgo posible.

Se valorará el detalle de la distribución por sexo y edad de las bases de datos de teléfonos fijos y móviles siempre que éstas permitan la realización de las encuestas en todos los grupos de sexo y edad.

Se valorará el detalle de la información geoespacial de las bases de datos.



Se valorará el detalle de la procedencia de las bases de datos, considerando aquellas que ofrezcan un marco muestral más representativo de nuestra población de estudio.

LOTE 3. BARÓMETRO ANDALUZ. CRITERIOS EVALUABLES MEDIANTE JUICIOS DE VALOR (15 Puntos)

1. Metodología propuesta para el desarrollo del Contrato. Hasta 7,5 puntos.

Este criterio pretende valorar la descripción general de los trabajos, el conocimiento de los trabajos a realizar, la comprensión del objeto del contrato, el conocimiento de los contenidos de las prestaciones requeridas, la metodología propuesta, la coherencia de la misma con el objeto del contrato, el grado de detalle y concreción de la metodología propuesta y la claridad expositiva.

En concreto, se valorarán los siguientes aspectos:

- Metodología de ejecución propuesta, esquema cronológico de las actividades, especificando duración de las fases y personal implicado. Adecuación al plan previsto, desarrollo de las fases propuestas y grado de exhaustividad de las tareas identificadas. Adecuación del personal asignado a las tareas en cada una de las fases del proceso: 2,5 puntos.
- Medios técnicos y descripción de la aplicación informática para la realización de las encuestas, grabación y validación: 2,5 puntos.
- Plan de control de calidad asociado al proyecto: Este criterio pretende valorar la descripción general de los controles a implementar a lo largo de todas las fases del Proyecto con el objetivo de maximizar las cotas de calidad obtenidas. 2,5 puntos.

2. Características del equipo de trabajo propuesto: Hasta 2,5 Puntos

- Dimensión del equipo, como el grado de dedicación, organigrama propuesto, cualificación, y asignación de las tareas de cada uno de los miembros del equipo a lo largo de las fases del proyecto: 1,5 puntos.
- Descripción del Plan de Formación del personal que participará en las encuestas: 1 punto.

3. Panel telefónico utilizado para las llamadas: Hasta 5 puntos.

Este criterio pretende valorar la distribución y representatividad del panel telefónico del que dispone el licitador respecto a la población de estudio, con el objetivo de la



utilización de bases con el menor sesgo posible.

Se valorará el detalle de la distribución por sexo y edad de las bases de datos de teléfonos fijos y móviles siempre que éstas permitan la realización de las encuestas en todos los grupos de sexo y edad.

Se valorará el detalle de la información geoespacial de las bases de datos.

Se valorará el detalle de la procedencia de las bases de datos, considerando aquellas que ofrezcan un marco muestral más representativo de nuestra población de estudio.

Criterios evaluables mediante la aplicación de fórmulas y baremación (incluir descripción detallada y justificación de la elección de cada criterio propuesto)

LOTE 1. ENCUESTAS TELEFÓNICAS Y MIXTAS (85 Puntos)

1. Oferta económica: 55 puntos

CONCEPTO		PRECIO UNITARIO MAXIMO DE LICITACIÓN	NÚMERO ESTIMADO DE ENCUESTAS	VALOR ESTIMADO	PUNTUACION ASIGNADA
1. Encuesta telefónica tipo A (PBEtA) (fijos)	Tipo 1. Población general	10,0 €	5.625	56.250 €	15 PUNTOS
	Tipo 2. Poblaciones específicas	14,4 €	900	12.960 €	
2. Encuesta telefónica tipo B (PBEtB) (móviles) -	Tipo 1. Población general	13,8 €	3.750	51.750 €	20 PUNTOS
	Tipo 2. Poblaciones específicas	18,8 €	750	14.100 €	
3. Encuesta presencial	Tipo 1. Población general	16,3 €	1.125	18.338 €	5 PUNTOS
4. Encuesta online (CAWI)	Tipo 1. Población general	8,8 €	2.250	19.800 €	SUMATORIAO 4+5 10 PUNTOS
	Tipo 2. Poblaciones específicas	12,5 €	600	7.500 €	
5. Gestión de incentivos por participación en encuestas online		1,9 €	2.850	5.415 €	
6. Diseño y elaboración de la muestra		2.500 €	1	2.500 €	5 PUNTOS
7. Análisis multivariantes		3.125 €	1	3.125 €	
8. Informe descriptivo de resultados		3.125 €	1	3.125 €	
9. Informe en profundidad de resultados		4.375 €	1	4.375 €	



Se valorarán separadamente los precios unitarios de cada uno de los conceptos que componen para la realización de estudios de opinión mediante encuestas. La puntuación asignada se encuentra ponderada en atención a la incidencia económica en el valor estimado del presente lote de cada uno de los precios NO PRECIOS = 0.

Se asignará la máxima puntuación a la proposición que oferte un precio de cada concepto o sumatorios de precios más bajo calculando la puntuación al resto de las ofertas mediante proporcionalidad inversa, aplicando la siguiente fórmula:

Oferta de Porcentaje más bajo ----- 15, 20, 5,10, 5 puntos, según
corresponda
Oferta valorada ----- X punto

$$V = \frac{\text{Oferta de Porcentaje más bajo} \times 15, 20, 5,10, 5}{\text{Oferta valorada}}$$

En caso que el licitador supere en su oferta el importe de alguno de los precios unitarios máximos de licitación se le asignará directamente cero puntos en la valoración del precio o sumatorio en que se produzca el hecho y sin aplicar la fórmula. El licitador vendrá obligado a ofertar un precio positivo en todos los casos, no pudiéndose omitir ninguno y no admitiéndose ofertas igual a cero o gratuidades en ninguno de los precios a ofertar.

En caso de que aparezca alguna omisión, gratuidad u oferta igual a cero se le asignará directamente cero puntos en la valoración del precio en que se produzca el hecho y sin aplicar la fórmula, tonando como referencia la siguiente oferta de precio más bajo.



2. Supervisión de entrevistas realizadas. 5 puntos

CRITERIO	FORMA DE PUNTUA R
Porcentaje de entrevistas supervisadas	Hasta un máximo de 5 puntos repartidos proporcionalmente de forma que al valor 20 % le corresponden 0 puntos y al valor 30 % o superior le corresponden 5.

3. Número de rellamadas realizadas por encima de las 5 exigidas. 5 puntos

CRITERIO	FORMA DE PUNTUA R
Número de rellamadas antes de rechazar un contacto por encima de las 5 exigidas	Hasta un máximo de 5 puntos repartidos de la siguiente forma: 1 rellamada adicional: + 1 punto 2 rellamadas adicionales: + 2 puntos 3 rellamadas adicionales: + 3 puntos 4 rellamadas adicionales: + 4 puntos 5 rellamadas adicionales: + 5 puntos

4. Red de campo. 5 puntos

CRITERIO	FORMA DE PUNTUA R
Número de puestos CATI	Hasta un máximo de 5 puntos repartidos proporcionalmente de forma que al valor 20 le corresponden 0 puntos y al valor 50 le corresponden 5 puntos

5. Sistema de grabación. 5 puntos

CRITERIO	FORMA DE PUNTUA R
Se ofrece la grabación en audio de las entrevistas del pretest. Se indicará de forma expresa el cumplimiento de la normativa de protección de datos de carácter personal.	SÍ lo oferta = 5 PUNTOS NO lo oferta = 0 PUNTOS



6. Monitorización. 5 puntos

CRITERIO	FORMA DE PUNTUA R
Se ofrece sistema de monitorización de las encuestas, que permita seguir de forma simultánea las encuestas y la forma en que las personas encuestadoras llenan el cuestionario en la pantalla del ordenador. El órgano contratante podrá hacer esta acción de forma libre y autónoma con el fin de supervisar a tantas personas entrevistadoras como consideren necesarias.	SÍ lo oferta = 5 PUNTOS NO lo oferta = 0 PUNTOS

7. Pago de incentivos individuales condicionados a la respuesta mediante bono canjeable. 5 puntos (solo en encuestas mixtas que usen metodología on line)

CRITERIO	FORMA DE PUNTUA R
Pago del incentivo mediante bono canjeable por compras	SÍ lo oferta = 5 PUNTOS NO lo oferta = 0 PUNTOS



LOTE 2. ENCUESTAS ON LINE Y MIXTAS. CRITERIOS EVALUABLES MEDIANTE APLICACIÓN DE FORMULAS (85 Puntos)

1.- Oferta económica: 55 puntos

CONCEPTO	PRECIO UNITARIO MAXIMO DE LICITACIÓN		NÚMERO ESTIMADO DE ENCUESTAS	VALOR ESTIMADO	PUNTUACION ASIGNADA
	Tipo 1. Población general	Tipo 2. Poblaciones específicas			
1. Encuesta online (CAWI)	Tipo 1. Población general	8,8 €	2.325	20.460 €	25 PUNTOS
	Tipo 2. Poblaciones específicas	12,5 €	750	9.375 €	
2. Gestión de incentivos por participación en encuestas online		1,9 €	3.075	5.843 €	10 PUNTOS
3. Encuesta telefónica tipo A (PBETA) (fijos)	Tipo 1. Población general	10,0 €	300	3.000 €	5 PUNTOS
	Tipo 2. Poblaciones específicas	14,4 €	75	1.080 €	
4. Encuesta telefónica tipo B (PBETA) (móviles)	Tipo 1. Población general	13,8 €	300	4.140 €	5 PUNTOS
	Tipo 2. Poblaciones específicas	18,8 €	75	1.410 €	
5. Encuesta presencial	Tipo 1. Población general	16,3 €	250	4.075 €	5 PUNTOS
6. Diseño y elaboración de la muestra (PDM)		2.500 €	1	2.500 €	SUMATORIO 6+ 7 + 8 + 9 5 PUNTOS
7. Análisis Multivariantes (PAM)		3.125 €	1	3.125 €	
8. Informe descriptivo de resultados (PID)		3.125 €	1	3.125 €	
9. Informe en profundidad de resultados (PIP)		4.375 €	1	4.375 €	

Se asignará la máxima puntuación a la proposición que oferte un precio de cada concepto o sumatorios de precios más bajo calculando la puntuación al resto de las ofertas mediante proporcionalidad inversa, aplicando la siguiente fórmula:



Oferta de Porcentaje más bajo ----- 25, 10, 5,5, 5,5 puntos, según corresponda

Oferta valorada ----- X punto

Oferta de Porcentaje más bajo 25, 10, 5,5, 5,5

$$V = \frac{\text{Oferta valorada}}{\text{Oferta valorada}}$$

En caso de que el licitador supere en su oferta el importe de alguno de los precios unitarios máximos de licitación se le asignará directamente cero puntos en la valoración del precio o sumatorio en que se produzca el hecho y sin aplicar la fórmula. El licitador vendrá obligado a ofertar un precio positivo en todos los casos, no pudiéndose omitir ninguno y no admitiéndose ofertas igual a cero o gratuidades en ninguno de los precios a ofertar.

En caso de que aparezca alguna omisión, gratuidad u oferta igual a cero se le asignará directamente cero puntos en la valoración del precio en que se produzca el hecho y sin aplicar la fórmula, tomando como referencia la siguiente oferta de precio más bajo.

2. Supervisión de entrevistas realizadas. 5 puntos

CRITERIO	FORMA DE PUNTUA R
Porcentaje de entrevistas supervisadas	Hasta un máximo de 5 puntos repartidos proporcionalmente de forma que al valor 20 % le corresponden 0 puntos y al valor 30 % o superior le corresponden 5.

3. Número de rellamadas realizadas por encima de las 5 exigidas. 5 puntos

CRITERIO	FORMA DE PUNTUA R
Número de rellamadas antes de rechazar un contacto por encima de las 5 exigidas	Hasta un máximo de 5 puntos repartidos de la siguiente forma: 1 rellamada adicional: + 1 punto 2 rellamadas adicionales: + 2 puntos 3 rellamadas adicionales: + 3 puntos 4 rellamadas adicionales: + 4 puntos 5 rellamadas adicionales: + 5 puntos



4. Red de campo. 5 puntos

CRITERIO	FORMA DE PUNTUA R
Número de puestos CATI	Hasta un máximo de 5 puntos repartidos proporcionalmente de forma que al valor 20 le corresponden 0 puntos y al valor 50 le corresponden 5 puntos

5. Sistema de grabación. 5 puntos

CRITERIO	FORMA DE PUNTUA R
Se ofrece la grabación en audio de las entrevistas del pretest. Se indicará de forma expresa el cumplimiento de la normativa de protección de datos de carácter personal.	SÍ lo oferta = 5 PUNTOS NO lo oferta = 0 PUNTOS

6. Monitorización. 5 puntos

CRITERIO	FORMA DE PUNTUA R
Se ofrece sistema de monitorización de las encuestas, que permita seguir de forma simultánea las encuestas y la forma en que las personas encuestadoras llenan el cuestionario en la pantalla del ordenador. El órgano contratante podrá hacer esta acción de forma libre y autónoma con el fin de supervisar a tantas personas entrevistadoras como consideren necesarias.	SÍ lo oferta = 5 PUNTOS NO lo oferta = 0 PUNTOS

7. Pago de incentivos individuales condicionados a la respuesta mediante bono canjeable. 5 puntos

CRITERIO	FORMA DE PUNTUA R
Pago del incentivo mediante bono canjeable por compras	SÍ lo oferta = 5 PUNTOS NO lo oferta = 0 PUNTOS



LOTE 3. BARÓMETRO ANDALUZ. CRITERIOS EVALUABLES MEDIANTE APLICACIÓN DE FORMULAS (85 Puntos)

1. Oferta económica: 55 puntos

Se valorarán separadamente los precios unitarios de cada uno de los conceptos que componen para la realización de estudios de opinión mediante encuestas. La puntuación asignada se encuentra ponderada en atención a la incidencia económica en el valor estimado del presente lote de cada uno de los precios.

Concepto	Precio Unitario Máximo de Licitación	NÚMERO ESTIMADO DE ENCUESTAS	Valor Estimado	Puntuación Asignada
1. Encuesta telefónica tipo A (PBETa) - fijos	10 €	5.000	50.000 €	15 puntos
2. Encuesta telefónica tipo B (PBETb) - móviles	13,8 €	13.250	182.850 €	35 puntos
3. Encuesta presencial	16,3 €	200	3.260 €	2,5 puntos
4. Encuesta online (CAWI)	8,8 €	200	1.760 €	2,5 puntos

Se asignará la máxima puntuación a la proposición que oferte un precio de cada concepto o sumatorios de precios más bajo calculando la puntuación al resto de las ofertas mediante proporcionalidad inversa, aplicando la siguiente fórmula:

Oferta de Porcentaje más bajo ----- 15 ,35, 2,5 o 2,5 puntos, según corresponda

Oferta valorada ----- X punto

$$V = \frac{\text{Oferta de Porcentaje más bajo} \times 15 ,35,2,5 \text{ o } 2,5 \text{ puntos}}{\text{Oferta valorada}}$$

En caso que el licitador supere en su oferta el importe de alguno de los precios unitarios máximos de licitación se le asignará directamente cero puntos en la valoración del precio o sumatorio en que se produzca el hecho y sin aplicar la fórmula.

El licitador vendrá obligado a ofertar un precio positivo en todos los casos, no pudiéndose omitir ninguno y no admitiéndose ofertas igual a cero o gratuidades en ninguno de los precios a ofertar. En caso que aparezca alguna omisión, gratuidad u oferta igual a cero se le asignará directamente cero puntos en la valoración del precio en que se produzca el hecho y sin aplicar la fórmula, tomando como referencia la siguiente oferta de precio más bajo.



2. Incremento del número de entrevistas telefónicas tipo B (teléfonos móviles) 5 puntos

Según establece el PPT es obligatorio que el 70% de las 3600 entrevistas (2520 entrevistas) sean telefónicas tipo B, se puntúa el incremento de dicho número por encima del exigido, la puntuación se asignará de manera proporcional al número de entrevistas tipo B realizadas teniendo en cuenta que:

- Para el valor 2520 se asignarán 0 puntos por este concepto
- Para el valor 3600 se asignarán 5 puntos por este concepto

3. Supervisión de entrevistas realizadas. 5 puntos

CRITERIO	FORMA DE PUNTUAR
Porcentaje de entrevistas supervisadas	Hasta un máximo de 5 puntos repartidos proporcionalmente de forma que al valor 20 % le corresponden 0 puntos y al valor 30 % o superior le corresponden 5.



4. Número de rellamadas realizadas por encima de las 5 exigidas. 5 puntos

CRITERIO	FORMA DE PUNTUA R
Número de rellamadas antes de rechazar un contacto por encima de las 5 exigidas	Hasta un máximo de 5 puntos repartidos de la siguiente forma: 1 rellamada adicional: + 1 punto 2 rellamadas adicionales: + 2 puntos 3 rellamadas adicionales: + 3 puntos 4 rellamadas adicionales: + 4 puntos 5 rellamadas adicionales: + 5 puntos

5. Red de campo. 5 puntos

CRITERIO	FORMA DE PUNTUA R
Número de puestos CATI	Hasta un máximo de 5 puntos repartidos proporcionalmente de forma que al valor 25 le corresponden 0 puntos y al valor 50 le corresponden 5 puntos

6. Sistema de grabación. 5 puntos

CRITERIO	FORMA DE PUNTUA R
Se ofrece la grabación en audio de las entrevistas del pretest. Se indicará de forma expresa el cumplimiento de la normativa de protección de datos de carácter personal.	SÍ lo oferta = 5 PUNTOS NO lo oferta = 0 PUNTOS



7. Monitorización. 5 puntos

CRITERIO	FORMA DE PUNTUA R
Se ofrece sistema de monitorización de las encuestas, que permita seguir de forma simultánea las encuestas y la forma en que las personas encuestadoras llenan el cuestionario en la pantalla del ordenador. El órgano contratante podrá hacer esta acción de forma libre y autónoma con el fin de supervisar a tantas personas entrevistadoras como consideren necesarias.	SÍ lo oferta = 5 PUNTOS NO lo oferta = 0 PUNTOS

Observaciones (incluir cualquier aclaración y/o dato que se estime necesario y que no haya sido incluido en los apartados anteriores)

Sevilla, a la fecha de la firma electrónica

VºBº Responsable de la unidad promotora de la contratación	Persona responsable del contrato
ELADIA ILLESCAS ESTÉVEZ	RUBÉN MARTÍN GIMENO