

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARTICULARES PARA LA CONTRATACIÓN DE UN SERVICIO DE INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA SOBRE LA CIUDADANÍA PARA LA CORPORACIÓN CATALANA DE MITJANS AUDIOVISUALS, S. A.

EXPEDIENTE NÚM. 2501OB02

1. INTRODUCCIÓN

3Cat está en un momento de transformación en el que busca conectar más y mejor con su ciudadanía. Dentro de su Plan Estratégico, se ha creado el HUB de Conocimiento de la Ciudadanía (en adelante, el HUB), para dar voz a las necesidades ciudadanas dentro de la Organización de una forma más significativa, sistemática y ágil. La ciudadanía está en el centro de unos medios audiovisuales catalanes públicos de calidad y conectar con sus intereses, motivaciones y realidades es vital para poder ajustar la oferta de contenidos y ofrecer un servicio de calidad que fomente la misión de 3Cat (lengua, territorio, cultura, etc.).

La sociedad está en un estado de transformación constante, impulsada por diversos factores como los avances tecnológicos, las crisis, la globalización y los cambios demográficos. Estos factores generan un fuerte impacto en las formas de comunicación, trabajo, educación y relaciones intrapersonales e interpersonales.

Las interacciones digitales están sacando a la luz nuevas capas de información, nuevas formas de relación con la tecnología y también están afectando al consumo de contenidos audiovisuales. La evolución audiovisual provoca una hiperfragmentación de la audiencia y una brecha generacional entre el consumo de televisión o radio tradicional y los contenidos por streaming.

La realidad compleja y en constante evolución (tanto social como del mundo audiovisual) hace que el HUB tenga que tomar un rol proactivo en el conocimiento ciudadano y hace necesario reaccionar en el tiempo adecuado a los objetivos de 3Cat.

La investigación cuantitativa se basa en el uso de métodos científicos como encuestas para obtener resultados objetivos. Se caracteriza por su énfasis en la objetividad, la replicabilidad y la generalización de los resultados. Mediante técnicas estadísticas se busca analizar grandes cantidades de datos y determinar patrones y tendencias significativas en población objetiva. Esto permite extraer conclusiones apoyadas por evidencia empírica sólida. Proporciona una base para identificar patrones, establecer relaciones causales entre variables y aportar robustas conclusiones de cara a la toma de decisiones.

2. OBJETO

El objeto de esta concurrencia es la contratación por parte del HUB de un servicio recurrente de investigación cuantitativa (a modo de bolsa de investigaciones), que permita agilizar su realización y reducir el tiempo de respuesta a las necesidades de conocimiento de la ciudadanía dentro de la organización.

El objetivo es facilitar el acceso a la investigación, estableciendo diferentes “tipos de investigaciones” que se ajustarán a cada demanda específica y que ofrecerán datos estadísticamente significativos a cuestiones clave para 3Cat.

3. EL ALCANCE

3.1. El servicio debe prever diferentes aspectos que el adjudicatario debe incluir en la licitación:

3.1.1 El objetivo de investigación:

- Los objetivos específicos se irán definiendo a medida que surjan las necesidades, pero pueden ser temas diversos de tipo más estratégico (marca, etc.) o más táctico (testar nuevas propuestas de contenidos, etc.).

3.1.2 Capacidades generales del servicio:

- El adjudicatario debe ofrecer:
 - Diferentes soluciones cuantitativas, así como capacidad para realizar las investigaciones en distintos dispositivos y teniendo en cuenta aspectos como la dispersión geográfica o la lengua.
 - Opciones para realizar investigaciones de autoservicio (plataforma DIY), así como investigaciones en las que el adjudicatario asuma la planificación, la realización, la coordinación, el análisis y la presentación de los datos (ad hoc).
- Una vez adjudicado el servicio, la forma de funcionamiento será la siguiente:
 - El HUB enviará al adjudicatario un briefing con las necesidades específicas del estudio
 - Y el adjudicatario realizará una propuesta para dar respuesta a los objetivos, ofreciendo el mejor abordaje y diseño muestral de forma ad hoc y atendiendo a diferentes niveles de servicio que se describen a continuación.

3.1.2.1 Los niveles de servicio

Dado que la solución concreta que se utilice en cada investigación se determinará sobre la base de los objetivos específicos que se planteen en cada caso (mediante una propuesta concreta para cada uno), se pide a los licitadores que tengan en cuenta diferentes niveles de servicio de cara a realizar el planteamiento de la licitación y a configurar el presupuesto.

Es decir:

- Los licitadores deben fijar un precio cerrado para cada nivel de estudio teniendo en cuenta sus características, los diferentes tramos/número de entrevistas y atendiendo a su dificultad de realización.
- Cuando se adjudique la licitación, cada estudio realizado se irá descontando de la “bolsa” hasta agotar su cantidad total anual.

Para fijar los precios, se tendrán en cuenta:

- El tamaño de la muestra
- La complejidad del perfil (incidencia)
- Duración del cuestionario
- Nivel de servicios que se contrate (ad hoc vs. DIY)
- **Nivel 1: Investigaciones ad hoc de alcance bajo, medio y alto**

- Encuestas online nacional representativo en Cataluña con diferentes niveles de incidencia.
- El número de encuestas se determinará en función de los objetivos y del número de perfiles que se vaya a analizar:
 - **Tramo 1: Entre 500-600 encuestas de 15-20 minutos**
 - **Tramo 2: Entre 700-800 encuestas de 15-20 minutos**
 - **Tramo 3: Entre 1000 y 1100 encuestas de 15-20 minutos**
 - **+ Precio extra cada 100 encuestas**
- Duración del cuestionario:
 - Precio base: encuesta de 15-20 minutos
 - + Adjuntar precio extra cada 5 minutos más de cuestionario (incremental sobre el coste del precio base por número de entrevistas y duración)
- Incidencia estimada (según complejidad del perfil):
 - Alta incidencia: 86 % o más
 - Incidencia media: 60-75 %
 - Baja incidencia: menos del 59 %
- Objetivo: elaborar investigaciones cuantitativas online de distinta naturaleza (desde testar nuevos conceptos hasta explorar temas generacionales, de lengua, cultura, uso de contenidos audiovisuales, etc.)
- Servicios incluidos por parte del adjudicatario:
 - Elaboración de propuesta que responda al briefing
 - Coordinación y planificación de la investigación
 - Comunicación con el HUB para alinear objetivos y hacer seguimiento del estudio
 - Cuestionario en catalán y castellano indistintamente (es decir, los encuestados deben poder responder en cualquiera de las dos lenguas)
 - Elaboración y administración del cuestionario
 - Procesamiento y análisis de los datos
 - **Redacción de informe que incluya:**
 - Un resumen ejecutivo con los principales resultados y aprendizajes
 - Informe completo con análisis de los datos y conclusiones o recomendaciones
 - Infografía con los principales resultados y aprendizajes del estudio
- Perfiles de profesionales mínimos que deben participar en el estudio por parte del adjudicatario:
 - Gestor de clientes que centralice y coordine el desarrollo del estudio así como la comunicación con el HUB con más de 5 años de experiencia en tareas de coordinación similares y **que hable catalán.**
 - Analista sénior con más de 5 años de experiencia en diseño y análisis de datos
 - Así como otros perfiles necesarios para el correcto funcionamiento del estudio (codificación, etc.)
- Calendario:
 - Para cada estudio que se ponga en marcha se definirá un calendario ad hoc según la dificultad del estudio y los perfiles que se vayan a entrevistar
 - Servicio mínimo:
 - Envío del briefing por parte del HUB al adjudicatario: marcará el día 1 de cada servicio

- Envío de la propuesta por parte del adjudicatario: envío en un máximo de 8 días hábiles desde la recepción del briefing
- OK a la propuesta
- Envío del cuestionario: en un máximo de 5 días hábiles desde el OK de la propuesta
- Realización del campo: entre 1 semana y 1-2 meses según dificultad de la muestra
- Proceso de datos: 1-2 semanas desde el final del campo
- Análisis y elaboración de informe: 1-2 semanas desde el proceso de datos
- Presentaciones: 1-2 presentaciones de 1-2 horas de duración cada una, presenciales o telemáticas (la hora se fijará entre el HUB y el adjudicatario)
- Lengua:
 - Todas las comunicaciones entre el adjudicatario y el HUB, correos electrónicos, propuestas, informes, dashboards, presentaciones, etc., se tendrán que realizar en catalán
- **Nivel 2: Investigaciones DIY**
 - El adjudicatario tendrá que ofrecer una muestra a nivel representativo catalán que permita realizar investigaciones con una plataforma digital de autoservicio - Panel
 - Posibilidad de realizar un mínimo de N = 1000 entrevistas con ciudadanos/as de Cataluña
 - La muestra se definirá ad hoc según las necesidades de cada estudio, pero siempre se realizarán con población catalana
 - En este sentido, se valorará que el panel interno de los licitadores tenga una muestra representativa de Cataluña que permita realizar investigaciones DIY
 - Tanto en el ámbito poblacional catalán y de todo su territorio (4 provincias, Barcelona ciudad y área metropolitana, etc.)
 - Como en el consumo de medios audiovisuales nacionales del entorno de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (TV3, SX3, 324, plataforma 3Cat, Catalunya Ràdio, Catalunya Informació, etc.)
 - Duración del cuestionario:
 - Elaborar una gradación de precios que incluya cuestionarios entre 10 y 20 minutos
 - Incluir el precio extra por 5 cinco minutos más de cuestionario
 - Incluir precio extra por 4 preguntas abiertas sin codificar
 - Incluir precio extra por 4 preguntas abiertas codificadas
 - Objetivo: testar o explorar aspectos concretos sobre los contenidos de 3Cat u otros aspectos más generales
 - Servicios incluidos por parte del adjudicatario:
 - Panel representativo de Cataluña – solo se realizarán investigaciones con ciudadanos/as de Cataluña (no se valorará el tamaño del panel en el ámbito de España)
 - Indicar qué muestra de panelistas (usuarios disponibles) tiene el panel del licitador en Cataluña
 - Mínimo de 3000 panelistas en Cataluña
 - Poner a disposición del HUB una plataforma sencilla e intuitiva para realizar las encuestas online

- **Los encuestados tendrán que poder responder a las encuestas indistintamente en catalán y castellano (al inicio de la encuesta se les preguntará en qué lengua quieren contestar).**
- Generación automática de dashboards con los principales resultados + datos en Excel y SPSS
 - El dashboard con los resultados del estudio que se entregue al HUB deberá estar **en catalán**
- El precio debe incluir la realización de un resumen ejecutivo y de una infografía con los principales resultados y aprendizajes del estudio
- Posibilidad de contratar un servicio extra para que el adjudicatario realice la programación de la encuesta online o para crear informes ad hoc con mayor profundidad o diferencias significativas que no estén recogidas en el dashboard generado por la plataforma
- Perfiles de profesionales mínimos que deben participar en el estudio por parte del adjudicatario:
 - Gestor de clientes o analista que explique las bases del servicio al HUB y ofrezca asistencia en caso necesario y que hable catalán.
 - Otros perfiles (programación, análisis) si se requiere un nivel superior de análisis
- Calendario:
 - Para cada estudio que se ponga en marcha se definirá un calendario ad hoc según la dificultad del estudio y los perfiles que se vaya a entrevistar
 - Servicio mínimo:
 - Envío del briefing por parte del HUB al adjudicatario: marcará el día 1 de cada servicio
 - Envío de la propuesta por parte del adjudicatario: envío en un máximo de 5 días hábiles desde la recepción del briefing
 - OK a la propuesta
 - Acceso a la plataforma del adjudicatario para realizar la encuesta
- Lengua:
 - Todas las comunicaciones entre el adjudicatario y el HUB, correos electrónicos, propuestas, dashboards, informes, etc., se tendrán que realizar en catalán

3.1.2.2 Perfiles profesionales

Cada nivel de servicio lleva asociados perfiles profesionales específicos. Es esencial que los años de experiencia vayan enfocados a la naturaleza de este servicio y de las tareas asociadas. No se valorarán los años de experiencia que se refieran a otro tipo de actividades.

El número y los perfiles de las personas destinadas variarán en función del nivel de servicio que se contrate en cada estudio.

3.1.2.3 Elaboración de informes y estructura

Todas las investigaciones que se realicen tendrán que incluir 3 entregables diferentes:

- Un resumen ejecutivo con los principales resultados y aprendizajes del estudio
- Dashboard (para las investigaciones DIY) o informe completo con análisis de los datos y las conclusiones o recomendaciones
- Infografía con los principales resultados y aprendizajes del estudio

Todos los estudios que se hagan tendrán que incluir 3 entregables diferentes:

1. Ejemplo de resumen ejecutivo de máximo 5 páginas
 - Apartados mínimos que debe incluir:
 - Portada con título - titular del estudio
 - Objetivos, muestra, timing del estudio
 - Diapositivas con los principales aprendizajes redactados y explicados en formato Insight: es esencial incluir diapositivas redactadas (con contenidos reales o ficticios) con la estructura que se utilizará para poder valorar cómo se hacen los titulares, cómo se presentan las tablas, cómo se enfrenta el contenido, el volumen de contenido que se incluye, etc.
2. Ejemplo de informe completo de máximo 50 páginas
 - Apartados mínimos que debe incluir:
 - Portada con título - titular del estudio
 - Índice
 - Objetivos, muestra, timing del estudio
 - Explicar la estructuración del informe en capítulos, cómo se desarrollarán las diapositivas con contenidos reales o ficticios, cómo se mostrarán los datos, cómo se analizará, etc.
 - Capítulo de conclusiones y recomendaciones
3. Ejemplo de infografía de máximo 1 página
 - Apartados mínimos que debe incluir:
 - Estructurar un ejemplo de infografía en el que se visualicen resultados, porcentajes, etc., para ver cómo se destacan los principales aprendizajes o datos de cara a facilitar compartir los resultados del estudio de forma visual, concisa, comprensible y memorable

3.1.2.4 Contacto entre el adjudicatario y el HUB

- El contacto debe ser fluido y sencillo, ya sea de forma presencial o telemática.
- Por tema de agilidad, se priorizarán las reuniones telemáticas aunque se podrá realizar alguna reunión presencial si se considera necesario

3.1.2.5 Lengua vehicular

- Toda la comunicación y documentación (informes, presentaciones, dashboards, etc.) entre 3Cat y el adjudicatario se hará en catalán.
- De cara a la realización de las encuestas, se permitirá que los participantes o encuestados respondan en catalán o castellano indistintamente (según cuál sea su lengua de uso habitual y con la que se expresen con mayor facilidad)

4. CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO

El adjudicatario deberá poner a disposición del HUB toda la infraestructura, la maquinaria y el software necesarios, incluidas las licencias de uso, para llevar a cabo correctamente el servicio, así como el equipo técnico más adecuado para cada estudio.

Para realizar el servicio con plenas garantías, es imprescindible que el equipo asignado tenga los conocimientos en las tecnologías, las metodologías, las herramientas y la lengua que se consideran críticas para el desarrollo del servicio.

Todos los profesionales que participen en el servicio durante los 4 años tendrán que cumplir con los requerimientos anteriormente mencionados (conocimiento de la lengua hablada y escrita, años de experiencia, etc.).

5. GOBERNANZA Y SEGUIMIENTO

La empresa adjudicataria actuará como jefe de proyecto y ofrecerá una persona de contacto en el HUB para centralizar la interlocución y facilitar la gestión y la continuidad necesarias para asegurar una correcta ejecución del contrato.

5.1. METODOLOGÍA DE TRABAJO

El servicio se organizará y ejecutará utilizando entornos de trabajo compartidos en la nube.

5.2. CONFIDENCIALIDAD Y PROTECCIÓN DE DATOS

El adjudicatario deberá garantizar el cumplimiento del Reglamento General de Protección de Datos. En ese sentido, deberá disponer de las garantías tecnológicas para asegurar la privacidad de los datos personales.

También deberá disponer de los mecanismos necesarios para cumplir con el derecho de acceso de los/as usuarios/as a obtener una copia de sus datos en bruto.

5.3. ERRORES EN LA EJECUCIÓN DEL SERVICIO Y PENALIZACIONES

Se consideran incidencias en la ejecución del servicio:

- Incidencias de gestión del servicio:
 - La no realización de la propuesta o la no realización del servicio contratado en los tiempos establecidos y pactados con el HUB
- Incidencias de corrección lingüística:
 - Cualquier comunicación escrita con faltas de ortografía o errores gramaticales tanto en catalán como en castellano en los informes compartidos
- Incidencias generales:
 - En referencia a la relación entre el adjudicatario y el HUB:
 - Que no se asista a una reunión presencial o telemática sin previo aviso.
 - Un retraso de más de 24 horas, por parte del adjudicatario, en responder un correo o mensaje telemático por parte de su interlocutor del HUB en el horario de oficina de 9 a 18 h de lunes a viernes en días laborables en Cataluña.

El responsable del servicio, por parte del HUB, tendrá como responsabilidad hacer un seguimiento de estas incidencias. Cada incidencia contará 1 punto.

Si el indicador de incidencias de servicio supera los 3 puntos acumulados en un mismo servicio en el mismo mes natural, 3Cat aplicará las siguientes penalizaciones, según corresponda:

- Entre 3 y 8 puntos: se aplicará un 5 % de reducción en el importe proporcional del mes objeto de facturación.
- Entre 9 y 19 puntos: se aplicará un 7 % de reducción en el importe proporcional del mes objeto de facturación.
- Si el indicador de incidencias iguala o supera los 20 puntos acumulados en el mismo mes natural, 3Cat se reserva el derecho a rescindir el contrato.

Sant Joan Despí, enero de 2025