



INFORME DE VALORACIÓN DE LOS CRITERIOS CUALITATIVOS CUYA CUANTIFICACIÓN DEPENDE DE UN JUICIO DE VALOR (OFERTA TÉCNICA) PARA EL PROCEDIMIENTO ABIERTO DE CONTRATACIÓN “ESTUDIO DEL BARÓMETRO DEL CLIMA DE CONFIANZA DEL SECTOR AGROALIMENTARIO 2024-2027”

1. VALORACIÓN DE OFERTAS TÉCNICAS

De acuerdo con lo establecido en el cuadro de características del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares, apartado 17.2 se procede a la valoración de los criterios cualitativos cuya cuantificación depende de un juicio de valor, a los cuales se asigna una puntuación máxima (PTi) de 100 puntos y se les atribuye una ponderación del 45% de la puntuación máxima total de la oferta.

Para la participación en este procedimiento abierto se presentaron las ofertas de las empresas que se relacionan a continuación:

1. SIGMA2
2. TEyS. Grupo TYPESA
3. INESPRO. Ingeniería, estudios y proyectos europeos.
4. INSTITUT ILDEFONS CERDÁ FUNDACIÓN PRIVADA

2. VALORACIÓN DE LOS CRITERIOS CUALITATIVOS CUYA CUANTIFICACIÓN DEPENDE DE UN JUICIO DE VALOR

La valoración se ha realizado aplicando los criterios establecidos en el Cuadro de características del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares, apartado 17.2.1.

Realizada la valoración de las Ofertas Técnicas, las empresas han obtenido la puntuación que se recoge en la presente tabla, resultado del sumatorio de las valoraciones parciales que se justifican posteriormente.

Criterio	SIGMA2	TYPESA	INESPRO	CERDÁ	Puntuación máxima
1.- Metodología para el cálculo de los índices que sean compatibles con la serie histórica de datos de los índices de confianza del MAPA. Desglose de los índices y utilización de factores de ponderación.					
1.1. Metodología para el cálculo de los índices de confianza del MAPA. Desglose de los índices.	6	14	2	37	40

1.2. Metodología para el cálculo de los índices de confianza del MAPA. Utilización de factores de ponderación.	2	7	0	15	15
2.- Análisis de consultoría comparativo de los índices trimestrales obtenidos en relación a otros indicadores económicos e índices de confianza y evolución comparada del índice con otros indicadores macroeconómicos.					
2.1. Comparativa del índice empresarial y del índice del consumidor con otros indicadores.	2	3	0	9	9
2.2. Evolución comparada del índice con otros indicadores macroeconómicos.	1	4,5	0	8	9
3.- Criterios de segmentación y propuesta de distribución de la muestra y sus factores de equilibrado.					
3.1. Criterios de segmentación.	2	5	1	9	9
3.2. Propuesta de distribución de la muestra y sus factores de equilibrado.	2	5	1	9	9
4.- Desarrollo de temas, contenidos y cuestionarios que puedan ser objeto de estudios monográficos.	2	4,5	0	9	9
Total sobre 100 puntos PTi:	17	43	4	96	100

Criterio 1.- Metodología para el cálculo de los índices que sean compatibles con la serie histórica de datos de los índices de confianza del MAPA. Desglose de los índices y utilización de factores de ponderación. Se valorará con un máximo de 55 puntos.

1.1. Desglose del índice

Puntuación mínima 0 puntos Puntuación máxima 40 puntos

El índice de confianza del sector agroalimentario tiene un carácter global para reflejar el clima de confianza, pero está determinado por las diferentes áreas de interés y tiene que ser desglosado en subíndices según agentes y sectores. El esquema de cálculo debe permitir combinar y agregar los resultados para obtener el índice global y los subíndices más desglosados.

Se valorará la robustez de la herramienta propuesta, que ofrezca resultados trimestrales comparables sin grandes variaciones, la capacidad para detectar las variaciones de satisfacción y confianza del mercado, y su fiabilidad.



1.2. Utilización de factores de ponderación: objetivos, empíricos y axiomáticos

Puntuación mínima 0 puntos Puntuación máxima 15 puntos

Se valorará la fiabilidad de los factores de ponderación, así como la combinación y explicación de dichos factores de ponderación que componen el índice y su utilización en cada variable y en la determinación del índice o de cada subíndice.

SIGMA2:

La empresa, siguiendo el Pliego de Prescripciones Técnicas, propone dos índices, el índice de confianza en el sector agroalimentario y el indicador de confianza del consumidor. A su vez, plantea una descomposición de ambos índices en índices de situación actual e índice de expectativas y plantea los cuestionarios basados en los indicadores que marca el pliego.

Para calcular los índices, dado que se obtienen datos cualitativos, propone y desarrolla el uso del cálculo del saldo de las respuestas, de forma que en base a la obtención de los dos índices parciales (situación actual y expectativas), calcula una media ponderada para obtener los índices de confianza de consumidor y del sector agroalimentario. De estos dos valores, por media aritmética, se obtendría el indicador global del Índice de confianza del sector agroalimentario.

La empresa no hace desglose de subíndices ni por agente ni por sector.

En la oferta técnica no se habla de la robustez de la herramienta propuesta. No obstante, se entiende que, en caso de resultar adjudicataria del concurso, la empresa asumiría el método general de cálculo del índice de confianza del Sector Agroalimentario facilitado por el MAPA.

En cuanto a factores de ponderación en la elaboración de índices, la empresa propone el uso de técnicas de análisis multivariable y concretamente un análisis factorial en base a los resultados históricos de los últimos 5 años. Se señala que cada uno de los factores explicaría el porcentaje de la varianza en el total de los datos. No se señala el uso de otro tipo de factores.

Por todo ello, se le otorgan a la empresa un total de 8 puntos (6+ 2) en este criterio.

INESPRO:

La empresa propone una metodología basada en una combinación de técnicas cualitativas y cuantitativas de investigación. Se señala que la utilización de métodos cuantitativos, como las macroencuestas, permitirá obtener datos numéricos que reflejen la prevalencia y las características del sector agroalimentario en España.

Se puede señalar que no queda claramente descritos los universos de los agentes ya que por un lado queda incluido el canal Horeca pero no está incluido en la población objetivo. Por otro lado, cuando se indica el universo de estudio (apartado 2.2.1 Tipo de muestreo) marcan como universo de estudio los agricultores.



En la propuesta no se indican los formatos de cuestionarios para los distintos tipos de agente. No se desarrollan los grupos de indicadores.

En la oferta técnica no se habla de la robustez de la herramienta propuesta. No obstante, se entiende que, en caso de resultar adjudicataria del concurso, la empresa asumiría el método general de cálculo del índice de confianza del Sector Agroalimentario facilitado por el MAPA.

No se especifican factores de ponderación en la elaboración de índices.

Por todo ello, se le otorgan a la empresa un total de 2 puntos (2+ 0) en este criterio.

TEyS:

La empresa muestra que ha seguido las indicaciones del pliego de prescripciones técnicas, de forma que la información recogida para cada uno de los agentes económicos se sintetizará en forma de indicadores trimestrales en el índice de confianza del sector agroalimentario español.

Se describe el índice de confianza empresarial en 3 escenarios posibles, optimista, neutral y pesimista y el índice de confianza de los consumidores en situación actual y expectativas.

La empresa señala que *“Una vez determinados los ítems que conformarán los diferentes cuestionarios, se les asignan áreas de interés, de forma que a todas las preguntas se clasifican en función de los índices y subíndices correspondientes según sectores y tipología de establecimientos. De esta forma, todas las preguntas a realizar en los diferentes cuestionarios se engloban en alguna de las áreas de interés que conforman los Elementos Coyunturales y Comerciales, que, en última instancia, determinarán el índice de confianza empresarial y el índice de confianza de los consumidores, los cuales permitirán obtener el Índice de Confianza del Sector Agroalimentario Global.”* (apartado 1.1.3.). Este último se obtiene como media de los otros dos índices (pág. 74 de su oferta técnica).

Según la oferta técnica la determinación de los pesos de las áreas de interés se llevará a cabo mediante métodos empíricos, lógicos y axiomáticos para una vez seleccionadas las preguntas de los cuestionarios, crear un grupo de expertos, que realizará una asignación subjetiva de los pesos que van a tener cada una de las áreas de interés, dentro de los subíndices de confianza empresarial y de confianza de los consumidores. (apartado 1.1.5.). Posteriormente se asignan los pesos de los diferentes índices, agentes, sectores y subsectores (apartado 1.1.6.) a partir de diferentes fuentes oficiales, pero no explica el tratamiento metodológico utilizado. Se señala que en la pág. 17 de la oferta técnica, en el índice de confianza de los consumidores y dentro de los elementos comerciales hay errores de cálculo de las medias.

En el apartado 1.1.8 se propone si fueran adjudicatarios, hacer un análisis de la serie histórica para evaluar la posible eliminación de ciertas variables que no fueran necesarias para reducir la carga de trabajo de los informantes.



En el apartado 1.1.10., relativo al cálculo de indicadores (índices), se señala que “Una vez determinado el peso de cada una de las preguntas en relación con el resto, se establece un índice de área de Interés ponderada. De esta forma, y teniendo en cuenta los distintos pesos que se aplican a cada campo de estudio (lógico, empírico o axiomático), se puede determinar los Índices de confianza tanto empresarial como de los consumidores en el sector agroalimentario”.

Se señala que en el apartado 1.1.10.1 relativo a la determinación del índice de confianza empresarial se hacen al menos dos referencias erróneas (pág. 54 y pág. 57) en el cálculo de las áreas de interés ponderadas, lo cual da lugar a dudas en cuanto a la fiabilidad metodología utilizada. Se ha comprobado que estos mismos errores se presentaron en oferta de contrato del Barómetro en el año 2019. En el apartado 1.1.10.2 relativo a la determinación del índice de confianza del consumidor se reproducen también estos errores (Pág 71 y 72) .

La propuesta, en el apartado 1.1.11, contempla un extensísimo listado de indicadores a general todos ellos muy desagregados con los elementos de las áreas de interés y que a priori resultan difíciles de deducir de los cuestionarios planteados por la empresa. Se echa en falta, una esquematización de los índices y explicación más detallada del cálculo tanto de índices como de subíndices de confianza más agregados de forma que permitieran hacerse una idea más global.

En cuanto a los factores de ponderación explicitados, faltan agregaciones a nivel de subsectores y de agentes, y por tanto, faltan factores de ponderación de los subíndices y no sería factible la realización de parte de los índices propuestos. Falta también información en relación con el análisis de resultados y su tipología de análisis.

En la oferta técnica no se habla nada de la robustez de la herramienta propuesta. No obstante, se entiende que, en caso de resultar adjudicataria del concurso, la empresa asumiría el método general de cálculo del índice de confianza del Sector Agroalimentario facilitado por el MAPA.

Por todo ello, se le otorgan a la empresa un total de 21 puntos (14 +7).

INSTITUT CERDÁ:

La empresa presenta una propuesta en la que señala la capacidad de dar respuesta a la continuidad del índice de confianza sin alteraciones, exponiendo la forma en que se llevaría a cabo. Se menciona cómo llevar a cabo la elaboración del índice en el tercer trimestre de 2023 en base a la posible fecha de adjudicación del contrato.

En su propuesta se incluye la elaboración de un índice sintético, global y único, el índice de confianza del Sector Agroalimentario, a partir de dos subíndices, de entre los que el índice de confianza empresarial y el índice de confianza de los consumidores son sus componentes principales. Estos dos subíndices se desagregan a su vez en índices de áreas de interés (coyuntura económica, coyuntura sectorial, comercial, etc.), índices de agentes (por tipología de agentes identificados) e índices sectoriales (para sectores de actividad concretos y tipologías de establecimiento).



La herramienta diseñada para el cálculo del índice se califica de robusta (ofrece resultados inter-trimestrales comparables), sensible (capaz de detectar las variaciones de satisfacción y confianza del mercado) y fiable (resultados acordes a la realidad observada).

En la propuesta se expone un esquema estructurado y pormenorizado de cálculo del índice, por agregación de todas las variables afectadas de sus correspondientes factores de ponderación, que asegura la compatibilidad con la serie histórica de datos del MAPA. El cálculo del índice de confianza se realiza mediante la ponderación matemática de las valoraciones obtenidas para cada una de las variables que la componen, siendo esencial determinar con la máxima fiabilidad dichos factores de ponderación. Se remarca que el cálculo de los índices puede ser global o referidos a temáticas o áreas de interés concretas y se indica como se calcularía un subíndice de mayor agregación a partir de otro menor.

En cuanto a los factores de ponderación se señala a partir de la página 58 como se llevarían a cabo estos, partiendo de la utilización de los usados hasta la fecha, con las modificaciones que resulten necesarias. Se explican de forma clara y precisa cada uno de los tres grupos de factores de ponderación objetivos, empíricos y axiomáticos. Se describe para cada tipo de índice o subíndice (99 en total), cada universo, cada agente, cada sector y subsector, y cada elemento o atributo de las áreas de interés en estudio, qué tipo de factor de ponderación se utilizará. En total se muestran 559 indicadores individuales de satisfacción, 559 importancias asignadas, y 99 índices y subíndices calculados. Se pueden ver en las páginas 63 y 64.

Por todo ello, se le otorgan a la empresa un total de 52 (37 + 15) puntos.

Criterio 2.- Análisis de consultoría comparativo de los índices trimestrales obtenidos en relación con otros indicadores económicos e índices de confianza y evolución comparada del índice con otros indicadores macroeconómicos. Se valorará con una puntuación mínima de 0 puntos y un máximo de 18 puntos.

2.1. Comparativa del índice empresarial y del índice del consumidor con otros indicadores.

Puntuación Mínima 0 puntos Puntuación máxima 9 puntos

2.2. Evolución comparada del índice con otros indicadores macroeconómicos.

Puntuación Mínima 0 puntos Puntuación máxima 9 puntos

SIGMA2:

La empresa propone comparar los resultados del Barómetro con indicadores económicos y de confianza elaborados por fuentes relevantes tales como el Instituto Nacional de Estadística (indicador de confianza empresarial e índice del clima industrial) y el CIS (índice de confianza del consumidor) en España.



En cuanto a la comparación con otros índices macroeconómicos, se propone comparar con el Índice de Producción Industrial (IPI) y el índice de Precios Industriales (IPRI). Sin embargo, no existe explicación de cómo se llevaría a cabo la comparativa.

Dentro de los índices a comparar, no se ha incluido ningún indicador que permita comparar con otros índices dentro de los agentes empresariales que conforman la muestra (productores, mayoristas...). También se echa en falta la comparación con otros índices a nivel europeo.

Por todo ello, se le otorgan a la empresa 3 (2+ 1) puntos.

INESPRO:

La empresa no hace propuesta de comparación de índice con otros indicadores económicos ni de confianza. Por todo ello, no se le otorgan a la empresa puntos en este criterio.

TEyS:

La empresa propone comparar los resultados del Barómetro con indicadores económicos y de confianza elaborados por fuentes relevantes tales como el Instituto Nacional de Estadística (ICEA, Índice de comercio al por menor, EPA, PIB e IPC) y CIS en España y otras internacionales como OCDE- ICC, o Eurostat (ESI e IPCA), y menciona concretamente los 11 indicadores que elegiría. Además, se detalla la comparación de 3 de ellos. Sin embargo, destaca la ausencia casi completa de indicadores que midan la confianza de productores y mayoristas y el menor número de índices relativos a consumidores.

Esta propuesta si detalla la elaboración de gráficos que reflejen la evolución comparada de índices, aunque hay que señalar que los datos utilizados no están actualizados, contemplan como año más cercano 2019.

Por todo ello, se le otorgan a la empresa un total de 7,5 (3+4,5) puntos.

INSTITUT CERDÁ:

La empresa propone un análisis que contextualice el índice con los principales indicadores españoles y europeos de referencia. Para ello plantea como se llevará a cabo la indexación e incluye las variables de alcance que se desglosarán en tres grupos: ámbito sectorial del barómetro, región y variable (indicador de confianza e indicador de evolución económica).

En cuanto a los indicadores, se propone utilizar entre 15 y 20 indicadores económicos y de confianza de fuentes oficiales, clasificados por ámbitos (empresarial, industria, consumidores, países de la UE, etc.) y entre los que destacan algunos muy relevantes como, por ejemplo, ICEA-Indicador de Confianza Empresarial Armonizado-INE. Cabe destacar el uso de fuentes tales como INE, Minetur (hay que señalar que es erróneo el nombre del Ministerio, en la actualidad sería MINCOTUR) o CIS en España y otras internacionales como Eurostat (ESI, ICI, RCI y CCI para comparativo en el ámbito empresarial, industria, distribución y consumidor con Alemania, Francia, Italia y Países Bajos), INSEE-francés o IFO-alemán. En la propuesta se detalla la naturaleza de todos los índices que se van a utilizar para el comparativo y el desglose por ámbitos que correspondan con los universos del Barómetro.

Además, se incluye la elaboración de gráficos comparativos de evolución de los valores a lo largo del periodo con la evolución de los datos del barómetro, así como la comparativa evolutiva de las variaciones trimestrales del índice con los demás indicadores macroeconómicos. Se propone incluir



para este periodo el análisis específico de los acontecimientos que a nivel español, europeo y global puedan incidir en el sector agroalimentario y su repercusión en la comparativa de los diferentes índices que se toman de referencia.

Por todo ello, se le otorgan a la empresa un total 17 puntos (9 + 8).

Criterio 3.- Criterios de segmentación y propuesta de distribución de la muestra y sus factores de equilibrado. Se valorará con un máximo de 18 puntos.

3.1. Criterios de segmentación

Puntuación Mínima 0 puntos Puntuación máxima 9 puntos

3.2. Propuesta de distribución de la muestra y sus factores de equilibrado. Puntuación
Mínima 0 puntos

Puntuación máxima 9 puntos

SIGMA2:

La empresa presenta un criterio de base de segmentación de la muestra en dos universos, el empresarial (con su desglose) y el de los consumidores.

En cuanto a los diferentes agentes, se presenta la siguiente segmentación:

Para el caso de los productores, se basa en dos grandes grupos, producción vegetal y producción animal, aunque se señala que también se segregaría por tipo de producto como viene indicado en el pliego de prescripciones técnicas.

En el caso de la industria y de los mayoristas se desagrega siguiendo las instrucciones marcadas en el pliego.

En el caso de la distribución se sigue un desglose diferente al establecido en el pliego de forma que separa los auto/ super servicios y los supermercados pequeños y une un uno solo los supermercados medios e hipermercados.

Para el caso de consumidores, se incluyen provincia y tipología del municipio dejando de lado algunos de los criterios que se marcan en el Pliego de prescripciones técnicas, a saber, sexo y edad del responsable de la compra y se propone otra desagregación por tipos de hogares.

Se presentan las distribuciones muestrales, aunque no se señalan explícitamente factores de equilibrado.



Por todo ello, se le otorgan a la empresa un total de 6 (2+2) puntos en este criterio.

INESPRO:

La empresa presenta señala presenta como único criterio de segmentación las desagregaciones a nivel nacional, de Comunidad Autónoma y de Ciudades Autónomas.

Considera como universo de estudio los agricultores de las 17 CCAA y las dos ciudades autónomas. Por tanto, partimos de un universo incompleto.

En cuanto a los factores de equilibrado, la única referencia asimilable a estos se hace en el apartado 2.2.4 Tipificación de afijación propuesta para la distribución de la muestra, donde se señala que “ *para asegurar la representatividad y minimizar el impacto de no respuestas, se considerará la opción de incrementar el tamaño de muestra inicial en un 20% para aquellos estratos con una mayor proporción de población y una mayor variabilidad en las respuestas, garantizando así resultados más confiables y precisos para el estudio*”.

Por todo ello, se le otorgan a la empresa un total de 2 (1+1) puntos en este criterio.

TEyS:

La empresa presenta unos criterios de segmentación de la muestra que se ajustan perfectamente al Pliego de Prescripciones Técnica. En cuanto a la distribución de la muestra, la empresa plantea la distribución de cada uno de los universos en función de los criterios de segmentación descritos y, a continuación, una distribución muestral acorde a cada uno de los cinco universos estudiados. Cabe destacar que la distribución de la muestra se basa en el criterio de proporcionalidad y para cada caso se indica la variable de referencia utilizada. Dichas variables clave para la distribución de cada universo proceden de fuentes muy fiables, tales como MAPA ,INE (DIRCE, EPA, etc), y otros. Llama la atención que en al menos las tablas de datos de productores e industria el sumatorio de totales no cuadra en filas y columnas (pág. 167,170 y 171).

También llama la atención que para mostrar el universo de trabajo se hayan utilizado datos de 2018, habiendo datos mucho más recientes, aunque se indica que si fueran los adjudicatarios del procedimiento utilizarían los más recientes.

En cuanto a los factores de equilibrado, la empresa presenta, para cada universo, los factores de ponderación numéricos que se utilizarán para el equilibrado de la muestra, también con datos antiguos.

Por todo ello, se le otorgan a la empresa un total de 10 (5+5) puntos.

**INSTITUT CERDÁ:**

La empresa presenta unos criterios de segmentación de la muestra que se ajustan al Pliego de Prescripciones Técnicas y añade además en su propuesta criterios de segmentación con un mayor desglose que matizan los resultados.

En cuanto a la distribución de la muestra, la empresa plantea la distribución de cada uno de los universos en función de los criterios de segmentación descritos y, a continuación, una distribución muestral acorde a cada uno de los cinco universos estudiados. Cabe destacar que la distribución de la muestra se basa en el criterio de proporcionalidad en relación con las variables de referencia, ajustando al alza o a la baja para obtener una adecuada representatividad en todos los casos. Además, para cada caso se indica la variable o conjunto de variables de referencia utilizadas. Dichas variables clave para la distribución de cada universo proceden de fuentes de refutado prestigio, tales como MAPA INE (DIRCE, EPA, etc.), CCAA y otros.

En cuanto a los factores de equilibrado, la empresa presenta de forma muy detallada, para cada universo, los factores de ponderación numéricos que se utilizarán para el equilibrado de la muestra.

Por todo ello, se le otorgan a la empresa 18 (9+9) puntos.

Criterio 4.- Desarrollo de temas y contenidos que puedan ser objeto de estudios monográficos. Se valorará con una puntuación mínima de 0 puntos y un máximo de 9 puntos.

SIGMA2:

La empresa propone un total de 20 temáticas de estudios monográficos, de estos no desarrolla ningún cuestionario, aunque presenta algunos enfoques de desarrollo.

Los temas señalados en las temáticas son de gran interés para el sector agroalimentario.

Por ello, se le otorgan a la empresa 2 puntos en este criterio.

INESPRO:

La empresa no hace propuesta de estudios monográficos ni desarrolla contenido. Por todo ello, no se le otorgan a la empresa puntos en este criterio.

TEyS:

La empresa propone un total de 88 temáticas de estudios monográficos (alguno de los cuales aparece repetido), de estos sólo desarrollan once temáticas con sus respectivas preguntas del cuestionario detalladas, desglosados por el número de agentes a los que atañen y reflejando un amplio espectro de temas de gran interés para el sector agroalimentario.



Cabe mencionar también que la propuesta de la empresa, en su cuadro resumen de cuestionarios propuestos por universos (pág. 182), en la temática del sector del huevo español, los agentes empresariales sus problemáticas y actuaciones dirige sus actuaciones al consumidor en lugar de a los agentes empresariales, podría interpretarse como una posible errata del cuadro, aunque no es posible determinarlo ya que no es uno de los cuestionarios desarrollados.

En la propuesta de la empresa se recoge la duración máxima de los cuestionarios propuestos de cada monográfico, 12 minutos, que se ajusta a lo establecido en el Pliego de Prescripciones Técnicas.

Por ello, se le otorgan a la empresa 4,5 puntos en este criterio.

INSTITUT CERDÁ:

La empresa propone un total de 101 estudios monográficos, todos ellos desarrollados con sus respectivas preguntas del cuestionario detalladas, desglosados por el número de agentes a los que atañen y reflejando un amplio espectro de temas de gran interés para el sector agroalimentario.

En la propuesta de la empresa se recoge la duración máxima del cuestionario de cada monográfico, 12 minutos, que se ajusta a lo establecido en el Pliego de Prescripciones Técnicas.

Por ello, se le otorgan a la empresa 9 puntos en este criterio.

Madrid, a 20 de septiembre de 2023

LA JEFA DE ÁREA

Almudena Bragado Balsera