



PLIEGO DE CONDICIONES

LICITACIÓN N° 2020-06. (ECO/PRO)

TÍTULO: CONTRATACIÓN DE UNA EMPRESA PARA LA REALIZACIÓN DEL ESTUDIO DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

ANTECEDENTES

El Consejo Oleícola Internacional (COI) se constituyó en 1959 bajo los auspicios de Naciones Unidas. Con su sede central en Madrid (España), vela por la aplicación del Convenio Internacional del Aceite de Oliva y de las Aceitunas de Mesa de 2015 cuya finalidad es la promoción del comercio, el consumo y la cooperación internacional en los ámbitos del aceite de oliva y las aceitunas de mesa.

En calidad de organización intergubernamental de productos básicos y foro internacional para las naciones productoras y consumidoras de aceitunas, el COI lleva a cabo numerosas actividades en aras de la olivicultura en el mundo. Dentro de los objetivos generales que aparecen en el capítulo I, artículo 1.3 de este convenio, en materia de promoción de los productos oleícolas, divulgación y economía oleícola, aparecen los puntos de:

- Potenciar el papel del Consejo Oleícola Internacional como centro mundial de documentación e información sobre el olivo y sus productos y como foro de encuentro del conjunto de operadores del sector;
- Promover el consumo de productos oleícolas, la expansión del comercio internacional del aceite de oliva y las aceitunas de mesa, y la información relativa a las normas comerciales del Consejo Oleícola Internacional;
- Apoyar las actividades internacionales y regionales que fomenten la divulgación de información científica general sobre las propiedades nutricionales, de salud y de otro tipo del aceite de oliva y de las aceitunas de mesa con miras a informar mejor a los consumidores;
- Examinar los balances mundiales del aceite de oliva, los aceites de orujo de oliva y las aceitunas de mesa, realizar estudios y proponer las medidas pertinentes;
- Divulgar análisis y datos económicos sobre el aceite de oliva y las aceitunas de mesa y brindar a los miembros los indicadores necesarios para facilitar el buen funcionamiento de los mercados de productos oleícolas;
- Dar a conocer y utilizar los resultados de los programas de investigación y desarrollo relativos a la oleicultura y estudiar su posible aplicación para incrementar la eficiencia productiva.



El consumo de aceite de oliva en los países miembros viene experimentando cambios significativos en volumen y por grupos de países a lo largo de los últimos años. Por ello, se hace necesario un estudio del comportamiento del consumidor para analizar las variables que intervienen en esta caída. Los países miembros son Albania, Argelia, Argentina, Egipto, Irán, Israel, Jordania, Líbano, Libia, Montenegro, Palestina, Túnez, Turquía, Uruguay y Georgia, además de la Unión europea (con sus 27 miembros) .

1. OBJETO DEL CONTRATO

El objeto del contrato es la contratación de una empresa para la realización de un estudio internacional del comportamiento del consumidor a través de:

1. Revisión de la literatura existente sobre el consumo de aceite y grasas a nivel nacional e internacional y análisis de información secundaria de fuentes públicas y privadas.
2. Generación de un fichero de microdatos y posterior análisis de información basado, todo ello, en una encuesta representativa utilizando un cuestionario estructurado dirigido a consumidores finales en los países objetivo.

La cantidad estimativa global del gasto es de alrededor de 147.784,11 euros (IVA y otros impuestos incluidos). El proyecto quedaría dividido en tres años, siendo 47.784,11 euros el primer año (IVA y otros impuestos incluidos) y 50.000 euros (IVA y otros impuestos incluidos) por cada uno de los dos siguientes años años, el segundo y tercer año se encontraría sujeto a la aprobación de los presupuestos correspondientes.

2. PARTICIPACIÓN EN LA LICITACIÓN

La presente licitación está abierta a cualquier persona jurídica que acepte estas condiciones en su totalidad, tenga capacidad de actuación, pueda demostrar su capacidad económica, financiera y técnica o profesional y no tenga ninguna responsabilidad en relación con la Secretaría Ejecutiva del COI.

Asimismo, su objeto social o actividad debe estar directamente relacionada con el objeto del contrato y ha de contar con una estructura empresarial con suficientes recursos humanos y equipamiento para la ejecución del contrato.

2.1. Licitaciones conjuntas

En caso de presentar una licitación conjunta, el licitador debe definir claramente la estructura de la oferta:

2.1.1. Un consorcio ya existente



La oferta la presentan proveedores de servicios que ya han constituido un consorcio como entidad jurídica separada con estatutos y/o reglas de funcionamiento propios y capacidad técnica y financiera independiente, así como contribuciones de los proveedores de servicios definidas. El consorcio será la entidad que asumirá la responsabilidad técnica y financiera del contrato.

2.1.2. Intención de constituir un consorcio

La oferta la presentan proveedores de servicios que aún no han constituido un consorcio como entidad jurídica separada, pero tienen previsto hacerlo de conformidad con el anterior punto 2.1.1. si se acepta su oferta conjunta. En ese caso, el licitador tendrá que facilitar documentación sobre su naturaleza jurídica y la versión preliminar de los estatutos previstos. Asimismo, ha de proporcionar una descripción clara de la modalidad de funcionamiento del consorcio y de las distintas contribuciones técnicas y financieras de cada proveedor de servicios.

2.2. Subcontratación

Las ofertas presentadas por proveedores de servicios que no deseen constituir un consorcio como entidad jurídica separada se presentarán en forma de subcontratación y, en ese caso, uno de los proveedores de servicios asumirá toda la responsabilidad de la oferta. Dicho proveedor de servicios (“adjudicatario principal”) firmará un contrato a su nombre con las demás empresas o personas físicas que, por tanto, se consideran subcontratistas del “adjudicatario principal”.

Todos los proveedores de servicios que actúen como subcontratistas han de facilitar una declaración firmada reconociendo al proveedor de servicios que actúa como adjudicatario principal. Asimismo, ha de indicarse la proporción (%) del contrato que se imputa al adjudicatario principal y de cada uno de los subcontratistas.

3. TAREAS A EJECUTAR POR EL ADJUDICATARIO

El adjudicatario realizará, en todo caso, un estudio internacional del comportamiento del consumidor en los países miembros del COI, considerando las necesidades y explicaciones que se detallan a continuación:

Objetivos

Los objetivos que se pretenden alcanzar con este estudio son:

1. Analizar los cambios y tendencias en el consumo de aceite de oliva en los países miembros del COI en relación con otros aceites y grasas comestibles, con el fin de identificar si ha habido una disminución en el consumo de aceites de oliva exclusivamente, o si ha habido una reducción general en la ingesta de grasas. Siempre que sea posible, el análisis se realizará según el tipo de aceite de oliva (AOVE, AOV y AO). Además, se examinarán los factores de cambio en los patrones alimentarios, en particular los que afectan los hábitos de consumo.



2. Analizar el comportamiento de los consumidores en relación con los aceites y grasas comestibles en general, y el aceite de oliva en particular, en los países miembros del COI, con el fin de determinar lo siguiente:

- Uso doméstico de aceites de oliva (hogares consumidores, hogares no consumidores, hogares que usan exclusivamente aceite de oliva, hogares que usan tanto aceite de oliva como aceite de girasol, etc.).
- Razones contra el uso de aceites de oliva.
- Aceites y grasas utilizados para diferentes propósitos (freír con mucha grasa, aderezo para ensaladas, freír en sartén, hornear, guisar, etc.).
- Razones para comprar o usar aceites y grasas en cada propósito.
- Imagen o percepción de los aceites de oliva en función de las cualidades o ventajas particulares que se buscan en la compra / consumo (precio, calidad, salud, medio ambiente, sabor, etc.).
- Puntos de venta y métodos de compra; uso de tecnologías de información y comunicación.
- Marcas registradas adquiridas.
- Niveles de conocimiento de los distintos tipos de aceite de oliva en el mercado.
- Fuentes de información sobre alimentos, en general, y aceite de oliva en particular.
- Sensibilidad al precio / disposición a pagar.
- Identificación de segmentos de mercado según variables sociodemográficas y psicográficas.
- Análisis retrospectivo compra de aceite, si dejó de comprar aceite volverá a comprar o no.

Para alcanzar dichos objetivos se requiere:

1. Revisión de la literatura existente sobre el consumo de aceite y grasas a nivel nacional e internacional y análisis de información secundaria de fuentes públicas y privadas. Esta primera etapa contribuye particularmente a lograr el primer objetivo.
2. Generación de un fichero de microdatos y posterior análisis de la información primaria para lograr el segundo objetivo, todo ello, basado en una encuesta representativa utilizando un cuestionario estructurado dirigido a consumidores finales en los países objetivo, incluyendo preguntas que abordarán los temas antes mencionados. El cuestionario también incluirá variables sociodemográficas y psicográficas.



El resultado previsto por el COI para este estudio dará respuesta a:

1. Comprender los cambios en el consumo de aceite de oliva en comparación con otros aceites y grasas comestibles, así como las tendencias en el consumo de estos productos y los cambios en los hábitos de consumo.
2. Tipología o segmentación de los hogares en relación con los aceites de oliva que utilizan. Perfiles de compradores domésticos o domésticos.
3. Enlace entre aceites y usos que permiten el posicionamiento de los aceites de oliva de acuerdo a los usos en los que tienen una ventaja competitiva, que tienen productos de la competencia previamente identificados.
4. Comprensión de las razones por las cuales ciertos aceites y grasas se usan o no para diferentes propósitos domésticos. Esto es decisivo para determinar los atributos a tener en cuenta en el diseño de la estrategia de marketing.
5. Posicionamiento de los aceites de oliva, en otras palabras, cómo los consumidores perciben los aceites de oliva. Esta es información esencial principalmente para el diseño de estrategias de comunicación.
6. Marcas líderes y competencia entre marcas.
7. Puntos de venta de aceite de oliva y métodos de compra.
8. La importancia del precio en el mercado del aceite de oliva. Entre otros, esto ayudará a seleccionar los mercados nacionales / de exportación para futuras campañas de promoción.
9. Fuentes de información sobre alimentos en general, y aceites de oliva en particular, que es necesaria para guiar las campañas de comunicación.

Organización del trabajo

El trabajo se organizará en dos etapas. Las etapas I y II, detalladas abajo, se realizarán por cada año de trabajo.

El primer año (2020) cubrirá España, Italia y Grecia, países donde se han producido caídas en consumo significativas. En 2021 se cubrirá Argentina, Egipto, Túnez y Jordania. El resto de países miembros del COI, por decidir, se encuestarán y analizarán en 2022, con los presupuestos disponibles y de mutuo acuerdo entre el adjudicatario y el COI, utilizando el mismo criterio.



ETAPA I

Que incluirá la elaboración de un informe de resultados sobre las cuestiones planteadas en el primer objetivo.

ETAPA II

Que cubrirá el segundo objetivo e incluirá:

1. Planificación del trabajo de la etapa 2 y elaboración de un informe metodológico.
2. Adaptación y maquetación de los cuestionarios, en el caso de utilizar una plataforma informática para la realización de las llamadas (CATI o similar) o fotocopiado si se opta por otro sistema.
3. Pretest del cuestionario si fuera necesario con el objeto de evaluar la calidad del cuestionario y no se facturará aparte.
4. Ajustes a la situación en cada país tanto de diseño de cuestionario como de diseño muestral.
5. Desarrollo de las pautas básicas para la etapa de trabajo de campo en cada país.
6. Coordinación de la etapa de trabajo de campo.
7. Diseño del formato de la plantilla para la recolección de información.
8. Recolección de la información a través de entrevistas y evaluación del trabajo de campo.
9. Validación, depuración con la repetición de encuestas y corrección de los posibles errores u omisiones, si fuera preciso, y análisis de datos.
10. Generación de un fichero en soporte físico (Access, excell o csv) con los microdatos recogidos durante la encuestación.
11. Tabulación, análisis y presentación de un informe de resultados.

En su oferta, el contratista debe proponer el tiempo necesario para desarrollar todas las etapas indicadas anteriormente en cada uno de los años. Todas las etapas deben ser aprobadas por la Secretaría Ejecutiva.

Servicios extraordinarios

Se podrán requerir servicios adicionales para cubrir necesidades extraordinarias. Estos servicios se facturarán aparte.



Condiciones para la prestación del servicio

La empresa adjudicataria seguirá en todo momento las directrices marcadas por la Secretaría Ejecutiva, tanto en la orientación general del servicio como en las prioridades que en cada momento puedan establecerse.

La empresa adjudicataria deberá proporcionar al personal destinado a la prestación del servicio todo el material necesario para la prestación correcta de sus funciones.

Las empresas ofertantes deberán acreditar el tener suscrita una póliza de seguro de responsabilidad civil para cubrir cualquier responsabilidad derivada de la prestación del servicio por los empleados asignados al servicio objeto de concurso.

Condiciones del personal

El personal asignado de la empresa adjudicataria deberá hallarse en todo momento durante la prestación del servicio en perfecto estado físico y psíquico y mantener una correcta imagen así como en su comportamiento.

El personal deberá ser previamente aprobado por la SE y en cualquier momento la SE podrá solicitar el cambio a la empresa adjudicataria si, según su criterio, no cumple su cometido con la debida diligencia. El personal deberá ser sustituido en un máximo de una semana desde que el Consejo Oleícola Internacional curse su solicitud. Cualquier baja debe ser comunicada a la Secretaría Ejecutiva y aceptada por esta.

La empresa adjudicataria facilitará a la Secretaría Ejecutiva los datos personales y profesionales del personal que preste sus servicios en la misma. Cualquier alta o baja debe ser comunicada a la Secretaría Ejecutiva y aceptada por esta.

4. DESCRIPCIÓN DE LOS REQUISITOS TÉCNICOS Y CUALIFICACIONES PROFESIONALES REQUERIDAS

Requisitos generales:

El adjudicatario deberá cumplir los servicios y prestaciones ofertados, y en todo caso, los detallados en este pliego de condiciones.

El adjudicatario deberá aportar certificaciones, homologaciones, autorizaciones, licencias de operador y en general toda aquella documentación exigida por la legislación vigente.



-8-

El adjudicatario deberá hacer todas las acciones o actividades necesarias para el cumplimiento de la legalidad aplicable vigente.

El adjudicatario deberá proveer a su cargo los medios y recursos necesarios para llevar a cabo los servicios y prestaciones ofertados.

El adjudicatario será el responsable de los daños a personas, materiales o terceros por las acciones realizadas del servicio ejecutado; por lo que deberá disponer de una póliza de seguros que cubra cualquier incidencia que pudiera ocurrir en la ejecución del citado servicio.

La empresa contratada no podrá utilizar para sí, ni proporcionar a terceros, datos del trabajo contratado sin autorización expresa del COI. A tal efecto, la empresa adjudicataria quedará obligada desde la entrega de los elementos objeto de la prestación a reconocer y certificar a instancia del COI la titularidad de éste en el ámbito descrito cuando así sea requerido.

Todos los resultados o derechos relacionados, incluyendo los derechos de autor y otros derechos de la propiedad intelectual o industrial sobre el trabajo realizado serán propiedad exclusiva del COI.

Durante la ejecución del contrato el COI se reserva el derecho de verificar la corrección de la prestación y adecuación de la misma a los pliegos de cláusulas administrativas y prescripciones técnicas y a la oferta de la adjudicataria. En tal sentido la adjudicataria deberá proceder dentro del plazo que se indique a la subsanación o reajuste de los extremos que hayan sido puestos de relieve.

Requisitos específicos

En cuanto a la metodología a seguir la cual el adjudicatario adaptará a la realidad de cada país, y como consideraciones generales sobre el muestreo.

Se determinarán zonas geográficas en base a un muestreo estratificado con afijación proporcional en función de la población de las distintas zonas. Dentro de cada zona se realiza un muestreo aleatorio simple de hogares respetando las cuotas (edad, activo/parado y nivel de estudios).

Como ejemplo, en el caso de España se propone un tamaño mínimo de muestra de 800, siendo la unidad muestral la persona encargada de la compra de alimentos en el hogar, repartida de la siguiente forma:



-9-

<i>Noreste (Aragón, Islas Baleares y Cataluña)</i>	21,7 %
<i>Levante (comunidad Valenciana y región de murcia)</i>	13,4 %
<i>Andalucía</i>	17,5 %
<i>Centro-Sur (castilla la mancha Extremadura y madrid)</i>	19,8 %
<i>Castilla-León</i>	6,3 %
<i>Noroeste (Galicia y principado de Asturias)</i>	9,1 %
<i>Norte (Cantabria, país vasco, la rioja y navarra)</i>	8,5 %
<i>Canarias.....</i>	3,8 %

Siguiendo las siguientes reglas:

- En cada zona: entrevistar a quien compra los alimentos. La mitad entre 18-45 años y la otra mitad de más de 45.
- En general, no más de un 5 por 100 de parados.
- Nivel de estudios:
 - Al menos un 10 % de sin estudios
 - Al menos un 10 % con estudios primarios
 - Al menos un 10 % con estudios secundarios
 - Al menos un 10 % con estudios universitarios

En cuanto al cuestionario, el cual el adjudicatario adaptara a la realidad de cada país y para alcanzar los objetivos del estudio, se propone:

- En color verde se muestran las preguntas en las que es necesario que, en función del país de estudio, se realicen aportaciones o correcciones para adaptar el cuestionario a la realidad del país.
- En color rojo se muestran las instrucciones generales del cuestionario.
- Las preguntas se formulan a todos los entrevistados, salvo que se especifique lo contrario.
- El modelo propuesto está diseñado para una encuesta telefónica, pero se puede aplicar sin modificaciones, de forma personal, por correo o por internet.
- La grabación y depuración informática se llevará a cabo con un software que garantice el adecuado cumplimiento de los rangos de respuesta de las preguntas



-10-

y las relaciones lógicas entre ellas. No se admitirán ficheros que incumplan rangos de variables o reglas lógicas entre ellas.

- Además de en español existe una copia disponible en el COI del cuestionario en francés e inglés.

Estudio: COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR COI																																																					
<p>P. 1.- En primer lugar, para poder agrupar después las respuestas por tipos de hogares y consumidores, ¿podría decirme su edad, por favor?</p> <p>EDAD _____</p> <p>P.2.- SEXO...(NO PREGUNTAR) Hombre..... 1 Mujer..... 2</p> <p>P.3.- ¿Cuál es su nivel de estudios acabados? VER SI HAY QUE ADAPTAR LAS POSIBLES RESPUESTAS PARA ALGUNOS PAISES</p> <p>Sin estudios..... 1 Educación primaria completada..... 2 Educación secundaria, instituto o similar..... 3 Educación superior (Estudios universitarios)..... 4</p> <p>P.4.- Zona geográfica de residencia (preguntar o no en función del tipo de encuesta). Para España, se pueden utilizar las zonas del MAPAMA</p> <p>Noreste (Aragón, Islas Baleares y Cataluña)..... 1 Levante (Comunidad Valenciana y Región de Murcia)..... 2 Andalucía..... 3 Centro-Sur (Castilla La Mancha, Extremadura y Madrid)..... 4 Castilla-León..... 5 Noroeste (Galicia y Principado de Asturias)..... 6 Norte (Cantabria, País Vasco, La Rioja y Navarra)..... 7 Canarias..... 8</p> <p>P.5.- Y, actualmente, usted está...</p> <p>Activo, trabajando, tiempo completo o parcial..... 1 Estudiando..... 2 Retirado, pensionista..... 3 En paro (*)=>Atención cuotas<=..... 4 Ama de casa, exclusivamente..... 5</p> <p>P.6.- Le voy a realizar algunas manifestaciones relacionadas con lo que las personas suelen valorar cuando compran y consumen alimentos. Cuando usted compra y consume alimentos indique, por favor, en qué grado suele tenerlas en cuenta. Así, en general, cuando compro alimentos, valore que.....</p>																																																					
<p>P.6.7.- Que sean de comercio justo o procedan de zonas desfavorecidas</p> <table border="1"> <tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td></tr> </table>						1	2	3	4	5																																											
1	2	3	4	5																																																	
<p>P.6.8.- Que cuiden y preserven el medio ambiente, la naturaleza</p> <table border="1"> <tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td></tr> </table>						1	2	3	4	5																																											
1	2	3	4	5																																																	
<p>P.6.9.- Que sean de mi región o zona</p> <table border="1"> <tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td></tr> </table>						1	2	3	4	5																																											
1	2	3	4	5																																																	
<p>P.6.10.- Que sean de mi país</p> <table border="1"> <tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td></tr> </table>						1	2	3	4	5																																											
1	2	3	4	5																																																	
<p>P.6.11.- Que mantengan población en el campo y zonas rurales</p> <table border="1"> <tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td></tr> </table>						1	2	3	4	5																																											
1	2	3	4	5																																																	
<p>P.6.12.- Que sean naturales, poco procesados, no precocinados</p> <table border="1"> <tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td></tr> </table>						1	2	3	4	5																																											
1	2	3	4	5																																																	
<p>Continuando con otras cuestiones referidas a la compra y consumo de alimentos. Le voy a leer algunas frases para que me dé su grado de acuerdo sobre ellas.</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>MUY EN DESACUERDO</th> <th>EN DESACUERDO</th> <th>INDECISO -- NO LEER --</th> <th>DE ACUERDO</th> <th>MUY DE ACUERDO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>P.6.13.- Para mí es importante o me interesa saber de cocina, de alimentos, propiedades, efectos....</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>P.6.14.- Me gusta invertir mi tiempo en la compra de alimentos</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>P.6.14.- Me gusta cocinar, invertir tiempo en la cocina</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>P.6.15.- Me gusta y me gasto dinero en ir a restaurantes de diseño, de calidad, de prestigio</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>P.6.16.- Me gusta ver programas de TV, radio, etc. relacionados con cocina y alimentos</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>P.6.17.- Busco información (compro libros, recetas, internet) sobre cocina y alimentos</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>P.6.18.- Me preocupa el desperdicio de alimentos</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> </tr> </tbody> </table>							MUY EN DESACUERDO	EN DESACUERDO	INDECISO -- NO LEER --	DE ACUERDO	MUY DE ACUERDO	P.6.13.- Para mí es importante o me interesa saber de cocina, de alimentos, propiedades, efectos....	1	2	3	4	5	P.6.14.- Me gusta invertir mi tiempo en la compra de alimentos	1	2	3	4	5	P.6.14.- Me gusta cocinar, invertir tiempo en la cocina	1	2	3	4	5	P.6.15.- Me gusta y me gasto dinero en ir a restaurantes de diseño, de calidad, de prestigio	1	2	3	4	5	P.6.16.- Me gusta ver programas de TV, radio, etc. relacionados con cocina y alimentos	1	2	3	4	5	P.6.17.- Busco información (compro libros, recetas, internet) sobre cocina y alimentos	1	2	3	4	5	P.6.18.- Me preocupa el desperdicio de alimentos	1	2	3	4	5
	MUY EN DESACUERDO	EN DESACUERDO	INDECISO -- NO LEER --	DE ACUERDO	MUY DE ACUERDO																																																
P.6.13.- Para mí es importante o me interesa saber de cocina, de alimentos, propiedades, efectos....	1	2	3	4	5																																																
P.6.14.- Me gusta invertir mi tiempo en la compra de alimentos	1	2	3	4	5																																																
P.6.14.- Me gusta cocinar, invertir tiempo en la cocina	1	2	3	4	5																																																
P.6.15.- Me gusta y me gasto dinero en ir a restaurantes de diseño, de calidad, de prestigio	1	2	3	4	5																																																
P.6.16.- Me gusta ver programas de TV, radio, etc. relacionados con cocina y alimentos	1	2	3	4	5																																																
P.6.17.- Busco información (compro libros, recetas, internet) sobre cocina y alimentos	1	2	3	4	5																																																
P.6.18.- Me preocupa el desperdicio de alimentos	1	2	3	4	5																																																
<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>MUY POCO</th> <th>POCO</th> <th>NI POCO NI MUCHO -- NO LEER --</th> <th>ALGO</th> <th>MUCHO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>P.6.1.-No perjudiquen la salud: bajos en sal, azúcar, conservantes, grasas trans, lactosa...</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>P.6.2.- Ayuden a curar y prevenir enfermedades (bajar colesterol, bajar tensión....)</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>P.6.3.- Que me ayuden a cuidar el peso/adelgazar</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>P.6.4.- Que me ahorren tiempo en la compra, preparación y cocinado</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>P.6.5.- Que sean de buena calidad, aunque sean más caros</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>P.6.6.- Que sean los más baratos posible</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> </tr> </tbody> </table>							MUY POCO	POCO	NI POCO NI MUCHO -- NO LEER --	ALGO	MUCHO	P.6.1.-No perjudiquen la salud: bajos en sal, azúcar, conservantes, grasas trans, lactosa...	1	2	3	4	5	P.6.2.- Ayuden a curar y prevenir enfermedades (bajar colesterol, bajar tensión....)	1	2	3	4	5	P.6.3.- Que me ayuden a cuidar el peso/adelgazar	1	2	3	4	5	P.6.4.- Que me ahorren tiempo en la compra, preparación y cocinado	1	2	3	4	5	P.6.5.- Que sean de buena calidad, aunque sean más caros	1	2	3	4	5	P.6.6.- Que sean los más baratos posible	1	2	3	4	5						
	MUY POCO	POCO	NI POCO NI MUCHO -- NO LEER --	ALGO	MUCHO																																																
P.6.1.-No perjudiquen la salud: bajos en sal, azúcar, conservantes, grasas trans, lactosa...	1	2	3	4	5																																																
P.6.2.- Ayuden a curar y prevenir enfermedades (bajar colesterol, bajar tensión....)	1	2	3	4	5																																																
P.6.3.- Que me ayuden a cuidar el peso/adelgazar	1	2	3	4	5																																																
P.6.4.- Que me ahorren tiempo en la compra, preparación y cocinado	1	2	3	4	5																																																
P.6.5.- Que sean de buena calidad, aunque sean más caros	1	2	3	4	5																																																
P.6.6.- Que sean los más baratos posible	1	2	3	4	5																																																



Estudio: COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR COI	
<p>Vamos a hablar ahora sobre USOS de alimentos. PREGUNTAR A LOS RESPONSABLES DE CADA PAÍS SI HAY ALGÚN USO MÁS DE LOS EXPUESTOS Y ALGUN OTRO ACEITE O GRASA IMPORTANTE.</p> <p>Concretamente, ¿qué tipo de aceite o grasa vegetal o animal suele utilizar CON PAN (desayunos, tostadas, bocadillos... etc.)</p> <p>PREGUNTA ESPONTÁNEA, NO SUGERIR. SI NOMBRA SÓLO "ACEITE DE OLIVA" GENÉRICO (1), SE LE PREGUNTA SI ES DE ALGÚN TIPO EN ESPECIAL</p> <p>P.7.1</p> <p>ACEITE DE OLIVA..... 1 ACEITE VIRGEN O VIRGEN EXTRA..... 2 GIRASOL..... 3 DE SEMILLAS..... 4 ORUJO..... 5 MARGARINA..... 6 MANTEQUILLA..... 7 OTROS..... 8</p> <p>SI P.7.1=1 ¿ALGÚN TIPO EN ESPECIAL DE ACEITE DE OLIVA?</p> <p>P.7.2</p> <p>VIRGEN..... 1 VIRGEN EXTRA..... 2 OTRO --Anotar--..... 3 NO SABE TIPO..... 4</p>	<p>¿Y cuáles usa para ENSALADAS Y ADEREZOS?</p> <p>PREGUNTA ESPONTÁNEA, NO SUGERIR. SI NOMBRA SÓLO "ACEITE DE OLIVA" GENÉRICO (1), SE LE PREGUNTA SI ES DE ALGÚN TIPO EN ESPECIAL</p> <p>P.9.1.</p> <p>ACEITE DE OLIVA..... 1 ACEITE VIRGEN O VIRGEN EXTRA..... 2 GIRASOL..... 3 DE SEMILLAS..... 4 ORUJO..... 5 NINGUNO..... 6</p> <p>SI P.9.1=1 ALGÚN TIPO EN ESPECIAL DE ACEITE DE OLIVA?</p> <p>VIRGEN..... 1 VIRGEN EXTRA..... 2 OTRO --Anotar--..... 3 NO SABE TIPO..... 4</p> <p>Y para COCINAR EN CALIENTE (plancha, olla, asados, salsas, guisos, etc.), ¿qué tipo de aceite o grasa vegetal o animal suele utilizar?</p> <p>PREGUNTA ESPONTÁNEA, NO SUGERIR. SI NOMBRA SÓLO "ACEITE DE OLIVA" GENÉRICO (1), SE LE PREGUNTA SI ES DE ALGÚN TIPO EN ESPECIAL</p> <p>P.10.1</p> <p>ACEITE DE OLIVA..... 1 ACEITE VIRGEN O VIRGEN EXTRA..... 2 GIRASOL..... 3 DE SEMILLAS..... 4 ORUJO..... 5 MARGARINA..... 6 MANTEQUILLA..... 7 NINGUNO..... 8</p> <p>SI P.10.1=1 ¿ALGÚN TIPO EN ESPECIAL DE ACEITE DE OLIVA?</p> <p>P.10.2</p> <p>VIRGEN..... 1 VIRGEN EXTRA..... 2 OTRO --Anotar--..... 3 NO SABE TIPO..... 4</p>
<p>Y qué tipo de aceite o grasa vegetal o animal suele utilizar para FREÍR</p> <p>PREGUNTA ESPONTÁNEA, NO SUGERIR. PARA LOS PRODUCTOS QUE DIGA CONSUMIR. SI NOMBRA SÓLO "ACEITE DE OLIVA" GENÉRICO (1) SE LE PREGUNTA SI ES DE ALGÚN TIPO EN ESPECIAL</p> <p>P.8.1</p> <p>ACEITE DE OLIVA..... 1 ACEITE VIRGEN O VIRGEN EXTRA..... 2 GIRASOL..... 3 DE SEMILLAS..... 4 ORUJO..... 5 NINGUNO..... 6</p> <p>SI P.8.1=1 ¿ALGÚN TIPO EN ESPECIAL DE ACEITE DE OLIVA?</p> <p>P.8.2</p> <p>VIRGEN..... 1 VIRGEN EXTRA..... 2 OTRO --Anotar--..... 3 NO SABE TIPO..... 4</p>	



Estudio: COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR COI	
<p>.....(SÓLO A LOS QUE HAN NOMBRADO ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA EN CUALQUIERA DE LOS USOS ANTERIORES)</p> <p>Anteriormente ha nombrado el ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA ¿Cómo lo eligen o en qué se fijan para comprarlo? ESPONTÁNEO, NO SUGERIR. RESPUESTA MÚLTIPLE ADMITIDA.</p> <p>P.11.1.Ecológico.....(1=si, 0=no) P.11.2.Precio-oferta.....(1=si, 0=no) P.11.3.Marca.....(1=si, 0=no) P.11.4.DOP, IGP o similar.....(1=si, 0=no) P.11.5.Color.....(1=si, 0=no) P.11.6.Zona geográfica.....(1=si, 0=no) P.11.7.Variedad de aceituna.....(1=si, 0=no) P.11.8.Marca del distribuidor.....(1=si, 0=no) P.11.9.Indicación del sabor (suave, fuerte...)(1=si, 0=no) P.11.10.Premios de calidad.....(1=si, 0=no) P.11.11.Presentación (envase-etiqueta)(1=si, 0=no) P.11.12.Forma de elaboración (extracción en frío, primera presión....)(1=si, 0=no) P.11.13. Acidez.....(1=si, 0=no) P.11.14. País de procedencia..... (1=si, 0=no) P.11.15. Costumbre, tradición..... (1=si, 0=no) P.11.16. Sabor..... (1=si, 0=no) P.11.17. Salud..... (1=si, 0=no) Otra razón --ANOTAR--</p> <p>REINCIDIR ¿ALGUNA MÁS?</p> <p>¿Dónde o cómo suele comprarlo? ESPONTÁNEO, NO SUGERIR. RESPUESTA MÚLTIPLE ADMITIDA. (HAY ALGÚN LUGAR MÁS EN ALGÚN PAÍS?)</p> <p>P.12.1. Supermercado.....(1=si, 0=no) P.12.2. Hiper(1=si, 0=no) P.12.3. Internet(1=si, 0=no) P.12.4. Tienda tradicional, mercado.....(1=si, 0=no) P.12.5. Productores, Almazara, molino,(1=si, 0=no) P.12.6. Bares, restaurantes, gasolineras(1=si, 0=no) P.12.7. Autoconsumo(1=si, 0=no) P.12.8. Tienda especializada.....(1=si, 0=no) P.12.9. Teléfono(1=si, 0=no)</p>	<p>.....(SÓLO A LOS QUE HAN NOMBRADO ACEITE DE OLIVA EN CUALQUIERA DE LOS USOS ANTERIORES)</p> <p>Anteriormente ha nombrado el ACEITE DE OLIVA ¿Cómo lo eligen o en qué se fijan para comprarlo? ESPONTÁNEO, NO SUGERIR. RESPUESTA MÚLTIPLE ADMITIDA.</p> <p>P.13.1.Precio-oferta.....(1=si, 0=no) P.13.2.Marca.....(1=si, 0=no) P.13.3.Color.....(1=si, 0=no) P.13.4.Zona geográfica.....(1=si, 0=no) P.13.5.Variedad de aceituna.....(1=si, 0=no) P.13.6.Marca del distribuidor.....(1=si, 0=no) P.13.7.Indicación del sabor (suave, fuerte...)(1=si, 0=no) P.13.8.Presentación (envase-etiqueta)(1=si, 0=no) P.13.9. Acidez.....(1=si, 0=no) P.13.10. País de procedencia..... (1=si, 0=no) P.13.11. Sabor..... (1=si, 0=no) P.13.12. Salud..... (1=si, 0=no) Otra razón --ANOTAR--P.13.1.</p> <p>REINCIDIR ¿ALGUNA MÁS?</p> <p>¿Dónde o cómo suele comprarlo? ESPONTÁNEO, NO SUGERIR. RESPUESTA MÚLTIPLE ADMITIDA. (HAY ALGÚN LUGAR MÁS EN ALGÚN PAÍS?)</p> <p>P.14.1. Supermercado.....(1=si, 0=no) P.14.2. Hiper(1=si, 0=no) P.14.3. Internet(1=si, 0=no) P.14.4. Tienda tradicional, mercado.....(1=si, 0=no) P.14.5. Productores, Almazara, molino,(1=si, 0=no) P.14.6. Bares, restaurantes, gasolineras(1=si, 0=no) P.14.7. Tienda especializada.....(1=si, 0=no) P.14.8. Teléfono(1=si, 0=no)</p> <p>Le voy a nombrar dos afirmaciones para que me indique su opinión ... En una escala de 0 a 10 ¿piensa que sabe de o sobre aceites de oliva?</p> <p>P.15.</p> <p>Muy poco 0 1 2 3 4 Regular --NO LEER -- 5 6 7 8 9 Mucho 10</p>



-13-

Estudio: COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR COI																																						
<p>Piensa que los aceites de oliva son más importantes para usted que otros alimentos</p>																																						
P.16.	P.18.4.- Los aceites con más acidez tienen un sabor más fuerte	1	2	3																																		
Definitivamente NO..... 0	P.18.5.- el aceite de oliva es mezcla de virgen y refinado	1	2	3																																		
..... 1	P.18.6.- El principal factor para diferenciar entre calidades es la acidez	1	2	3																																		
..... 2	P.18.7.- El aceite de oliva es igual de saludable que el virgen	1	2	3																																		
..... 3	P.18.8.- Los aceites de oliva vírgenes son de más calidad que el de oliva	1	2	3																																		
..... 4	P.18.9.- El aceite de oliva engorda menos que el virgen	1	2	3																																		
Regular --NO LEER --..... 5	P.18.10.- los aceites de semillas engordan menos que los de oliva	1	2	3																																		
..... 6	P.18.11.- Al freír, el aceite de oliva se puede reutilizar más veces que los de semillas	1	2	3																																		
..... 7	P.18.12.- los aceites de oliva son más sanos que los de semillas.	1	2	3																																		
..... 8	<p>Refiriéndonos a los precios de los aceites de oliva,</p> <p>--ATENCIÓN: MENCIONAR QUE NO ES PRECISO QUE LOS CONSUMA, QUE SÓLO QUEREMOS SU OPINIÓN AUNQUE NO CONSUMA ALGUNO DE LOS TIPOS POR LOS QUE LES PREGUNTAMOS--</p> <p>Y ¿cuál debería ser un precio medio razonable para el (por litro)?</p> <p>ACEITE DE OLIVA</p> <p>P.17.1</p> <p>_____</p> <p>ACEITE DE OLIVA VIRGEN</p> <p>P.17.2</p> <p>_____</p> <p>ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA</p> <p>P.17.3</p> <p>_____</p> <p>ACEITE DE OLIVA ECOLÓGICO</p> <p>P.17.4</p> <p>_____</p> <p>ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA CON DENOMINACIÓN DE ORIGEN</p> <p>P.17.5</p> <p>_____</p> <p>ATENCIÓN ENTREVISTADORES: No forzar respuesta cuando los entrevistados claramente no sepan nada sobre el precio, ni orientativo, para un determinado producto. En este caso, no anotar nada</p> <p>Para hacer campañas informativas es importante estudiar el conocimiento y las opiniones de los consumidores. Por favor, ¿podría indicarme si cada una de las siguientes afirmaciones es, en su opinión, Verdadera o Falsa, o no sabría decir?. VER LA TERMINOLOGÍA EN CADA PAÍS</p>																																					
Definitivamente SI..... 10				<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>De acuerdo</th> <th>No de acuerdo</th> <th>No sé</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>P.19.1.- Creo que hay aceites de poca calidad que se etiquetan como de más calidad</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>P.19.2.- Creo que el aceite de las zonas productoras y cooperativas es mejor que el que nos venden en el supermercado, tiendas.....</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>P.19.3.- Los aceites de oliva son prácticamente iguales y las diferencias de precios son por las marcas</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>P.19.4.- Los aceites de oliva con precios bajos son mezclas de aceites de peor calidad</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>P.19.5.- Desconfío de las ofertas de aceites con precios muy bajos</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>P.19.6.- Se puede confiar más en los aceites con denominación de origen (son de más calidad, más controles)</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>P.19.7.- Confío en que se realizan los controles adecuados para ofrecer aceites de calidad al consumidor</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> </tr> </tbody> </table>				De acuerdo	No de acuerdo	No sé	P.19.1.- Creo que hay aceites de poca calidad que se etiquetan como de más calidad	1	2	3	P.19.2.- Creo que el aceite de las zonas productoras y cooperativas es mejor que el que nos venden en el supermercado, tiendas.....	1	2	3	P.19.3.- Los aceites de oliva son prácticamente iguales y las diferencias de precios son por las marcas	1	2	3	P.19.4.- Los aceites de oliva con precios bajos son mezclas de aceites de peor calidad	1	2	3	P.19.5.- Desconfío de las ofertas de aceites con precios muy bajos	1	2	3	P.19.6.- Se puede confiar más en los aceites con denominación de origen (son de más calidad, más controles)	1	2	3	P.19.7.- Confío en que se realizan los controles adecuados para ofrecer aceites de calidad al consumidor	1	2	3
				De acuerdo	No de acuerdo	No sé																																
P.19.1.- Creo que hay aceites de poca calidad que se etiquetan como de más calidad				1	2	3																																
P.19.2.- Creo que el aceite de las zonas productoras y cooperativas es mejor que el que nos venden en el supermercado, tiendas.....	1	2	3																																			
P.19.3.- Los aceites de oliva son prácticamente iguales y las diferencias de precios son por las marcas	1	2	3																																			
P.19.4.- Los aceites de oliva con precios bajos son mezclas de aceites de peor calidad	1	2	3																																			
P.19.5.- Desconfío de las ofertas de aceites con precios muy bajos	1	2	3																																			
P.19.6.- Se puede confiar más en los aceites con denominación de origen (son de más calidad, más controles)	1	2	3																																			
P.19.7.- Confío en que se realizan los controles adecuados para ofrecer aceites de calidad al consumidor	1	2	3																																			
..... 9	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>VERDADERO</th> <th>FALSO</th> <th>NO SABE</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>P.18.1.-El aceite de oliva es puro zumo de aceituna, sin manipular</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>P.18.2.- Los aceites de oliva refinados tienen más calidad que los vírgenes</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>P.18.3.- Los aceites de oliva refinados son los más sanos</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> </tr> </tbody> </table>				VERDADERO	FALSO	NO SABE	P.18.1.-El aceite de oliva es puro zumo de aceituna, sin manipular	1	2	3	P.18.2.- Los aceites de oliva refinados tienen más calidad que los vírgenes	1	2	3	P.18.3.- Los aceites de oliva refinados son los más sanos	1	2	3																			
	VERDADERO	FALSO	NO SABE																																			
P.18.1.-El aceite de oliva es puro zumo de aceituna, sin manipular	1	2	3																																			
P.18.2.- Los aceites de oliva refinados tienen más calidad que los vírgenes	1	2	3																																			
P.18.3.- Los aceites de oliva refinados son los más sanos	1	2	3																																			
..... 10	<p>A los no consumidores de aceites de oliva</p> <p>Anteriormente ha indicado que no consume aceites de oliva, cuáles son las razones para no consumirlos</p>																																					

4 de 5



Estudio: COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR COI	
<p>ESPONTÁNEO, NO SUGERIR. RESPUESTA MÚLTIPLE ADMITIDA.</p> <p>P.20.1.Precio.....(1=si, 0=no) P.20.2. sabor.....(1=si, 0=no) P.20.3.olor... ..(1=si, 0=no) P.20.4. costumbre, tradición.....(1=si, 0=no) P.20.5. difícil de encontrar.....(1=si, 0=no) P.20.6. desconocimiento de uso en cocina.....(1=si, 0=no) P.20.7. no es saludable.....(1=si, 0=no) P.20.8. no confío en lo que ofrecen como aceites de oliva (fraude)(1=si, 0=no) P.20.9. nunca lo he probado.....(1=si, 0=no) P.20.10. poca calidad.....(1=si, 0=no) P.20.11. otra...</p> <p>REINCIDIR ¿ALGUNA MÁS?</p> <p><i>Algunas breves preguntas relacionadas con la información en cocina y preparación de alimentos.</i> <i>Qué programas y cadenas de televisión sueles ver relacionadas con la cocina y los alimentos.....(</i> <i>P.21...P.22.P.23)</i> <i>Qué programas y cadenas de radio sueles oír relacionadas con la cocina y los alimentos.....(</i> <i>P.24...P.25.P.26.</i> <i>Estas suscrito o compras alguna revista o libros sobre cocina o alimentos.....(</i> <i>P.27...P.28...P.29)</i> <i>Qué websites visitas sobre cocina o alimentos.....(</i> <i>P.30...P.31...P.32)</i></p> <p>Instrucciones para entrevistadores.....(copiar sólo los tres primeros como máximo)</p> <p>Hemos acabado, sólo le voy a hacer 3 preguntas que nos son útiles para agrupar las respuestas por tipos de hogares y consumidores.</p> <p>P.33.- ¿Cuántas personas componen la unidad familiar de la que usted forma parte?</p> <p>_____</p> <p>¿Podría decirme cuántos niños/as hay en su unidad familiar?. Le pediré que me vaya diciendo la edad de cada uno de ellos</p> <p>P.34.- EDAD NIÑO/A 1</p> <p>_____</p> <p>P.35.-</p>	<p>EDAD NIÑO/A 2</p> <p>_____</p> <p>P.36.-</p> <p>EDAD NIÑO/A 3</p> <p>_____</p> <p>P.37.-</p> <p>EDAD NIÑO/A 4</p> <p>_____</p> <p>P.38.-</p> <p>EDAD NIÑO/A 5</p> <p>_____</p> <p>INSTRUCCIONES: introducir la edad de cada niño que haya en la unidad familiar; cuando ya no haya más dejar el resto en blanco. SI NO HAY NIÑOS EN EL HOGAR, se deja todo en blanco.</p> <p>P.39.- ¿Teniendo en cuenta los ingresos de todos los miembros de su unidad familiar, podría decirme, por favor, en cuál de los siguientes intervalos de ingresos se encontraría la suya? VER SI HAY QUE ADAPTAR EN ALGUNOS PAÍSES</p> <p>LEER LOS DIFERENTES TRAMOS DE INGRESOS E INSISTIR</p> <p>Menos de 1.000€ mensuales..... 1 De 1.000 a 1.500€ mensuales..... 2 De 1.500 a 2.500€ mensuales..... 3 De 2.500 a 4.000€ mensuales..... 4 Más de 4.000€ mensuales en total..... 5 NO contesta --NO LEER ESTA OPCIÓN--..... 0</p> <p>HEMOS ACABADO. MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN</p>



En cuanto al trabajo de campo:

- La empresa adjudicataria se encargará de los trabajos previos a la recogida de la información como es la formación del equipo de encuestadores/as, jefes/as de equipo e inspectores/as que garantice su capacitación para desarrollar el trabajo correspondiente.
- Evaluación de la calidad del trabajo de campo: cada encuestador o encuestadora debe rellenar una hoja para cada ruta, indicando el nº total de encuestas a realizar, el nº de encuestas realizadas, y la incidencia de cada llamada, así como una evaluación de la calidad de la entrevista. Además, se elaborará un informe global del trabajo de campo en el que se incluyan las fechas en las que se han realizado las encuestas, los controles de depuración utilizados, y un resumen de las incidencias producidas haciendo referencia especialmente a las preguntas y personas con respuestas extrañas.
- Como trabajos posteriores a la recogida de la información, se elaborará un Informe de evaluación del trabajo de campo en el que se especificarán las fechas en que se han realizado las entrevistas, su número y reparto geográfico, el número de encuestadores que han participado en la operación, los cambios que se hayan podido producir en el equipo y el número de llamadas requerido para cumplimentar las encuestas, en caso de encuestación telefónica. También se señalarán los controles de depuración utilizados y un resumen de las incidencias producidas (número de rechazos, cómputo del número de llamadas necesarias para realizar una encuesta válida, en el caso de que se utilice este canal, etc.), haciendo referencia especialmente a las preguntas o individuos o zonas geográficas con comportamiento supuestamente extraño en las respuestas. También se indicarán los tramos horarios en que se han realizado las encuestas, la duración de las mismas, así como las posibles incidencias o porcentajes de “ns/nc” correspondientes a cada entrevistador o entrevistadora. Igualmente se señalarán los porcentajes de encuestas controladas a posteriori.

5. DOCUMENTACIÓN

La documentación se presentará en **tres sobres** cerrados, precintados y sellados que contendrán:

SOBRE 1 – Documentación administrativa:

1. Datos del licitador: nombre del licitador / denominación social de la Sociedad; números de teléfono; dirección de correo electrónico; número de identificación



-16-

- fiscal; persona de contacto; carta de presentación y anexos debidamente cumplimentados.
2. Prueba de no incurrir en criterios de exclusión: el licitador deberá presentar los siguientes documentos:
 - a) Certificado de antecedentes penales de la Sociedad y de los administradores
 - b) Certificados de estar al corriente de pago de impuestos y de Seguridad Social
 - c) Certificados de estar al corriente de pago de la Seguridad Social.
 - d) Formulario relativos a los criterios de exclusión (aparecen en la lista de control) debidamente cumplimentado y firmado.
 - e) Formularios relativos a los conflictos de interés (aparece en la lista de control) debidamente cumplimentado y firmado.

Nota: Los certificados de antecedentes penales y los certificados administrativos pueden considerarse recientes si no tienen más de un año de antigüedad a partir de su fecha de expedición y siguen siendo válidos en la fecha de la solicitud del COI).

3. Prueba de capacidad económica y financiera del licitador, proporcionada a través de los siguientes documentos:
 - a) Informe de entidades financieras.
 - b) Declaración relativa a la cifra de negocios global de la Sociedad/Entidad en el curso de los tres últimos ejercicios, incluido el balance y cuenta de resultados. Alternativamente, cuentas anuales completas de la Sociedad de los tres últimos ejercicios debidamente depositadas en el Registro Mercantil.
 - c) Cualquier otra documentación que el licitador considere para demostrar su solvencia y que sea considerada como suficiente por el Consejo Oleícola Internacional.
4. Prueba de capacidad técnica o profesional proporcionada a través de lo siguiente:
 - a) Una lista de los servicios prestados en los últimos tres años similares a los requeridos en esta invitación a licitar;
 - b) Prueba de experiencia en trabajos similares (cartas de referencia, certificados que indiquen claramente el volumen de trabajo realizado);
 - c) Cualquier otra documentación que los licitadores consideren necesaria para demostrar su capacidad técnica o profesional.

SOBRE 2: Oferta financiera

La oferta deberá contener el anexo I debidamente cumplimentado.



El precio de las ofertas debe expresarse en euros (cifras y palabras), IVA y demás tributos incluidos. El precio ofertado incluirá la totalidad de derechos y obligaciones enunciados en este Pliego.

El precio ofertado no puede superar la cantidad de 147.784,11 € (ciento cuarenta y siete mil setecientos ochenta y cuatro euros con once centimos), IVA y otros impuestos incluidos, y esta cantidad se debe descomponer en tres partes:

1. Correspondiente al año 2020 que no puede superar la cifra de 47.784,11€ (cuarenta y siete mil setecientos ochenta y cuatro euros con once centimos), IVA y otros impuestos incluidos.
2. Correspondiente al año 2021 que no puede superar la cifra de 50.000,00€ (cincuenta mil euros), IVA y otros impuestos incluidos.
3. Correspondiente al año 2022 que no puede superar la cifra de 50.000,00€ (cincuenta mil euros), IVA y otros impuestos incluidos.

El proveedor especificará los servicios ofertados en cada una de las etapas previstas para 2020, 2021 y 2022.

La oferta económica se realizará en base a 2020 y 2021 con los países especificados en el punto 3 (Tareas a ejecutar por el adjudicatario - Organización del trabajo).

El contratista cargará con los costes de las aplicaciones informáticas y las licencias necesarias para la realización del estudio.

Los precios ofertados incluirán todos los derechos y obligaciones establecidos en este pliego de condiciones. Asimismo, incluirán todos los gastos en los que incurrirá o pueda incurrir el licitador para la prestación de los servicios en cuestión, en particular los materiales necesarios, el transporte y los viajes, así como los honorarios y sueldos de cualquier empleado.

SOBRE 3: Memoria técnica

Se deberá presentar una memoria técnica que describa con claridad como se va a organizar la realización del servicio, en la que deberá constar:

1. Relación detallada, clara y completa de todos los servicios ofertados.
2. Plan de actuación propuesto, así como la propuesta de calendario de ejecución
3. Equipo material y humano puesto a disposición del trabajo

Calendario

Para los trabajos ocasionales específicos, el Consejo Oleícola Internacional y la empresa adjudicataria convendrán mutuamente un calendario. Cualquier modificación sobre lo inicialmente previsto deberá ser previamente aprobada por el Consejo Oleícola



Internacional. Para los demás trabajos, el calendario será el definido en la oferta de la empresa adjudicataria.

6. CRITERIOS DE EXCLUSIÓN

Los licitadores serán excluidos de participar en un procedimiento de adjudicación si:

- a) Se encuentran en situación concursal, quiebra o en liquidación, están bajo administración concursal o administración judicial, han alcanzado un acuerdo con acreedores, han suspendido sus actividades comerciales, son objeto de procedimientos en relación con dichos asuntos o se encuentran en cualquier otra situación análoga derivada de un procedimiento similar contemplado en la legislación o normativa de carácter nacional;
- b) Han sido condenados por algún delito relacionado con su conducta profesional mediante sentencia con valor de cosa juzgada (*res judicata*);
- c) Han sido declarados culpables de mala conducta profesional grave demostrada por cualquier medio que pueda justificar el órgano de contratación;
- d) No han cumplido con sus obligaciones relativas al pago de cotizaciones a la seguridad social o pago de impuestos de cualquier tipo;
- e) Han recibido una sentencia con valor de cosa juzgada (*res judicata*) por fraude, corrupción, participación en organización criminal o cualquier otra actividad ilegal;
- f) En relación con otro proceso de licitación, se les ha condenado por incumplimiento grave y culpable de sus obligaciones contractuales.

7. CRITERIOS DE SELECCIÓN

La selección de los licitadores se realizará en función de su capacidad técnica, profesional, financiera y económica para la ejecución del contrato.

8. CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN

Finalmente, se valorará las ofertas seleccionadas de conformidad con los siguientes parámetros:

Criterio	Puntuación(max)	Ponderación(max)
Precio	20	40%
Requisitos Técnicos y Cualificación profesional	20	40%
Calidad Técnica	5	10%



-19-

Servicios ofertados (según la documentación técnica)	5	10%
--	---	-----

9. DURACIÓN DEL CONTRATO

El contrato entrará en vigor una vez firmado por las partes contratantes. La duración máxima del contrato será hasta el 31 de diciembre de 2022. El proyecto debe estar firmado por la Secretaría Ejecutiva para que se pueda considerar finalizado.

10. FIANZA

El adjudicatario deberá constituir una fianza del 5% del importe del contrato, mediante aval bancario antes de la firma del correspondiente contrato. De no cumplirse con este requisito se podrá anular la adjudicación (modelo de fianza adjunto).

La fianza se devolverá al adjudicatario, si no ha habido ninguna incidencia y el adjudicatario ha cumplido con las obligaciones derivadas de este pliego de condiciones, una vez finalizada la relación contractual.

11. PUNTO DE CONTACTO

El punto de contacto autorizado para preguntas sobre la presente convocatoria de licitación es:

Consejo Oleícola Internacional
C/Príncipe de Vergara, 154
28002 Madrid, España
E-mail: iooc@internationaloliveoil.org

Cualquier contacto deberá realizarse por escrito. Las preguntas y las respuestas correspondientes se publicarán en el sitio web del Consejo Oleícola Internacional:
<http://www.internationaloliveoil.org/>

Cualquier contacto deberá realizarse por escrito. Las preguntas y las respuestas correspondientes se publicarán en el sitio web del Consejo Oleícola Internacional:
<http://www.internationaloliveoil.org/>

12. VARIOS

El procedimiento de adjudicación se regirá por las condiciones de este pliego de condiciones, los documentos de la oferta, las disposiciones del Reglamento Financiero del Consejo Oleícola Internacional, las disposiciones sobre los procedimientos de ejecución y cualquier otra disposición presente o futura aplicable.



-20-

Una vez recibidas las ofertas, la Secretaría Ejecutiva se reserva el derecho de no adjudicar el contrato y renegociar con los licitadores objeto de la mejor evaluación.

Hasta el momento de la firma, el órgano de contratación puede cancelar el procedimiento de adjudicación sin que los candidatos o licitadores tengan derecho a reclamar ninguna compensación. Dicha decisión ha de motivarse y notificarse a los candidatos o licitadores.

La Secretaría Ejecutiva se reserva el derecho a interpretar este pliego de condiciones.

La participación en este procedimiento de adjudicación implica la plena aceptación por parte del licitador de todas las cláusulas contempladas en el pliego de condiciones y cualquier obligación derivada de las mismas.

Madrid,2020

Abdellatif Ghedira
Director Ejecutivo