

ACTA DE EVALUACIÓN DE OFERTAS

Licitación Pública para la contratación del Estudio Nacional de Funcionarios Públicos para el año 2020 para el Consejo para la Transparencia”, ID 529229-5-LE20

En Santiago, a 1° de julio de 2020, de acuerdo con lo establecido en el numeral X de las Bases Administrativas de la Licitación Pública, aprobadas por el Consejo para la Transparencia mediante la Resolución Exenta N°121, de 26 de mayo 2020, se reunió la comisión evaluadora integrada por los siguientes funcionarios:

1. Daniela Moreno Tacchi, Directora de Estudios.
2. Miguel Yaksic Beckdorf, Director de Promoción, Formación y Vinculación.
3. Carolina Garrido Silva, Coordinadora de Estudios e Investigación.
4. Claudio Zanetti Muñoz, Analista Financiero Contable.

Se hace presente que, a esta fecha, don Miguel Díaz Sánchez, Jefe de la Unidad de Administración y Finanzas de la Dirección General del Consejo, quien de acuerdo a las Bases de Licitación aludida integraría la aludida comisión, se encontraba con licencia médica.

A.- Antecedentes

1. Con fecha 27 de mayo de 2020, se publicaron las Bases de Licitación pública del aludido servicio, en el Sistema Mercado Público, ID 529229-5-LE20.
2. Se recibieron consultas en el foro habilitado en el sistema Mercado Público entre los días 27 y 29 de mayo de 2020, ambas fechas inclusive.
3. Las repuestas fueron publicadas en el Sistema de Mercado Público el 2 de junio de 2020. Luego, con fecha 8 de junio de 2020, se realizó el acto de apertura electrónica de las ofertas recibidas a través del Sistema Mercado Público, que se individualizan a continuación:

| N° | Rut del Oferente | Razón Social |
|----|------------------|---------------------------------------|
| 1 | 76.279.038-6 | Blue T Consulting SpA |
| 2 | 76.354.893-7 | Brújula, Investigación y Estrategia |
| 3 | 76.049.958-7 | Cliodinámica LTDA |
| 4 | 71.800.700-3 | Corporación CIEDESS (UTP) |
| 5 | 60.910.000-1 | Universidad de Chile |
| 6 | 53.302.641-9 | Fundación Henry Dunant América Latina |
| 7 | 96.705.740-1 | Guernica Consultores S.A |
| 8 | 76.860.606-4 | Investigaciones y Datos SPA |
| 9 | 96.831.410-6 | Kronos Investigación de Mercado S.A. |
| 10 | 76.204.633-4 | Pragma Consulting |
| 11 | 81.698.900-0 | PUC - ISUC Instituto de Sociología |
| 12 | 76.390.814-3 | Datos Claros (René Francisco) |
| 13 | 78.574.400-4 | Statcom Datavoz SpA |

4. Realizada la revisión de los requerimientos mínimos señalados en las Bases de Licitación, se concluyó que las trece ofertas recibidas cumplen con los requisitos

establecidos en las mismas, siendo por lo tanto admisibles, pasando a la etapa de evaluación.

B. Evaluación de las Ofertas.

Los criterios de evaluación y ponderaciones aplicados y los puntajes asignados a cada oferta evaluada corresponden a los establecidos en el numeral XI de las Bases Administrativas, siendo los siguientes:

| CRITERIOS DE EVALUACIÓN | | |
|--|---|-------------|
| Criterios Técnicos (80%) | | |
| Antecedentes técnicos de la institución/empresa | Equipo de Trabajo: a) Organización y perfil del equipo (5%). b) Experiencia y calificación del Jefe de Proyecto (5%) | 10% |
| | Experiencia institucional y resultados conformes en proyectos similares especificando e indicando las referencias que serán contactadas. | 10% |
| | SUB TOTAL | 20% |
| Plan de trabajo | Marco conceptual (teórico) sobre levantamiento de percepciones en materia de transparencia y protección de datos personales (particularmente en tiempos de crisis). | 5% |
| | El plan de obtención de la información para la creación de la base de datos de contactos con funcionarios públicos | 10% |
| | Diseño muestral | 10% |
| | Sistema de soporte para el envío y seguimiento de encuestas. | 5% |
| | Protocolo de tratamiento de datos de la empresa | 5% |
| | Mecanismos complementarios para asegurar la tasa de respuesta | 5% |
| | Plan de análisis | 10% |
| | Planificación y mecanismos de mitigación de imprevistos. | 10% |
| | SUB TOTAL | 60% |
| TOTAL EVALUACIÓN CRITERIOS TÉCNICOS | | 80% |
| Criterio Económico (18%) | | |
| Precio Estudio Funcionarios Públicos | | 18% |
| TOTAL EVALUACIÓN CRITERIO ECONÓMICO | | 18% |
| Criterio Formal (2%) | | |
| Presentación formal en el Acto de Apertura | | 2% |
| TOTAL EVALUACIÓN CRITERIO FORMAL | | 2% |
| TOTAL EVALUACIÓN | | 100% |

C. Puntajes, porcentajes y justificaciones

CRITERIOS TECNICOS (80%)

I. Antecedentes técnicos de la institución/empresa (20%)

Equipo de Trabajo 10%

a) Organización y perfil del equipo (5%):

Se evaluó el nivel de especificidad de las ofertas, respecto a información relativa a los siguientes aspectos: a) organigrama funcional y cantidad de personas que conforman el equipo de trabajo; b) detalle sobre el rol y responsabilidad de cada miembro del equipo (identificando quien será la contraparte técnica con el Consejo; c) detalle sobre el perfil (CV) de los miembros del equipo, considerando lo señalado en el apartado III, número 5 de las bases técnicas, y d) horas semanales que se destinarán a la realización del estudio.

| N° | Razón Social | Nota | (5%) Ponderación | Justificación |
|----|-------------------------------------|------|---------------------|--|
| 1 | Blue T Consulting SpA | 1 | 0,05 | La oferta presenta información inespecífica en todos los aspectos solicitados. |
| 2 | Brújula, Investigación y Estrategia | 3 | 0,15 | La oferta entrega información detallada en todos los aspectos solicitados. |
| 3 | Cliodinámica LTDA | 3 | 0,15 | La oferta entrega información detallada en todos los aspectos solicitados. |
| 4 | Corporación CIEDESS **(UTP) | 3 | 0,15 | La oferta entrega información detallada en todos los aspectos solicitados. |
| 5 | Universidad de Chile | 2 | 0,1 | La oferta no presenta información detallada sobre uno de los aspectos solicitados, en específico, respecto a las horas semanales que destinará cada profesional a la realización del estudio, pues sólo se indica esta información para el jefe del proyecto, pero no para los demás miembros del equipo. |
| 6 | Fundación Henry Dunant | 3 | 0,15 | La oferta entrega información detallada en todos los aspectos solicitados. |
| 7 | Guernica Consultores S.A | 3 | 0,15 | La oferta entrega información detallada en todos los aspectos solicitados. |
| 8 | Investigaciones y Datos SPA | 2 | 0,1 | La oferta no presenta información detallada sobre la mayoría de los aspectos solicitados, en específico: No identifica quién será la contraparte con el Consejo, el detalle sobre el perfil (CV) de los miembros del equipo no se apega a lo señalado en el apartado III, número 5 de las bases técnicas. Solo el CV del jefe de proyecto está en el formato. Respecto a las horas semanales que destinará cada profesional a la realización del estudio, sólo indica esta |

| N° | Razón Social | Nota | (5%) Ponderación | Justificación |
|----|--------------------------------------|------|---------------------|--|
| | | | | información para el jefe del proyecto, no para los demás miembros del equipo (tabla) indicado en las bases, los demás CV están en diferentes formatos. |
| 9 | Kronos Investigación de Mercado S.A. | 3 | 0,15 | La oferta entrega información detallada en todos los aspectos solicitados. |
| 10 | Pragma Consulting | 3 | 0,15 | La oferta entrega información detallada en todos los aspectos solicitados. |
| 11 | PUC - ISUC Instituto de Sociología | 3 | 0,15 | La oferta entrega información sobre todos los aspectos solicitados. |
| 12 | Datos Claros (René Francisco) | 1 | 0,05 | La oferta presenta información inespecífica en todos los aspectos solicitados, en específico: Presenta un organigrama incompleto, no presenta el detalle del perfil de los miembros del equipo según la información solicitada en las bases (tabla), no identifica quién será la contraparte con el Consejo; y no indica la cantidad de horas semanales que destinará cada profesional a la realización del estudio. |
| 13 | Statcom Datavoz SpA | 3 | 0,15 | La oferta entrega información sobre todos los aspectos solicitado. |

b) Experiencia y calificación del Jefe de Proyecto (5%):

Se evaluó la idoneidad y experiencia del Jefe de Proyecto en consideración a la cantidad y complejidad en la realización de proyectos del área similares al licitado y al nivel de estudios, trayectoria y experiencia acumulada. Lo anterior, en base a la información entregada por los proponentes, de acuerdo a la tabla contenida en las Bases de Licitación, indicando entre otros, datos específicos de los proyectos, tales como nombre; año; nivel de representatividad y metodología de recolección.

| N° | Razón Social | Nota | (5%) Ponderación | Justificación |
|----|-------------------------------------|------|---------------------|--|
| 1 | Blue T Consulting SpA | 1 | 0,05 | La información presentada no permite distinguir la experiencia en estudios similares (on line), del profesional que se propone como Jefe de Proyecto. Por lo anterior, se le asigna el puntaje mínimo correspondiente a menos de 3 años de experiencia en proyectos similares. |
| 2 | Brújula, Investigación y Estrategia | 2 | 0,1 | La información presentada permite concluir un nivel satisfactorio de experiencia de la persona propuesta como Jefe de Proyecto, |

| N° | Razón Social | Nota | (5%) Ponderación | Justificación |
|----|---|------|---------------------|---|
| | | | | pues se acreditan los años de experiencia tanto en estudios similares online como en investigación social. (solo se consideran estudios enumerados como 7, 9, 12, en el Anexo 4.) |
| 3 | Cliodinámica LTDA | 3 | 0,15 | La experiencia del Jefe de proyecto cumple con un nivel más que satisfactorio, acreditando más de 8 años de experiencia en investigación social y al menos los últimos 6 años en proyectos similares. |
| 4 | Corporación CIEDESS **(UTP) | 2 | 0,1 | La información presentada permite concluir un nivel satisfactorio de experiencia del Jefe de Proyecto, pues acredita los años experiencia requeridos en proyectos similares y en proyectos de investigación social (proyectos del 2013-2010 del anexo 4). |
| 5 | Universidad de Chile | 2 | 0,1 | La información presentada permite concluir un nivel satisfactorio de experiencia del Jefe de Proyecto, pues acredita los años de experiencia requeridos en proyectos similares como en investigación social, de acuerdo con el CV. |
| 6 | Fundación Henry Dunant | 1 | 0,05 | La información presentada permite concluir que la persona propuesta como Jefe de Proyecto no cumple con un nivel satisfactorio de experiencia requerida en investigación social ni en proyectos similares. En el Anexo N° 4, solo acredita 2 estudios con aplicación online, realizados el año en 2008. |
| 7 | Guernica Consultores S.A | 1 | 0,05 | La información presentada permite concluir que la persona propuesta como Jefe de Proyecto no cumple con un nivel satisfactorio de experiencia requerida en proyectos similares ni en investigación social. Sólo presenta 2 experiencias en proyectos similares (online) en 2 años. |
| 8 | Investigaciones y Datos SPA | 2 | 0,1 | La información presentada permite concluir un nivel satisfactorio de experiencia del Jefe de Proyecto, pues cumple con los años de experiencia requerida en proyectos similares y en investigación social. |
| 9 | Kronos Investigación de Mercado S.A. | 3 | 0,15 | La experiencia del Jefe de proyecto cumple con un nivel más que satisfactorio, acreditando más de 8 años de experiencia en investigación social y al menos los últimos 6, en proyectos similares. |
| 10 | Pragma Consulting | 2 | 0,1 | La información presentada permite concluir un nivel satisfactorio de experiencia del Jefe de Proyecto, pues acredita los años |

| Nº | Razón Social | Nota | (5%) Ponderación | Justificación |
|----|------------------------------------|------|---------------------|---|
| | | | | requeridos de experiencia en proyectos similares y en investigación social. |
| 11 | PUC - ISUC Instituto de Sociología | 3 | 0,15 | La experiencia del Jefe de proyecto cumple con un nivel más que satisfactorio, acreditando más de 8 años de experiencia en investigación social y al menos los últimos 6 en proyectos similares. |
| 12 | Datos Claros (René Francisco) | 1 | 0,05 | La información presentada permite concluir que la persona propuesta como Jefe de Proyecto no cumple con un nivel satisfactorio de experiencia requerida en investigación social ni en proyectos similares. A pesar de que declara 5 años de experiencia en proyectos similares (online), el oferente no entrega la información solicitada sobre N, margen de error y tipo de muestreo. Además, ninguna de sus experiencias presentadas en el anexo 4 están relacionadas con la investigación social. |
| 13 | Statcom Datavoz SpA | 3 | 0,15 | La experiencia del Jefe de proyecto cumple con un nivel más que satisfactorio, acreditando más de 8 años de experiencia en investigación social y al menos los últimos 6 en proyectos similares. |

Experiencia institucional o de la empresa (10%):

En este criterio se evaluó la capacidad organizativa general de los oferentes, a través de la entrega de antecedentes detallados sobre los proyectos similares que éstos hayan realizado, entendiendo por tales, a las encuestas representativas realizadas a nivel nacional o regional, con recolección de información ya sea de manera online, presencial o telefónica, con un N mínimo de 1.000 casos, excluyendo de la evaluación, proyectos similares que los oferentes hayan prestado a este Consejo.

| Nº | Razón Social | Nota | (10%) Ponderación | Justificación |
|----|-------------------------------------|------|----------------------|--|
| 1 | Blue T Consulting SpA | 2 | 0,2 | Presenta 4 experiencias exitosas verificables en la aplicación de encuestas online y al menos 2 experiencias exitosas verificables en la aplicación de encuestas por otro método (presencial, telefónica) en los últimos 10 años. |
| 2 | Brújula, Investigación y Estrategia | 3 | 0,3 | Presenta más de 7 experiencias exitosas verificables en la aplicación de encuestas online y al menos 3 experiencias exitosas verificables en la aplicación de encuestas por otro método (presencial, telefónica) en los últimos 10 años. |
| 3 | Cliodinámica LTDA | 3 | 0,3 | Presenta más de 7 experiencias exitosas verificables en la aplicación de encuestas |

| N° | Razón Social | Nota | (10%) Ponderación | Justificación |
|----|---|------|----------------------|---|
| | | | | online y al menos 3 experiencias exitosas verificables en la aplicación de encuestas por otro método (presencial o telefónica) en los últimos 10 años. |
| 4 | Corporación CIEDESS **(UTP) | 3 | 0,3 | Presenta más de 7 experiencias exitosas verificables en la aplicación de encuestas online y al menos 3 experiencias exitosas verificables en la aplicación de encuestas por otro método (presencial o telefónica) en los últimos 10 años. |
| 5 | Universidad de Chile | 2 | 0,2 | Presenta 5 experiencias exitosas verificables en la aplicación de encuestas online y al menos 3 experiencias exitosas verificables en la aplicación de encuestas por otro método (presencial o telefónica) en los últimos 10 años. |
| 6 | Fundación Henry Dunant | 1 | 0,1 | Solo declara la realización de una encuesta online, la cual no resulta verificable, al no haber individualizado contacto de referencia, según lo indicado en las bases. |
| 7 | Guernica Consultores S.A | 1 | 0,1 | Presenta menos de 3 años de experiencias exitosas verificables en la aplicación de encuestas online en los últimos 10 años, acreditando sólo 2 experiencias en proyectos similares (online). |
| 8 | Investigaciones y Datos SPA | 2 | 0,2 | Presenta entre 4 experiencias exitosas verificables a través de las referencias, en la aplicación de encuestas online y al menos 3 experiencias exitosas verificables en la aplicación de encuestas por otro método (presencial o telefónica) en los últimos 10 años. |
| 9 | Kronos Investigación de Mercado S.A. | 3 | 0,3 | Presenta más de 7 experiencias exitosas verificables en la aplicación de encuestas online y al menos 3 experiencias exitosas verificables en la aplicación de encuestas por otro método (presencial o telefónica) en los últimos 10 años. |
| 10 | Pragma Consulting | 3 | 0,3 | Presenta más de 7 experiencias exitosas verificables en la aplicación de encuestas online y al menos 3 experiencias exitosas verificables en la aplicación de encuestas por otro método (presencial o telefónica) en los últimos 10 años. |
| 11 | PUC - ISUC Instituto de Sociología | 3 | 0,3 | Presenta más de 7 experiencias exitosas verificables en la aplicación de encuestas online y al menos 3 experiencias exitosas verificables en la aplicación de encuestas por otro método (presencial o telefónica) en los últimos 10 años. |
| 12 | Datos Claros (René Francisco) | 2 | 0,2 | Presenta 4 experiencias exitosas verificables a través de las referencias, en la aplicación de encuestas online y al |

| Nº | Razón Social | Nota | (10%) Ponderación | Justificación |
|----|---------------------|------|----------------------|---|
| | | | | menos 3 experiencias exitosas verificables en la aplicación de encuestas por otro método (presencial o telefónica) en los últimos 10 años. |
| 13 | Statcom Datavoz SpA | 3 | 0,3 | Presenta más de 7 experiencias exitosas verificables en la aplicación de encuestas online y al menos 3 experiencias exitosas verificables en la aplicación de encuestas por otro método (presencial o telefónica) en los últimos 10 años. |

II. Plan de trabajo (80%)

1. Marco conceptual (teórico) (5%)

Se evaluó si las ofertas presentaron o no un marco teórico y su nivel de especificidad acerca del levantamiento de percepciones en materia de transparencia y protección de datos personales, a través de encuestas, y sobre desafíos en tiempos de crisis.

| Nº | Razón Social | Nota | (5 %) Ponderación | Justificación |
|----|-------------------------------------|------|----------------------|--|
| 1 | Blue T Consulting SpA | 1 | 0,05 | No presenta experiencia internacional en el levantamiento de percepciones en materia de transparencia, realizados a través de encuestas. No presenta los desafíos en materia de transparencia y protección de datos en tiempos de crisis y solo menciona, de manera deficiente, una reseña de recomendaciones de Transparencia Internacional en el contexto de COVID 19, no relacionadas al levantamiento de percepciones. |
| 2 | Brújula, Investigación y Estrategia | 1 | 0,05 | No presenta experiencia internacional en el levantamiento de percepciones en materia de transparencia, realizados a través de encuestas. No presenta los desafíos en materia de transparencia y protección de datos en tiempos de crisis. |

| | | | | |
|---|--------------------------------|---|------|--|
| 3 | Clodinámica LTDA | 2 | 0,1 | <p>La oferta presenta un marco teórico general:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Presenta experiencia internacional en el levantamiento de percepciones en materia de transparencia, realizados a través de encuestas (un párrafo). • Presenta los desafíos en materia de transparencia y protección de datos en tiempos de crisis (pero no relacionados con medición). |
| 4 | Corporación CIEDESS **(UTP) | 1 | 0,05 | <ul style="list-style-type: none"> • No presenta experiencia nacional ni internacional en el levantamiento de percepciones en materia de transparencia, realizados a través de encuestas. • No presenta los desafíos en materia de transparencia y protección de datos en tiempos de crisis. |
| 5 | Universidad de Chile | 2 | 0,1 | <p>La oferta presenta un marco teórico general:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Presenta una experiencia nacional y un estudio internacional en el levantamiento de percepciones en materia de transparencia y protección de datos personales, realizados a través de encuestas. • Presenta, de manera deficiente, los desafíos en materia de transparencia y protección de datos en tiempos de crisis. |
| 6 | Fundación Henry Dunant | 1 | 0,05 | <ul style="list-style-type: none"> • No presenta experiencia nacional ni internacional en el levantamiento de percepciones en materia de transparencia, realizados a través de encuestas, sino que sólo presenta dos estudios nacionales sobre Protección de Datos Personales y estudios internacionales sobre corrupción. • No presenta desafíos en materia de transparencia y protección de datos en tiempos de crisis, si no que sólo indica que se incluirá este contenido posteriormente. |

| | | | | |
|----|--------------------------------------|---|------|---|
| 7 | Guernica Consultores S.A | 2 | 0,1 | <ul style="list-style-type: none"> • Presenta, de manera inespecífica, experiencia nacional e internacional sobre el levantamiento de percepciones en materia de transparencia y protección de datos personales, realizados a través de encuestas: menciona una encuesta internacional sobre transparencia, pero no presenta estudios o encuestas sobre Protección de Datos Personales. • Presenta los desafíos en materia de transparencia y protección de datos en tiempos de crisis. |
| 8 | Investigaciones y Datos SPA | 2 | 0,1 | <ul style="list-style-type: none"> • Presenta una experiencia nacional y dos estudios internacionales en el levantamiento de percepciones en materia de transparencia y protección de datos personales, realizados a través de encuestas. • Presenta, de manera deficiente, los desafíos en materia de transparencia y protección de datos en tiempos de crisis. |
| 9 | Kronos Investigación de Mercado S.A. | 1 | 0,05 | <ul style="list-style-type: none"> • No presenta experiencia nacional ni internacional en el levantamiento de percepciones en materia de transparencia, realizados a través de encuestas. • No presenta los desafíos en materia de transparencia y protección de datos en tiempos de crisis. |
| 10 | Pragma Consulting | 1 | 0,05 | <ul style="list-style-type: none"> • No presenta experiencia nacional ni internacional en el levantamiento de percepciones en materia de transparencia, realizados a través de encuestas. • No presenta los desafíos en materia de transparencia y protección de datos en tiempos de crisis. |
| 11 | PUC - ISUC Instituto de Sociología | 3 | 0,15 | <p>Presenta un marco teórico detallado sobre la experiencia nacional e internacional sobre levantamiento de percepciones en materia de transparencia y protección de datos personales, realizados a través de encuestas y sobre los desafíos en materia de transparencia y protección de datos personales en tiempos de crisis.</p> |

| | | | | |
|----|-------------------------------|---|------|--|
| 12 | Datos Claros (René Francisco) | 1 | 0,05 | <ul style="list-style-type: none"> • No presenta experiencia nacional ni internacional en el levantamiento de percepciones en materia de transparencia, realizados a través de encuestas. • No presenta los desafíos en materia de transparencia y protección de datos en tiempos de crisis. |
| 13 | Statcom Datavoz SpA | 1 | 0,05 | <ul style="list-style-type: none"> • No presenta experiencia nacional ni internacional en el levantamiento de percepciones en materia de transparencia, realizados a través de encuestas. • Presenta los desafíos en materia de transparencia y protección de datos en tiempos de crisis. |

2. Plan de obtención de la información para la creación de la base de datos de contactos con funcionarios públicos (10%)

Se evaluó la integridad de las ofertas en cuanto a si presentaron la información relativa a los siguientes puntos, como también, su nivel de especificidad: a) Características del proceso de levantamiento de información para la identificación de funcionarios seleccionados y b) Características del proceso de levantamiento de información de contacto de los sujetos seleccionados.

| Nº | Razón Social | Nota | (10%) Ponderación | Justificación |
|----|-------------------------------------|------|-------------------|--|
| 1 | Blue T Consulting SpA | 1 | 0,1 | Presenta información inespecífica en los dos puntos, es decir, relativa al proceso de levantamiento de información para la identificación de funcionarios seleccionados como de contacto de los sujetos seleccionados. No hace distinción entre la elaboración de Bases de Datos con nombres y contactos ni presenta información sobre estrategias de levantamiento de la información. |
| 2 | Brújula, Investigación y Estrategia | 1 | 0,1 | Presenta información inespecífica en los dos puntos sobre levantamiento de información en caso de Organismos Autónomos del Estado, pues el oferente no se hace cargo de que el Consejo no cuenta con enlaces en dichos organismos. Además, se entrega Información inespecífica sobre la identificación de los funcionarios luego de seleccionar las instituciones. |
| 3 | Cliodinámica LTDA | 3 | 0,3 | La oferta presentó, de manera detallada, información relativa a los dos aspectos solicitados. |

| Nº | Razón Social | Nota | (10%) Ponderación | Justificación |
|----|--------------------------------------|------|-------------------|---|
| 4 | Corporación CIEDESS **(UTP) | 1 | 0,1 | Presenta información inespecífica en los dos puntos, es decir, relativa al proceso de levantamiento de información para la identificación de funcionarios seleccionados como de contacto de los sujetos seleccionados. Oferente propone que los enlaces entreguen información de contacto, no mencionando qué ocurre con los Organismos Autónomos del Estado (donde no hay enlaces). Además, se entrega información muy general sobre la construcción del marco muestral, pues señala que harán un levantamiento previo, pero no indica a través de qué vía). |
| 5 | Universidad de Chile | 2 | 0,2 | Presenta información inespecífica sobre el proceso de levantamiento de información de contacto de los sujetos seleccionados. Proponen de manera general que los enlaces entreguen información de contacto, no refiriéndose a la situación de los Organismos Autónomos del Estado, que no cuentan con enlaces. |
| 6 | Fundación Henry Dunant | 1 | 0,1 | No presentan un plan de obtención de levantamiento de información, tanto para la identificación de funcionarios seleccionados ni de contacto de los seleccionados. |
| 7 | Guernica Consultores S.A | 1 | 0,1 | Presenta información inespecífica sobre los dos aspectos requeridos, es decir, relativa al proceso de levantamiento de información para la identificación de funcionarios seleccionados, como de contacto de los sujetos seleccionados. El oferente propone que, en ambos procesos de levantamiento, sean los enlaces quienes ayuden con el proceso, pero no señala qué hacer con Órganos Autónomos del Estado (donde no hay enlaces). Oferente no hace referencia a la forma de tomar contacto con los funcionarios seleccionados (correo, teléfono, presencial), ni cuántos intentos por funcionario seleccionado realizaría. |
| 8 | Investigaciones y Datos SPA | 3 | 0,3 | La oferta presentó, de manera detallada, información relativa a los dos aspectos solicitados. |
| 9 | Kronos Investigación de Mercado S.A. | 2 | 0,2 | Presenta información inespecífica sólo de las características del proceso de levantamiento de información para la identificación de funcionarios seleccionados. Particularmente, plantea que se trabajará con listado de instituciones entregado por el Consejo, lo que complementará con una búsqueda de Kronos, sin embargo, no detalla cómo, ni hace distinción entre instituciones y particularidades de este proceso para Organismos Autónomos del Estado. |
| 10 | Pragma Consulting | 1 | 0,1 | No presenta plan de levantamiento de información, tanto para la identificación de funcionarios seleccionados ni de contacto de los mismos. |

| Nº | Razón Social | Nota | (10%) Ponderación | Justificación |
|----|---------------------------------------|------|----------------------|--|
| 11 | PUC - ISUC Instituto de Sociología | 1 | 0,1 | Presenta información inespecífica en los dos puntos requeridos, relativos al proceso de levantamiento de información para la identificación de funcionarios seleccionados como de contacto de los sujetos seleccionados. De acuerdo a la información presentada no queda clara la forma en que identificarán a los funcionarios, pues señala que lo harán a partir de DIPRES o SINIM (que son fuentes de información agregada). Además, propone que los enlaces ayuden a levantar información de contacto de los funcionarios seleccionados, sin embargo, no indica como hacerlo con los Organismos Autónomos del Estado (donde no hay enlaces). |
| 12 | Datos Claros (René Francisco) | 1 | 0,1 | Presenta información inespecífica en los dos aspectos requeridos, relativos al proceso de levantamiento de información para la identificación de funcionarios seleccionados como de contacto de los sujetos seleccionados. |
| 13 | Statcom Datavoz SpA | 2 | 0,2 | Presenta información inespecífica en el aspecto relativo al levantamiento de información de contactos. Propone que los enlaces ayuden con el levantamiento, pero no indica cómo se hará con Organismos Autónomos del Estado (donde no hay enlaces). Indica que construirán el marco muestral con nombres y contactos. |

3. Diseño muestral (10%):

Se evaluó si el diseño muestral de las ofertas presentaba la totalidad de los siguientes 6 aspectos, así como la especificidad de éstos, cuales son: 1. Marco muestral; 2. Tipo de muestra; 3. Tamaño de la muestra; 4. Error muestral; 5. Etapas de la muestra; 6. Mecanismos de reemplazo o tratamiento de la no respuesta.

| Nº | Razón Social | Nota | (10%) Ponderación | Justificación |
|----|-----------------------------|------|----------------------|--|
| 1 | Blue T Consulting SpA | 2 | 0,2 | La oferta es inespecífica respecto a tres de los aspectos requeridos Marco muestral: El universo no contempla efectivamente a la población objetivo de este estudio. No establece un universo en específico, si no que sólo de forma teórica y menciona el número de instituciones probables. Tamaño de la muestra: No lo indica correctamente. Plantea una muestra de 1.414 funcionarios, en base al estudio del año anterior, pero no calcula la muestra porque no define el universo. Error muestral: Indica error muestral de 3%, pero no detalla su cálculo. Número de casos: No incluye a los Órganos Autónomos del Estado. |

| N° | Razón Social | Nota | (10%) Ponderación | Justificación |
|----|---|------|----------------------|---|
| 2 | Brújula, Investigación y Estrategia | 2 | 0,2 | La oferta es inespecífica respecto a dos aspectos requeridos: Etapas de la muestra (UPM-USM). Tamaño de la muestra: 1.900 casos. |
| 3 | Clodinámica LTDA | 2 | 0,2 | La oferta es inespecífica respecto de dos aspectos requeridos: Marco muestral, donde señalan que se construirá a partir de DIPRES (fuente de información agregada) y en las etapas de muestreo (UMP-UMS). Tamaño de la muestra: 2.050. |
| 4 | Corporación CIEDESS **(UTP) | 2 | 0,2 | La oferta es inespecífica respecto de cuatro aspectos requeridos: Marco muestral: El universo no contempla efectivamente a la población objetivo. No se calcula el número total de funcionarios. El tamaño de la muestra no está debidamente explicado, dado que no plantea el universo total de organismos ni de funcionarios y no calcula adecuadamente la muestra para este tipo de funcionarios. No incluye a los Órganos Autónomos del Estado. Error por tipo de organismos es demasiado alto. Etapas de la muestra: No se entrega información sobre las etapas de la muestra (UPM-USM). |
| 5 | Universidad de Chile | 2 | 0,2 | La oferta es inespecífica respecto a dos aspectos requeridos: Marco muestral: El universo no contempla efectivamente a la población objetivo de este estudio. Tamaño de la muestra: No está debidamente explicado. Dado que no plantea el universo total de organismos ni de funcionarios, no calcula adecuadamente la muestra para este tipo de funcionarios. Número de casos: No incluye a los Órganos Autónomos del Estado. |
| 6 | Fundación Henry Dunant | 1 | 0,1 | La oferta es inespecífica respecto de todos los aspectos requeridos. Además, informa de manera incorrecta el tamaño de la muestra, pues propone una muestra de 1.065 personas y luego indica que se aplicará la encuesta a 2.020 funcionarios. No indica error muestral ni contempla a los Organismos Autónomos del Estado. |
| 7 | Guernica Consultores S.A | 2 | 0,2 | La oferta presenta información inespecífica respecto de tres aspectos requeridos: Etapas de la muestra (UMP-UMS). Error muestral. Mecanismos de reemplazo. No entregan información respecto a sus capacidades para ejecutar aplicación de encuestas telefónicas o presenciales, ni estimación de |

| N° | Razón Social | Nota | (10%) Ponderación | Justificación |
|----|--------------------------------------|------|----------------------|--|
| | | | | cuántas personas podrían entrevistar con esta modalidad. |
| 8 | Investigaciones y Datos SPA | 2 | 0,2 | La oferta presenta información inespecífica respecto a dos aspectos requeridos: Etapas de la muestra (UPM-USM). Tamaño de la muestra: 1.700 casos. |
| 9 | Kronos Investigación de Mercado S.A. | 2 | 0,2 | La oferta presenta información inespecífica respecto de cuatro aspectos requeridos: Marco muestral: no contempla a los OAE. Tamaño de la muestra no está debidamente explicada, dado que no plantea el universo total de organismos ni de funcionarios. Etapas de muestreo: Información general sobre etapas de muestreo UPM y UPS. Mecanismos de reemplazo: Información general. |
| 10 | Pragma Consulting | 2 | 0,2 | La oferta presenta información inespecífica respecto de tres aspectos requeridos: Marco muestral: El universo no contempla efectivamente a la población objetivo de este estudio. No se calcula el número total de funcionarios. Tamaño de la muestra: No está debidamente explicado, dado que no plantea el universo total de organismos ni de funcionarios. No calcula adecuadamente la muestra para estos funcionarios. Error muestral es menor al máximo admisible (3% a nivel nacional), sin embargo, en la propuesta se plantea error de 2,4% total, sin calcular el error para Órganos Autónomos del Estado. |
| 11 | PUC - ISUC Instituto de Sociología | 2 | 0,2 | La oferta presenta información inespecífica en dos aspectos requeridos: Etapas de la muestra (UPM-USM). Reemplazo y tratamiento de no respuesta: Se presenta un insuficiente sistema de reemplazo "espejo" (1.700 casos más), y por tanto, no se entiende cómo se logrará la muestra requerida con este sistema. No entregan información respecto a sus capacidades para ejecutar aplicación de encuestas telefónicas o presenciales, ni estimación de cuántas personas podrían entrevistar con esta modalidad. Tamaño de la muestra 1700 casos. |
| 12 | Datos Claros (René Francisco) | 1 | 0,1 | La oferta entrega información inespecífica respecto de todos los aspectos requeridos. Marco muestral: No establece un universo en específico, sólo de forma teórica y menciona el número de instituciones probables. No incluye a los Órganos Autónomos del Estado. Tipo de muestra: Información inespecífica. Tamaño de la muestra: No lo indica. Error muestral: No lo indica. |

| Nº | Razón Social | Nota | (10%) Ponderación | Justificación |
|----|------------------------|------|----------------------|---|
| | | | | Etapas de la muestra: Información inespecífica, señalando de manera muy general el tipo de muestra. Mecanismos de reemplazo: No indica mecanismos de reemplazo en caso de no respuesta. |
| 13 | Statcom Datavoz SpA | 3 | 0,3 | La oferta presentada de manera detallada y de acuerdo a lo señalado en las bases técnicas, la información requerida sobre los seis aspectos requeridos. |

4. Sistema de soporte para el envío y seguimiento de encuestas (5%)

Se evaluó si las ofertas al referirse a la plataforma de soporte de las encuestas describen o no y con qué nivel de especificidad, las propiedades del sistema, de acuerdo a los siguientes estándares generales para las encuestas online, tales como: 1. Flexibilidad en el diseño de cuestionarios; 2. Envío de recordatorios; 3. Reporte de avance sistematizados.

| Nº | Razón Social | Nota | (5%) Ponderación | Justificación |
|----|---|------|---------------------|---|
| 1 | Blue T Consulting SpA | 1 | 0,05 | La oferta no indica cuál es el sistema de soporte web a utilizar, no siendo por lo tanto factible comprobar y analizar la información. No entrega información acerca de la flexibilidad del cuestionario, haciendo referencia, en términos generales, a recordatorios y reportes semanales. |
| 2 | Brújula, Investigación y Estudios | 1 | 0,05 | La oferta entrega información inespecífica de todos los aspectos requeridos, mencionando sólo en un apartado que se enviarán recordatorios. |
| 3 | Clidínámica Ltda. | 2 | 0,1 | La oferta entrega información inespecífica sobre uno de los aspectos requeridos, en particular, los recordatorios. El sistema no cuenta con reporte de correos fallidos, lo cual afecta y repercute en los destinatarios de tales recordatorios y en los reportes semanales (no puede saberse cuántos correos fallidos pueden haber). |
| 4 | Corporación CIEDESS | 3 | 0,15 | La plataforma de soporte de la encuesta describe de manera detallada todas las propiedades y aspectos requeridos. |
| 5 | Universidad de Chile | 3 | 0,15 | La plataforma de soporte de la encuesta describe de manera detallada todas las propiedades y aspectos requeridos. |
| 6 | Fundación Henry Dunant | 1 | 0,05 | La oferta entrega información inespecífica y en términos muy generales sobre todos los aspectos requeridos. |
| 7 | Guernica Consultores s a | 3 | 0,15 | La plataforma de soporte de la encuesta describe de manera detallada todas las propiedades y aspectos requeridos. |
| 8 | Investigaciones y Datos SPA | 2 | 0,1 | La oferta entrega información inespecífica sobre dos de los aspectos requeridos, a saber, información general sobre flexibilidad del cuestionario (preguntas y logo, etc.) y no se pronuncia sobre si realizarán reportes semanales. |

| Nº | Razón Social | Nota | (5%) Ponderación | Justificación |
|----|---------------------------------|------|---------------------|---|
| 9 | Kronos Investigación S.A. | 3 | 0,15 | La plataforma de soporte de la encuesta describe de manera detallada todas las propiedades y aspectos requeridos. |
| 10 | Pragma Consulting. | 2 | 0,1 | La oferta entrega información inespecífica acerca de uno de los aspectos requeridos, a saber, sobre la entrega de reportes semanales o periódicos (solo indica que entregará tasa de respuesta, pero no cuándo). |
| 11 | PUC - ISUC Instituto Sociología | 3 | 0,15 | La plataforma de soporte de la encuesta describe de manera detallada todas las propiedades y aspectos requeridos. |
| 12 | Datos Claros | 2 | 0,1 | La Oferta entrega información inespecífica sobre dos de los aspectos requeridos, a saber, la flexibilidad en el diseño de cuestionarios y el envío de recordatorios. Al tratarse de una plataforma propia del oferente (Plataforma OPINO), se desconocen características genéricas para su comparabilidad con plataformas de encuestas conocidas. |
| 13 | Statcom Datavoz SpA | 3 | 0,15 | La plataforma de soporte de la encuesta describe de manera detallada todas las propiedades y aspectos requeridos. |

5. Protocolo de tratamiento de datos (5%)

Se evaluó la presentación de un protocolo detallado de tratamiento de datos y resguardo de la información de los encuestados que forma parte de los estándares de trabajo regulares del oferente.

| Nº | Razón Social | Nota | (5%) Ponderación | Justificación |
|----|-------------------------------------|------|---------------------|---|
| 1 | Blue T Consulting SpA | 1 | 0,05 | La oferta no presenta un protocolo general de tratamiento de datos y resguardo de la información de los encuestados generada para el estudio, si no que solo un par de párrafos con criterios. |
| 2 | Brújula, Investigación y Estrategia | 1 | 0,05 | La oferta no presenta un protocolo general de tratamiento de datos y resguardo de la información de los encuestados generadas para el estudio, si no que solo un protocolo de codificación. |
| 3 | Clodinámica LTDA | 2 | 0,1 | La oferta presenta un protocolo general de tratamiento de datos y resguardo de información de los encuestados generada para el estudio. |
| 4 | Corporación CIEDESS ** (UTP) | 2 | 0,1 | La oferta presenta un protocolo general de tratamiento de datos y resguardo de información de los encuestados que forma parte de los estándares generales del proveedor. El protocolo presentado se enfoca en el almacenamiento de los datos, faltando información más detallada sobre el tratamiento de los datos. |

| Nº | Razón Social | Nota | (5%) Ponderación | Justificación |
|-----------|--------------------------------------|-------------|-----------------------------|--|
| 5 | Universidad de Chile | 2 | 0,1 | La oferta presenta un protocolo general de tratamiento de datos y resguardo de información de los encuestados, que forma parte de los estándares generales del proveedor. |
| 6 | Fundación Henry Dunant | 1 | 0,05 | La oferta no presenta protocolo general de tratamiento de datos y resguardo de la información de los encuestados generada para el estudio. Solo menciona que seguirá estándares de Esomar. |
| 7 | Guernica Consultores S.A | 2 | 0,1 | La oferta presenta un protocolo general de tratamiento de datos y resguardo de la información de los encuestados generada para el estudio. |
| 8 | Investigaciones y Datos SPA | 1 | 0,05 | La oferta no presentan protocolo general de tratamiento de datos y resguardo de la información de los encuestados generada para el estudio. El oferente menciona que seguirán estándares de Esomar, pero no señalan si están o no afiliados. |
| 9 | Kronos Investigación de Mercado S.A. | 1 | 0,05 | La oferta no presentan protocolo general de tratamiento de datos y resguardo de la información de los encuestados generada para el estudio. |
| 10 | Pragma Consulting | 1 | 0,05 | No presentan protocolo general de tratamiento de datos y resguardo de la información de los encuestados generada para el estudio. |
| 11 | PUC - ISUC Instituto de Sociología | 2 | 0,1 | La oferta presenta un protocolo general de tratamiento de datos y resguardo de la información de los encuestados generada para el estudio. |
| 12 | Datos Claros (René Francisco) | 1 | 0,05 | La oferta no presenta un protocolo general de tratamiento de datos y resguardo de la información de los encuestados generada para el estudio. |
| 13 | Statcom Datavoz SpA | 3 | 0,15 | La oferta presenta un protocolo detallado de tratamiento de datos y resguardo de la información de los encuestados que forma parte de los estándares regulares del oferente, dando cuenta de ello, por la afiliación del proveedor a organismos internacionales. |

6. Mecanismos complementarios para asegurar la tasa de respuesta (5%):

Se evaluó la presentación detallada tanto de los mecanismos complementarios de seguimiento para asegurar la tasa de respuesta y mecanismos adicionales como encuestas presenciales para asegurar respuesta de grupos con bajo acceso a computadores.

| Nº | Proveedores | Nota | (5%) Ponderación | Justificación |
|-----------|-------------------------------------|-------------|-----------------------------|--|
| 1 | Blue T Consulting SpA | 2 | 0,1 | Se mencionan de manera general los mecanismos complementarios de seguimiento para asegurar tasa de respuesta y propone, de manera general, el envío de cuestionarios en papel y vía telefónica (sin criterios para determinar a quiénes y cuándo). |
| 2 | Brújula, Investigación y Estrategia | 2 | 0,1 | La oferta presenta de manera general los mecanismos complementarios de seguimiento para asegurar la tasa de respuesta y como los |

| N° | Proveedores | Nota | (5%) Ponderación | Justificación |
|----|--------------------------------------|------|---------------------|--|
| | | | | mecanismos adicionales, tales como encuestas telefónicas. |
| 3 | Cliodinámica LTDA | 3 | 0,15 | La oferta presenta de manera detallada los mecanismos complementarios de seguimiento para asegurar la tasa de respuesta y los mecanismos adicionales, tales como encuestas presenciales y telefónicas. |
| 4 | Corporación CIEDESS **(UTP) | 2 | 0,1 | La oferta presenta de manera general los mecanismos complementarios de seguimiento para asegurar tasa de respuesta, pues propone un plan de medios para dar a conocer estudio y así alcanzar tasa de respuestas. Menciona que realizará los contactos telefónicos, pero sin mayores detalles. |
| 5 | Universidad de Chile | 2 | 0,1 | La oferta presenta de manera general tanto los mecanismos complementarios de seguimiento para asegurar la tasa de respuesta y los mecanismos adicionales, tales como encuestas telefónicas. |
| 6 | Fundación Henry Dunant | 1 | 0,05 | La oferta no presenta mecanismos complementarios de seguimiento para asegurar la tasa de respuesta, y propone conseguir contactos a través de mecanismo que se evalúan como ineficientes (autoridades ministeriales) y a través de encargados de RRHH (y no enlaces). No propone mecanismos alternativos para conseguir la tasa de respuesta y no hace distinción entre tipo de instituciones. |
| 7 | Guernica Consultores S.A | 1 | 0,05 | Debido a que la información entregada en la oferta es muy general, pues se limita solo a mencionar mecanismos complementarios de seguimiento, no puede evaluarse su efectividad en cuanto a que cumplan su objetivo cual es asegurar la tasa de respuesta. |
| 8 | Investigaciones y Datos SPA | 2 | 0,1 | La oferta presenta información general sobre mecanismos complementarios de seguimiento para asegurar la tasa de respuesta. |
| 9 | Kronos Investigación de Mercado S.A. | 2 | 0,1 | La oferta presenta información inespecífica en cuanto a los mecanismos complementarios de seguimiento que aseguren la tasa de respuesta, pues no detalla el número de emails que se enviarán inicialmente ni la cantidad de recordatorios (solo que podrían enviarse cada dos días), como tampoco su capacidad para realizar entrevistas telefónicas y presenciales) |
| 10 | Pragma Consulting | 2 | 0,1 | La oferta presenta información inespecífica en cuanto a los mecanismos complementarios de seguimiento que aseguren la tasa de respuesta, pues no detalla el número de emails que se enviarán inicialmente, ni su capacidad para realizar las entrevistas telefónicas y presenciales (solo menciona de manera general que las usará). |

| N° | Proveedores | Nota | (5%) Ponderación | Justificación |
|----|---------------------------------------|------|---------------------|---|
| 11 | PUC - ISUC Instituto de Sociología | 2 | 0,1 | La oferta presenta información inespecífica en cuanto a los mecanismos complementarios de seguimiento que aseguren la tasa de respuesta, pues no señala su capacidad para realizar las entrevistas presenciales (falta, por ejemplo, una estimación de cuántas personas entrevistaría). |
| 12 | Datos Claros (René Francisco) | 1 | 0,05 | La oferta presenta información inespecífica en cuanto a los mecanismos complementarios de seguimiento que aseguren la tasa de respuesta, pues no se hace cargo, por ejemplo, sobre el tratamiento que dará en caso de rebote de correos, spam, o no recepción de respuestas. |
| 13 | Statcom Datavoz SpA | 3 | 0,15 | La oferta presenta, de manera detallada, los mecanismos complementarios de seguimiento para asegurar la tasa de respuesta y los mecanismos adicionales, tales como aplicación de encuestas presenciales y telefónicas. |

7. Plan de análisis (10%):

Se evaluó la estrategia presentada en el plan de análisis.

| N° | Razón Social | Nota | (10%) Ponderación | Justificación |
|----|---|------|----------------------|--|
| 1 | Blue T Consulting SpA | 1 | 0,1 | El plan de análisis propone un análisis inferencial multivariado en términos muy generales, ya que sólo indica que se realizarán análisis estadísticos inferenciales con métodos no paramétricos, en caso de que se incluyan reactivos que lo permitan, lo cual no califica para obtener dos puntos. |
| 2 | Brújula, Investigación y Estrategia | 3 | 0,3 | La estrategia presentada incorpora un análisis descriptivo univariado y bivariado y una propuesta detallada de análisis inferencial multivariado. |
| 3 | Cliodinámica LTDA | 3 | 0,3 | La estrategia presentada incorpora un análisis descriptivo univariado y bivariado y una propuesta detallada de análisis inferencial multivariado. |
| 4 | Corporación CIEDESS **(UTP) | 2 | 0,2 | La estrategia sólo presenta información general sobre análisis multivariado. |
| 5 | Universidad de Chile | 3 | 0,3 | La estrategia presentada incorpora un análisis descriptivo univariado y bivariado y una propuesta detallada de análisis inferencial multivariado. |
| 6 | Fundación Henry Dunant | 1 | 0,1 | Sólo propone análisis univariado y bivariado. |
| 7 | Guernica Consultores S.A | 2 | 0,2 | Respecto al análisis inferencial multivariado, sólo se señala que “será posible generar análisis regresivos y de componentes principales”, sin mayores detalles. |

| Nº | Razón Social | Nota | (10%) Ponderación | Justificación |
|----|--------------------------------------|------|----------------------|--|
| 8 | Investigaciones y Datos SPA | 3 | 0,3 | La estrategia presentada incorpora un análisis descriptivo univariado y bivariado y una propuesta detallada de análisis inferencial multivariado. |
| 9 | Kronos Investigación de Mercado S.A. | 2 | 0,2 | La estrategia presentada incorpora un análisis descriptivo univariado y bivariado y presenta información general sobre el análisis multivariado. |
| 10 | Pragma Consulting | 1 | 0,1 | La estrategia se presenta en términos muy generales. Explica análisis univariado, pero menciona en sólo un párrafo el análisis bivariado y multivariado. La mención de estos dos tipos de análisis, no alcanzan a ser una descripción general, lo cual justifica el puntaje mínimo asignado. |
| 11 | PUC - ISUC Instituto de Sociología | 3 | 0,3 | La estrategia presentada incorpora un análisis descriptivo univariado y bivariado y una propuesta detallada de análisis inferencial multivariado. |
| 12 | Datos Claros (René Francisco) | 2 | 0,2 | La estrategia presentada incorpora un análisis descriptivo univariado y bivariado, y presenta información general sobre el análisis multivariado. |
| 13 | Statcom Datavoz SpA | 3 | 0,3 | La estrategia presentada incorpora un análisis descriptivo univariado y bivariado y una propuesta detallada de análisis inferencial multivariado |

8. Planificación y mecanismos de mitigación de imprevistos (10%):

Se evalúa si las ofertas presentaron o no, y con qué nivel de especificidad, información relativa a aspectos tales como: 1. Plan de trabajo; 2. Cronograma detallado con las actividades a desarrollar; 3. Contenidos específicos de los productos a entregar; 4. Identificación de áreas de riesgo; 5. Mecanismos de mitigación.

| Nº | Razón Social | Nota | (10%) Ponderación | Justificación |
|----|-------------------------------------|------|----------------------|--|
| 1 | Blue T Consulting SpA | 2 | 0,2 | La oferta entrega información inespecífica en dos de los aspectos requeridos, tales como: No identifica riesgos/mitigaciones asociadas al levantamiento de información, los encuestadores, en caso de hacer presenciales y al análisis de datos, entre otros. |
| 2 | Brújula, Investigación y Estrategia | 3 | 0,3 | La oferta presenta, en forma detallada, la información relativa a los cinco aspectos requeridos. |
| 3 | Clodinámica LTDA | 3 | 0,3 | La oferta presenta, en forma detallada, la información relativa a los cinco aspectos requeridos. |
| 4 | Corporación CIEDESS **(UTP) | 2 | 0,2 | La oferta entrega información inespecífica en uno de los aspectos requeridos, tal como: Mecanismos de mitigación: No hay plan de mitigación en detalle (sólo relacionado con la tasa de respuesta). |

| N° | Razón Social | Nota | (10%) Ponderación | Justificación |
|----|--------------------------------------|------|----------------------|---|
| 5 | Universidad de Chile | 3 | 0,3 | La oferta presenta, en forma detallada, la información relativa a los cinco aspectos requeridos. |
| 6 | Fundación Henry Dunant | 1 | 0,1 | La oferta entrega información inespecífica respecto de los cinco aspectos requeridos: <ul style="list-style-type: none"> - Plan de trabajo: Deficiente detalle de actividades que debiera tener el plan de trabajo. - Presenta un cronograma con actividades generales, y no en detalle. - Contenidos específicos de los productos a entregar: mencionan algunos de los productos, pero omite otros requeridos en las bases como los reportes semanales una vez iniciado el terreno. - Identificación de áreas de riesgo: Mencionan solo dos riesgos de manera general, no asociados a etapas específicas del estudio, como levantamiento de información, análisis de datos, logro de la muestra, etc. - Mecanismos de mitigación, específicamente relacionados con el trabajo de campo, pero acotados a los dos riesgos generales que mencionan, por lo que son insuficientes. No se observa una clara identificación de posibles riesgos ni mitigaciones |
| 7 | Guernica Consultores S.A | 2 | 0,2 | La oferta entrega información inespecífica en dos de los aspectos requeridos, tales como: Identificación de posibles riesgos y mecanismos de mitigaciones. Sólo se menciona que estarán atentos a contingencias. |
| 8 | Investigaciones y Datos SPA | 3 | 0,3 | La oferta presenta, en forma detallada, la información relativa a los cinco aspectos requeridos. |
| 9 | Kronos Investigación de Mercado S.A. | 2 | 0,2 | La oferta entrega información inespecífica en tres de los aspectos requeridos, tales como: <ol style="list-style-type: none"> 1) Plan de trabajo: No está bien definido, pues sólo enuncia etapas de levantamiento de información, del diseño muestral, pero no un plan de trabajo de todo el estudio propiamente tal. 2) Identificación de áreas de riesgo: Se identifican, pero no de manera detallada y no abarcan todos los riesgos posibles. 3) Mecanismos de mitigación: No se detallan aquellos que estén específicamente relacionados con el trabajo de campo. |
| 10 | Pragma Consulting | 2 | 0,2 | La oferta entrega información inespecífica en uno de los aspectos requeridos, tal como: Mecanismos de mitigación que no se presentan. |
| 11 | PUC - ISUC Instituto de Sociología | 3 | 0,3 | La oferta presenta, en forma detallada, la información relativa a los cinco aspectos requeridos. |

| Nº | Razón Social | Nota | (10%) Ponderación | Justificación |
|----|----------------------------------|------|----------------------|--|
| 12 | Datos Claros (René Francisco) | 1 | 0,1 | <p>La oferta presenta información inespecífica en los cinco aspectos requeridos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Plan de trabajo: Deficiente el detalle de actividades que debiera tener el plan de trabajo. - Presenta un cronograma con actividades generales, y no en detalle. <p>Además, no presenta información sobre los tres restantes aspectos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se indican los contenidos específicos de los productos a entregar, pero no el detalle. - Identificación de áreas de riesgo. - Mecanismos de mitigación, específicamente relacionados con el trabajo de campo. |
| 13 | Statcom Datavoz SpA | 3 | 0,3 | La oferta presenta, en forma detallada, la información relativa a los cinco aspectos requeridos. |

EVALUACIÓN DEL CRITERIO ECONÓMICO (18%)

| Nº | Razón Social | Valor con impuesto | Nota | (18%) Ponderación |
|----|--------------------------------------|--------------------|------|----------------------|
| 1 | Blue T Consulting SpA | \$28.500.000 | 2,19 | 0,4 |
| 2 | Brújula, Investigación y Estrategia | \$28.000.000 | 2,23 | 0,4 |
| 3 | Cliodinámica LTDA | \$29.300.000 | 2,13 | 0,4 |
| 4 | Corporación CIEDESS **(UTP) | \$30.600.000 | 2,04 | 0,4 |
| 5 | Universidad de Chile | \$29.750.000 | 2,10 | 0,4 |
| 6 | Fundación Henry Dunant | \$30.370.000 | 2,05 | 0,4 |
| 7 | Guernica Consultores S.A | \$31.700.000 | 1,97 | 0,4 |
| 8 | Investigaciones y Datos SPA | \$28.000.000 | 2,23 | 0,4 |
| 9 | Kronos Investigación de Mercado S.A. | \$32.000.000 | 1,95 | 0,4 |
| 10 | Pragma Consulting | \$29.900.000 | 2,09 | 0,4 |
| 11 | PUC - ISUC Instituto de Sociología | \$20.800.000 | 3,00 | 0,5 |
| 12 | Datos Claros (René Francisco) | \$26.400.000 | 2,36 | 0,4 |
| 13 | Statcom Datavoz SpA | \$25.964.000 | 2,40 | 0,4 |

EVALUACIÓN CRITERIO FORMAL (2%)

| Nº | Razón Social | Nota | (2%) Ponderación | Justificación |
|----|--------------------------------------|------|---------------------|---|
| 1 | Blue T Consulting SpA | 3 | 0,06 | Todos los proponentes publicaron dentro del plazo los antecedentes requeridos en las bases. |
| 2 | Brújula, Investigación y Estrategia | 3 | 0,06 | |
| 3 | Clodinámica LTDA | 3 | 0,06 | |
| 4 | Corporación CIEDESS **(UTP) | 3 | 0,06 | |
| 5 | Universidad de Chile | 3 | 0,06 | |
| 6 | Fundación Henry Dunant | 3 | 0,06 | |
| 7 | Guernica Consultores S.A | 3 | 0,06 | |
| 8 | Investigaciones y Datos SPA | 3 | 0,06 | |
| 9 | Kronos Investigación de Mercado S.A. | 3 | 0,06 | |
| 10 | Pragma Consulting | 3 | 0,06 | |
| 11 | PUC - ISUC Instituto de Sociología | 3 | 0,06 | |
| 12 | Datos Claros (René Francisco) | 3 | 0,06 | |
| 13 | Statcom Datavoz SpA | 3 | 0,06 | |

D.- Resultado de Evaluación de las ofertas

Aplicados los criterios de evaluación establecidos en las Bases respectivas, se elabora el presente cuadro resumen con los puntajes obtenidos por cada uno de los oferentes en los criterios evaluados, según se detalla a continuación:

Resumen Criterios de Evaluación Ponderación Licitación 529229-5-LE20 Estudio Nacional de Funcionarios Públicos.

| N° | Oferente | Antecedentes técnicos de la empresa (20%) | | | | | | Subtotal Criterios técnicos empresa (20%) |
|----|--------------------------------------|---|------|---|------|---------------------------------|-----|---|
| | | Capacidad Organizativa (10%) | | | | Experiencia institucional (10%) | | |
| | | Organización y perfil del equipo (5%) | | Experiencia. y calificación del Jefe de Proyecto (5%) | | | | |
| | | Nota | % | Nota | % | Nota | % | |
| 1 | Blue T Consulting SpA | 1 | 0,05 | 1 | 0,05 | 2 | 0,2 | 0,3 |
| 2 | Brújula, Investigación y Estrategia | 3 | 0,15 | 2 | 0,1 | 3 | 0,3 | 0,55 |
| 3 | Clodinámica LTDA | 3 | 0,15 | 3 | 0,15 | 3 | 0,3 | 0,6 |
| 4 | Corporación CIEDESS ** (UTP) | 3 | 0,15 | 2 | 0,1 | 3 | 0,3 | 0,55 |
| 5 | Universidad de Chile | 2 | 0,1 | 2 | 0,1 | 2 | 0,2 | 0,4 |
| 6 | Fundación Henry Dunant | 3 | 0,15 | 1 | 0,05 | 1 | 0,1 | 0,3 |
| 7 | Guernica Consultores S.A | 3 | 0,15 | 1 | 0,05 | 1 | 0,1 | 0,3 |
| 8 | Investigaciones y Datos SPA | 2 | 0,1 | 2 | 0,1 | 2 | 0,2 | 0,4 |
| 9 | Kronos Investigación de Mercado S.A. | 3 | 0,15 | 3 | 0,15 | 3 | 0,3 | 0,6 |
| 10 | Pragma Consulting | 3 | 0,15 | 2 | 0,1 | 3 | 0,3 | 0,55 |
| 11 | PUC - ISUC Instituto de Sociología | 3 | 0,15 | 3 | 0,15 | 3 | 0,3 | 0,6 |
| 12 | Datos Claros (René Francisco) | 1 | 0,05 | 1 | 0,05 | 2 | 0,2 | 0,3 |
| 13 | Statcom Datavoz SpA | 3 | 0,15 | 3 | 0,15 | 3 | 0,3 | 0,6 |

| Plan de trabajo | | | | | | | | | | | | | | | | Subtotal Plan Trabajo (80%) | Precio Estudio Fun. Públicos (18%) | | Presentación Formal Antecedentes (2%) | | Puntaje Total |
|-------------------------------|------|---|-----|-----------------------|-----|-------------------------|------|-----------------------------|------|----------------------------|------|------------------------|-----|------------------------|------|-----------------------------|------------------------------------|------|---------------------------------------|------|---------------|
| Marco conceptual teórico (5%) | | Plan de obtención de la información (10%) | | Diseño muestral (10%) | | Sistema de soporte (5%) | | Protocolo de tto datos (5%) | | Mecanismos tasa Resp. (5%) | | Plan de análisis (10%) | | Plan Imprevistos (10%) | | | % | Nota | % | Nota | |
| Nota | % | Nota | % | Nota | % | Nota | % | Nota | % | Nota | % | Nota | % | Nota | % | % | Nota | % | Nota | % | |
| 1 | 0,05 | 1 | 0,1 | 2 | 0,2 | 1 | 0,05 | 1 | 0,05 | 2 | 0,1 | 1 | 0,1 | 2 | 0,20 | 0,85 | 2,19 | 0,39 | 3 | 0,06 | 1,6 |
| 1 | 0,05 | 1 | 0,1 | 2 | 0,2 | 1 | 0,05 | 1 | 0,05 | 2 | 0,1 | 3 | 0,3 | 3 | 0,30 | 1,15 | 2,23 | 0,40 | 3 | 0,06 | 2,2 |
| 2 | 0,1 | 3 | 0,3 | 2 | 0,2 | 2 | 0,1 | 2 | 0,1 | 3 | 0,15 | 3 | 0,3 | 3 | 0,30 | 1,55 | 2,13 | 0,38 | 3 | 0,06 | 2,6 |
| 1 | 0,05 | 1 | 0,1 | 2 | 0,2 | 3 | 0,15 | 2 | 0,1 | 2 | 0,1 | 2 | 0,2 | 2 | 0,20 | 1,10 | 2,04 | 0,37 | 3 | 0,06 | 2,1 |
| 2 | 0,1 | 2 | 0,2 | 2 | 0,2 | 3 | 0,15 | 2 | 0,1 | 2 | 0,1 | 3 | 0,3 | 3 | 0,30 | 1,45 | 2,10 | 0,38 | 3 | 0,06 | 2,3 |
| 1 | 0,05 | 1 | 0,1 | 1 | 0,1 | 1 | 0,05 | 1 | 0,05 | 1 | 0,05 | 1 | 0,1 | 1 | 0,10 | 0,60 | 2,05 | 0,37 | 3 | 0,06 | 1,3 |
| 2 | 0,1 | 1 | 0,1 | 2 | 0,2 | 3 | 0,15 | 2 | 0,1 | 1 | 0,05 | 2 | 0,2 | 2 | 0,20 | 1,10 | 1,97 | 0,35 | 3 | 0,06 | 1,8 |
| 2 | 0,1 | 3 | 0,3 | 2 | 0,2 | 2 | 0,1 | 1 | 0,05 | 2 | 0,1 | 3 | 0,3 | 3 | 0,30 | 1,45 | 2,23 | 0,40 | 3 | 0,06 | 2,3 |
| 1 | 0,05 | 2 | 0,2 | 2 | 0,2 | 3 | 0,15 | 1 | 0,05 | 2 | 0,1 | 2 | 0,2 | 2 | 0,20 | 1,15 | 1,95 | 0,35 | 3 | 0,06 | 2,2 |
| 1 | 0,05 | 1 | 0,1 | 2 | 0,2 | 2 | 0,1 | 1 | 0,05 | 2 | 0,1 | 1 | 0,1 | 2 | 0,20 | 0,90 | 2,09 | 0,38 | 3 | 0,06 | 1,9 |
| 3 | 0,15 | 1 | 0,1 | 2 | 0,2 | 3 | 0,15 | 2 | 0,1 | 2 | 0,1 | 3 | 0,3 | 3 | 0,30 | 1,40 | 3,00 | 0,54 | 3 | 0,06 | 2,6 |
| 1 | 0,05 | 1 | 0,1 | 1 | 0,1 | 2 | 0,1 | 1 | 0,05 | 1 | 0,05 | 2 | 0,2 | 1 | 0,10 | 0,75 | 2,36 | 0,43 | 3 | 0,06 | 1,5 |
| 1 | 0,05 | 2 | 0,2 | 3 | 0,3 | 3 | 0,15 | 3 | 0,15 | 3 | 0,15 | 3 | 0,3 | 3 | 0,30 | 1,60 | 2,40 | 0,43 | 3 | 0,06 | 2,7 |

E. Propuesta de Adjudicación

Aplicados en su totalidad los criterios de evaluación definidos en las Bases Administrativas y Técnicas de la Licitación Pública, aprobadas por Resolución Exenta N° 121, de 26 de mayo de 2020, y realizada la evaluación de las propuestas recibidas, con las ponderaciones obtenidas en cada criterio de evaluación, la Comisión Evaluadora propone adjudicar al proveedor **STATCOM DATAVOZ SPA; R.U.T: 78.574.400-4**, que obtiene nota 2,7, por el valor de **\$25.964.000** (veinticinco millones novecientos sesenta y cuatro mil pesos) exento de impuesto, dado que ha obtenido el mayor puntaje, y su oferta técnica y económica cumple con los requerimientos exigidos en las Bases Administrativas y Técnicas de Licitación, en lo que se refiere a los productos y servicios que contempla este proceso; por lo tanto, satisface los requerimientos e intereses para el cumplimiento de los objetivos del Consejo Para La Transparencia.

F. Firma del Acta de Evaluación

Los funcionarios que suscriben el presente documento declaran expresamente que no tienen conflicto de interés con los actuales o potenciales oferentes en el proceso licitatorio, de acuerdo con el artículo 37 del Reglamento de la Ley N° 19.886, ni les asisten los deberes de abstención contemplados en el artículo 12 de la Ley N° 19.880. Asimismo, que no han aceptado donativos de terceros, cualquiera sea su monto, mientras han formado parte del proceso de compra, asumiendo el compromiso de confidencialidad durante el proceso de evaluación.

| Integrantes Comisión Evaluadora | |
|--|--|
| Daniela Moreno Tacchi Directora de Estudios. | Carolina Garrido Coordinadora de Estudios e Investigación |
| Miguel Yaksic Beckdorf Director de Promoción, Formación y Vinculación | Claudio Zanetti Analista Financiero Contable |

Nota: Dado la contingencia sanitaria que afecta el país a causa de la pandemia COVID-19, el presente documentos cuenta con firma electrónica simple, implementada en el sistema de gestión documental de nuestra Institución, adicionalmente el documento ha sido validado por todos los integrantes de la comisión a vía de correo electrónico.