

INVESTIGACIÓN SOCIAL PERSONAS MAYORES

19 de septiembre de 2022



Isdefe

índice

- La investigación
- Objetivos
- Propuesta de trabajo
- Entregables y recomendaciones estratégicas
- IMOP Insights, más que proveedores
- Tus interlocutores
- Propuestas económica y calendario



La investigación

La finalidad del estudio es elaborar un diagnóstico preciso y accionable sobre las necesidades de las personas mayores para acceder a los servicios y trámites administrativos que les presta la AGE y las principales barreras que encuentran en este proceso y sus causas, de cara a obtener insights significativos para que la elaboración del plan integral de la DGGP.

Agradecemos a ISDEFE su invitación a concursar en el presente proyecto. En las siguientes páginas se recoge nuestra propuesta que incorpora el diseño metodológico, los entregables y el presupuesto.

IMOP Insights pone a disposición de este estudio sus recursos humanos y materiales y se compromete a cumplir con el deber de secreto y confidencialidad sobre los datos o informaciones de los que tenga conocimiento durante la ejecución del contrato.

IMOP Insights declara que tiene la capacidad suficiente para responder con calidad y rigor a los plazos y distribuciones indicados por el cliente, sin necesidad de recurrir a recursos técnicos o humanos distintos a los que ya cuenta la empresa.

IMOP Insights favorecerá en todo momento la supervisión de la evolución y situación de cualquiera de los distintos procesos que conlleva la ejecución del estudio.

Para cualquier aclaración o complemento de la información contactar con Isabel Peleteiro (679139979) ipeleteiro@imop.es.

Objetivos

- El estudio debe:
 - Determinar las necesidades de las personas mayores de 65 años en relación con el acceso a la información y la realización de trámites administrativos de la Administración General del Estado.
 - Identificar los obstáculos que encuentran las personas mayores en sus relaciones con la Administración y sus causas.
 - Validar si las actividades propuestas en el plan permiten satisfacer esas necesidades y proponer, en su caso, nuevas líneas de trabajo que permitan dar satisfacción a esas necesidades.
 - Las acciones que se pueden implantar para facilitar el acceso a la información y a la realización de trámites administrativos.



Propuesta de trabajo

Kick off

Sesión de trabajo ISDEFE + IMOP Insights.

Levantar información

Con la complementariedad de la información cualitativa y cuantitativa se logra una visión global.

Análisis y puesta en común

Análisis conjunto de los insights cualitativos y la medición cuantitativa.

Informe diagnóstico

Información accionable para la elaboración del Plan integral por parte de la DGPP.



ESTUDIO DE GABINETE

Fuentes documentales y estadísticas sobre el colectivo mayor de 65 años **orientadas a diseñar el cuestionario adecuadamente y contextualizar la investigación.**



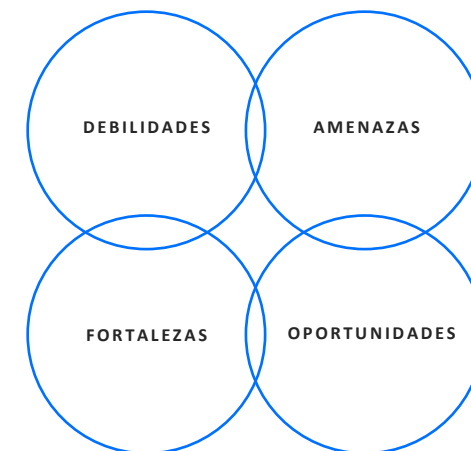
CUALITATIVO

Obtención de insights relevantes a partir tanto de la mirada del sector más avanzado del colectivo en estudio como desde la perspectiva de quienes les atienden y ayudan en la actualidad a resolver los problemas que tienen.



Encuesta telefónica personas de 65 a 80 años

- Control de cuotas de edad (2 cortes), género (2 cortes) y tamaño de municipio (5 cortes).
- Y se contemplará en el análisis, además de las citadas, como variables independientes: usuarios o no de oficinas digitalizadas, nivel de educación.





Estudio de gabinete

- Se realizará un estudio de las fuentes documentales y estadísticas sobre la situación del colectivo de personas mayores. Como mínimo de analizarán las siguientes fuentes:
 - “Barómetro Mayores UDP” (Unión Democrática de Pensionistas y Jubilados de España).
 - Diagnóstico de la brecha digital en personas mayores de 70 años, del Observatorio de la Realidad Social de la Comunidad Foral de Navarra.
 - Encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de información y comunicación en los hogares del Instituto Nacional de Estadística (INE).
 - El perfil sociodemográfico de los internautas, del Observatorio Nacional de Tecnologías y Sociedad (ONSTSI).
 - Estudio sobre Digitalización de la Administración, del Observatorio Nacional de Tecnologías y Sociedad (ONSTSI).
 - Estudio sobre usos y actitudes de consumo y contenidos digitales en España 2021 (ONSTSI).
 - Informe sobre la brecha digital de Andalucía, del Centro de Estudios Andaluces.
- **Esta fase de investigación nos dotará del contexto adecuado para diseñar el cuestionario y los guiones de los grupos.**

Fase cuantitativa

Ficha técnica



Universo

Personas de Península, Baleares y Canarias de 18 y más años.



Técnica de entrevista

CATI a través de teléfono fijo (65%) y de teléfono móvil (35%).



Cuestionario

Elaborado a partir del análisis documental, con una duración máxima de 10 minutos. Todas las entrevistas se graban para facilitar su escucha posterior.



Tamaño muestral

700 entrevistas.



Margen de error de muestreo

$\pm 3,8$ puntos porcentuales para el conjunto de la muestra en el supuesto de $P=Q=50\%$ y un nivel de confianza del 95%.



Diseño muestral

Teléfono fijo:

1ª Etapa: selección aleatoria de municipios con probabilidad equivalente a su tamaño de hábitat.

2ª Etapa: selección aleatoria del hogar a partir de una base de datos de teléfonos generados de forma aleatoria.

3ª Etapa: selección del individuo por cuotas de sexo y edad con rellamada.

Teléfono móvil:

Muestreo aleatorio simple a partir de una base de datos de teléfonos móviles generada de forma aleatoria.

Tendrá lugar una vez terminada la fase documental y el grupo de discusión con mayores que nos permitirá verificar que recogemos toda la temática de interés. Posponiendo los otros dos grupos para que, identificadas las barreras y las necesidades de nuestro colectivo objeto de estudio, podamos ver, primero si las percepciones de unos y otros son coincidentes, y cómo creen los “expertos” que se pueden enmendar estas barreras y dificultades y qué acciones se consideran relevantes para facilitar la relación de la tercera edad con la administración.

Fase cualitativa

La fase cualitativa consistirá en la realización de 3 grupos de discusión, bajo modalidad online y se podrán hacer a través de nuestros propios medios o del espacio previsto por La Dirección General de Gobernanza Pública (www.HazLab.es).

GRUPO 1

Asociaciones de personas mayores.

Imop Insights deberá llevar a cabo la captación del grupo, la moderación y la elaboración de un primer informe analítico.

La Dirección General de Gobernanza Pública proporcionará un listado con potenciales participantes (asociaciones de mayores identificadas).

GRUPO 2

Empleadas y empleados públicos de las oficinas de atención al ciudadano.

Imop Insights llevará a cabo la captación del grupo, la moderación y la elaboración de un primer informe analítico

La Dirección General de Gobernanza Pública proporcionará un listado con potenciales participantes (empleadas y empleados públicos de las oficinas de atención al ciudadano)

GRUPO 3

Personas de 65 a 80 años.

Imop Insights se encargará de la captación del grupo, la moderación y la elaboración de un primer informe

Entregables y recomendaciones estratégicas

Al término de la investigación se entregarán en soporte digital:



Informe analítico conjunto de la fase cuantitativa y cualitativa en formato PowerPoint.

Fichero de datos desagregado y tablas estadísticas.



Diagnóstico de las necesidades y barreras de las personas mayores en el acceso a los servicios y trámites que presta la Administración General del Estado.



Recomendaciones sobre posibles líneas de actuación para facilitar el acceso de los mayores a los servicios y tramites que presta.

IMOP. Más que un proveedor

IMOP Insights es un instituto social y de mercado con más de treinta años de experiencia.

Ofrecemos insights de valor, aportamos conocimiento y comprensión en un entorno que cada vez cambia a mayor velocidad. Analizamos el contexto para dar la mejor respuesta a cada por qué.

Conocer para poder intervenir. Nuestro análisis genera conocimiento útil para motivar, diseñar acciones, servicios o productos acordes a las necesidades y experiencias de los consumidores y usuarios.

Estamos orgullosos de nuestro trabajo, por eso queremos que nos vean trabajar. Nuestros clientes tienen acceso a todo el proceso de trabajo, pueden realizar si lo desean seguimiento en tiempo real, presencial o remoto.

EXCELENCIA
METODOLÓGICA

VISIÓN
HOLÍSTICA

INFORMACIÓN
ACCIONABLE

EL MEJOR EQUIPO A
TU LADO



CODIM
Código de Conducta
Investigación
de Mercados



Tus interlocutores



Isabel Peleteiro
Psicóloga Social

Socia y Directora General

Más de 35 años de experiencia en investigación.

- Docente en distintos cursos de postgrado (UCM, UC3M, CIS, ESIC, Fundación Tripartita, AAM).
- Ponente en distintas conferencias y congresos.
- Miembro del comité de expertos de AEA.
- Autora de varias publicaciones y artículos.



Diego Herranz
Sociólogo

Director de la Unidad de análisis del comportamiento

Más de 15 años de experiencia en investigación.

- Especialista universitario en investigación social y de mercados. UCM.
- Licenciado en dirección de cine en la ECAM (Escuela de la Cinematografía y el Audiovisual de la CC.AA de Madrid).
- Profesor de la UNED y UCM
- Consultor de Medialab-Prado.
- Ponente en distintas conferencias y congresos.
- Autor de varias publicaciones.

Tus interlocutores



David Moreno
Sociólogo

Técnico Sénior

Más de 10 años de experiencia en investigación.

- Especialista en Praxis de la Sociología del Consumo e Investigación de Mercados (UCM, 2004-2005).
- Técnico de Calidad en Investigación Social (Ilustre Colegio Nacional de Doctores y Licenciados en CC. Políticas y Sociología, 2004-2005).



Ernesto Miñano
Estadístico

Técnico sénior

Más de 15 años de experiencia en investigación.

- Coautor de distintas publicaciones sobre medios de comunicación.

Cronograma



El informe final se entregará antes del 15 de enero de 2023.

	Sem. 1	Sem. 2	Sem. 3	Sem. 4	Sem. 5	Sem. 6	Sem. 7	Sem. 8	Sem. 9	Sem. 10	Sem. 11	Sem. 12	Sem. 13	Sem. 14
TAREAS														
Adjudicación, contrato y primera toma de contacto														
Revisión literatura sobre el tema														
Diseño cuestionario														
Trabajo de campo cuantitativo														
Trabajo de campo: realización grupos de discusión														
Análisis básico grupos de discusión														
Tabulación														
Reunión mitad proceso investigación: resultados de campo y previsión análisis														
Análisis de resultados														
Reunión presentación de análisis preliminares: IMOP Insights /ISDEFE														
Redacción informe y diagnóstico														
Entrega informe de resultados														

Condiciones generales

Las siguientes condiciones generales aplican siempre y cuando en este documento o en otra comunicación posterior no se haya especificado otra cosa.

Estudios cualitativos:

La selección de los entrevistados y participantes del estudio se realizará mediante un proceso de contactación conforme a las características del perfil buscado en el estudio y con una tarjeta regalo como incentivo. Para garantizar la pureza de los discursos y su carácter espontáneo, se controlará que ninguno de los participantes a las reuniones de grupo/entrevistas personales haya asistido en los últimos 6 meses, o 12 meses en estudios de temática similar al que corresponde el presente proyecto, a ningún tipo de dinámica mediante validación o datos de participación previa. En reuniones de grupo participarán 8 personas (grupo de discusión canónico) y el abordaje y la cobertura del conjunto de objetivos implica que las entrevistas/reuniones de grupo tengan una duración aproximada de una hora y media a dos horas, se conducirá con una guía de puntos disponible bajo petición para el cliente que no requiere su aprobación, se realizarán en salas de reuniones gestionadas por IMOP y serán grabadas y contarán con un sistema de visionado, siempre que sea legal u organizativamente posible. Para garantizar la calidad de los discursos, la representatividad de los mismos y la adecuación del perfil captado a los perfiles diseñados, IMOP procederá a la validación de los perfiles específicos en cada reunión de grupo/entrevista. En función de las particularidades intrínsecas de los grupos/entrevistas, por cuestiones relacionadas con el calendario (urgencia de la captación), así como por la propia necesidad de garantizar la integral fiabilidad y adecuación de los perfiles (comprobación de la correspondencia de los discursos producidos a los perfiles diseñados), la validación podrá realizarse, en su caso, antes de su realización, en el propio transcurso de los grupos o bien a la finalización de los mismos (o una combinación de los anteriores).

La entrega de las grabaciones está sujeta a la conformidad por parte del cliente de la siguiente cláusula: *El responsable de la información es IMOP INSIGHTS, S.A. y el cliente tiene acceso a los datos únicamente en cumplimiento del proceso de investigación contratado, por lo que se compromete a no usar las grabaciones para fines distintos a los indicados en el consentimiento aceptado por la persona entrevistada, comprometiéndose a no ceder la citada grabación ni siquiera a miembros de su compañía ajenos al proyecto. El cliente se compromete a deshacerse de las grabaciones una vez finalizado el estudio y emitida su conformidad con el mismo.* Así mismo durante la celebración de las dinámicas, tanto en directo como en streaming, el cliente no podrá realizar ninguna grabación, captura de pantalla o similar.

Aspectos generales:

Los importes están expresados en euros, no incluyen el IVA u otros impuestos aplicables.

La presente oferta tiene un plazo de validez de 6 meses, transcurrido el cual IMOP podrá revisar sus especificaciones, plazos o coste. Todos los procesos de investigación realizados por IMOP están sometidos a los estándares de calidad de las Normas ISO 9001 y UNE-ISO 20252 y al Código Internacional CCI/ESOMAR, por lo que IMOP y el cliente adoptarán las medidas necesarias para asegurar que la identidad de los entrevistados se protege. En cumplimiento de dichas normas IMOP podrá subcontratar alguna fase de la presente investigación, siempre sometida a los estrictos controles de calidad de IMOP. Si el cliente proporciona materiales o productos debe proporcionar asimismo instrucciones para su manipulación, almacenamiento y protección. El cliente deberá hacer frente a cualquier reclamación que se derive del uso, durante el desarrollo de la investigación, de los materiales que haya suministrado a IMOP. IMOP proporcionará una copia en soporte electrónico de los resultados del estudio y conservará los registros primarios del estudio durante un plazo mínimo de 1 año, y de 3 años para el resto de registros. El cliente tiene a su disposición y bajo petición toda la metodología del proyecto.

Protección de datos personales

Todos los procesos de investigación realizados por **IMOP Insights** están sometidos a los estándares de calidad de las Norma UNE-ISO 20252 e ISO 9001 y al Código Internacional CCI/ESOMAR.

Estamos adheridos al código de conducta CODIM, para el tratamiento de datos de carácter personal por organizaciones de investigación de mercados, social, de la opinión y del análisis de datos. El objeto de este código de conducta es proporcionar a las empresas que prestan servicios de investigación de mercados un marco a través del cual establecer estándares sobre aquellas actuaciones que comporten un tratamiento de datos de carácter personal. Determina asimismo un compromiso hacia la privacidad de los datos y el cumplimiento del RGPD.

IMOP Insights también se compromete a aplicar, como encargada del tratamiento, medidas de seguridad ajustada al RD 3/2010 del 8 de enero por el que se regula el Esquema Nacional de Seguridad en el ámbito de la administración electrónica en función de la valoración y categorización del riesgo asociado al tratamiento objeto de contrato, muy especialmente aquellas vinculadas a la protección de las comunicaciones a través de cortafuegos que separen la red interna de la exterior.

Los resultados producto del estudio que **IMOP Insights** realice para el cliente serán propiedad de este último. En consecuencia **IMOP Insights** no podrá divulgarlos ni hacer uso alguno de ellos. **IMOP Insights** se compromete a proteger, contra cualquier tipo de revelación no autorizada, la información proveniente del cliente.



Cláusulas de carácter social

IMOP Insights cumplirá en el presente proyecto de investigación, como no puede ser de otra manera, con las normas socio laborales españolas y de la Unión Europea o de la Organización Internacional del Trabajo.

IMOP Insights se compromete a utilizar en todos los elementos de comunicación un lenguaje inclusivo y no utilizar lenguaje sexista, fomentando valores de igualdad la presencia equilibrada, la diversidad y la corresponsabilidad.

La empresa se acogerá también a las normativas sobre seguridad en el ámbito laboral que sean la referencia en cada punto de encuestación.

La empresa se compromete a que las personas adscritas a la ejecución del contrato tienen formación e información en prevención.

La empresa justificará que los trabajadores han recibido los EPI.

La empresa garantiza que cuenta con una evaluación de riesgos y planificación de la actividad preventiva a aplicar durante la ejecución del contrato.

IMOP Insights acreditará mediante declaración responsable la afiliación y el alta en la Seguridad Social de las personas trabajadoras destinadas a la ejecución del contrato.

IMOP Insights, S.A. dispone de un Plan de Igualdad registrado en la Dirección General de Trabajo en virtud de lo dispuesto en el artículo 2.1.f) del Real Decreto 713/2010, de 28 de mayo, sobre registro y depósito de convenios y acuerdos colectivos de trabajo, y de conformidad con lo establecido en el artículo 46.5 de la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres.

Gracias

 **imop** insights

Madrid

Antracita 7, 4ª planta, 28045
tel.: 91 457 00 22
fax: 91 468 23 63

Barcelona

Ronda St. Pere, 13 – 4º 1ª, 08010
tel.: 93 500 66 50
fax: 93 500 66 59

imop@imop.es

imop.es



INNOVATE
MEASURE
OPTIMIZE
PURPOSE