

**PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN SERVICIO DE
INVESTIGACIÓN DE MERCADO DE
EXPOSITORES Y VISITANTES DE IFEMA**

EXP.- 19/073 –2000014588

COMISIÓN DE COMPRAS Y CONTRATACIÓN
Madrid, marzo de 2019

1. OBJETO DEL SERVICIO.-

El objeto de este contrato corresponde a la necesidad que IFEMA tiene de conocer, identificar, medir y valorar diferentes aspectos relacionados con sus clientes a través de la realización de diferentes **Investigaciones de Mercado**

Las encuestas se realizarán a visitantes, expositores y demás empresas colaboradoras de IFEMA además de clientes que soliciten el servicio (por ejemplo, clientes que realicen Jornadas en las instalaciones de IFEMA y deseen realizar una encuesta a los participantes)

2. ALCANCE DEL SERVICIO.

La empresa adjudicataria realizará la gestión integral del servicio: diseño, ejecución y análisis de un programa de encuestas que sirva de fuente de feedback de clientes actuales y potenciales

Objetivos:

Los objetivos que IFEMA persigue con el programa de encuestas de cara a obtener el feedback del cliente/ potencial cliente son:

- Determinar el grado de cumplimiento de expectativas de los expositores participantes en nuestras ferias.
- Concretar esas expectativas, de forma cualificada.
- Determinar el grado de cumplimiento de expectativas de los visitantes asistentes a nuestras ferias.
- Conocer esas expectativas, de forma cualificada.
- Medir la valoración de expositores y visitantes sobre nuestras instalaciones, servicios etc.
- Conocer su valoración sobre la experiencia con Ifema en las diferentes partes del proceso.
- Establecer las razones de abandono de nuestros clientes (expositores y visitantes).
- Tener una valoración de nuestros clientes comparativa con nuestra competencia.
- Conocer las áreas de mejora necesarias, tanto a nivel global como de ferias en concreto.
- Adquirir información para cualificar la relevancia de las diferentes áreas de mejora.
- De forma general, percepción de las ferias profesionales como herramienta de marketing, comunicación y venta. Evolución de la valoración y peso sobre otras opciones.

Sujetos de la muestra:

En función de lo anterior, se establecen diferentes grupos de atención:

- *Expositores*: empresas participantes de forma directa en una feria que establecen una relación contractual con Ifema, alquilando espacio y diferentes servicios, en base a unas expectativas de desarrollo de su negocio.
- *Visitantes profesionales*: colectivo que asiste a la feria con el objetivo de establecer relaciones comerciales o informarse sobre el sector. Su relación con Ifema se inicia en la recepción de información y la acreditación o adquisición de entradas..
- *Visitantes público*: un perfil mucho más genérico que acude a ferias o eventos de público, con objetivos de ocio o de compra directa.
- *Expositores no recurrentes*: empresas expositoras que han acudido a alguna edición de un certamen pero no mantienen su continuidad en siguientes convocatorias.
- *Visitantes no recurrentes*: visitantes que han acudido a alguna edición de la feria pero no han repetido su visita en las siguientes ediciones.
- *Visitantes preinscritos no asistentes*: visitantes que realizan la preinscripción on line para registrarse en una feria como profesionales y que finalmente no acuden a la misma.
- *Potenciales expositores*: empresas de un sector determinado que no exponen en una feria profesional de su área. Especialmente relevante en el caso de empresas líderes.
- *Potenciales visitantes*: aplica en el caso de visitantes profesionales y se refiere a aquellos agentes de demanda de un sector determinado que no acuden a la feria que congrega a ese sector. Relevante en niveles de capacidad de decisión de compra.

Tamaño de cada muestra (feria).

El total de encuestadores precisos para cada feria deberá ser aquel que permita obtener el número de encuestas que ofrezcan el margen de error y nivel de confianza solicitados, alcanzando una muestra representativa de visitantes/expositores de todos los pabellones de ocupación y durante todos los días de celebración de cada una de las ferias a investigar. Se definirá el intervalo mínimo en función el número de visitantes/ expositores de la edición anterior de la misma feria. De no cumplirse los mínimos, IFEMA podrá penalizar al adjudicatario con un descuento del 100% de la factura.

NOTA: las encuestas de visitantes y las encuestas de expositores son independientes tanto en el cálculo de la muestra como en el resto de decisiones.

El tamaño de cada muestra se decidirá conforme los niveles siguientes:

- nivel de confianza mínimo del 95%
- margen de error no superior al 5%.

El número total de cuestionarios según lo indicado anteriormente deberá ser aprobado por IFEMA. Se podrá solicitar ampliar el espectro de muestra a solicitud de la Feria previa aceptación del presupuesto según las condiciones económicas aceptadas en el Pliego.

Cabe destacar que hay diferentes tipos de ferias, hay unas que se realizan todos los años y otras que se realizan cada dos años de manera alterna entre años pares e impares. La programación de las ferias para el año 2019 y el estimado para 2020 es el siguiente:

	2019	2020
Ferias/congresos	48	55

Tipo de encuestas:

IFEMA, junto con el Adjudicatario, definirá un modelo de cuestionario tipo (desde ahora Cuestionario Principal) que contendrá 10 preguntas fijas y 4 variables para TODAS las Ferias. El cuestionario se diseñará en castellano y en inglés.

Además de este modelo, IFEMA podrá elaborar otros cuestionarios puntuales y que complementarán al cuestionario principal o para clientes que soliciten el servicio. El coste de su diseño corre a cargo del Adjudicatario.

Cada Proyecto de Evaluación tendrá las siguientes modalidades, siendo IFEMA quien decida en la fase de definición de la estrategia qué modalidad utilizar en cada proyecto:

- Presencial.
- Correo electrónico.
- Telefónica.
- Encuesta online que pueda integrarse en las webs de la feria.

Equipo:

El Adjudicatario deberá tener un equipo formado por:

- **Director del Proyecto:** Deberá ser un profesional con licenciatura o grado en el área titulación universitaria en sociología, estadística, matemáticas, economía o similar, y experiencia en la dirección de al menos 5 proyectos de encuestas del mercado de trabajo y/o satisfacción con la calidad de los servicios. Asimismo tendrá experiencia mínima de 5 años en la dirección de equipos de trabajo y como investigador social. Dirigirá y coordinará todas las operaciones de recogida de datos, teniendo a su cargo encuestadores, analista funcional y/o responsables informáticos
- **Analista Funcional:** Realizará el estudio del cuestionario a adaptar al software, la adaptación del censo a encuestar y la explotación de datos estadísticos y resolución de incidencias. Tendrá experiencia mínima de al menos 5 años como analista informático o estadístico y en la explotación de datos estadísticos. Titulado universitario en informática o estadística
- **Encuestadores:** serán los encargados de llevar a cabo la entrevista aplicando el cuestionario. Tendrán, al menos, formación secundaria y mínimo un año de experiencia en la realización de encuestas. Todo el personal que preste el servicio en IFEMA deberá estar perfectamente uniformado e identificado con el nombre de la empresa adjudicataria, además de la identificación que IFEMA proporcione

- Recursos técnicos y materiales dedicados a los trabajos. La empresa adjudicataria deberá aportar al menos los siguientes medios técnicos y materiales: Equipamiento informático adecuado a la introducción con validación de datos de forma usable y segura por parte de los grabadores. Tecnología suficiente que garantice la correcta comunicación y transmisión de información a los encuestadores y empresas encuestadas, así como el cumplimiento de los trabajos y actividades previstas en el presente pliego.

Se solicitará al Adjudicatario una **Declaración Responsable** firmada por persona con poder bastante que garantice un **nivel alto del idioma inglés del 60 % de los encuestadores** de campo, equivalente al nivel B2 de la Asociación de Examinadores de idiomas de Europa.

3. CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO.

Etapas del servicio:

1. Definición, investigación y cronograma:

IFEMA se pondrá en contacto con el Adjudicatario para encargarle una nueva encuesta (visitantes o expositores) indicando si el cuestionario a usar para la encuesta es el Principal o se debe de realizar uno nuevo. En este segundo caso, IFEMA deberá enviar la información necesaria al Adjudicatario para la elaboración del mismo.

En caso de elegir Cuestionario Principal, se deberán de definir las 4 preguntas variables que complementan las 10 obligatorias.

Todas las encuestas deberán incluir una valoración global basada en la metodología NPS (Net Promoter Score).

Además de lo anterior, se definirá un cronograma con los hitos del proceso y las fechas clave del mismo.

2. Definición de la estrategia:

IFEMA deberá decidir la estrategia de modalidad a utilizar (presencial, email, telefónica, online), aunque puede pedir asesoramiento al Adjudicatario. Asimismo, se deberá indicar el idioma/s para el cuestionario. La traducción del cuestionario será a cargo de adjudicatario.

Asimismo, IFEMA deberá enviar los datos de participación de la edición anterior de la feria para el cálculo numérico de la muestra. El adjudicatario deberá informar a IFEMA de dicho tramo para su validación.

La metodología podrá combinar varias tipologías: encuestas auto-cumplimentadas en papel durante la feria, con las encuestas realizadas una vez finalizada la misma, mediante

cuestionarios electrónicos. A fin de evitar duplicidad de respuestas en la medida de lo posible, se indicará expresamente en todos los cuestionarios la doble metodología, quedando a criterio del expositor la elección de aquella que más se ajuste a su comodidad.

IFEMA proporcionará en soporte informático a la empresa adjudicataria los datos mínimos de referencia de las personas/empresas/clientes seleccionadas para ser entrevistadas.

La encuesta telefónica será un recurso adicional cuando habiendo combinado las encuestas presenciales y las encuestas por correo electrónico, no se hubiera conseguido el mínimo de la muestra para la realización del Informe.

3. Plan de aplicación del cuestionario

Las encuestas habrán de realizarse durante las ferias/congresos/etc. de forma proporcional durante todos los días de celebración de la feria. A modo informativo, las ferias tienen una duración aproximada de 4 días, mientras los congresos tienen duraciones variadas.

- ENCUESTAS A EXPOSITORES –

La impresión de las copias de los cuestionarios, preferentemente en formato DIN A-3, a doble cara y plegado, será también a cargo de la empresa adjudicataria, pudiendo ser copias en blanco y negro.

En las encuestas a expositores, el Adjudicatario se encargará de repartir y recopilar posteriormente las encuestas en papel salvo indicación previa de IFEMA.

Para las encuestas electrónicas, el adjudicatario enviará por correo electrónico a los expositores de cada feria el enlace que dará acceso a la encuesta. Estos envíos se harán el lunes o primer día laborable inmediatamente posterior a la finalización de cada feria, y a la totalidad de los expositores de cada feria de los que se disponga de dirección de correo electrónico. Se deberá realizar un máximo de dos recordatorios a aquellas empresas que no hayan contestado al cuestionario en papel ni al cuestionario on-line en los plazos establecidos para cada feria. No se harán reclamaciones a aquellas empresas que hayan contestado al cuestionario en papel.

Una vez contestado el cuestionario, se deberá enviar un e-mail de **agradecimiento por su colaboración**

El sistema deberá admitir un único cuestionario contestado por empresa expositora.

- ENCUESTAS A VISITANTES –

Las encuestas deberán realizarse repartidas de forma proporcional durante todos los días de celebración de la feria, si bien en menor proporción durante los fines de semana para aquellas ferias profesionales cuya celebración coincida también con sábados y domingos, alcanzando una muestra representativa de visitantes de todos los pabellones de ocupación de cada una de las ferias.

Cada encuestador dispondrá preferentemente de un terminal electrónico, que invite al visitante a participar en la encuesta, y que a su vez facilite la recogida de datos. Estos terminales o medios técnicos deberán ser aportados por el adjudicatario y disponer de autonomía para realizar las encuestas. No se contempla la recarga de terminales por parte de IFEMA.

- ENCUESTAS ON-LINE-

Las encuestas online deberán aparecer en la web de la Feria con 48h de antelación de la celebración de la misma. El Adjudicatario enviará a IFEMA el formato de cuestionario para su inclusión en la web, y recibirá y analizará los datos junto con el resto de modalidades de cuestionario (presencial, vía email o telefónico) salvo que IFEMA indique previamente lo contrario.

IFEMA deberá tener acceso, en cualquier momento, al estado del procesamiento de las respuestas de los cuestionarios electrónicos de los expositores, pudiendo conocer la evolución diaria del cuestionario online: tanto el número de contestaciones recibidas, como el nivel de respuestas a cada pregunta planteada. Asimismo, IFEMA deberá poder verificar, en su caso, el estado de los localizadores emitidos.

4. Análisis de la Información:

Todas las encuestas deberán de ir acompañadas de un *informe final* que analice los datos recogidos y extraiga conclusiones de los mismos. Se realizará un informe separado para visitantes y otro para expositores, si bien se deberá entregar un Informe Ejecutivo con el análisis **cruzado del cumplimiento de objetivos de Expositores con el cumplimiento de objetivos de Visitantes**.

Todos estos estudios deberán de incorporar:

- Objetivo del mismo.
- Espectro.
- Porcentaje de respuesta y margen de error.
- Análisis de resultados.
- Conclusiones.
- Aspectos de mejora

El plazo **máximo** de recepción del borrador del informe de feria de Expositores para encuestas electrónicas **será de tres semanas**, a contar desde el último día de celebración del certamen. Se procederá a revisar los borradores de los informes, pudiendo IFEMA solicitar posibles cambios en su presentación o cruces adicionales de información. Una vez aprobados, se entregarán los informes definitivos a la mayor brevedad, y siempre antes de una semana.

El Adjudicatario deberá entregar los cuestionarios originales a IFEMA bien escaneados en caso de las encuestas presenciales, bien en un Excel en caso de las encuestas online.

4. DOCUMENTACIÓN TÉCNICA A APORTAR POR EL OFERTANTE.-

El ofertante incorporará en el sobre/archivo electrónico nº 2 - Documentación Técnica la documentación técnica que a continuación se relaciona, y cualquier otra documentación relevante, con objeto de una adecuada valoración de su oferta.

- ✓ Detalle de todas las fases del plan de trabajo, indicando el número de profesionales implicado en cada una de ellas.
- ✓ Perfil profesional de los trabajadores (nivel de estudios y experiencia). Organigrama de los recursos humanos propuestos. Ojo, ten en cuenta qué se valorará con esto! Se pide un equipo de dos personas ya con una cualificación, tampoco se indica que sea mínimo y se piden encuestadores. ¿Se valoran a los encuestadores?
- ✓ Descripción detallada de los criterios y metodología a emplear en el control de calidad de los trabajos mediante controles intermedios a aplicar durante el desarrollo del proyecto, definiendo desde los requisitos de calidad, con indicadores, actividades de control de calidad, productos a revisar, detección de defectos y seguimiento de los mismos.
- ✓ Plan de análisis en el que se señalan el tipo de medidas estadísticas y criterios de tabulación a emplear en el informe final. Propuesta de estructura de informe final.
- ✓ Medios tecnológicos propuestos.
- ✓ Enlace a un cuestionario tipo. Se valorará la sencillez del cuestionario a la hora de cumplimentarlo, el texto introductorio y la rapidez de la propia web para registrar las respuestas.

Esta documentación se considerará imprescindible para poder evaluar la oferta.

5. RESPONSABLE DEL SERVICIO.-

El adjudicatario designará a una persona, que actuará ante IFEMA como responsable e interlocutor válido, para cualquier cuestión relacionada con los servicios encomendados.

6. PERSONA DE CONTACTO.-

- Para cualquier aclaración relacionada con cuestiones económico-administrativas, deben dirigirse a Anaís Escudero, de la Dirección de Compras y Logística de IFEMA, teléfono: 91.722.57.33, correo electrónico anais.escudero@ifema.es