

**SERVICIO DE CONSULTORÍA DE INVESTIGACION DE MERCADOS PARA LA REALIZACION DE ESTUDIOS CUALITATIVOS Y CUANTITATIVOS SOBRE EL COMPORTAMIENTO DE CONSUMO A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL JUNTO CON LA EVALUACION DEL EVENTO PARA FORMULA 1 TAG HEUER GRAN PREMIO DE ESPAÑA 2026**

**EXP.: 25/071 - 2000027429**

**- RESPUESTAS A CONSULTAS .-**

**CONSULTAS REALIZADAS**

Les informamos de las consultas realizadas por las empresas interesadas y de las respuestas facilitadas por IFEMA MADRID, relacionadas con el expediente de referencia:

- 1. ¿Podrían aclararnos el número de encuestas a realizar en cada uno de los países y la muestra correspondiente para cada una? Por otro lado, no nos queda claro si es necesario realizar grupos en todos los países indicados y, en ese caso, cuántos grupos serían.**

Para el análisis cuantitativo la muestra debe ser de al menos 1.000 participantes por mercado solicitado. Para cada mercado ya se han identificado los países con mayor interés en el GP F1.

Se estima realizar dos estudios cualitativos bajo el formato de focus group a nivel nacional/local.

- 2. No nos queda claro si es necesario realizar grupos en todos los países indicados y, en ese caso, cuántos grupos serían.**

Se estima realizar dos estudios cualitativos bajo el formato de focus group a nivel nacional/local.

- 3. En el pliego de prescripciones técnicas se especifica que los mercados objetivos son 3: -Europa (España, Reino Unido, Italia, Alemania, Portugal, Francia entre otros), -LATAM (México, Brasil, Argentina) -EE.UU. y debe aplicarse sobre una muestra representativa mínima de 1.000 participantes por país. Entendemos que entonces es n=6000 en Europa, n=3000 LATAM y n=1000 en EE.UU Pero si atendemos al desglose de la propuesta económica indica 1 encuesta en Europa, 1 en Latam y 1 en USA ¿Cuál sería la muestra total a considerar?**

Para el análisis cuantitativo la muestra debe ser de al menos 1.000 participantes por mercado solicitado. Para cada mercado ya se han identificado los países con mayor interés en el GP F1.

La dirección de F1 indicará a qué países de cada mercado se dirigirá la muestra, con independencia del número de países seleccionados por mercado, la suma total será de 1000 participantes.

4. Sobre la tipología “Encuesta de satisfacción”, en el Cuadro de características, se indica en la columna de “Núm de encuestas estimadas”, que se solicita-estima la realización de 4 encuestas. Por su parte, en el pliego de condiciones técnicas (página 4), -Apartado 3. Desarrollo del servicio, punto Evaluación en el Gran Premio de F1-, se describen 3 grupos diferentes: asistentes Fanzone, Asistente secondary Hospitality y ciudadanos de Madrid. De la puesta en relación de los dos documentos, nos surgen dudas sobre la 4ª encuesta a la que se hace referencia en el Cuadro de Características.

Según se indica en el apartado 4. METODOLOGÍA Y PLAN DE TRABAJO

- “Encuestas de satisfacción destinada para la fanzones, el hospitality y en ciudad durante la celebración del GP de España F1 se estima para el último trimestre de 2026 a nivel internacional.
- Análisis a nivel local tras la celebración del GP de España F1, así como analizar y medir el impacto social en la ciudad de Madrid local se estima para el último trimestre de 2026.”

**¿Se considera cuarta encuesta a la posibilidad de recoger información a través de QR?**

No, la cuarta encuesta es el: “Análisis a nivel local tras la celebración del GP de España F1, así como analizar y medir el impacto social en la ciudad de Madrid local se estima para el último trimestre de 2026.”

**¿a qué universo, grupo, se dirige la 4ª encuesta prevista, dentro de la tipología “Encuesta de satisfacción”?**

La cuarta encuesta es el: “Análisis a nivel local tras la celebración del GP de España F1, así como analizar y medir el impacto social en la ciudad de Madrid local se estima para el último trimestre de 2026.”

**Continuando con este apartado de “Encuestas de satisfacción”, de forma genérica, en la página 4 del PCT se dice que los requerimientos mínimos para cada una de las encuestas/muestras correspondientes a los 3 grupos es un margen de error no superior al 5% (5 puntos porcentuales) y nivel de confianza 95%. De forma aproximada, para cumplir el requerimiento de margen de error no superior al 5%, el número de entrevistas mínimo por encuesta sería de 400. Nos surge duda de cómo interpretar el último párrafo del apartado 3 del PCT: debiendo ser entregado en un periodo máximo de dos semanas tras la finalización del estudio: “ Tras la celebración del GP ESPAÑA, el adjudicatario debe realizar un estudio y análisis detallado de la satisfacción a los asistentes al GP F1, [...]. La empresa adjudicataria debe establecer la metodología más apropiada para la recolección de datos para poder realizar un informe sólido y concluyente. Para dicha encuesta la muestra debe ser de al menos 1.000 participantes”.**

**¿Nos podrían aclarar a que encuesta se refiere este mínimo de 1000 participantes?,**

Para el análisis cuantitativo la muestra debe ser de al menos 1.000 participantes por mercado solicitado. Para cada mercado ya se han identificado los países con mayor interés en el GP F1, con independencia del número de países seleccionados por mercado, la suma total será de 1000 participantes.

**¿se refiere al conjunto-total de entrevistas que deben realizarse a los distintos grupos?**

Para cada mercado ya se han identificado los países con mayor interés en el GP F1, con independencia del número de países seleccionados por mercado, la suma total será de 1000 participantes.

- 5. En el Cuadro de Características, en el punto 3, en el cuadro resumen se señala que para cada mercado de interés (Europa, Latam y US) se solicita la realización de una encuesta. La aclaración se refiere al tamaño muestral las encuestas correspondientes a los mercados de Europa y Latam, al surgirnos una duda al leer el pliego de condiciones técnicas. En el pliego de condiciones técnicas en el apartado 2. Alcance del servicio, al hablar del estudio cuantitativo, se dice, tras haber descrito los 3 mercados objetivos, se dice expresamente “El estudio cuantitativo: El estudio cuantitativo debe aplicarse sobre una muestra representativa mínima de 1.000 participantes por país.” Mientras que en este punto se habla de 1000 participantes por país, en el apartado 3. Desarrollo del servicio, en su punto “Análisis del comportamiento e intereses”, (página 3), se señala de forma expresa: “Para el análisis cuantitativo la muestra debe ser de al menos 1.000 participantes por mercado solicitado”, es decir, se determina el tamaño muestral a nivel de mercado, no de país. Por otros comentarios recogidos tanto en el pliego de condiciones técnicas, como en el Cuadro de Características, interpretamos que el mínimo de 1.000 encuestas es a nivel de mercado (Europa o Latam) y no de país**

**¿es correcta esta interpretación?**

Para cada mercado ya se han identificado los países con mayor interés en el GP F1, con independencia del número de países seleccionados por mercado, la suma total será de 1000 participantes.

**Por otra parte, dentro de este apartado de Análisis del comportamiento, en la página 3 del pliego de condiciones técnicas, se recoge: “El objetivo es poder analizar los intereses de los clientes que ya han adquirido su entrada, así como para hacer seguimiento del producto, así como detectar posibles aspectos de interés para ir reconduciendo las estrategias de comercialización, marketing, etc.” A partir de la lectura de este párrafo, nos surgen algunas dudas:**

**¿en cada mercado la encuesta se dirige a individuos que ya han comprado la entrada para el Gran Premio F1 Madrid?**

Si

**En caso afirmativo, ¿se facilitará al adjudicatario el correo electrónico del comprador/a?**

La dirección de F1 facilitará la información necesaria a adjudicatario.

**EL PRESENTE DOCUMENTO PASA A FORMAR PARTE INTEGRANTE DEL PLIEGO DE BASES, QUEDANDO AFECTOS EN LOS TÉRMINOS PREVISTOS EN EL CITADO PLIEGO.**