extenda

AGENCIA ANDALUZA DE PROMOCIÓN EXTERIOR

Andalucía se mueve con Europa

INFORME DE EVALUACIÓN TÉCNICA

Nº DE EXPEDIENTE: 2018-0122

JUNTA DE ANDALUCIA

CONSEJERÍA DE CONOCIMIENTO, INVESTIGACIÓN Y UNIVERSIDAD

Unión Europea

Fondo Europeo de Desarrollo Regional

1.- INTRODUCCIÓN

El presente documento corresponde a los resultados obtenidos del análisis técnico de evaluación de las ofertas presentadas al concurso promovido para la contratación del servicio de Información, Asistencia técnica y Mantenimiento del portal para el CLUB MULTILATERAL 2019.

Se trata de tres lotes independientes, para los que se han recibido ofertas de diferentes empresas. Concretamente:

Lote 1. Sistemas de Inteligencia de Mercado

1. Albizu, Vidal Uría y Asociados SL, con Implantaciones Exteriores, SL
2. Assortis- IBF International Consulting

Lote 2. Asistencia técnica especializada

1. Ecosolve, S.L
2. Forwit Soluciones y Estrategias, S.L.
3. Scadi Global Consulting Enterprise, S.L.
4. Track Global Solutions, S.L

Lote 3 Mantenimiento del portal del Club Multilateral.

1.INNN 360, S.L
2. Orden Digital, S.L.

Este Informe ha sido preparado, tras el análisis detallado y en profundidad de las ofertas presentadas, por la jefe de Departamento de Servicios, Reyes Gavilán Begines.

2.- METODOLOGÍA ADOPTADA

Para el análisis y evaluación de las ofertas presentadas por las empresas concurrentes se ha seguido la siguiente metodología:

- Recepción y comprobación de las ofertas presentadas.
- Lectura personal de las mismas
- Puntuación de cada una de las propuestas en cada uno de los criterios de valoración establecidos en el Pliego de Condiciones Particulares para el análisis de las ofertas presentadas, con la ponderación asignada a cada uno de ellos.

3.- ANÁLISIS Y EVALUACIÓN DE LAS OFERTAS PRESENTADAS

El primer análisis de las ofertas presentadas parte de la lectura personal del Pliego de Prescripciones Técnicas y del Pliego de Condiciones Particulares que ha servido de base al Concurso y de las propuestas remitidas por las empresas concurrentes.

Posteriormente se procede al Informe de las propuestas presentadas, que incluirá todos los aspectos técnicos que sean necesarios para la valoración de la oferta.

Una vez analizadas individualmente las propuestas presentadas, se procede a la puntuación de las mismas teniendo en cuenta los Criterios de Adjudicación establecidos en la Anexo IX del Pliego de Cláusulas Particulares y las ponderaciones asignadas a cada uno de ellos. El Criterio de Adjudicación utilizado será:

CRITERIOS DE VALORACIÓN MEDIANTE JUICIO DE VALOR (50%)	PONDERACIÓN
❑ **Lote 1 Sistema de inteligencia de mercado**	
❑ Profundidad de los registros de empresas	De 0 a 30 puntos
❑ Motor de búsqueda	De 0 a 10 puntos
❑ Número de perfiles posibles para cada usuario	De 0 a 10 puntos
❑ **Lote 2 Asistencia técnica especializada**	
❑ Metodología para la definición del documento de ruta	De 0 a 10 puntos
❑ Cronograma inicial propuesto y logística propuesta para su ejecución	De 0 a 10 puntos
❑ Caso práctico propuesto	De 0 a 30 puntos
❑ **Lote 3 Mantenimiento del portal del Club Multilateral**	
❑ Caso práctico sobre prestación de los cinco servicios para una empresa internacionalizada	De 0 a 25 puntos
❑ Metodología propuesta para cada uno de los cinco servicios	De 0 a 25 puntos

Las características específicas que motivan la puntuación de cada una de las empresas concurrentes en el Criterio de Adjudicación mencionado son las que se recogen en las siguientes Fichas de Evaluación.

No obstante, cualquier mención a medios humanos y materiales es debida a la descripción de la oferta de los licitadores y no se tendrán en cuenta en la valoración.

3.1 LOTE 1 SISTEMA DE INTELIGENCIA DE MERCADO

Lote 1. Empresa 1- AVU-IMPLANTACIONES EXTERIORES

1) CRITERIO 1: Profundidad de los registros de empresas.....(de 0 a 30 puntos).

La fuente principal mencionada es Development Aid. Se menciona que dispone de referencias de más de 101.000 organizaciones, así como informaciones sobre adjudicaciones, fases y estado de los procesos licitatorios. Se trata de una fuente de información de pago, pero no se menciona como se va a acceder a dicha fuente para poder obtener la información, para tratarla con su motor de búsqueda y difundirla a los miembros del CLUB

Tampoco hace referencia a cuál es el contenido de información que se dispone con respecto a bases de datos de empresas licitadoras. Si son solo datos de contacto, o si se puede obtener más información. Falta una explicación sobre los contenidos de los registros de las empresas, que es lo que habría que evaluar con este criterio.

Sí se menciona posteriormente que gracias al gestor de contenidos se podrá obtener información de paginas web, noticias e informaciones de canales RSS

La propuesta se centra más en mostrar la capacidad del gestor de contenidos en abstracto, ahondando la búsqueda de contenidos más en las oportunidades de licitación, que en la información sobre empresas licitadoras.

Puntuación: 10 puntos

2) CRITERIO 2. Motor de búsqueda..... (de 0 a 10 puntos).

La propuesta hace referencia a un proceso metodológico que requiere tiempo de análisis, diseño y programación específica. Para luego ser efectivo solo a partir del cuarto mes y con perfiles limitados de filtrados. Aunque la plataforma es interesante, la no adaptabilidad a cada uno de los usuarios, sino que proponen agruparlos en cinco perfiles, anula la flexibilidad que ofrecería el hacer la plataforma a medida, como sugiere la propuesta

Puntuación: 3 puntos

3) CRITERIO 3: Número de perfiles por cada usuario.....(de 0 a 10 puntos).

Cuando la oferta indica que el número de usuarios es ilimitado, se refiere a los accesos, pero en cuanto a los perfiles, se entiende en la propuesta que se agruparán en "clústeres" que tendrán cada uno un perfil de filtrado de informaciones relevantes. Por tanto, el número de perfiles será de 5 como máximo. Luego es más rígido con respecto a los perfiles de los usuarios. Teniendo en cuenta los perfiles habituales de los socios, esta agrupación en clúster de 5 no suele ser efectiva pues las líneas de actividad son muy diferentes entre los distintos miembros

Puntuación: 3 puntos

PUNTUACIÓN TOTAL: 16 PUNTOS

Lote 1. Empresa 2- ASSORTIS-IBF INTERNATIONAL CONSULTING

1) CRITERIO 1: Profundidad de los registros de empresas..... (0-30 puntos).

Menciona que dispone de información de más de 130.000 empresas registradas, con capacidad de aportar historial de las empresas adjudicatarias.

Además de los datos de contacto se puede ver qué proyectos ha ganado, listas cortas, datos estadísticos relevantes para su evaluación como posibles miembros de un consorcio. También ofrece información sobre la política de empresas con respecto a precios aplicados, con quien suelen asociarse y principales donantes a los que presentan ofertas.

Puntuación: 25 puntos

2) CRITERIO 2. Motor de búsqueda..... (0-10 puntos).

El motor de búsqueda tiene filtros como: sectores (349), países (238), agencias (134) valor de proyecto, status, top 5 empresas que se hayan adjudicado contratos similares en el país, empresas locales adecuadas para las licitaciones anunciadas.

El buscador permite hacer búsquedas complejas buscando resultados precisos.

Puntuación: 8 puntos

3)CRITERIO 3: Número de perfiles por cada usuario.....10 puntos)

Indica un número de perfiles ilimitados, dentro de las posibilidades de su motor, por cada usuario o empresa miembro.

Puntuación: 9 puntos

PUNTUACIÓN TOTAL: 42 PUNTOS

3.2 LOTE 2 ASISTENCIA TÉCNICA ESPECIALIZADA

Lote 2 Empresa 1 – ECOSOLVE, SL.

1) **CRITERIO 1 Metodología para la definición del documento de hoja de ruta. (0-10 puntos).**

   La consultora plantea la elaboración de un documento sintético con dos partes definidas: una breve ficha de diagnóstico, que recoge la información necesaria como punto de partida, y que parte de dos premisas:

   - Gran parte de la información estará disponible, bien porque son empresas miembros del CLUB con antelación, bien por las fichas de inscripción.
   - La información restante se obtendrá en una primera reunión con la consultora en la jornada de presentación del Club. Ahí se podrá ahondar en temas más específicos como el CPV o código de clasificación de NNUU

El segundo bloque de la ficha, será la hoja de ruta en la que se define: organismos prioritarios, proyectos identificados, perfil de socio por línea de actuación y países

objetivo, cronograma de actividades (las reuniones). Incluyendo también una ficha para los 5 socios propuestos para la empresa.

Como aspecto positivo de esta propuesta, consideramos que la metodología es realista, definiendo un documento muy sintético que recoge la información necesaria, y que es posible realizar partiendo de información previa y una reunión individual.

La ficha que se propone de potenciales socios es igualmente interesante, como método de trabajo. Como punto negativo, indicar que sólo 5 contactos potenciales por empresa, puede parecer un target muy reducido para alcanzar finalmente el objetivo de 3 contactos reales por empresa miembro. Aunque también plantea que en el segundo semestre, una vez evaluado los resultados, se pueden proponer contactos adicionales.

Puntuación: 8 puntos

2) **CRITERIO 2: Cronograma inicial propuesto y logística propuesta para su ejecución. (0-10 puntos).**

Plantea un cronograma lógico que incluye al menos una reunión on line por empresa en el primer trimestre. Este objetivo es ambicioso, pero se valora el interés que tiene puesto que las empresas lo valoraran desde el inicio como un servicio activo y útil. Después se planifican dos encuentros presenciales el mes 6 y el 12 con 4 empresas anclas cada una.

El cronograma también incluye la gestión de reuniones on line durante todo el año.

El cronograma y logística propuesto para la ejecución de las presenciales parece sólido. Tan solo señalar que se deja muy poco tiempo para las reuniones B2B en el marco de las jornadas presenciales.

Puntuación: 7 puntos

3) **CRITERIO 3: Caso práctico propuesto. (0-30 puntos).**

La propuesta de caso práctico recoge con detalle la ficha de propuesta de socios, que se considera de interés, puesto que brevemente concreta los

aspectos claves como son el valor añadido que se aportarían mutuamente en un consorcio.

Valoramos muy positivamente la presentación escueta de la información, siendo todos los apartados relevantes y sintéticos.

Enumera los proyectos en cartera detectados y la propuesta de socios se hace ajustándose precisamente a esos proyectos.

Por otra parte, plantea para esa empresa, dos reuniones agrupadas presenciales y reuniones online, distribuidas en el año.

Puntuación: 27 puntos

PUNTUACIÓN TOTAL: 42 PUNTOS

Lote 2 Empresa 2 – FORWIT Soluciones y Estrategias, S.L

4) **CRITERIO 1 Metodología para la definición del documento de hoja de ruta. (0-10 puntos)**

La propuesta especifica las fuentes de información para la elaboración de una hoja de ruta, para la que realiza un análisis previo de la empresa muy enfocado a su solvencia técnica y económica para el mercado multilateral, definiendo su posicionamiento en ese mercado

A diferencia de otras propuestas, no se menciona que sea un diagnóstico, sino un análisis del posicionamiento de la empresa en dicho mercado, tratando solo los aspectos clave. Además de las claves técnicas (referencias, solvencia económica) también tienen en cuenta los aspectos prácticos para multilateral (experiencias o contactos en mercados, idiomas)

La hoja define acciones específicas en varios bloques temáticos: integración de la estrategia en la empresa, desarrollo de soportes, registros, identificación de oportunidades, socios, y marketing y comunicación.

En cuanto a los socios establece una lista preliminar, que incluye como mínimo 10 socios por empresa.

Se valora positivamente el planteamiento breve de la metodología, sin olvidar los aspectos fundamentales del negocio.

Puntuación: 9 puntos

5) **CRITERIO 2: Cronograma inicial propuesto y logística propuesta para su ejecución. (0-10 puntos).**

El cronograma propuesto incluye un trabajo de análisis intenso en los dos primeros meses, para dejar los 10 restantes a la coordinación de entrevistas con potenciales socios, y un compromiso de realizar una sesión presencial agrupada, pero sin precisar el horizonte temporal (siempre dentro de los 10 meses).

Para la sesión presencial sí incluye no solo una presentación de los potenciales socios, sino también de las empresas miembros del Club, en función del tiempo disponible. Hace más atractiva la sesión para los invitados.

La flexibilidad que plantea, adaptándose a cada empresa hace que el cronograma tan solo se defina cumpliendo estrictamente con lo que se solicita en los pliegos

Puntuación: 6 puntos

6) **CRITERIO 3: Caso práctico propuesto. (0-30 puntos).**

El planteamiento del caso práctico, permite analizar como se concreta la metodología y el cronograma.

Parece muy interesante el cuadro de análisis de los servicios que se consideran encajan en el mercado multilateral a través de una tabla donde se precisa, el tipo de licitación que supone (consultoría, obra...) así como sus principales características. Se indica además cual debe ser la estrategia de la empresa para ese tipo de licitaciones y el enfoque del consorcio. Parecen unas fichas muy sintéticas y claras sobre la estrategia.

En la hoja de ruta, se priorizan IFM y áreas geográficas, razonando brevemente los motivos. Igualmente hay una mención a las principales IFM descartadas.

Se establecen seis bloques de trabajo: integración de la estrategia en la empresa, desarrollo de soportes, registros, identificación de oportunidades, de socios, y marketing y comunicación. Para todos ellos se marcan objetivos específicos, que son tareas para la empresa.

En el apartado de identificación de socios, se vuelve a recurrir a fichas que definen perfiles concretos, al emparejar servicios y regiones. De esos perfiles además salen unas propuestas específicas de empresas. Aquí establece un cronograma que programa las reuniones con las empresas concretas para cada uno de los miembros del Club.

En resumen, se valora muy positivamente esta propuesta que presenta la información de manera breve y gráfica. La asistencia técnica que suponen para la empresa miembro del CLUB tiene mucho valor añadido por lo que supone de elaboración de una estrategia para el mercado multilateral, escogiendo servicios, mercados, estrategias y socios, pero cuyo documento de trabajo recoge las conclusiones, evitando largas redacciones que recogen toda la recogida de información y el proceso de diagnóstico. Se trata de un documento de conclusiones.

Puntuación: 29 puntos

PUNTUACIÓN TOTAL: 44 PUNTOS

Lote 2 Scadi Global Consulting Enterprise, S.L. -

7) CRITERIO 1 Metodología para la definición del documento de hoja de ruta. (0-10 puntos).

En esta propuesta el planteamiento metodológico parece excesivamente académico, recurriendo incluso a la elaboración de diagnósticos en las empresas que no dispongan de uno anterior. Y marcando hitos comunes a todas las empresas.

Aunque la metodología propuesta es eficaz, se plantea la duda de si la consultora esta valorando el esfuerzo de consultoría que supone realizar todo un proceso de diagnóstico. Tampoco especifica cómo va a organizar su trabajo para la ejecución de dicha tarea. Genera dudas sobre cuánto tiempo la consultora va a dedicar a cada empresa en la definición de la hoja de ruta que, según el pliego, debería ser entregada en el plazo de un mes.

Puntuación: 5 puntos

8) **CRITERIO 2: Cronograma inicial propuesto y logística propuesta para su ejecución. (0-10 puntos).**

Además de recoger los plazos estipulados en el pliego, el cronograma propuesto recoge 3 reuniones presenciales grupales en cada trimestre y seis fechas para las individuales a través de plataforma on line.

La flexibilidad que se pretendía dotar a los encuentros B2B estableciendo una plataforma on line, queda anulada si se vuelven a establecer 3 reuniones presenciales cuatrimestrales, para cada socio.

Puntuación: 5 puntos

9) **CRITERIO 3: Caso práctico propuesto. (0-30 puntos).**

El caso propuesto presentado plantea un ejercicio de diagnostico de la internacionalización de la empresa enfocado al mercado multilateral, en este caso enfocado a Naciones Unidas.
Las líneas maestras marcadas, entran en acciones de carácter comercial, prospección internacional y acciones denominadas de carácter operativo que tiene en cuenta el registro en bases de datos específicas.
Sin embargo, no se menciona la estrategia para para la definición de socios potenciales.
Se concretan los organismos de interés, pero no tanto los socios.

Parte de un modelo de informe de diagnostico demasiado extenso en la fase descriptiva.

En definitiva, el caso propuesto no parece el más idóneo, ya que se extiende en la parte de diagnóstico, pero en la parte del plan operativo no se especifica una hoja de ruta que contenga una estrategia clara con respecto a los socios para los proyectos, que es el caso que nos ocupa.

Puntuación: 10 puntos

PUNTUACIÓN TOTAL: 20 PUNTOS

Lote 2 Track Global Solutions, S.L.-

10) CRITERIO 1 Metodología para la definición del documento de hoja de ruta. (0-10 puntos).

El planteamiento en este caso es utilizar el esquema de un Plan Estratégico, pero ocupándose la consultora tan solo de desarrollar los puntos necesarios para la definición de una hoja de ruta en el mercado multilateral, planteando dos reuniones de 45 minutos para poder recabar datos, establecer tareas a la empresa y revisar toda la información para la redacción de la hoja de ruta.

El Plan Estratégico presentado resulta ambicioso, pero la consultora lo limita expresamente indicando hasta donde llegaría su implicación.

Se contempla la definición de los servicios destinados al mercado multilateral y las áreas geográficas e instituciones, incluyendo la competitividad en precio según mercados.

Como socios potenciales, la hoja de ruta define el perfil, pero no indica una lista de contactos. Sin embargo, se menciona más adelante un compromiso mínimo de 3 contactos propuestos y efectivos. Es una cifra menor que otra propuesta, en cuanto la lista potencial, aunque no en la lista de contactos efectivamente realizados. Esto puede generar que la lista este en continua modificación, cuando haya contactos no conseguidos

Puntuación: 8 puntos

11) CRITERIO 2: Cronograma inicial propuesto y logística propuesta para su ejecución. (0-10 puntos).

Establece un cronograma ordenado, en el que se recoge las reuniones para la elaboración de la hoja de ruta y el mes para la jornada presencial. También se especifican los plazos para los informes, solicitados por Extenda, así como informes voluntarios de seguimiento.

Es correcto y realista.

Puntuación: 7

12) CRITERIO 3: Caso práctico propuesto. (0-30 puntos).

Se presenta el Plan estratégico para el mercado multilateral de una empresa que incluye hasta los apartados que, según explica en la metodología, debería realizar la empresa por si misma, puesto que no forma parte del alcance de este servicio.

En cualquier caso, se trata de un trabajo de consultoría excelente, pero que plantea dudas sobre la posibilidad de poder ejecutarlo en el plazo establecido, teniendo en cuenta que el número estimado de participantes rondaría las 25 empresas.

Puntuación: 27 puntos

PUNTUACIÓN TOTAL: 42 PUNTOS

3.3 LOTE 3 MANTENIMIENTO DEL PORTAL DEL CLUB

Lote 3. INN 360, S.L

13) CRITERIO 1: Caso práctico sobre prestación de los cinco servicios para una empresa internacionalizada..... (0-25 puntos).

El caso que propone destaca por darle más imagen a todos los apartados del blog empresa y también introduce un infoproducto, que pretende captar potenciales clientes. Lo que plantea, con respecto al inbound marketing, es adecuado aunque se echa de menos un mayor desarrollo del servicio de promoción del portal en cuanto a posicionamiento.

Puntuación: 10 puntos

14) CRITERIO 2. Metodología propuesta para cada uno de los cinco servicios..... (0-25 puntos).

Para los dos primeros servicios (crear y mantener los blogs, y actualizar los proyectos), la consultora plantea reuniones on line, recopilación de materiales y un contacto estable con cada empresa.

El servicio 3 de mantenimiento de calendarios y reseñas mensuales, proponen utilización de Google calendar y la incorporación de notificaciones y recordatorios, automatizando la comunicación.

Para los servicios 4 y 5, se destaca además la existencia de un cuadro de mando que permite un seguimiento diario y analizar el cumplimento de las acciones concretas que se fijen en un plan de acción especifico para el posicionamiento del Portal

Puntuación: 15 puntos

PUNTUACIÓN TOTAL: 25 PUNTOS

Lote 3. Orden digital, S.L.-

1) CRITERIO 1: Caso práctico sobre prestación d ellos cinco servicios para una empresa internacionalizada..... (0-25 puntos).

Como caso práctico, la propuesta recoge una captura de pantalla por cada servicio, que entendemos pretender recoger trabajos que ya ha realizado para la Agencia EFE, pero que no pueden leerse para evaluarse.

Puntuación: 0 puntos

2) CRITERIO 2. Metodología propuesta para cada uno de los cinco servicios..... (0-25 puntos).

La metodología es muy genérica indicando simplemente que se proponen una reunión para establecer la metodología.

A destacar el compromiso de realizar los cambios para el mantenimiento del portal en 48 horas.

Puntuación: 5 puntos

PUNTUACIÓN TOTAL: 5 puntos

Según los Criterios de Valoración establecidos y la ponderación que se establece sobre los mismos, la puntuación de las propuestas presentadas por las empresas concurrentes, de cara a la propuesta de la empresa adjudicataria del Concurso, queda reflejada en el Cuadro que se adjunta a continuación como **Anexo 1** a este documento.

4.- RESUMEN

Este Equipo Técnico, a tenor del análisis detallado y del estudio comparativo de las ofertas presentadas por las empresas concurrentes, establece y propone a la Mesa de Valoración, el siguiente orden de puntuación:

Lote 1. Sistemas de Inteligencia de Mercado

1. Albizu, Vidal Uría y Asociados SL, con Implantaciones Exteriores, SL 16 puntos
2. IBF International Consulting 42 puntos

Lote 2. Asistencia técnica especializada

1. Ecosolve, S.L .....42 puntos
2. Forwit Soluciones y Estrategias, S.L.....44 puntos
3. Scadi Global Consulting Enterprise, S.L.....20 puntos
4. Track Global Solutions, S.L.....42 puntos

Lote 3 Mantenimiento del portal del Club Multilateral.

1.INNN 360, S.L.....25 puntos
2. Orden Digital, S.L.....5 puntos

Sevilla, 12 de diciembre de 2018

PROMOCION EXTERIOR

Fdo. Reyes Gavilán Begines

ANEXO 1

CUADRO DE VALORACIÓN MEDIANTE CRITERIOS DE JUCIO DE VALOR

Lote 1. Sistemas de Inteligencia de Mercado

Criterios	AVU- IE	IBF
Profundidad de los registros de empresas	10	25
Motor de búsqueda	3	8
Número de perfiles posibles para cada usuario	3	9
TOTAL	**16**	**42**

Lote 2. Asistencia técnica especializada

Criterios	Ecosolve	Forwit	Scadi	Track
Metodología para la definición del documento de ruta	8	9	5	8
Cronograma inicial propuesto y logística propuesta para su ejecución	7	6	5	7
Caso práctico propuesto	27	29	10	27
TOTAL	**42**	**44**	**20**	**42**

Lote 3 Mantenimiento del portal del Club Multilateral

Criterios	INNN	ORDEN DIGITAL
Caso práctico sobre prestación de los cinco servicios para una empresa internacionalizada	10	-
Metodología propuesta para cada uno de los cinco servicios	15	5
TOTAL	**25**	**5**