extenda
AGENCIA ANDALUZA DE PROMOCIÓN EXTERIOR

INFORME EVALUACIÓN TÉCNICA

SERVICIOS PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE EMPRESAS ANDALUZAS EN EEUU

EXPEDIENTE: 2020-008

VALORACIÓN FINAL TRAS NEGOCIACIÓN

PROCEDIMIENTO LICITACIÓN CON NEGOCIACIÓN

JUNTA DE ANDALUCIA
CONSEJERÍA DE LA PRESIDENCIA, ADMINISTRACIÓN PÚBLICA E INTERIOR

UNIÓN EUROPEA
Fondo Europeo de Desarrollo Regional

El presente Informe corresponde a la valoración final incluyendo aquellos aspectos solicitados en la negociación de la oferta técnica presentada por BW MARKET INTELLIGENCE LLC al concurso promovido para la contratación ***de prestación de servicios relacionados con la internacionalización de las empresas andaluzas en EEUU.*** En aquellos aspectos no solicitados en la negociación, la valoración final es la recogida en el informe inicial de fecha 2 de abril de 2020.

Los criterios de valoración a tener en cuenta para la valoración de la oferta técnica son los que a continuación se indican y que son los establecidos en el punto 3.6 del Pliego de Cláusulas Particulares donde constan los pesos específicos o ponderaciones asignados a cada uno de ellos.

❑ **OFERTA TÉCNICA**	**De 0 a 60 puntos**
1. Metodología propuesta para la elaboración de los siguientes elementos:	**De 0 a 20 puntos**
• **Misiones Agrupadas Directas:** que incluya, al menos, definición del servicio, información necesaria a requerir de las empresas andaluzas/extranjeras, plazos de trabajo, informes que se proporcionarán a las empresas (con un índice mínimo de contenidos), números máximos y mínimos de participantes que contemplan, periodicidad de contacto y flujo de comunicaciones con las empresas, acompañamiento previsto a las empresas andaluzas durante la celebración de la misión comercial.	**De 0 a 10** puntos siguiendo la siguiente estructura: ***8-10 puntos (Muy Buena);*** se ha realizado una estructuración de contenidos con un nivel de detalle muy exhaustivo. Se puede seguir perfectamente la línea de trabajo que va a desarrollar la empresa adjudicataria, ya que propone medidas de actuación precisas, bien definidas y de conformidad con la propuesta de servicios previstos en el pliego. ***7-6 puntos: Buena***; se ha realizado una estructuración de contenidos con un nivel de detalle exhaustivo. Se puede seguir la línea de trabajo que va a desarrollar la empresa adjudicataria, aunque, no alcanza, en comparación con el anterior, el nivel de precisión y definición en las medidas propuestas, de conformidad con la propuesta de servicios previstos en el pliego. ***5-4 puntos: Regular***; se ha limitado a realizar una estructuración somera de contenidos con un nivel de detalle justo, y con escasa aportación en cuando a la metodología a seguir. ***3-0 puntos: Deficiente***, por tratarse de una propuesta

	poco o nada detallada; se ha realizado una estructuración de contenidos con muy poco nivel de detalle o simplemente no se ha incluido la estructuración de contenidos.
• **Misiones Inversas:** que incluya al menos, definición del servicio, procedimiento de identificación y captación de empresas locales, información necesaria a requerir a las empresas locales, plazos, hitos, números máximos y mínimos de participantes que contemplan, comunicación e interlocución con las empresas locales y andaluzas, informes a entregar (incluyendo un índice mínimo de contenidos), posibilidad del desplazamiento del personal de la adjudicataria a Andalucía para acompañar a los invitados en caso de ser requerido por Extenda Sevilla.	***De 0 a 10*** *puntos siguiendo la siguiente estructura:* ***8-10 puntos (Muy Buena);*** *se ha realizado una estructuración de contenidos con un nivel de detalle muy exhaustivo. Se puede seguir perfectamente la línea de trabajo que va a desarrollar la empresa adjudicataria, ya que propone medidas de actuación precisas, bien definidas y de conformidad con la propuesta de servicios previstos en el pliego.* ***7-6 puntos (Buena);*** *se ha realizado una estructuración de contenidos con un nivel de detalle exhaustivo. Se puede seguir la línea de trabajo que va a desarrollar el adjudicatario, aunque, no alcanza, en comparación con el anterior, el nivel de precisión y definición en las medidas propuestas, de conformidad con la propuesta de servicios previstos en el pliego.* ***5-4 puntos (Regular****); se ha limitado a realizar una estructuración somera de contenidos con un nivel de detalle justo, y con escasa aportación en cuando a la metodología a seguir.* ***3-0 puntos (Deficiente),*** *por tratarse de una propuesta poco o nada detallada; se ha realizado una estructuración de contenidos con muy poco nivel de detalle o simplemente no se ha incluido la estructuración de contenidos.*
2. Propuesta de sectores de interés y su justificación para Andalucía:	**De 0 a 40 puntos**
• **Propuesta de 5 sectores de interés para Andalucía en Estados Unidos:** La empresa licitadora deberá presentar, partiendo de un análisis de la balanza comercial de EEUU con el resto del mundo, una propuesta	**De 0 a 10** puntos siguiendo la siguiente estructura: ***8-10 puntos (Muy buena):*** *cuando la selección de sectores sea acertada y esté debidamente justificada.* ***7-6 puntos (Buena):*** *cuando la selección de sectores sea acertada y esté poco justificada.*

de 5 sectores en los que las empresas andaluzas pueden tener mayores oportunidades en dicho mercado. Para determinar estos sectores se deben tener en cuenta la demanda del país y la existencia de oferta exportable en Andalucía.	***5-3 puntos (Regular):*** *cuando la selección de sectores no sea acertada y esté poco justificada* ***2-0 puntos (Deficiente por estar poco o nada detallado):*** *cuando la selección de sectores no sea acertada y no esté justificada.*
• **Desarrollo de oportunidades para el sector aeronáutico en Estados Unidos:** análisis del contexto económico y social en EEUU, de la oferta del sector aeronáutico, de los canales de distribución y/o formas de acceso al mercado y de la demanda de dicho sector. Se solicita además una propuesta de 2 acciones de promoción a desarrollar en EEUU para este sector.	**De 0 a 15** puntos siguiendo la siguiente estructura: ***12-15 puntos (Muy buena):*** *se valorará si se ha justificado importancia del sector para Andalucía en Estados Unidos detalladamente aportando información previa del mercado. Asimismo, se valorará si se han incluido y desarrollado de manera precisa las dos acciones de promoción a realizar relativas a este sector.* ***9-11 puntos (Buena):*** *se valorará si se ha justificado la importancia del sector para Andalucía en Estados Unidos aportando información previa de mercado. Asimismo, se valorará si se han incluido y desarrollado las dos acciones de promoción a realizar relativas a este sector.* ***8-5 puntos (Regular):*** *se valorará si se ha justificado la importancia del sector para Andalucía en Estados Unidos brevemente y de manera general, incluyendo las dos acciones de promoción relativas al sector a desarrollar en el mercado en cuestión, pero sin entrar en el detalle de las mismas.* ***4-0 puntos (Deficiente por estar poco o nada detallado):*** *Se valorará si no justifican la importancia del sector para Andalucía en Estados Unidos y/o no incluye las dos acciones de promoción requeridas.*
• **Desarrollo de oportunidades para el sector de la piedra natural en Estados Unidos:** análisis del contexto económico y social en EEUU, de la oferta del sector de la piedra natural, de los	**De 0 a 15** puntos siguiendo la siguiente estructura: ***12-15 puntos (Muy buena):*** *se valorará si se ha justificado importancia del sector para Andalucía en Estados Unidos detalladamente aportando información previa del mercado. Asimismo, se valorará si se han*

canales de distribución y/o formas de acceso al mercado y de la demanda de dicho sector. Se solicita además una propuesta de 2 acciones de promoción a desarrollar en EEUU para este sector.	*incluido y desarrollado de manera precisa las dos acciones de promoción a realizar relativas a este sector.* ***9-11 puntos (Buena):*** *se valorará si se ha justificado la importancia del sector para Andalucía en Estados Unidos aportando información previa de mercado. Asimismo, se valorará si se han incluido y desarrollado las dos acciones de promoción a realizar relativas a este sector.* ***8-5 puntos (Regular):*** *se valorará si se ha justificado la importancia del sector para Andalucía en Estados Unidos brevemente y de manera general, incluyendo las dos acciones de promoción relativas al sector a desarrollar en el mercado en cuestión, pero sin entrar en el detalle de las mismas.* ***4-0 puntos (Deficiente por estar poco o nada detallado):*** *Se valorará si no justifican la importancia del sector para Andalucía en Estados Unidos y/o no incluye las dos acciones de promoción requeridas.*

Umbral mínimo de puntuación necesaria para continuar en el proceso selectivo: Se establece un umbral mínimo de 30 puntos de la puntuación en el conjunto de los criterios ponderables en función de un juicio de valor, que son criterios cualitativos, para continuar en el proceso selectivo. En caso de no alcanzarse esta puntuación, la oferta será excluida.

Las características específicas que motivan la puntuación de la empresa concurrente en los Criterios de Valoración mencionados son las que se recogen a continuación:

Licitadora 1.- BW MARKET INTELLIGENCE LLC

Criterio 2.- CRITERIOS CUALITATIVOS EVALUABLES MEDIANTE JUICIOS DE VALOR (de 0 a 60 puntos).

2.1 Metodología (de 0 a 20 puntos)

- **Misiones agrupadas directas (de 0 a 10 puntos)**

Parten de una correcta definición del servicio de misión directa. Incluyen el objetivo de la acción comercial, el grupo de empresas al que iría dirigido y las contrapartes locales que se convocarían. Recoge de manera muy completa la información que requerirán a las empresas andaluzas para poder ajustar las reuniones a las necesidades de cada empresa.

Aportan una ficha de solicitud que reúne toda la información que consideramos interesante recabar de las empresas para ajustar las reuniones a los perfiles de importadores. También contemplan solicitar catálogos, listados de precios y/o presentaciones que ayuden a captar el interés de los importadores en recibir a las empresas andaluzas.

Dan varias claves y consejos para abordar el mercado americano.

Proponen trabajar con una antelación de dos meses aunque dependiendo del sector y el número de empresas participantes se puede acortar. Plasman en un cronograma los hitos fundamentales para la organización, ejecución y seguimiento posterior de la misión.

En su metodología incluyen una serie de informes que se elaborarán al inicio, en la ejecución y en la finalización de la acción de promoción. Estamos de acuerdo en la periodicidad y en los contenidos y objetivos que marcan para cada informe.

También mencionan la importancia de una buena selección de candidatos para garantizar el éxito de la misión. Ponen de manifiesto que es primordial un buen flujo de comunicaciones tanto con Extenda Sevilla como con las empresas participantes.

Siguiendo el guion de puntuaciones que establecíamos en las condiciones de contratación, se considera como **muy buena**. Se ha realizado una estructuración de contenidos con un nivel de detalle muy exhaustivo. Se puede seguir perfectamente la línea de trabajo que va a desarrollar la empresa adjudicataria, ya que propone medidas de actuación precisas, bien definidas y de conformidad con la propuesta de servicios

previstos en el pliego. La propuesta de la consultora incluye todos los hitos que se recogían para valorar la metodología: definición del servicio, información necesaria a requerir de las empresas andaluzas/extranjeras, plazos de trabajo, informes que se proporcionarán a las empresas (con un índice mínimo de contenidos), números máximos y mínimos de participantes que contemplan, periodicidad de contacto y flujo de comunicaciones con las empresas, acompañamiento previsto a las empresas andaluzas durante la celebración de la misión comercial.

Puntuación: Muy Buena - 10 puntos.

- **Misiones inversas (de 0 a 10 puntos)**

La estructura en la que presentan la metodología es similar al del anterior servicio, detallan de manera ordenad y clara la presentación metodológica.

Parte de una definición completa, en la que contemplan la misión para compradores internacionales. Quizás sería más interesante incluir a posibles prescriptores de opinión que no tienen necesariamente que ser compradores pero que ejercen de antena de difusión y prescripción de nuestros productos en los países de origen.

En la tipología de misiones tienen varios formatos, incluyendo la visita a la sede o fábrica de empresas andaluzas, así como en el marco de algún evento internacional tipo feria. Ofrecen estas alternativas como efecto multiplicador en las relaciones comerciales que pueden surgir entre empresas de ambos países.

De cara a hacer la búsqueda de potenciales invitados, mencionan bases de datos propias, de asociaciones y organismos americanos y ponen en valor la importancia de contactos propios que por su experiencia la consultora ha ido adquiriendo. También contemplan la posibilidad de que las empresas andaluzas le puedan facilitar algún contacto en destino que cumpla con los requisitos establecidos para ser invitado.

Sugieren que sería importante contar con el criterio de alguna entidad de crédito tipo Cesce que pudiera certificar la solvencia de la empresa invitada.

Al igual que en el anterior servicio, la información a requerir, en este caso a la empresa extranjera, es suficiente para poder trabajar la misión inversa. Proponen un formulario a cumplimentar que se considera suficiente y adaptado al servicio en cuestión. También incluyen una propuesta de formulario de información a requerir a las empresas andaluzas.

Subrayan la importancia del seguimiento de estos invitados una vez finalizada la misión para ver la trazabilidad de la acción, los posibles acuerdos comerciales surgidos y ofrecer ayuda en caso de que sea necesario algún seguimiento específico.

En la metodología de misión inversa incorporan un cronograma que contempla los hitos en un total de 9 meses, justifican trabajar con tanto plazo porque las agendas de los invitados suelen ser bastante apretadas y necesitan mucha antelación para agendar las visitas internacionales.

Vuelven a incidir en los informes que generarían al ejecutar la acción y mencionan que se puede dar venta cruzada al captar invitados, ya que, aunque no acepten venir a Andalucía pueden aprovechar para solicitar otros productos que necesiten incorporar a sus catálogos.

Teniendo en cuenta el rango de puntuaciones que se establecía en las condiciones de contratación, la propuesta se considera **muy buena** ya que se ha realizado una estructuración de contenidos con un nivel de detalle muy exhaustivo. Se puede seguir perfectamente la línea de trabajo que va a desarrollar la empresa adjudicataria, ya que propone medidas de actuación precisas, bien definidas y de conformidad con la propuesta de servicios previstos en el pliego. La metodología de la consultora recoge: definición del servicio, procedimiento de identificación y captación de empresas locales, información necesaria a requerir a las empresas locales, plazos, hitos, números máximos y mínimos de participantes que contemplan, comunicación e interlocución con las empresas locales y

andaluzas, informes a entregar (incluyendo un índice mínimo de contenidos), posibilidad del desplazamiento del personal de la adjudicataria a Andalucía para acompañar a los invitados en caso de ser requerido por Extenda Sevilla.

Puntuación: Muy buena- 9 puntos.

TOTAL PUNTUACION METODOLOGÍA: 19 PUNTOS

2.2 Propuesta de sectores de interés y su justificación para Andalucía: (De 0 a 40 puntos)

- **Propuesta de 5 sectores de interés para Andalucía en Estados Unidos: (0-10 puntos)**
  'La empresa licitadora deberá presentar, partiendo de un análisis de la balanza comercial de EEUU con el resto del mundo, una propuesta de 5 sectores en los que las empresas andaluzas pueden tener mayores oportunidades en dicho mercado. Para determinar estos sectores se deben tener en cuenta la demanda del país y la existencia de oferta exportable en Andalucía.'

La selección de sectores es:

- Sector Aeronáutico
- Sector Agroalimentario
- Sector Biotecnológico
- Sector de Materiales de Construcción
- Sector TIC

Los dos aspectos fundamentales de este análisis están analizados y razonados en profundidad en la oferta presentada:

1. Existencia y conocimiento de la oferta exportable en Andalucía, con capacidad suficiente para competir en Estados Unidos
2. Existencia e identificación de las oportunidades de negocio para cada uno de los sectores en el país, demostrando un profundo conocimiento de cada uno de ellos.

En cuanto al análisis de la balanza comercial de EEUU con el resto del mundo, no se realiza de forma homogénea en todos los sectores, puesto que la actividad de sectores como el de la Biotecnología y el TIC no tienen un reflejo directo en las cifras de exportación, sin embargo, aportan otra serie de informaciones y datos que prueban la existencia de casos de éxito actuales y oportunidades de negocio.

La selección de sectores es acertada y está debidamente justificada.

Puntuación: Muy buena - 8 puntos

- **Desarrollo de oportunidades para el sector aeronáutico en Estados Unidos: (0-15 puntos)**

  Se solicitaba: 'Análisis del contexto económico y social en EEUU, de la oferta del sector aeronáutico, de los canales de distribución y/o formas de acceso al mercado y de la demanda de dicho sector. Se solicita además una propuesta de 2 acciones de promoción a desarrollar en EEUU para este sector.'

Valoración Inicial:

Todos estos aspectos están desarrollados con gran nivel de detalle y conocimiento de los principales actores del sector, formas de acceso, segmentación de subsectores y oportunidades específicas y demanda.

Las acciones propuestas son:

- Misión Inversa Sector Aeronáutico en Andalucía

- Participación en Aerospace and Defense Supplier Summit Seattle. ADSS. + 1 destino adicional

Se ha justificado importancia del sector para Andalucía en Estados Unidos detalladamente aportando información previa del mercado. Asimismo, se han incluido y desarrollado de manera precisa las dos acciones de promoción a realizar relativas a este sector.

En la negociación se pide respecto a la segunda acción propuesta para el sector aeronáutico que, aunque se considera acertada para el desarrollo del sector, les ofrecemos la posibilidad de proponer acciones innovadoras y originales e incluir cualquier información adicional que pueda hacer su oferta técnica más competitiva.

Tras la negociación, la nueva propuesta incorpora los siguientes cambios y mejoras:

Sustituyen la segunda acción propuesta en su primera entrega por una acción de carácter innovador que supone comenzar a trabajar en un subsector novedoso que además de presentar oportunidades para las empresas del sector, ofrece posibilidades a otros subsectores de manera transversal. Es una apuesta por un mercado incipiente pero justificada en un sólido proceso de estudio y seguimiento previo.

Por tanto, tras la documentación aportada no se considera necesario una segunda ronda de negociación sobre este aspecto.

Puntuación Inicial: Muy buena - 12 puntos

Puntuación Final: Muy buena – 14 puntos

- **Desarrollo de oportunidades para el sector de la piedra natural en Estados Unidos: (0-15)**

Se solicitaba: 'Análisis del contexto económico y social en EEUU, de la oferta del sector de la piedra natural, de los canales de distribución y/o formas de acceso al mercado y de la demanda de dicho sector. Se solicita además una propuesta de 2 acciones de promoción a desarrollar en EEUU para este sector.'

Todos estos aspectos relativos al contexto económico, oferta andaluza, canales de distribución y demanda están desarrollados con gran nivel de detalle. Demuestran además un bueno conocimiento de los principales actores del sector y acceso a los mismos.

No obstante, en las acciones propuestas, encontramos aspectos de mejora:

Acción 1: Impulsar el Programa de Embajadores del Mármol: la propuesta consiste en darle continuidad a un programa ya existente, siguiendo el mismo modelo, pero ampliando a otras zonas, como de hecho ya se viene haciendo. No se trata de una propuesta novedosa o que aporte una mejora sustancial al desarrollo actual de este programa.

Acción 2: Jornadas de Formación y Capacitación para Profesionales Estadounidenses: en el desarrollo de la propuesta finalmente encontramos que se trata de una misión inversa específica para EEUU, ya que el Encuentro Anual de la Piedra siempre suele coincidir con las fechas de Thanksgiving por lo que dificulta la asistencia de los profesionales estadounidenses del sector (arquitectos, importadores, distribuidores, periodistas especializados…). Proponen asimismo realizar en el marco de esta inversa jornadas de capacitación para las empresas andaluzas, orientadas a que aprendan a realizar una estrategia de comunicación y marketing efectiva en EEUU y Jornadas sobre cómo hacer negocios con grandes empresas del canal contract o multinacionales de la arquitectura con presencia en EEUU. Por lo tanto, bajo ese título se engloban distintas líneas de acción, todas interesantes, pero que podrían ser cada una de ellas acciones independientes. La

Se ha justificado la importancia del sector para Andalucía en Estados Unidos aportando información previa de mercado. Asimismo, se han incluido y desarrollado las dos acciones de promoción a realizar relativas a este sector.

En la negociación se pide respecto a las acciones propuestas para el sector de la piedra natural que, aunque se consideran acertadas para el desarrollo del sector, les ofrecemos la posibilidad de proponer acciones innovadoras y originales e incluir cualquier información adicional que pueda hacer su oferta técnica más competitiva.

Tras la negociación

La propuesta tras la negociación mantiene las mismas acciones que en su primera edición pero con una serie de mejoras:

Acción 1: Impulsar el Programa de Embajadores del Mármol, que pasan a ser denominado VERSIÓN AMPLIADA Y MEJORADA DEL PROGRAMA DE EMBAJADORES DEL MARMOL. Analizan los puntos de mejora sobre el que planificar la continuidad de este programa, empleando diversas herramientas de inteligencia de mercados para desarrollar un programa muy bien perfilado y dirigido.

Acción 2: Jornadas de Formación y Capacitación para Profesionales Estadounidenses: Presentan en la nueva propuesta un enfoque más claro y concreto sobre esta acción.

Por tanto, tras la documentación aportada no se considera necesario una segunda ronda de negociación sobre este aspecto.

Puntuación inicial: Buena - 10 puntos
Puntuación Final: Muy buena – 13 puntos

TOTAL PROPUESTA INICIAL DE SECTORES DE INTERÉS Y SU JUSTIFICACIÓN PARA ANDALUCÍA: 30 PUNTOS

TOTAL PROPUESTA FINAL DE SECTORES DE INTERÉS Y SU JUSTIFICACIÓN PARA ANDALUCÍA: 35 PUNTOS

A tenor del análisis detallado de la oferta presentada por la empresa concurrente y de la valoración final tras la negociación de la misma, se establece la siguiente puntuación:

1.- BW MARKET INTELLIGENCE LLC 54 puntos

En Sevilla, a 14 de abril de 2020

Fdo.-Sol Luengo Morales

Técnica del Dpto. de Red Exterior