extenda
AGENCIA ANDALUZA DE PROMOCIÓN EXTERIOR

INFORME DE EVALUACIÓN TÉCNICA

SERVICIOS PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE EMPRESAS ANDALUZAS EN MÉXICO

EXPEDIENTE: 2019-059

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 inicial de las ofertas presentadas por **Redflexión Consultores, P&L Global y Azentum** al concurso promovido para la contratación la ***Contrato de prestación de servicios relacionados con la internacionalización de las empresas andaluzas en México, con nº de Expediente 2019-059.***

Los criterios de valoración a tener en cuenta para la valoración inicial de las ofertas 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.

Criterios evaluables mediante juicios de valor (55%)	PONDERACIÓN	REDFLEXIÓN CONSULTORES	P&L GLOBAL	AZENTUM
OFERTA TÉCNICA	**De 0 a 55 puntos**	**22,5**	**37**	**38,5**
❑ **Metodología**	**De 0 a 22 Puntos**	**13,5**	**17,5**	**16**
▪ Agendas individuales	De 0 a 6 Puntos	3,5	5	4
▪ Misiones agrupadas directas	De 0 a 6 Puntos	3,5	5	4
▪ Misiones inversas	De 0 a 4 Puntos	2	4	3
▪ Jornadas informativas	De 0 a 3 Puntos	2	1,5	2,5
▪ Sondeos de mercado	De 0 a 3 Puntos	2,5	2	2,5
• **Propuesta sectores de interés y su justificación:**	**De 0 a 28 Puntos**	**8**	**17,5**	**21**
▪ Primer Sector propuesto	De 0 a 14 Puntos	4	9	11
▪ Segundo Sector propuesto	De 0 a 14 Puntos	4	8,5	10
• **Programación y cronograma**	**De 0 a 5 puntos**	**1**	**2**	**1,5**

Umbral mínimo de puntuación necesaria para continuar en el proceso selectivo: Se establece un umbral mínimo de 28 puntos de la puntuación en el conjunto de los criterios ponderables en función de un juicio de valor, 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.- REDFLEXIÓN CONSULTORES

1) **Criterio 2.- CRITERIOS CUALITATIVOS EVALUABLES MEDIANTE JUICIOS DE VALOR (de 0 a 55 puntos).**

2.1 Metodología (de 0 a 22 puntos)

- **Agendas Individuales (de 0 a 6 puntos)**

La definición, conceptos y objetivos de la acción son claros y correctos. Las fases del proceso en líneas generales están bien definidas y siguen una estructura lógica y ordenada. En el apartado de información solicitada a la empresa y análisis de viabilidad de la agenda, no mencionan como parte importante revisar el material de presentación de que dispone la empresa para trabajar en su agenda (web, presentación en formato digital, catálogos…).

En cuanto a las fuentes de información, sólo se refiere a la herramienta de inteligencia competitiva, que es una base de datos de importadores y compradores clasificados según las partidas arancelarias. Además de una base de datos de pago, entendemos que las consultoras deben realizar una búsqueda e identificación de contactos más activa ampliando su base de datos en ferias, asociaciones, etc. pues no todos los sectores y productos están clasificados por partidas arancelarias.

El plazo de entrega de la agenda definitiva, dos semanas antes del viaje para México, puede resultar demasiado optimista, sin embargo, es muy completa toda la información que facilitan a la empresa previo a su viaje.

Aspectos como la interlocución permanente, acompañamiento, gestiones para la logística de la agenda están contemplados en la metodología propuesta por Redflexión Consultores.

Las fases acaban con la ejecución de la agenda. No hay propuesta de elaboración de un informe final, valoración y plan de seguimiento de la acción.

<u>Puntuación: 3,5 puntos.</u>

- **Misiones agrupadas directas (de 0 a 6 puntos)**

La definición del servicio es correcta y completa. La propuesta contempla la posibilidad de realizar misiones de uno o varios sectores a la vez con un mínimo de 3 empresas participantes, pero no establecen un máximo. Aportan un ejemplo de la información sectorial y de oportunidades existentes que aportan para la convocatoria de la misión. Cada empresa recibirá su agenda de trabajo, pero no queda claro si cada una lleva su propia agenda o si es programa conjunto.

En las demás cuestiones: plazos, información a solicitar a las empresas, validación, fuentes de información, información que se entrega previo a la misión y ejecución el contenido de la propuesta es prácticamente igual que en el caso de las Agendas Individuales, por lo que nuestra valoración en esos aspectos es similar.

Puntuación: 3,5 puntos.

- **Misiones inversas (de 0 a 4 puntos)**

Definición del servicio muy completa. Ofrecen la posibilidad de trabajar una misión inversa para hasta 3 sectores diferentes, para los que aportan Nota Sectorial y oportunidades.

La información que proponen recabar de los candidatos extranjeros es completa, aunque nuevamente se ciñen a nutrirse de la herramienta de inteligencia competitiva a partir de partidas arancelarias y operaciones comerciales, con la limitación que ya hemos comentado.

En este caso el plazo de entrega de la agenda con dos semanas de antelación sí puede ser un objetivo realista. Finalizan con la ejecución y acompañamiento, sin realizar una posterior valoración, informe y propuesta de seguimiento de resultados. Plazo total de ejecución de10 semanas.

Puntuación: 2 puntos.

- **Jornadas informativas (de 0 a 3 puntos)**

Definen el servicio como Jornadas orientadas a que las empresas andaluzas puedan conocer en profundidad la situación del mercado mexicano, tanto general como desde una perspectiva sectorial. Pueden celebrarse en Andalucía o de forma virtual desde México.

Contemplan identificar ponentes expertos ajenos a la consultora y trabajar con ellos el contenido de sus ponencias.

También proponen organizar jornadas destinadas a los empresarios mexicanos para presentarles las oportunidades de negocio e inversión en Andalucía, invitando como ponentes a empresas mexicanas presentes en la región.

Proponen la entrega de un dossier con información de mercado a las empresas asistentes.

Puntuación: 2 puntos.

- **Sondeos de mercado (De 0 a 3 puntos)**

Definición correcta y completa, entendiendo el sondeo como un servicio para testear el mercado mexicano. En general, es una propuesta muy completa en cuanto a las fases, plazos, información a recabar y entregar a las empresas, etc., donde además en este caso sí que se incluye una labor de seguimiento.

Como aspectos más débiles, de nuevo la restricción de búsqueda de contactos a la base de datos.

Valoramos de forma muy positiva la entrega del informe de resultados a través de videoconferencia.

Puntuación: 2,5 puntos.

PUNTUACIÓN INICIAL METODOLOGÍA: 13,5 puntos.

Tras la negociación:

No se realiza ninguna aclaración al respecto y por tanto mantenemos la puntuación.

PUNTUACIÓN FINAL METODOLOGÍA: 13,5 puntos.

2.2 Propuesta sectores de interés y su justificación en México (De 0 a 28 puntos)

Valoración inicial:

Para realizar la selección de los dos sectores a presentar en la propuesta, la consultora realiza un análisis de la evolución de las importaciones en México de los principales macrosectores, combinando el incremento medio de las importaciones y el porcentaje que esas importaciones suponen en el total de las importaciones del país, en el marco temporal de los últimos 5 años. Los resultados de este análisis se combinan posteriormente con los principales sectores productivos de la oferta andaluza y finalmente resultan seleccionados el sector de tecnología industrial y bienes de equipo y el sector aeronáutico.

El sector de tecnología industrial como sector de menor crecimiento, pero alto porcentaje en el valor total de las importaciones y el aeronáutico, se posiciona en la gráfica como sector de alto crecimiento, pero menor valor sobre el total.

Tras negociación:

Incorporan como argumento para la elección de estos dos sectores, por delante de otros tradicionales como la industria agroalimentaria y la industria agrícola, pues consideran que presentan un mayor potencial al estar menos saturados.

La importancia de la oferta agregada del sector de tecnología industrial se basa en que del total de las 5409 empresas exportadoras regulares de Andalucía registradas entre enero y julio de este año, 3321 pertenecen al sector de productos industriales y tecnología, si bien el sector no tiene la relevancia que tiene el sector a nivel nacional donde representa más del 20% de las exportaciones.

El sector “ICEX” de Productos Industriales y tecnología es una categoría de clasificación sectorial que engloba desde bienes de equipo y tecnología a materias primas, aeronaves, tecnología ferroviaria, combustibles, industria química, biotecnología. Los datos de empresas exportadoras regulares aportados abarcan una oferta mucho más amplia que el sector de su propuesta: tecnología industrial y bienes de equipo.

En cuanto al sector aeronáutico, la justificación de la elección del sector, desde el punto de vista de la oferta andaluza, se basa en el Plan Estratégico Aeroespacial andaluz presentado el pasado mes de junio, siendo uno de sus objetivos reducir la dependencia de Airbus, diversificando clientes y proyectos.

El sector aeronáutico de México es competencia directa del andaluz, teniendo ellos como principal OEM a la estadounidense Airbus. Los clientes de las empresas andaluzas están en EEUU y no en México.

- **Primer sector propuesto (de 0 a 14 puntos) – Tecnología industrial / bienes de equipo**

Definen el sector de bienes de equipo como el conjunto de maquinaria y equipos utilizados en la fabricación de otros bienes o servicios, tratándose de un conjunto muy heterogéneo.

Por el lado de la demanda en el país, analizan las importaciones totales de estos bienes, que no han parado de crecer en los últimos años, motivada por el crecimiento de la actividad productiva del país, unida a la crisis de la producción nacional de maquinaria y bienes de equipo lo que les convierte en demandantes netos.

Del análisis de la oferta andaluza, dicen detectar alternativa: Según su análisis identifican oportunidades en maquinaria para la construcción, maquinaria e implementos agrícolas, maquinaria para el sector de envasado y embalaje y otra maquinaria industrial.

Al tratarse de un sector muy amplio, proponen realizar un ejercicio de segmentación que no incorporan a su propuesta. Entendemos que ese ejercicio es fundamental para poner de manifiesto la oportunidad que ofrece el sector a las empresas andaluzas. pero no forma parte de la propuesta.

El planteamiento parte de unas premisas adecuadas, pero se queda en una fase muy superficial de un análisis sectorial de estas características, en las que, para llegar a conclusiones de oportunidades existentes, además de las importaciones totales consideramos básico analizar los países origen de estas importaciones, para ver la posición de España dentro de las mismas, y de Andalucía en particular. De ahí se pueden obtener nociones sobre las cuotas de mercado y la competitividad de nuestra oferta.

Del mismo modo, como ellos reconocen, el sector de bienes industriales es demasiado heterogéneo, lo que finalmente se plasma en asistencia a ferias distintas según el subsector del que se trate (EXPOPACK: maquinaria envasado y embalaje, EXPOMAQ: maquinaria herramienta y EXPO AGRO GUANAJUATO: maquinaria e insumos para la industria). Esas son las 3 ferias recomendadas en su propuesta. De estos tres subsectores, podemos afirmar que Andalucía solo presenta una oferta agregada y competitiva en el subsector de maquinaria e insumos para la agricultura, para la que sí sería acertado hablar de un sector de oportunidad y establecer un plan de acción.

En su propuesta no se analiza la presencia actual de empresas españolas o andaluzas en de estos sectores.

Puntuación: 4 puntos.

- **Segundo sector propuesto (de 0 a 14 puntos) – INDUSTRIA AERONÁUTICA**

El planteamiento de este sector se justifica por la importancia que México ha adquirido como centro manufacturero orientado a la industria aeronáutica, concentrando la mayor parte de su actividad, el 73% en la fabricación de partes y componentes cuyo destino principal es EEUU y con un elevado crecimiento de las cifras de exportaciones en los últimos años.

Ligado a esta actividad manufacturera y exportadora, la propuesta menciona que México importó el 65,9% del total de insumos para llevar a cabo su proceso de producción, aunque no entran a analizar los países origen de estas importaciones.

El destino de las exportaciones mexicanas de sus equipos son los grandes OEMs americanos como Boeing.

El gobierno mexicano apoya y favorece el crecimiento de este sector, para el que desde 2006 se permite la importación libre de arancel a las mercancías para el ensamble o fabricación de aeronaves o partes de aeronaves.

También las mercancías destinadas a MRO están libres de arancel.

Describen la oferta andaluza como un sector compuesto por 124 empresas que en 2018 facturaron 2530 millones de euros, para el que Andalucía está elaborando actualmente un Plan Estratégico.

Nuestra valoración de este análisis sectorial y argumentos para su propuesta es que de nuevo en que se queda en un nivel muy superficial. Las premisas por ambas partes tanto de la importancia y empuje del sector mexicano, como del andaluz son ciertas si bien, la actividad del sector en Andalucía supone competencia directa de las empresas mexicanas. El grueso de las empresas del sector andaluz también se concentra en la fabricación de partes de aeronaves, teniendo como principales clientes los grandes OEMs como Airbus y Boeing. Es por ello que no somos suministradores de los insumos para el ensamble o fabricación de aeronaves o partes, sino que exportamos precisamente partes de aeronaves. De hecho, han existido casos de empresas andaluzas que se han implantado en México para fabricar allí, aprovechando las ventajas de la mano de obra y cercanía con EEUU: Aernnova, Elimco y Navair han sido ejemplos. De ellas, sólo Aernnova sigue allí.

En el análisis de la consultora no hay un estudio de los países origen de las importaciones que realiza el sector aeronáutico mexicano y el posicionamiento de España.

Proponen la participación en dos ferias: Mexico's Aerospace Summit y la Feria Aeroespacial México FAMEX. Como ellos definen en su propuesta, sólo dos empresas españolas estuvieron en la primera: Aernnova y Aeroprocess. Las empresas andaluzas no tienen oportunidades de venta en México, y para llegar a los TIER1 y OEMs, que no hay en México, acuden a otras ferias de sector de relevancia mundial.

Puntuación: 4 puntos.

Tras la negociación sólo incorporan unos comentarios que detallamos al comienzo de este apartado, pero que no suponen una variación a la puntuación inicialmente asignada.

PUNTUACIÓN INICIAL SECTORES 2.2.: 8 PUNTOS

PUNTUACIÓN FINAL SECTORES 2.2: 8 puntos.

2.4 Programación y cronograma (de 0 a 3 puntos)

- **Programación (de 0 a 2 puntos)**

La programación consta de 8 acciones, 3 para el sector de Tecnología y Bienes de Equipo, 4 para Aeronáutico y una general. En este sentido, existe un equilibrio de acciones por sectores, pero no proponen ninguna otra acción para algún otro sector, que complete su actividad.

Hacen uso de 3 de los servicios objeto del concurso (JJTT, Misiones Directas, Misiones Inversas), pero no indican un número objetivo de Agendas o Sondeos a realizar en el año.

En cuanto al contenido de las acciones propuestas, en la línea de lo comentado en las valoraciones sectoriales, los objetivos de las mismas no se ajustan a la realidad ni en cuanto a oportunidades como en el caso de aeronáutico, ni de que haya una oferta agregada de empresas andaluzas que vayan a responder participando en las acciones, en el caso de bienes de equipo, que se centran en la feria EXPOPACK.

Puntuación Programación: 0,5 punto

Cronograma (de 0 a 1 puntos)

Las acciones propuestas en la programación están bien distribuidas a lo largo del año, pero nos parece poco contenido para una oficina con un equipo permanente de dos personas.

Puntuación Cronograma: 0,5 punto

Puntuación inicial Programación y cronograma: 1 punto.

Tras la negociación:

No se incorpora información adicional y por tanto mantenemos la puntuación.

Puntuación final Programación y cronograma: 1 punto.

Total Puntuación inicial propuesta técnica: 22,5 puntos

Total Puntuación final propuesta técnica: 22,5 puntos

Licitadora 2.- P&L GLOBAL

1) **Criterio 2.- CRITERIOS CUALITATIVOS EVALUABLES MEDIANTE JUICIOS DE VALOR (de 0 a 55 puntos).**

2.1 Metodología (de 0 a 22 puntos)

- **Agendas Individuales (de 0 a 6 puntos)**

La definición, conceptos y objetivos de la acción son claros y correctos. Las fases del proceso en líneas generales están muy bien definidas y siguen una estructura lógica y ordenada.

Las fases son: contacto con la entidad contratante, reunión de lanzamiento con la empresa andaluza, análisis de viabilidad de la agenda, elaboración agenda tentativa,

selección abanico de empresas, contacto con las empresas de interés, pre-agenda, agenda definitiva, ejecución y seguimiento e informes.

En cada una de las fases contemplan todos los aspectos que nos parecen relevantes para una buena ejecución. Entre la información que solicitan para valorar la idoneidad de la agenda está la información sobre los productos y servicios y los catálogos y presentaciones en formato digital.

Proponen establecer el número mínimo de citas por agenda, caso a caso, en función del sector y consultándolo con la entidad contratante.

El plazo de entrega de la agenda definitiva, se fija en la semana anterior al desplazamiento, aunque en el apartado de Interlocución permanente afirman que mantendrán informada a la empresa y a la entidad contratante a lo largo de todo el proceso. En general, los plazos marcados en el cronograma nos parecen razonables.

En cuanto a la documentación que se entregará a la empresa esta se compone de: agenda tentativa, agende definitiva e informe final, que recogerá el grado de satisfacción de la empresa y posibles resultados comerciales. No entregan información sectorial o nota de mercado.

En Anexo aportan ejemplo de Agenda Individual que se entrega a las empresas.

Puntuación: 5 puntos.

- **Misiones agrupadas directas (de 0 a 6 puntos)**

En la definición de este servicio están abiertos a trabajar misiones tanto para un conjunto de empresas de un solo sector como de diversos sectores, trabajando agenda individual para cada participante.

La consultora afirma que en condiciones normales el equipo disponible puede asumir una misión de entre 2 a 20 empresas. Si fueran más, podrían poner a disposición del proyecto a un mayor número de consultores.

En las demás cuestiones: contacto con la entidad contratante, reunión de lanzamiento con la empresa andaluza, análisis de viabilidad de la agenda, elaboración agenda

tentativa, selección abanico de empresas, contacto con las empresas de interés, pre-agenda, agenda definitiva, ejecución y seguimiento e informes, el contenido de la propuesta es prácticamente igual que en el caso de las Agendas Individuales, por lo que nuestra valoración en esos aspectos es similar.

En Anexo aportan Informe de resultados de una Misión Comercial. El contenido real es menos exhaustivo y detallado que el que se describe en la propuesta.

Puntuación: 5 puntos.

- **Misiones inversas (de 0 a 4 puntos)**

La propuesta sobre la metodología de este servicio nos parece muy completa, cubriendo todos los puntos relevantes. Plazo total ejecución de 8 semanas. Aportan en Anexo modelo de ficha de información que se solicita a un posible invitado.

Puntuación: 4 puntos.

- **Jornadas informativas (de 0 a 3 puntos)**

Definen el servicio como Jornadas orientadas a mostrar las posibilidades existentes en el mercado para las empresas andaluzas con un enfoque sectorial o multisectorial. Recomiendan que preferentemente sean Jornadas presenciales, aunque también contemplan la opción online

Las fases son: reunión de lanzamiento con la entidad contratante, preparación de la presentación, planificación de las jornadas, ejecución y seguimiento con elaboración de informe final.

Hasta aquí su detalle del servicio es correcto, sin embargo, hay detalles importantes que deberían mencionarse como son los hitos temporales para preparar las jornadas, distintas alternativas de ponentes de la consultora o profesionales externos y/o la validación de los candidatos propuestos o del contenido de las jornadas con el personal de Extenda

Puntuación: 1,5 puntos.

- **Sondeos de mercado (De 0 a 3 puntos)**

Definición correcta y muy completa.

Descomponen el servicio en estas fases: contacto con la entidad contratante, reunión de lanzamiento, investigación de mercado y análisis, seguimiento de los contactos de interés, informe final de actividades. El plazo total de ejecución es de 4 semanas.

En este servicio no incluyen la fase de análisis de viabilidad de la empresa, que también en este servicio es recomendable realizar antes de invertir 4 semanas de trabajo y recursos. Aportan en anexo un modelo de Nota Sectorial y Sondeo, pero no está la parte que corresponde a los resultados del seguimiento de los contactos del sondeo.

Puntuación: 2 puntos.

PUNTUACIÓN METODOLOGÍA: 17,5 puntos.

Tras la negociación:

No se incorpora nada nuevo y por tanto mantenemos la puntuación.

PUNTUACIÓN FINAL METODOLOGÍA: 17,5 puntos.

2.2 Propuesta sectores de interés y su justificación en México (De 0 a 28 puntos)

Como introducción a la propuesta sectorial dan la cifra total de exportaciones de Andalucía en 2018, 32.000 millones de euros, con saldo levemente negativo en la balanza comercial. Hay una gráfica de las exportaciones totales por productos. Sin más, pasan a las dos propuestas sectoriales.

- **Primer sector propuesto (de 0 a 14 puntos) – TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN**

Valoración inicial:

Desde el punto de vista de la demanda, justifican las oportunidades que presenta el sector en México en la transformación digital que dicen está llevando a cabo el país y a la publicación de la revista Forbes que explica que las nuevas tecnologías tienen cada vez más importancia en el presupuesto de las empresas. La descripción de las oportunidades en México estaría más argumentada con datos que cuantifiquen este crecimiento e información sobre programas y políticas que lo estén impulsando.

Por el lado de la oferta de Andalucía, se basan en datos de Extenda que según las cifras de exportaciones de 2017 fue la tercera comunidad exportadora del sector TIC a nivel nacional. Aportan cifras del total de esas exportaciones, el número de empresas exportadoras y que el capítulo más exportado fue el de los equipos de telecomunicaciones, seguido de instrumentos de precisión y medida e informática y hardware.

En base a esto justifican que este sector se postula como de especial interés para las empresas andaluzas.

A continuación, pasan a detallar su propuesta de acciones de interés:

Jornadas Técnicas sobre Oportunidades en México, Elaboración de Estudio Sectorial (caracterización del sector andaluz), Base de datos sectorial (de Andalucía), misiones comerciales directas y misión comercial inversa.

En el análisis del lado de las oportunidades en México, usa un argumento genérico, pues en general las nuevas tecnologías son parte fundamental en el crecimiento y desarrollo de todos los países, sin mencionar datos concretos de México, ni analizar cifras de importaciones desde España y Andalucía, empresas presentes, etc.

En cuanto a la oferta, de forma correcta, identifican este sector como de especial interés en Andalucía y que presenta una masa crítica de empresas y un volumen de actividad y exportaciones que lo clasifican entre los sectores de especial relevancia en la región.

Sin embargo, echamos en falta un análisis de los perfiles de empresas que componen el sector, distinguiendo entre empresas de hardware y de software, ya que éstas últimas son una parte importante de la actividad y exportaciones de las empresas andaluzas, asimismo

las estrategias del TIC se deberían segmentar por sectores a los que se dirige la oferta, dentro de la amplitud que abarca el sector TIC en general.

En cuanto a la programación, una de las actividades propuestas es precisamente esa caracterización sectorial. Las acciones son lógicas, siguiendo el esquema tradicional de las herramientas de promoción: jornada técnica, base de datos sectorial, estudio sectorial. misión directa y misión inversa. Se enumeran en este orden, mientras que se debería empezar por la base de datos y el estudio antes de las jornadas técnicas. En el apartado de Programación y Cronograma, sí aparece el estudio en primer lugar.

Valoración tras negociación:

Refuerzan la información sobre las oportunidades que ofrece el sector en México, con iniciativas gubernamentales y mencionan el proyecto de gobierno digital. Segmentan las oportunidades destacando algunos nichos de interés como TIC para la educación, TIC para la salud y TIC para la competitividad.

Desde el punto de vista de conocimiento de la oferta andaluza, citan información de Extenda sobre las empresas regulares exportadoras y las cifras de exportación, y ahora sí hacen referencia al negocio del software apuntando que estas cifras no incluyen servicios, que es una parte de gran importancia en este sector. El análisis de la oferta y oportunidades estaría más completo con cifras de exportaciones concretas de España y Andalucía a México, principales empresas del sector y empresas presentes en el mercado.

Identifican eventos del sector dentro de los cuales se recomienda enmarcar las posibles misiones comerciales.

Tras la negociación seguimos echamos en falta un análisis de los perfiles de empresas que componen el sector, distinguiendo entre empresas de hardware y de software, ya que éstas últimas son una parte importante de la actividad y exportaciones de las empresas andaluzas y es hacia las que se debería dirigir la oportunidad en México.

Puntuación inicial: 7 puntos.
Puntuación tras negociación: 9 puntos

- **Segundo sector propuesto (de 0 a 14 puntos) – ENERGÍAS RENOVABLES**

Valoración inicial:

La primera razón que argumentan para la elección de este sector es el alto potencial por las condiciones climáticas del país y el impulso desde la esfera pública que se está llevando a cabo. Sería relevante comentar que, aunque ciertamente las condiciones climáticas existen y se mantienen, el impulso político de la reforma energética iniciada por el presidente Enrique Peña Nieto, ha sido bruscamente frenado por su sucesor tras las elecciones, López Obrador. Los proyectos y subastas públicas de han paralizado, quedando actualmente el desarrollo de los proyectos de Energías Renovables en el ámbito de la iniciativa privada. Ahora mismo hay incertidumbre en el sector.

Respecto a la descripción de la oferta andaluza, hacen referencia al avance de las renovables en la matriz energética de la región, sin concretar si estos proyectos han sido realizados por empresas andaluzas. Otros argumentos de la importancia de las empresas andaluzas del sector de EERR son las acciones que Extenda organiza en este ámbito y el Portal de Renovables. Para orientar la estrategia se debería profundizar en perfil de empresas, nombres, especialización por tipos de energías (eólica, termosolar, fotovoltaica…).

Para plasmar el conocimiento del posicionamiento actual, podrían haber incluido un análisis de los proyectos desarrollados en México y las empresas extranjeras, españolas o andaluzas que estén presentes en el mercado.

En cuanto a las acciones propuestas, empiezan por sugerir la participación en ferias (dos orientadas a la energía eólica y una general de EERR). Otras acciones son Jornadas Técnicas de oportunidades en México, Base de datos de empresas andaluzas, elaboración de estudio sectorial, misiones comerciales directas y misión comercial inversa.

La selección de acciones propuesta no es acertada, ya que menciona dos ferias de energía eólica si bien la oferta andaluza se concentra en proyectos de energía fotovoltaica y solar de concentración.

Valoración tras negociación:

Argumentan la importancia de las oportunidades que presenta el país, que ocupa el puesto 14 entre los países que más invierten en EERR según un informe de la ONU, aunque no aportan año y referencias de este informe.

Incorporan datos del sector solar en México, con el número de centrales solares en operación en el país, aunque de cara al futuro lo interesante es conocer los proyectos futuros y las expectativas de crecimiento de este subsector.

Con respecto a su primera propuesta, en la negociación hay una referencia al sector solar que no se hacía en la primera versión, pero no se pone en relación con la oferta por parte de las empresas andaluzas, de la que no amplían información.

La selección de acciones propuestas no varía, y no se consideran adecuadas ya que se refieren a energía eólica y la oferta andaluza es fuerte en energía fotovoltaica y solar.

Puntuación inicial: 8 puntos.
Puntuación tras negociación: 8,5 puntos

Puntuación inicial sectores 2.2.: 15 puntos
Puntuación tras negociación sectores 2.2.: 17,5 puntos

2.4 Programación y cronograma (de 0 a 3 puntos)

- **Programación (de 0 a 2 puntos)**

Presentan una programación compuesta de 13 acciones propiamente de promoción, que se completa con otras actividades que desarrollan de forma continuada a lo largo del año (resolución de consultas, notas de mercado, desarrollo metodologías de entrada, sondeos de mercado, gestión de participación en ferias y búsqueda de inversores extranjeros).

Del total de acciones, 8 son para los sectores propuestos: 3 para el sector TIC y 5 para EERR, por lo que establecen cierto equilibrio entre ambos, con una mayor dedicación a las EERR para la que hay dos ferias y una misión directa. Esta oferta para un solo sector puede resultar excesiva y no obtener la participación adecuada que justifique todas las acciones.

Incorporan además la feria Expo ANTAD para el sector Agroalimentario, lo que nos parece correcto dada la importancia del sector para Andalucía y que es la mayor feria.

En cuanto a tipología de acciones, hay 2 estudios de mercado, 2 misiones directas, 3 misiones inversas, 2 ferias y programan agendas individuales en 4 meses, pero no se explica si es el número de agendas a realizar o los meses en que se ejecutan. No incluyen en esta programación las Jornadas Técnicas que mencionan en su propuesta sectorial para presentar las oportunidades de mercado a las empresas.

Puntuación Programación: 1,5 punto

Cronograma (de 0 a 1 puntos)

La distribución de las acciones de mayor carga de trabajo, como son las misiones directas, ferias y las misiones inversas están todas concentradas en 6 meses, y no queda claro por qué las agendas individuales se programan sólo en 4 meses del año.

Los demás servicios están planteados de forma continua a lo largo del año.

Puntuación Cronograma: 0,5 puntos

Puntuación inicial Programación y cronograma: 2 puntos.

Tras la negociación:

No incorporan nada adicional y por tanto mantenemos la puntuación.

Puntuación final Programación y cronograma: 2 puntos.

Total Puntuación inicial propuesta técnica: 34,5 puntos

Total Puntuación final propuesta técnica: 37 puntos

Licitadora 3.- AZENTUM

1) **Criterio 2.- CRITERIOS CUALITATIVOS EVALUABLES MEDIANTE JUICIOS DE VALOR (de 0 a 55 puntos).**

2.1 Metodología (de 0 a 22 puntos)

- **Agendas Individuales (de 0 a 6 puntos)**

La definición del servicio es correcta, y en la misma delimitan este servicio a una duración de 3 días de trabajo.

En el apartado de empresas susceptibles de solicitar este servicio y su aceptación, no establecen un proceso de filtro antes de aceptar la petición de la empresa, siendo un paso necesario, para realizar la agenda en casos donde a priori haya cierta viabilidad.

El resto de fases contempladas son: Establecimiento de plazos y fechas, contacto inicial directo con la empresa (llamada o videoconferencia), información a solicitar, identificación de clientes potenciales, validación por la empresa, procedimiento de contacto, interlocución permanente, ejecución de la agenda y seguimiento de la misma con la empresa tras su realización.

No hay propuesta de realización de un informe final, ni de la entrega de información sectorial a la empresa ni antes ni después de la ejecución de la agenda.

El plazo total para la realización del servicio es de 6 semanas, por nuestra experiencia esto es el plazo mínimo para poder garantizar un buen servicio. Por debajo de este margen no nos parecería aceptable. Los plazos intermedios, como el de la entrega de un borrador de agenda y de la agenda definitiva no se citan.

Describen caso práctico de una Agenda realizada y aportan modelo de Agenda Final que entregan a la empresa.

Puntuación: 4 puntos.

- **Misiones agrupadas directas (de 0 a 6 puntos)**

Entienden la misión agrupada directa como una acción de empresas de un mismo sector, o sectores afines, a los que se les prepara una agenda común. Es correcta, aunque demasiado restringida, sin especificar la posibilidad de realizar misiones multisectoriales y que cada empresa lleve su propia agenda. No obstante, más adelante aclaran que la agrupación de varias empresas en las reuniones es una opción.

La primera fase que abordan es el proceso de concreción junto con Extenda de la información básica de la misión: sector/subsector, perfil de las empresas andaluzas, objetivos y fechas. Consideran razonable un promedio de 5 a 10 empresas participantes.

Una vez que reciben el listado de empresas que participan, proponen la realización de llamadas uno a uno para obtener el máximo de información necesaria para trabajar en su agenda. A partir de ahí arrancan con el proceso de identificación de contactos, que enviarán a las empresas para su valoración y dar paso entonces a la fase activa de llamadas y consecución de reuniones que está bien detallada. Plantean como objetivo conseguir 9 citas por empresa en 3 días de trabajo.

El envío de la agenda definitiva a las empresas es 4 días antes de la celebración de la misión. Este plazo nos parece demasiado ajustado, pues no plasman si hay envíos anteriores de borradores de agenda y en qué plazos. Durante la ejecución ofrecen acompañamiento. Finalmente, tras la ejecución solicitarán cuestionarios de valoración a las empresas y proponen realizar otro seguimiento a las empresas de forma periódica.

El plazo total de ejecución es de 10 semanas (48 días hábiles), lo que es un tiempo razonable. Aportan descripción de las fases en un ejemplo práctico, pero no adjuntan modelos de Agendas. No hay Informe Final ni envío de Nota Sectorial.

Puntuación: 4 puntos.

- **Misiones inversas (de 0 a 4 puntos)**

Definición del servicio y objetivos correcta y completa. Consideran además la posibilidad de realizar la misión inversa en el marco de algún evento.

La primera fase que abordan es el proceso de concreción junto con Extenda del perfil de invitados que se pide, fechas, programa, ficha de información del invitado y posibilidad de tener el listado de empresas andaluzas que participan.

A partir de ahí arrancan con el proceso de identificación y envío de propuestas a Extenda para su validación. No concretan qué información proponen ellos solicitar a los invitados para el proceso de selección. Proponen como número objetivo el envío de 3 candidatos para su valoración, aunque parece que asumen que el número objetivo es de un candidato.

Una vez seleccionado, ya entran en la fase de organización logística, agenda del invitado, posible acompañamiento y seguimiento posterior. No redactan Informe Final.

El plazo total de trabajo en este tipo de servicio es de 10 semanas.

Describen caso práctico de una misión inversa realizada.

Puntuación: 3 puntos.

- **Jornadas informativas (de 0 a 3 puntos)**

La definición es correcta, entendiendo las jornadas en todas sus opciones, tanto dirigidas a empresas nacionales como extranjeras, pudiéndose celebrar tanto de forma presencial como por videoconferencia, a cargo de un ponente especialista en la materia.

Describen todas las fases necesarias en la organización de una jornada: identificación y posterior validación del ponente junto con Extenda y propuesta de temario a cubrir por el ponente. Un aspecto diferencial que contemplan es la idea de facilitarle al ponente el listado de empresas que se han inscrito a las jornadas, para analizar sus perfiles y adecuar el contenido al público asistente. Asimismo, plantean la posibilidad de que participen en los seminarios empresas andaluzas que puedan compartir sus experiencias.

En el caso de Jornadas presenciales, en las que se desplaza a Andalucía el ponente, recomiendan la posibilidad de prepararle al experto una serie de reuniones y visitas tras el seminario, para que éste pueda conocer en profundidad la oferta andaluza de su sector.

Concluyen la propuesta con de las presentaciones y los datos de contacto del ponente a las empresas participantes.

Puntuación: 2,5 puntos.

- **Sondeos de mercado (De 0 a 3 puntos)**

Definición del servicio y objetivos completa y concisa.

El siguiente punto en la propuesta es la aceptación de la empresa para la que se realizará el sondeo. En este punto, no establecen un proceso de filtro antes de aceptar la petición de la empresa, siendo un paso necesario.

El resto de fases: Establecimiento de plazos y fechas, contacto inicial directo con la empresa (llamada o videoconferencia), información a solicitar, identificación de clientes potenciales, validación por la empresa, procedimiento de contacto, realización de informe final y seguimiento del sondeo, están todas contempladas de forma acertada y muy detallada.

Como parte de este seguimiento, proponen recomendar la realización de una Agenda a aquellas empresas cuyos resultados del sondeo hayan sido positivos.

El plazo de ejecución es de 40 días hábiles, lo que parece razonable.

Aportan resumen de un caso real de Sondeo, que tras los resultados se desplazó a México para realizar la agenda.

Puntuación: 2,5 puntos.

PUNTUACIÓN METODOLOGÍA: 16 puntos.
PUNTUACIÓN METODOLOGÍA TRAS NEGOCIACIÓN: 16 puntos.

2.2 Propuesta sectores de interés y su justificación en México (De 0 a 28 puntos)

- **Primer sector propuesto (de 0 a 14 puntos) – SECTOR AGROALIMENTARIO**

Valoración inicial:

Comienzan con una descripción de la situación actual de México, con una población creciente y joven, lo que implica que la demanda de alimentos y bebidas siga aumentando, y las importaciones continúen creciendo año a año.

Por otra parte, actualmente los productos españoles gozan de reconocimiento como productos de calidad, siendo muy apreciados, y su consumo está en alza. De la oferta andaluza identifican que hay especialmente oportunidades en los subsectores de aceite de oliva y aceituna, brandy y vinos y jamones y embutidos.

No aportan cifras de importaciones totales de México, pero sí las cifras de exportaciones totales de productos agroalimentarios de España y Andalucía a México en los últimos 3 años, cifras que presentan una estabilidad, y en las que nuestra región tiene cerca del 20% de cuota de participación.

Posteriormente, en cada subsector propuesto analizan la evolución de las importaciones totales en México, estudiando los principales países proveedores y la posición de España y de Andalucía en el ranking del origen de las importaciones.

En aceite, aunque el consumo a nivel popular es aún reducido, las exportaciones de este producto de Andalucía a México han crecido en los últimos 3 años, liderando las exportaciones españolas con el 62,89% de cuota. España es el principal proveedor por delante de Italia.

En cuanto a la aceituna, Andalucía tuvo en 2018 el 56,46% de cuota de las exportaciones españolas, las exportaciones totales de España a México se mantienen estables.

En Vinos, las importaciones mexicanas crecen anualmente, siendo España su principal proveedor, por delante de Chila, Francia e Italia. La categoría más importada es el vino

tinto. Andalucía tiene una cuota muy pequeña, pero la propuesta es aprovechar esta tendencia en los vinos españoles para apoyar el incremento de los vinos de Andalucía.

En Brandy, España es el principal proveedor gracias a las exportaciones de Cataluña, sin embargo, en el último año se registra un salto importante en las exportaciones de brandy de Andalucía que le restan cuota a las catalanas.

En los capítulos de Jamones y Embutidos, se detecta un crecimiento de las exportaciones españolas de estas partidas, donde Andalucía aún tiene poca participación, pero cuenta con oferta para ganar cuota de mercado.

Otros subsectores mencionados de interés son los productos ecológicos, cuya demanda se fortalece a medida que la población aumenta y crece la clase media.

Hacen referencia al Tratado de Libre Comercio entre México y la Unión Europea, renovado en 2018, que disminuye las barreras arancelarias, no obstante, apuntan a que la normativa en cuanto al etiquetado y registros sanitarios es compleja.

Terminan la presentación del sector con la identificación de las empresas andaluzas presentes actualmente en el mercado. No hay referencias a los canales de distribución en México, tipos de puntos de venta y los que deben ser el objetivo para la oferta andaluza.

Mencionan algunos casos de éxito recientes de introducción de nuevas empresas y productos en el mercado.

En cuanto a acciones, proponen: Jornada Técnica exportación alimentos y bebidas a México, Jornada Técnica de Etiquetado, participación con empresas en la feria Expo ANTAD y Jornada Networking empresas implantadas en México. Además, plantean la posibilidad de sumarse a iniciativas de ICEX para darle mayor promoción y visibilidad a la oferta de Andalucía como, por ejemplo: acciones de promoción con escuelas de gastronomía y cadenas hoteleras, Festival Vinos de España, etc.

En general esta propuesta sectorial muestra un conocimiento en profundidad de la presencia de Andalucía y la evolución de las cifras, que son estables con leves incrementos, por lo que es recomendable prestar atención y realizar acciones que animen la demanda. Su propuesta combina el apoyo a las empresas ya presentes con otras acciones que

buscan identificar y preparar la introducción de nuevas empresas (a través de las jornadas técnicas).

Es una propuesta demasiado amplia para el equipo asignado al proyecto, pues las acciones con empresas presentes y en colaboración con otras instituciones requieren de un esfuerzo especial de coordinación, pero la naturaleza de las acciones es adecuada.

Valoración tras negociación:

En la propuesta mejorada añaden datos e información sobre tendencias de consumo y datos del sector cárnico en México, pero sin aportar y conectar estos datos con las oportunidades para el sector andaluz.

En cuanto a las acciones, amplían la descripción de las propuestas de colaboración con iniciativas del ICEX e incorporan una nueva acción de promoción “Tapatour” en la que colaboran el ICEX, el Consorcio del Jamón Serrano Español y la Cámara Española de Comercio (CAMESCOM).

Estas aportaciones nuevas no tienen un valor añadido a la propuesta inicial.

Tras la negociación:

Tras la negociación, incorporan unas pinceladas sobre el sector agroalimentario en México y su peso en el PIB nacional.

Por otra parte, sitúan a México como destino de interés para inversionistas del sector, ya que por su posición estratégica y los múltiples tratados y acuerdos comerciales con un gran número de países, el mercado mexicano puede suponer una plataforma para el continente americano.

Para cada uno de los subsectores incorporan datos sobre la evolución de las importaciones de estos productos en México.

Puntuación inicial: 10 puntos.

Puntuación tras negociación: 11 puntos.

- **Segundo sector propuesto (de 0 a 14 puntos) – ENERGÍAS RENOVABLES**

Valoración inicial:

La propuesta comienza con una descripción en general del sector servicios, dentro del cual, la Reforma Energética y las medidas del gobierno en el sector de EERR, favoreció que las empresas extranjeras pudieran participar en subastas energéticas, principalmente de energías limpias, a través de alianzas o mediante la implantación de las empresas en el país, al no haber experiencia por parte de las ingenierías mexicanas en este tipo de proyectos. España fue el segundo país con mayor IED durante el período 2017-2018.

A continuación, realizan un análisis de las cifras de importación a nivel mundial y las exportaciones de España y Andalucía de las partidas relacionadas con el sector energético.

Las exportaciones andaluzas son irrelevantes en cuanto a bienes como paneles solares o generadores de energía eólica, aunque España está entre los primeros 6 proveedores mundiales a México en ambas categorías y es muy representativo que las importaciones totales de paneles solares en México en 2018 casi duplican las de generadores eólicos.

Aclaran tras el análisis estadístico, que las oportunidades para las empresas andaluzas no se centran en el intercambio de bienes, sino por su know-how y desarrollo de proyectos, es decir por el trabajo de consultoría gracias a la experiencia que las ingenierías y consultoras andaluzas tienen en este sector.

Volviendo a la descripción de la demanda en México, destacan que entre los años 2010-2016 de 72 proyectos de IED en el sector de las EERR, España ocupó el primer lugar como inversionista con 28 proyectos, por delante de EEUU, Italia, Reino Unido y Alemania.

En otro apartado enuncian los proyectos que han sido adjudicados y aquellos pendientes de salir a concurso, en relación a parques eólicos y fotovoltaicos. Sin embargo, no mencionan en ningún momento el freno que el nuevo gobierno ha supuesto para el lanzamiento de estos nuevos proyectos y las subastas del estado.

Hay gran detalle sobre proyectos eólicos, y menciones sobre fotovoltaicos, pero no hay un estudio ordenado por subsectores dentro de los distintos tipos de EERR (eólicos, solar fotovoltaica, solar de concentración) y por la experiencia de Extenda, actualmente el grueso de las empresas andaluzas del sector de EERR, tienen puesto su objetivo en este subsector.

Terminan la propuesta con una relación de acciones del sector de las EERR en México, aunque deberían concretar cuáles de ellas proponen realizar efectivamente, ya que posteriormente, en la programación y cronograma sólo incluyen dos de ellas.

Valoración tras negociación:

En esta entrega profundizan sobre las perspectivas de desarrollo para el sector de las EERR en México, y analizan las tres últimas subastas del gobierno en los años recientes (2015, 2016 y 2017) con información sobre el reparto de proyectos en las distintas tecnologías (eólicas, solares, geotérmicas, hidráulicas y ciclo combinado). En este análisis mencionan que el gobierno actual ha paralizado la cuarta subasta hasta nuevo aviso. El nuevo gobierno está reflexionando sobre la nueva estrategia en materia de EERR. En un apartado de Proyectos a futuro en México, tienen una relación que proyectos que ya están en construcción derivados de las subastas anteriores, y una iniciativa de la Ciudad de México llamada “Ciudad Solar” que es una gran oportunidad para las empresas relacionadas con la energía fotovoltaica.

En otro nuevo apartado han incorporado un análisis de las empresas andaluzas del sector de las EERR identificando algunas que están presentes en México y los proyectos que ya tienen en el país.

La propuesta refleja un conocimiento del funcionamiento del sector a nivel público, del esquema de subastas, de los principales actores, de las perspectivas y las amenazas actuales con especial atención a la energía solar que responde al principal interés del sector de las empresas de Andalucía.

Puntuación inicial: 8 puntos.

Puntuación tras negociación: 10 puntos.

Puntuación inicial sectores 2.2.: 18 puntos

Puntuación final sectores 2.2.: 21 puntos

2.4 Programación y cronograma (de 0 a 3 puntos)

- **Programación (de 0 a 2 puntos) –**

La programación que presentan consta de un total 19 acciones más 4 en coordinación con ICEX.

Para el sector agroalimentario proponen 10 acciones: las 4 de la propuesta sectorial, las 4 acciones en coordinación con ICEX y Asociaciones, y dos Misiones Inversas. Como ya hemos valorado, pensamos que, por la capacidad de la oficina, hay que concentrar esfuerzos, son demasiadas acciones.

Para EERR, dedica 4 acciones. Dos coinciden con las que estaban en la propuesta sectorial (MIREC y una misión inversa). Las otras dos son unas Jornadas y una misión inversa en sectores que pueden tener cierta vinculación con las EERR, pero no son específicas para el mismo.

Completan su programación con otra serie de misiones inversas que suele organizar Extenda de forma anual, y en las que proponen sumarse. Son de los sectores de Industrias Culturales, Ind. Aux. de la Agricultura, Tecnología, Hostelería, TIC, Multisectorial y Moda Infantil.

En paralelo estiman ejecutar entre 8-10 Proyectos Individuales a lo largo del año.

Es una programación bastante ambiciosa, como decimos poco equilibrada en el sector agroalimentario y con mucho peso de las misiones inversas de Extenda para completar la actividad.

Puntuación Programación: 1 punto

Cronograma (de 0 a 1 puntos) –

La distribución de las acciones de mayor carga de trabajo, como son las Misiones Directas, están bien programadas en semestres distintos. Las misiones directas se reparten de manera uniforme a lo largo del año, aunque las acciones en colaboración con ICEX no tienen fecha y quizás si todo lo demás se ejecuta sería difícil incorporarlas todas.

Puntuación Cronograma: 0,5 puntos

Puntuación Programación y cronograma: 1,5 puntos.

Total Puntuación propuesta técnica: 38,5 puntos

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

1.- AZENTUM	**38,5 puntos**
2.- P&L GLOBAL	**37 puntos**
3.- REDFLEXIÓN CONSULTORES	**22,5 puntos**

* Redflexión consultores no alcanza el mínimo de puntuación exigida para considerar la oferta económica.

En Sevilla, a 28 de octubre de 2019

Fdo.-Sol Luengo Morales
Técnico del Dpto. de Red Exterior

Fdo.- Paola Castro González
Jefa del Dpto. de Red Exterior