

Acord Marc de Serveis de Màrqueting i Promoció Comercial Internacionals per a Prodeca, estructurat en 10 Lots

Expedient núm. AM01/2026

Informe de valoració de la proposta tècnica de les empreses licitadores

Índex de contingut

Objecte de l'informe	3
Propostes tècniques	3
Valoració de les ofertes	6
Lot 1. Àfrica al nord del Sàhara	8
VALORACIÓ TÈCNICA	8
EXPAND GLOBAL CONSULTING SL	8
OMNICREA CONSULTORIA SLU	11
UTE IETEA-EXPANDIA	14
Lot 2. Àfrica al sud del Sàhara	18
VALORACIÓ TÈCNICA	18
EXPAND GLOBAL CONSULTING SL	18
Lot 3. Amèrica Llatina	23
VALORACIÓ TÈCNICA	23
EXCOM SOLUTIONS SERVICIOS EMPRESARIALES	23
TRACK GLOBAL SOLUTIONS SL	27
UTE P&L GLOBAL-ESKZ GLOBAL	30
Lot 4. Àsia oriental	34
VALORACIÓ TÈCNICA	34
ARGOS CONSULTING NETWORK SL	35
EIBENS CONSULTING SL	37
VISTOSO COLLECTION CO., Ttd.	41
PERSPECTIVA ASIA LIMITED	43
Lot 5. Estats Units i Canadà	48
VALORACIÓ TÈCNICA	48
EXCOM GLOBAL SOLUTIONS SL	48
UTE P&L GLOBAL-ESKZ GLOBAL	52

Lot 6. Gran Xina.....	56
VALORACIÓ TÈCNICA.....	56
HERRERA & ZHANG INTERNATIONAL CONSULTING NETWORK SL	57
BEIJING CHINEXITA INTERNATIONAL MANAGEMENT CONSULTING CO.LTD.....	60
PERSPECTIVA ASIA LIMITED	63
VISTOSO COLLECTION Co., Ltd.....	66
EIBENS CONSULTING SL	69
Lot 7. Índia i Pakistan.....	73
VALORACIÓ TÈCNICA.....	73
INDVERSIS MANAGEMENT CONSULTING SL	73
Lot 8. Mercats europeus	79
VALORACIÓ TÈCNICA.....	79
ARGOS CONSULTING NETWORK SL	79
Lot 9. Orient Mitjà.....	83
VALORACIÓ TÈCNICA.....	83
EXPAND GLOBAL CONSULTING SL	83
UTE P&L GLOBAL-ESKZ GLOBAL	87
Lot 10. Sud-est Asiàtic.....	92
VALORACIÓ TÈCNICA.....	92
DOUBLE M INDOTRADERS CANARIAS SL.....	92
PERSPECTIVA ASIA LTD	95
EIBENS CONSULTING SL	99

Objecte de l'informe

El dia 6 de febrer de 2026, es va procedir a l'obertura del Sobre B corresponent a la proposta tècnica referent al procediment de selecció de contractistes per a la prestació de serveis corresponents a l'Acord Marc de Serveis de Màrqueting i Promoció Comercial Internacionals per a Prodeca, estructurat en 10 lots. Per a cada un dels lots, es va establir un màxim de 3 seleccionades.

L'Acord Marc de referència es va establir en els lots següents:

Lot	Descripció	Màxim seleccionades
Lot 1	Àfrica al nord del Sàhara	3
Lot 2	Àfrica al sud del Sàhara	3
Lot 3	Amèrica Llatina	3
Lot 4	Àsia Oriental	3
Lot 5	Estats Units i Canadà	3
Lot 6	Gran Xina	3
Lot 7	Índia i Pakistan	3
Lot 8	Mercats europeus	3
Lot 9	Orient Mitjà	3
Lot 10	Sud-est asiàtic	3

A petició de la Mesa de Contractació, s'emet el present informe de valoració de les propostes de les licitadores.

Propostes tècniques

Lot 1. Àfrica al nord del Sàhara

S'hi han presentat tres ofertes corresponents a les licitadores:

- EXPAND GLOBAL CONSULTING SLU.
- OMNICREA CONSULTORIA SLU.
- UTE IETEA-EXPANDIA- Àfrica Norte Sàhara (formada per les empreses Expandia International Sarl, i IETEA GROUP SL).

Les tres ofertes compleixen amb els requisits mínims inclosos en el plec de prescripcions tècniques corresponent a la present contractació.

Lot 2. Àfrica al sud del Sàhara

S'hi ha presentat una oferta corresponent a la licitadora:

- EXPAND GLOBAL CONSULTING SLU.

L'oferta presentada compleix amb els requisits mínims contemplats en els plecs de prescripcions tècniques de la present contractació.

Lot 3. Amèrica Llatina

S'hi han presentat tres ofertes corresponents a les licitadores:

- EXCOM SOLUTIONS SERVICIOS EMPRESARIALES
- TRACK GLOBAL SOLUTIONS SL
- UTE P&L GLOBAL-ESKZ GLOBAL (formada per les empreses P&L GLOBAL SL i ESKZ GLOBAL SL)

Les tres ofertes compleixen amb els requisits mínims inclosos en el plec de prescripcions tècniques corresponent a la present contractació.

Lot 4. Àsia Oriental

S'hi han presentat quatre ofertes corresponents a les licitadores:

- ARGOS CONSULTING NETWORK SL
- EIBENS CONSULTING SL
- VISTOSO COLLECTION CO., Ttd.
- PERSPECTIVA ASIA LIMITED

La licitadora EIBENS CONSULTING SL ha incorporat en la documentació corresponent al Sobre B una relació de persones i currículums vitae com a equip de treball proposat per a l'execució del contracte. Analitzat el contingut d'aquesta informació, es constata que no incorpora cap element de declaració ni quantificació susceptible de valoració automàtica conforme als criteris previstos per al Sobre C, ni permet anticipar la puntuació objectiva corresponent. En conseqüència, no s'aprecia contaminació dels criteris d'avaluació objectiva i l'oferta s'admet a valoració en el marc dels criteris subjectes a judici de valor.

Les quatre ofertes compleixen amb els requisits mínims inclosos en el plec de prescripcions tècniques corresponent a la present contractació.

Lot 5. Estats Units i Canadà

S'hi han presentat dues ofertes corresponents a les licitadores:

- UTE P&L GLOBAL-ESKZ GLOBAL(formada per les empreses P&L GLOBAL SL i ESKZ GLOBAL SL)
- EXCOM SOLUTIONS SERVICIOS EMPRESARIALES SL

Les dues ofertes compleixen amb els requisits mínims inclosos en el plec de prescripcions tècniques corresponent a la present contractació.

Lot 6. Gran Xina

S'hi han presentat cinc ofertes corresponents a les licitadores:

- HERRERA & ZHANG INTERNATIONAL CONSULTING NETWORK SL
- BEIJING CHINEXITA INTERNATIONAL MANAGEMENT CONSULTING CO.LTD
- PERSPECTIVA ASIA LIMITED
- VISTOSO COLLECTION Co., Ltd.

– EIBENS CONSULTING SL

La licitadora EIBENS CONSULTING SL ha incorporat en la documentació corresponent al Sobre B una relació de persones i currículums vitae com a equip de treball proposat per a l'execució del contracte. Analitzat el contingut d'aquesta informació, es constata que no incorpora cap element de declaració ni quantificació susceptible de valoració automàtica conforme als criteris previstos per al Sobre C, ni permet anticipar la puntuació objectiva corresponent. En conseqüència, no s'aprecia contaminació dels criteris d'avaluació objectiva, i l'oferta s'admet a valoració en el marc dels criteris subjectes a judici de valor.

Les cinc ofertes compleixen amb els requisits mínims inclosos en el plec de prescripcions tècniques corresponent a la present contractació.

Lot 7. Índia i Pakistan

S'hi ha presentat una oferta corresponent a la licitadora:

– INDVERGIS MANAGEMENT CONSULTING SL

En la memòria presentada, la licitadora incorpora una presentació corporativa de l'empresa i una relació de projectes i treballs prèviament executats en els mercats objecte del lot. Un cop analitzat el contingut, es constata que aquesta informació té caràcter descriptiu i contextual, i no incorpora elements susceptibles d'haver estat inclosos en el sobre C ni contingut relatiu a criteris avaluable mitjançant fórmula. En conseqüència, la documentació es considera admissible a efectes de valoració tècnica del sobre B, sense que el seu contingut alteri els criteris d'avaluació establerts al PCAP. L'oferta presentada compleix amb els requisits mínims contemplats en els plecs de prescripcions tècniques de la present contractació.

Lot 8. Mercats europeus

S'hi ha presentat una oferta corresponent a la licitadora:

– ARGOS CONSULTING NETWORK SL

L'oferta presentada compleix amb els requisits mínims contemplats en els plecs de prescripcions tècniques de la present contractació.

Lot 9. Orient Mitjà

S'hi han presentat dues ofertes corresponents a les licitadores:

- EXPAND GLOBAL CONSULTING SL
- UTE P&L GLOBAL-ESKZ GLOBAL(formada per les empreses P&L GLOBAL SL i ESKZ GLOBAL SL)

Les dues ofertes compleixen amb els requisits mínims inclosos en el plec de prescripcions tècniques corresponent a la present contractació.

Lot 10. Sud-est Asiàtic

S'hi han presentat tres ofertes corresponents a les licitadores:

- DOUBLE M INDOTRADERS CANARIAS SL
- PERSPECTIVA ASIA LIMITED
- EIBENS CONSULTING SL

La licitadora EIBENS CONSULTING SL ha incorporat en la documentació corresponent al Sobre B una relació de persones i currículums vitae com a equip de treball proposat per a l'execució del contracte. Analitzat el contingut d'aquesta informació, es constata que no incorpora cap element de declaració ni quantificació susceptible de valoració automàtica conforme als criteris previstos per al Sobre C, ni permet anticipar la puntuació objectiva corresponent. En conseqüència, no s'aprecia contaminació dels criteris d'avaluació objectiva i l'oferta s'admet a valoració en el marc dels criteris subjectes a judici de valor.

Les tres ofertes compleixen amb els requisits mínims inclosos en el plec de prescripcions tècniques corresponent a la present contractació.

Valoració de les ofertes

A continuació, es detallen les valoracions d'acord amb els criteris expressats en la present licitació, i que es relacionen a continuació. La valoració es portarà a terme lot a lot.

H.1. Criteris de valoració de qüestions subjectives i/o avaluables mitjançant un judici de valor (Fins a 36 punts) SEGONS OFERTES PRESENTADES EN EL SOBRE B

Aquelles licitadores que no assoleixin un mínim de 18 punts en aquesta fase quedaran eliminades del procés de licitació, atenent al que preveu l'article 146.3 de la Llei de Contractes del Sector públic, d'acord en el qual s'estableix que en el cas que el procediment d'adjudicació s'articuli en diverses fases, s'ha d'indicar igualment en quines s'han d'anar aplicant els diferents criteris, i s'ha d'establir un llindar mínim del 50 per cent de la puntuació en el conjunt dels criteris qualitatius per continuar en el procés selectiu.

En aquest apartat, s'estableixen criteris per a valorar aspectes que es consideren rellevants per a una execució eficient i amb el màxim d'impacte.

El criteri de desenvolupament metodològic i executiu dels 3 treballs que es demana incloure en la Memòria permet veure que el plantejament s'alinea amb l'estratègia de Prodeca, el coneixement del mercat o mercats objecte del lot corresponent per part de la licitadora en el que es refereix al sector agroalimentari, les tendències de consum, la segmentació d'operadors, així com la metodologia utilitzada per a una consecució d'objectius de manera clara, eficient i amb optimització de recursos; així com la mesura d'impacte i de posicionament en el públic objectiu que proposi la licitadora per a una millora del retorn de la inversió.

1. Planificació dels treballs i metodologia: Fins a 36 punts

En aquest apartat, es valoraran de manera separada cada un dels tres esquemes de treball presentats. S'assignarà a cada un dels esquemes de treball un màxim de 12 punts.

Aquest apartat permet valorar el grau d'alineament amb els objectius de Prodeca per a la present contractació, la qualitat professional de la licitadora a l'hora de plantejar una proposta que ha de rendibilitzar les actuacions i executar-les amb temps adequat per a aconseguir els millors resultats de manera eficient.

Es valorarà la coherència de la proposta i el grau d'alineament amb el missatge que Prodeca desplega internacionalment, així com la versatilitat del projecte a l'hora de multiplicar-ne l'impacte.

Rebrà la màxima puntuació aquell esquema de treball que presenti un projecte harmònic, consistent, amb paràmetres de seguiment i calendari d'execució coherent.

En l'apartat de metodologia, rebrà la màxima puntuació aquell esquema de treball que presenti un plantejament clar, amb processos ben definits, que permeti valorar la capacitat de la licitadora per a la consecució d'objectius de manera rendible i efectiva.

En l'apartat d'indicadors d'impacte, rebrà la màxima puntuació aquell esquema de treball que presenti punts adequats de control i seguiment, amb indicadors d'impacte quantitatius i qualitatius que permetin mesurar el retorn de les actuacions en termes de posicionament.

Cada un dels 3 esquemes de treball es valoraran fins a 12 punts, que es distribueixen de la manera següent:

Grau de definició i metodologia del projecte d'organització, planificació i execució del contracte. <i>Es valorarà de més a menys el grau de definició i metodologia d'acord amb els següents criteris:</i> <i>Grau de segmentació del públic professional objectiu i alineació amb les característiques dels productes i les empreses agroalimentàries catalanes, i de planificació dels treballs per a l'adequació de la proposta al perfil del públic objectiu</i> <i>Grau de definició i adequació de la metodologia de treball proposada</i>	Fins a 7 punts Fins a 4 punts Fins a 3 punts
Grau d'impacte previst i justificació <i>Es valorarà de més a menys la proposta de dimensionament de l'impacte previst i el grau de definició de la justificació d'acord amb els següents criteris:</i> <i>Grau de definició, adequació i justificació de la proposta de dimensionament qualitatiu i quantitatiu de l'impacte previst</i>	Fins a 3 punts Fins a 3 punts
Grau d'adequació de les solucions previstes d'interlocució i resolució d'incidències <i>Es valorarà de més a menys l'adequació de les solucions d'interlocució previstes, l'agilitat en el procediment de resolució d'incidències</i> <i>Grau d'adequació de solucions d'interlocució i d'agilitat en el procediment de resolució d'incidències</i>	Fins a 2 punts Fins a 2 punts

Lot 1. Àfrica al nord del Sàhara
VALORACIÓ TÈCNICA

Licitadora	Total puntuació
EXPAND GLOBAL CONSULTING SLU	36 punts
OMNICREA CONSULTORIA SLU	27 punts
UTE IETEA – EXPANDIA	32 punts

Criteri	EXPAND			OMNICREA			IETEA- EXPANDIA		
	Ex. 1	Ex. 2	Ex. 3	Ex. 1	Ex. 2	Ex. 3	Ex. 1	Ex. 2	Ex. 3
Grau de definició i metodologia del projecte d'organització, planificació i execució del contracte.	7	7	7	5	5	5	7	5	6
Grau de segmentació del públic professional objectiu i alineació amb les característiques dels productes i les empreses agroalimentàries catalanes, i de planificació dels treballs per a l'adequació de la proposta al perfil del públic objectiu	4	4	4	3	3	3	4	3	3
Grau de definició i adequació de la metodologia de treball proposada	3	3	3	2	2	2	3	2	3
Grau d'impacte previst i justificació	3	3	3	2	2	2	3	2	3
Grau de definició, adequació i justificació de la proposta de dimensionament qualitatiu i quantitatiu de l'impacte previst	3	3	3	2	2	2	3	2	3
Grau d'adequació de les solucions previstes d'interlocució i resolució d'incidències	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Grau d'adequació de solucions d'interlocució i d'agilitat en el procediment de resolució d'incidències	2	2	2	2	2	2	2	2	2
TOTAL	12	12	12	9	9	9	12	9	11

EXPAND GLOBAL CONSULTING SL
EXERCICI 1. CONSULTES

Grau de definició i metodologia del projecte d'organització, planificació i execució del contracte.
7 punts

Grau de segmentació del públic professional objectiu i alineació amb les característiques dels productes i les empreses agroalimentàries catalanes, i de planificació dels treballs per a l'adequació de la proposta al perfil del públic objectiu. 4 punts

La proposta presenta una segmentació clara i adequada del públic professional objectiu, diferenciant tipologies d'operadors i tenint en compte el grau de maduresa exportadora de les empreses catalanes. Presenta una alineació coherent amb les característiques del sector agroalimentari català i amb l'objecte del contracte.

La planificació dels treballs s'ajusta de manera consistent al perfil del públic identificat, amb un grau de definició i alineament que es considera plenament adequat als requeriments establerts en la present contractació.

Grau de definició i adequació de la metodologia de treball proposada. 3 punts

La proposta descriu una metodologia de treball definida i operativa per a l'atenció de consultes, amb identificació del circuit d'actuació, assignació de responsabilitats i coherència en el desenvolupament del servei. El plantejament permet apreciar la capacitat de la licitadora per executar les actuacions de manera eficient i alineada amb l'objecte del contracte. El grau de definició i adequació de la metodologia es considera plenament ajustat als requeriments establerts en la present licitació.

Grau d'impacte previst i justificació. 3 punts

La proposta defineix l'impacte previst del servei d'atenció de consultes amb una justificació coherent i alineada amb l'objecte del contracte. S'incorporen elements de dimensionament qualitatiu i quantitatiu que permeten valorar el retorn de les actuacions, així com la seva contribució a la generació d'oportunitats comercials. El grau de definició i adequació del dimensionament es considera plenament ajustat als requeriments establerts en la present licitació.

Grau d'adequació de les solucions previstes d'interlocució i resolució d'incidències. 2 punts

La proposta estableix un sistema d'interlocució clar amb PRODECA i amb les empreses participants, definint els canals de comunicació i la disponibilitat operativa per a la gestió de consultes.

S'observa la previsió d'un procediment àgil de resposta i resolució d'incidències, amb assignació de responsabilitats i seguiment de les actuacions realitzades. El grau d'adequació de les solucions previstes es considera plenament ajustat als requeriments establerts en el PPT, justificant l'atorgament de la puntuació màxima en aquest apartat.

EXERCICI 2. CATALAN FOOD SHOW

Grau de definició i metodologia del projecte d'organització, planificació i execució del contracte. 7 punts

Grau de segmentació del públic professional objectiu i alineació amb les característiques dels productes i les empreses agroalimentàries catalanes, i de planificació dels treballs per a l'adequació de la proposta al perfil del públic objectiu. 4 punts

La proposta presenta una segmentació clara i específica del públic professional objectiu per al desenvolupament del Catalan Food Show en el mercat del lot, identificant tipologies d'operadors rellevants i diferenciant els perfils d'acord amb el seu rol en la cadena de distribució i el seu potencial d'interès per als productes agroalimentaris catalans.

S'observa una adequada adaptació al context territorial concret, amb alineació explícita entre el perfil dels operadors identificats i les característiques dels productes i empreses catalanes participants. La planificació dels treballs s'articula de manera coherent amb el públic objectiu definit, considerant-se el grau de definició i adequació plenament ajustat als requeriments establerts en la present licitació.

Grau de definició i adequació de la metodologia de treball proposada. 3 punts

La proposta defineix una metodologia de treball clara i estructurada per al desenvolupament del Catalan Food Show en el mercat objecte del lot, detallant les fases del projecte, el procés de captació i selecció d'operadors, la coordinació amb Prodeca i la seqüència d'execució de les actuacions.

S'observa un plantejament operatiu específic, adequat al context territorial i alineat amb els objectius de posicionament i generació d'oportunitats comercials. El grau de definició i adequació de la metodologia es considera plenament ajustat als requeriments establerts en la present licitació, justificant l'atorgament de la puntuació màxima en aquest apartat.

Grau d'impacte previst i justificació. 3 punts

La proposta defineix de manera clara el dimensionament qualitatiu i quantitatiu de l'impacte previst del Catalan Food Show, incorporant indicadors vinculats al nombre d'operadors professionals convocats, empreses participants, assistència efectiva a l'esdeveniment i volum de reunions o interaccions generades.

S'inclou la previsió de recollida estructurada de resultats mitjançant indicadors quantitatius (nombre de contactes, participació sectorial, perfil d'assistents) i qualitius (valoració dels participants, adequació del perfil professional, potencial d'interès comercial), així com l'elaboració d'informes post-esdeveniment.

El plantejament permet objectivar l'abast de l'actuació en termes de visibilitat, posicionament sectorial i generació d'oportunitats comercials derivades de l'esdeveniment, considerant-se el grau de definició i justificació del dimensionament plenament ajustat als requeriments establerts en el PPT.

Grau d'adequació de les solucions previstes d'interlocució i resolució d'incidències. 2 punts

La proposta estableix un sistema d'interlocució clar amb PRODECA, definint canals de comunicació i validació prèvia en les diferents fases del projecte.

S'observa la previsió de coordinació permanent amb els establiments participants i la resolució immediata d'incidències operatives durant l'execució de les actuacions, així com mecanismes de seguiment posterior. El model d'interlocució es considera adequat i coherent amb la naturalesa de l'actuació, justificant l'atorgament de la puntuació màxima en aquest apartat.

EXERCICI 3. CATALAN FOOD PUNT DE CONSUM

Grau de definició i metodologia del projecte d'organització, planificació i execució del contracte. 7 punts

Grau de segmentació del públic professional objectiu i alineació amb les característiques dels productes i les empreses agroalimentàries catalanes, i de planificació dels treballs per a l'adequació de la proposta al perfil del públic objectiu. 4 punts

La proposta presenta una segmentació clara, específica i alineada amb el format "Catalan Food en punt de consum", identificant tipologies concretes de punts de consum de gamma mitjana-alta i alta, així com els corresponents responsables de decisió (direcció, compres, xefs executius).

S'observa una adequada vinculació entre el perfil dels establiments seleccionats, les característiques dels productes agroalimentaris catalans de valor afegit i el posicionament estratègic perseguit en els mercats del Lot 1.

La segmentació incorpora criteris de coherència entre producte, canal i entorn de consum, i s'integra de manera explícita dins l'estratègia de posicionament qualitatiu definida en la documentació de plecs, considerant-se plenament ajustada als requeriments establerts en la present licitació.

Grau de definició i adequació de la metodologia de treball proposada. 3 punts

La proposta defineix una metodologia estructurada i seqüencial per al desenvolupament d'actuacions de "Catalan Food en punt de consum", incorporant fases clarament diferenciades d'identificació i selecció d'establiments, negociació i formalització d'acords, producció i logística, execució en punt de consum, difusió i seguiment posterior.

S'estableix un circuit operatiu amb validació prèvia per part de PRODECA, formalització documental de les actuacions i definició d'indicadors de seguiment qualitatius i quantitatius. El plantejament metodològic reflecteix un desplegament operatiu coherent amb la naturalesa i complexitat del format escollit, considerant-se plenament ajustat als requeriments establerts en el PPT.

Grau d'impacte previst i justificació. 3 punts

La proposta incorpora un dimensionament qualitatiu i quantitatiu de l'impacte previst per a les actuacions de "Catalan Food en punt de consum", definint indicadors concrets relacionats amb el nombre de punts de consum activats, productes i empreses participants, durada de les actuacions i possibles referències incorporades temporalment a carta o assortiment.

Així mateix, es preveu la recopilació estructurada de resultats mitjançant indicadors qualitatius (valoració del punt de consum, feedback dels responsables implicats i percepció d'adequació del producte al canal) i quantitatius, així com l'elaboració d'informes post-actuació.

El plantejament permet mesurar de manera objectivable l'abast de les accions i la seva contribució al posicionament dels productes agroalimentaris catalans en entorns reals de consum, considerant-se el grau de definició i justificació del dimensionament plenament ajustat als requeriments establerts en el PPT.

Grau d'adequació de les solucions previstes d'interlocució i resolució d'incidències. 2 punts

La proposta estableix un sistema d'interlocució estructurat amb PRODECA al llarg de totes les fases del projecte, incorporant validació prèvia de les actuacions, coordinació continuada durant l'execució i mecanismes de seguiment posterior.

S'observa la previsió de coordinació directa amb els punts de consum seleccionats, així com la resolució immediata d'incidències operatives en el desenvolupament de les accions, incloent aspectes logístics, materials promocionals i adaptacions necessàries en l'entorn d'execució.

El model d'interlocució plantejat garanteix traçabilitat, coordinació i capacitat de resposta davant situacions imprevistes, considerant-se plenament adequat als requeriments establerts en el PPT, justificant l'atorgament de la puntuació màxima en aquest apartat.

OMNICREA CONSULTORIA SLU

EXERCICI 1. CONSULTES

Grau de definició i metodologia del projecte d'organització, planificació i execució del contracte. 5 punts

Grau de segmentació del públic professional objectiu i alineació amb les característiques dels productes i les empreses agroalimentàries catalanes, i de planificació dels treballs per a l'adequació de la proposta al perfil del públic objectiu. 3 punts

La proposta inclou una segmentació del públic professional objectiu adequada i alineada amb l'objecte del contracte, identificant tipologies d'operadors i considerant el context del mercat.

No obstant això, es constata un menor nivell de detall en la diferenciació dels perfils professionals i en l'adaptació específica a les característiques del sector agroalimentari català, fet que justifica una puntuació lleugerament inferior en aquest apartat.

Grau de definició i adequació de la metodologia de treball proposada. 2 punts

La proposta incorpora una metodologia de treball coherent amb l'objecte del contracte, descrivint els principals passos del procés d'atenció de consultes. No obstant això, la definició procedimental presenta un nivell de sistematització moderat; s'observa un menor grau de concreció en la descripció detallada de fases, mecanismes de control i instruments de seguiment del servei. Aquest nivell de desenvolupament metodològic justifica una puntuació de 2 punts en aquest apartat.

Grau d'impacte previst i justificació. 2 punts

La proposta inclou una definició de l'impacte previst en termes qualitatius i incorpora referències a resultats esperats del servei. No obstant això, el nivell de concreció en el dimensionament quantitatiu i en la justificació dels indicadors és moderat, i s'observa un menor grau de detall en la definició de mètriques específiques de seguiment. Aquest nivell de desenvolupament justifica una puntuació de 2 punts en aquest apartat.

Grau d'adequació de les solucions previstes d'interlocució i resolució d'incidències. 2 punts

La proposta defineix mecanismes d'interlocució estructurats amb PRODECA i amb les empreses usuàries del servei, incloent canals de comunicació definits i disponibilitat per a la resolució de consultes.

S'hi incorpora la previsió d'actuació davant incidències operatives i de seguiment de les gestions realitzades. El sistema plantejat es considera adequat i coherent amb l'objecte del contracte, justificant l'atorgament de 2 punts en aquest apartat.

EXERCICI 2. CATALAN FOOD SHOW

Grau de definició i metodologia del projecte d'organització, planificació i execució del contracte. 5 punts

Grau de segmentació del públic professional objectiu i alineació amb les característiques dels productes i les empreses agroalimentàries catalanes, i de planificació dels treballs per a l'adequació de la proposta al perfil del públic objectiu. 3 punts

La proposta identifica el públic professional objectiu adequat per al desenvolupament del Catalan Food Show i mostra alineació general amb l'objecte del contracte.

Tanmateix, el nivell de diferenciació dels perfils professionals i la seva vinculació específica amb les característiques dels productes agroalimentaris catalans i amb el context territorial del lot presenta un grau de definició moderat. Aquest nivell d'adequació justifica una puntuació de 3 punts en aquest apartat.

Grau de definició i adequació de la metodologia de treball proposada. 2 punts

La proposta presenta una metodologia de treball coherent amb l'objecte del contracte, estructurant les fases del projecte i definint el marc general d'actuació per al desenvolupament del Catalan Food Show.

Tanmateix, el nivell de detall en la concreció operativa de les actuacions i en la definició específica dels processos d'implementació al mercat del lot és moderat. Aquest nivell de desenvolupament metodològic es considera adequat, però no plenament definit, justificant una puntuació de 2 punts en aquest apartat.

Grau d'impacte previst i justificació. 2 punts

La proposta descriu els resultats esperats del Catalan Food Show en termes de generació d'oportunitats comercials, visibilitat i dinamització de contactes, així com la previsió de mecanismes de seguiment posterior mitjançant qüestionaris i recollida de feedback.

Tanmateix, el dimensionament quantitatiu de l'impacte previst i la definició d'indicadors específics presenta un grau de concreció moderat, sense establir paràmetres detallats que permetin anticipar amb precisió l'abast mínim de les actuacions. Aquest nivell de desenvolupament justifica una puntuació de 2 punts en aquest apartat.

Grau d'adequació de les solucions previstes d'interlocució i resolució d'incidències. 2 punts

La proposta incorpora mecanismes d'interlocució amb PRODECA i amb els agents participants en l'actuació, definint canals de comunicació i suport operatiu durant el desenvolupament del Catalan Food Show.

Es preveu la gestió d'incidències mitjançant disponibilitat del personal assignat i coordinació amb els responsables de l'esdeveniment, així com la realització de seguiment posterior. El sistema plantejat es considera adequat i coherent amb l'objecte del contracte, justificant l'atorgament de la puntuació màxima en aquest apartat.

EXERCICI 3. BUSINESS FORUM

Grau de definició i metodologia del projecte d'organització, planificació i execució del contracte. 5 punts

Grau de segmentació del públic professional objectiu i alineació amb les característiques dels productes i les empreses agroalimentàries catalanes, i de planificació dels treballs per a l'adequació de la proposta al perfil del públic objectiu. 3 punts

La proposta identifica de manera adequada el públic objectiu per a l'organització del Business Forum, diferenciant tipologies de compradors per país i per canal (retail, distribució, HORECA), així com responsables amb capacitat de decisió.

Tanmateix, el grau de definició de la segmentació presenta un enfocament principalment general i quantitatiu, amb un nivell moderat de desenvolupament en la vinculació específica entre perfil de comprador i característiques dels productes agroalimentaris catalans. Aquest nivell d'adequació justifica una puntuació de 3 punts en aquest apartat.

Grau de definició i adequació de la metodologia de treball proposada. 2 punts

La proposta estructura la metodologia del Business Forum en fases temporals diferenciades que inclouen localització de compradors, gestió logística, desenvolupament de l'esdeveniment i seguiment posterior.

Tot i que el plantejament és coherent amb l'objecte del contracte i incorpora mesures de suport i resolució d'incidències, el nivell de sistematització i concreció en la definició d'eines específiques de control, mecanismes de seguiment estructurat i paràmetres operatius presenta un grau moderat de desenvolupament. Aquest nivell justifica una puntuació de 2 punts en aquest apartat.

Grau d'impacte previst i justificació. 2 punts

La proposta descriu els resultats esperats derivats de l'organització del Business Forum en termes de generació de contactes comercials, inici de negociacions i dinamització de relacions entre empreses catalanes i compradors dels països del Lot 1.

S'incorpora la previsió de seguiment posterior mitjançant enquestes de satisfacció, contacte amb els participants i monitorització de les reunions mantingudes. No obstant això, el dimensionament quantitatiu de l'impacte previst es formula en termes generals i no estableix paràmetres específics o referències mínimes que permetin anticipar amb major precisió l'abast objectivable de les actuacions.

Aquest nivell de concreció es considera adequat, però moderat en relació amb el grau de definició del dimensionament requerit, justificant una puntuació de 2 punts en aquest apartat.

Grau d'adequació de les solucions previstes d'interlocució i resolució d'incidències. 2 punts

La proposta estableix un sistema estructurat d'interlocució amb PRODECA i amb els compradors participants, articular per fases temporals que inclouen la gestió prèvia al desplaçament, el suport durant el Business Forum i el seguiment posterior.

S'identifiquen possibles incidències associades a la gestió de viatges, visats, traduccions, canvis d'agenda i coordinació logística, proposant solucions operatives per a la seva resolució i assegurant disponibilitat continuada del personal assignat.

El model d'interlocució i resolució d'incidències es considera adequat a la naturalesa de l'actuació i coherent amb els requeriments establerts en el PPT, justificant l'atorgament de la puntuació màxima en aquest apartat.

UTE IETEM-EXPANDIA

EXERCICI 1. CONSULTES

Grau de definició i metodologia del projecte d'organització, planificació i execució del contracte. 7 punts

Grau de segmentació del públic professional objectiu i alineació amb les característiques dels productes i les empreses agroalimentàries catalanes, i de planificació dels treballs per a l'adequació de la proposta al perfil del públic objectiu. 4 punts

La proposta presenta una segmentació estructurada del públic professional objectiu, diferenciant tipologies d'operadors i considerant el seu rol en la cadena de distribució i el grau d'internacionalització. Presenta una adequada alineació amb les característiques del sector agroalimentari català i amb l'estratègia internacional de Prodeca.

La planificació dels treballs s'adapta de manera coherent al perfil del públic identificat, amb un grau de definició i alineament que es considera plenament adequat als requeriments establerts en la present licitació.

Grau de definició i adequació de la metodologia de treball proposada. 3 punts

La proposta defineix una metodologia de treball clara i estructurada per a la gestió de les consultes, identificant les fases del procés, els responsables de cada actuació i els mecanismes de seguiment. El plantejament permet valorar adequadament la capacitat d'execució del servei i la seva coherència amb els objectius del contracte. El grau de definició i adequació de la metodologia es considera plenament ajustat als requeriments establerts en la present licitació.

Grau d'impacte previst i justificació. 3 punts

La proposta incorpora una definició clara del dimensionament de l'impacte previst, tant en termes qualitatius com quantitatius, vinculant el servei d'atenció de consultes amb resultats mesurables i amb mecanismes de seguiment del retorn. Els indicadors proposats permeten valorar la incidència del servei

en la generació d'oportunitats i en el posicionament de les empreses, considerant-se el grau de definició i justificació plenament ajustat als requeriments establerts en la present licitació.

Grau d'adequació de les solucions previstes d'interlocució i resolució d'incidències. 2 punts

La proposta estableix un model d'interlocució continuada amb PRODECA i amb les empreses participants, definint responsables i canals de comunicació per a la correcta coordinació del servei.

Es preveu la gestió àgil d'incidències operatives i la resolució de situacions imprevistes mitjançant mecanismes de coordinació i seguiment. El grau d'adequació de les solucions proposades es considera plenament ajustat als requeriments del PPT, justificant la puntuació màxima en aquest apartat.

EXERCICI 2. CATALAN FOOD SHOW

Grau de definició i metodologia del projecte d'organització, planificació i execució del contracte. 5 punts

Grau de segmentació del públic professional objectiu i alineació amb les característiques dels productes i les empreses agroalimentàries catalanes, i de planificació dels treballs per a l'adequació de la proposta al perfil del públic objectiu. 3 punts

La proposta defineix una segmentació estructurada del públic professional objectiu per al Catalan Food Show, identificant tipologies d'operadors d'acord amb el seu rol dins la cadena de valor i el seu interès potencial pels productes agroalimentaris catalans.

No obstant això, l'adaptació específica al context concret del mercat objecte del lot presenta un nivell de detall moderat, observant-se una major orientació conceptual en la definició del model d'esdeveniment. Aquest grau de concreció justifica una puntuació de 3 punts en aquest apartat.

Grau de definició i adequació de la metodologia de treball proposada. 2 punts

La proposta incorpora una metodologia de treball estructurada per al desenvolupament del Catalan Food Show, definint les principals fases del projecte i el marc general d'execució.

No obstant això, el nivell de concreció operativa en relació amb l'aplicació específica al mercat objecte del lot és moderat, observant-se un desenvolupament més orientat a la descripció del model d'esdeveniment que a la definició detallada dels processos d'implementació territorial. Aquest grau de definició justifica una puntuació de 2 punts en aquest apartat.

Grau d'impacte previst i justificació. 2 punts

La proposta incorpora la definició d'indicadors qualitius i quantitatius per avaluar l'impacte del Catalan Food Show, així com la previsió d'elaboració d'informes post-actuació i recopilació de feedback dels agents implicats.

No obstant això, el dimensionament de l'impacte previst es presenta amb un nivell moderat de concreció en la definició de paràmetres quantitatius i en l'establiment de referències específiques que permetin anticipar l'abast mínim de les actuacions. Aquest nivell de desenvolupament justifica una puntuació de 2 punts en aquest apartat.

Grau d'adequació de les solucions previstes d'interlocució i resolució d'incidències. 2 punts

La proposta defineix un sistema estructurat d'interlocució amb PRODECA i amb els agents implicats en l'execució del Catalan Food Show, establint mecanismes de coordinació i validació en les diferents fases del projecte.

Es preveu la resolució d'incidències operatives mitjançant coordinació directa i disponibilitat del personal assignat, així com la traçabilitat de les actuacions realitzades. El plantejament es considera adequat als requeriments establerts en el PPT, justificant la puntuació màxima en aquest apartat.

EXERCICI 3. MISSIÓ COMERCIAL DIRECTA

En relació amb el treball de lliure elecció presentat per la UTE ITEAM–EXPANDIA, consistent en una missió comercial directa amb desplaçament d'empreses catalanes al mercat objectiu, es fa constar que, a efectes de valoració, aquesta tipologia d'actuació es correspon amb la tipologia definida com “**Viatge empresarial**” prevista en l'apartat corresponent del Plec de Prescripcions Tècniques.

La valoració s'ha efectuat d'acord amb els requisits, abast i característiques específiques atribuïdes a aquesta tipologia d'actuació en els plecs tècnics, atenent als criteris de segmentació, metodologia, impacte i interlocució establerts per a la present contractació.

Grau de definició i metodologia del projecte d'organització, planificació i execució del contracte. 6 punts

Grau de segmentació del públic professional objectiu i alineació amb les característiques dels productes i les empreses agroalimentàries catalanes, i de planificació dels treballs per a l'adequació de la proposta al perfil del públic objectiu. 3 punts

La proposta defineix una segmentació adequada del públic objectiu en el marc d'una missió comercial directa, diferenciant empreses catalanes segons el seu grau de maduresa exportadora i identificant operadors locals rellevants (importadors, distribuïdors, retail i canal HORECA).

S'incorpora un procés de validació dels contactes amb les empreses participants i una definició operativa del perfil dels compradors.

No obstant això, el grau de concreció en la diferenciació sectorial i en l'adequació específica producte–canal–mercat presenta un nivell de detall moderat. Aquest nivell de definició justifica una puntuació de 3 punts en aquest apartat.

Grau de definició i adequació de la metodologia de treball proposada. 3 punts

La proposta presenta una metodologia clara i estructurada per al desenvolupament d'una actuació assimilable a “Viatge empresarial”, definida en el PPT. El projecte s'articula en fases seqüencials que inclouen planificació inicial, identificació i validació de contactes, elaboració d'agendes, execució en destí i seguiment posterior.

S'observa una adequada calendarització orientativa de les tasques i una definició ordenada dels processos de validació amb les empreses participants, així com la previsió d'un sistema de seguiment post-missió. El grau de definició i adequació metodològica es considera plenament ajustat als requeriments establerts per a aquesta tipologia d'actuació.

Grau d'impacte previst i justificació. 3 punts

La proposta defineix l'impacte previst de la missió comercial directa en termes de generació de reunions B2B qualificades, identificació d'oportunitats comercials i inici de processos de negociació amb potencial de conversió a curt i mitjà termini.

S'estableix una vinculació clara entre la selecció prèvia d'empreses participants, la definició d'agendes personalitzades i el seguiment posterior dels contactes, incorporant mecanismes de recollida de feedback i monitorització de resultats. El plantejament permet anticipar un retorn mesurable en termes d'activitat comercial i consolidació de relacions empresarials.

El dimensionament de l'impacte es considera adequat i alineat amb la tipologia d'actuació definida en el PPT per als "Viatges empresarials", justificant l'atorgament de la puntuació màxima en aquest apartat.

Grau d'adequació de les solucions previstes d'interlocució i resolució d'incidències. 2 punts

La proposta estableix un esquema d'interlocució estructurat, amb definició de fases prèvies, execució en destí i seguiment posterior, així com la identificació d'incidències potencials vinculades a logística, coordinació d'agendes, visats, desplaçaments i comunicació.

S'incorporen solucions operatives per a la gestió d'aquestes incidències i es preveu disponibilitat del personal assignat durant l'execució de la missió.

El model d'interlocució es considera adequat a la naturalesa del viatge empresarial i coherent amb els requeriments establerts en el PPT, justificant l'atorgament de la puntuació màxima en aquest apartat.

Lot 2. Àfrica al sud del Sàhara

VALORACIÓ TÈCNICA

Licitadora	Total puntuació
EXPAND GLOBAL CONSULTING SLU	36 punts

Criteri	EXPAND		
	Ex. 1	Ex. 2	Ex. 3
Grau de definició i metodologia del projecte d'organització, planificació i execució del contracte.	7	7	7
Grau de segmentació del públic professional objectiu i alineació amb les característiques dels productes i les empreses agroalimentàries catalanes, i de planificació dels treballs per a l'adequació de la proposta al perfil del públic objectiu	4	4	4
Grau de definició i adequació de la metodologia de treball proposada	3	3	3
Grau d'impacte previst i justificació	3	3	3
Grau de definició, adequació i justificació de la proposta de dimensionament qualitatiu i quantitatiu de l'impacte previst	3	3	3
Grau d'adequació de les solucions previstes d'interlocució i resolució d'incidències	2	2	2
Grau d'adequació de solucions d'interlocució i d'agilitat en el procediment de resolució d'incidències	2	2	2
TOTAL	12	12	12

EXPAND GLOBAL CONSULTING SL

EXERCICI 1. CONSULTES

Grau de definició i metodologia del projecte d'organització, planificació i execució del contracte. **7 punts**

Grau de segmentació del públic professional objectiu i alineació amb les característiques dels productes i les empreses agroalimentàries catalanes, i de planificació dels treballs per a l'adequació de la proposta al perfil del públic objectiu. 4 punts

La proposta identifica de manera estructurada el públic professional objectiu en els mercats del Lot 2, diferenciant entre empreses agroalimentàries catalanes sol·licitants del servei i operadors locals en destí (importadors, distribuïdors, canal HORECA i retail especialitzat).

S'observa una segmentació adequada dels interlocutors en funció del sector, capacitat d'importació i rol en la cadena de valor, així com una planificació del treball que parteix de la definició prèvia de necessitats de l'empresa catalana per adaptar la cerca i qualificació de contactes en destí.

La proposta mostra coherència entre el perfil dels operadors identificats i les característiques dels productes agroalimentaris catalans, especialment en entorns urbans i mercats amb major concentració de consum formalitzat, alineant-se amb l'objecte del contracte.

El grau de segmentació i alineació es considera plenament ajustat als requeriments del PPT.

Grau de definició i adequació de la metodologia de treball proposada. 3 punts

La proposta defineix una metodologia estructurada per a l'atenció de consultes, amb fases clarament diferenciades: recepció i anàlisi de la consulta, definició d'objectius amb l'empresa catalana, identificació i qualificació de contactes, validació amb PRODECA i elaboració de resposta o informe.

S'estableix un circuit de treball seqüencial amb sistematització dels passos, incloent mecanismes de coordinació amb PRODECA i adaptació de la resposta a la naturalesa de cada consulta (informativa, comercial o d'orientació estratègica).

El plantejament metodològic resulta coherent amb la naturalesa del servei d'atenció de consultes i amb la complexitat dels mercats subsaharians, integrant elements de flexibilitat operativa.

El grau de definició i adequació metodològica es considera plenament ajustat als requeriments del PPT.

Grau d'impacte previst i justificació. 3 punts

La proposta defineix el dimensionament de l'impacte previst mitjançant indicadors qualitius i quantitatius relacionats amb el nombre de consultes gestionades, qualitat i tipologia de respostes, contactes qualificats identificats i potencial d'oportunitats comercials generades.

S'hi incorpora una justificació orientada a resultats, posant l'accent en:

- la generació de contactes verificats,
- la reducció d'incertesa per a l'empresa catalana,
- i el suport a la presa de decisions d'entrada o consolidació en mercat.

El sistema de seguiment plantejat permet mesurar l'eficàcia del servei i aportar informació útil per a futures actuacions de promoció.

El grau de definició i justificació de l'impacte es considera adequadament desenvolupat i ajustat als requeriments del PPT.

Grau d'adequació de les solucions previstes d'interlocució i resolució d'incidències. 2 punts

La proposta estableix un sistema d'interlocució clar amb PRODECA, amb designació d'un interlocutor principal i canals de comunicació estructurats.

Es preveuen mecanismes d'agilitat operativa en la gestió d'incidències (retards en resposta de contactes, dificultats d'accés a informació, canvis en requisits normatius o comercials), amb capacitat d'adaptació i actualització de la informació facilitada a l'empresa catalana.

El model d'interlocució es considera coherent amb la naturalesa del servei d'atenció de consultes i suficientment estructurat per garantir traçabilitat i seguiment.

EXERCICI 2. CATALAN FOOD SHOW

Grau de definició i metodologia del projecte d'organització, planificació i execució del contracte. 7 punts

Grau de segmentació del públic professional objectiu i alineació amb les característiques dels productes i les empreses agroalimentàries catalanes, i de planificació dels treballs per a l'adequació de la proposta al perfil del públic objectiu. 4 punts

La proposta identifica de manera diferenciada els principals perfils professionals dels mercats subsaharians objecte del Lot 2, segmentant entre importadors consolidats, distribuïdors regionals, operadors del canal modern (retail formal), canal HORECA urbà i prescriptors sectorials.

S'observa una segmentació orientada a entorns amb major capacitat logística i financera, coherent amb la naturalesa dels productes agroalimentaris catalans i amb les necessitats de posicionament en mercats amb estructures comercials heterogènies.

La proposta vincula adequadament el perfil de producte amb la tipologia d'operador local, tenint en compte criteris de capacitat d'importació, solvència i potencial de creixement, així com les particularitats normatives i logístiques dels mercats subsaharians.

La segmentació es considera clara, coherent i ajustada als requeriments del PPT.

Grau de definició i adequació de la metodologia de treball proposada. 3 punts

La proposta presenta una metodologia estructurada en fases successives: planificació amb PRODECA, definició de perfil d'empreses participants, identificació i qualificació de contactes locals, coordinació operativa, execució de l'actuació i seguiment posterior.

S'estableixen mecanismes de validació prèvia de contactes i adaptació de l'agenda o actuació a la realitat de cada mercat, integrant una visió operativa flexible adequada a entorns comercials amb major variabilitat institucional i logística.

El plantejament metodològic mostra coherència amb l'objecte del contracte i amb la complexitat dels mercats del Lot 2, considerant-se plenament ajustat als requeriments establerts en el PPT.

Grau d'impacte previst i justificació. 3 punts

La proposta defineix l'impacte previst mitjançant indicadors relacionats amb el nombre de contactes qualificats, reunions efectivament celebrades, diversitat de tipologies d'operadors implicats i potencial de generació d'oportunitats comercials.

S'incorpora una justificació orientada a la generació de resultats tangibles en mercats amb dinàmiques emergents, posant l'accent en:

- la identificació d'importadors amb capacitat real d'operar,
- la validació de l'interès comercial en productes catalans,
- i la consolidació de canals de distribució formal.

El sistema de seguiment proposat permet mesurar tant l'impacte immediat com el potencial de desenvolupament comercial posterior. El grau de definició i justificació de l'impacte es considera adequat i alineat amb els requeriments del PPT.

Grau d'adequació de les solucions previstes d'interlocució i resolució d'incidències. 2 punts

La proposta preveu un model d'interlocució clar amb designació d'un responsable únic de coordinació, amb canals de comunicació definits amb PRODECA i amb les empreses participants.

S'estableixen mecanismes d'agilitat per a la gestió d'incidències operatives (canvis d'agenda, dificultats logístiques, adaptació a requisits documentals o comercials), especialment rellevants en mercats subsaharians on poden produir-se variacions sobre el terreny.

El sistema proposat es considera adequat per garantir seguiment, traçabilitat i capacitat de resposta.

EXERCICI 3. CATALAN FOOD PUNT DE CONSUM

Grau de definició i metodologia del projecte d'organització, planificació i execució del contracte. 7 punts

Grau de segmentació del públic professional objectiu i alineació amb les característiques dels productes i les empreses agroalimentàries catalanes, i de planificació dels treballs per a l'adequació de la proposta al perfil del públic objectiu. 4 punts

La proposta identifica de manera clara i específica establiments de restauració i punts de consum amb posicionament mitjà-alt i alt en capitals i entorns urbans amb capacitat adquisitiva consolidada del Lot 2. S'estableix una vinculació coherent entre:

- Perfil de l'establiment (restauració especialitzada, hotels, espais gastronòmics de referència).
- Productes agroalimentaris catalans amb valor afegit.
- Públic objectiu amb capacitat de prescripció i generació de posicionament.

La segmentació integra criteris de coherència entre producte, canal i experiència de consum, adequant-se a les característiques específiques dels mercats subsaharians amb focus en entorns urbans dinàmics. Es considera plenament ajustada als requeriments del PPT.

Grau de definició i adequació de la metodologia de treball proposada. 3 punts

La proposta defineix una metodologia estructurada i seqüencial per al desenvolupament d'actuacions de "Catalan Food en punt de consum", incorporant fases clarament diferenciades d'identificació i selecció d'establiments, negociació i formalització d'acords, producció i logística, execució en punt de consum, difusió i seguiment posterior.

S'estableixen mecanismes de validació prèvia amb PRODECA i definició d'indicadors de seguiment.

El plantejament metodològic és coherent amb la naturalesa del format "Catalan Food en punt de consum", contemplant la complexitat operativa en mercats amb major dispersió logística i estructures comercials menys consolidades. Es considera plenament ajustat als requeriments del PPT.

Grau d'impacte previst i justificació. 3 punts

La proposta incorpora un dimensionament qualitatiu i quantitatiu de l'impacte previst per a les actuacions de "Catalan Food en punt de consum", definint indicadors concrets relacionats amb el nombre de punts de consum activats, productes i empreses participants, durada de les actuacions i possibles referències incorporades temporalment a carta o assortiment.

Així mateix, es preveu la recopilació estructurada de resultats mitjançant indicadors qualitius (valoració del punt de consum, feedback dels responsables implicats i percepció d'adequació del producte al canal) i quantitatius, així com l'elaboració d'informes post-actuació.

El plantejament permet mesurar de manera objectivable l'abast de les accions i la seva contribució al posicionament dels productes agroalimentaris catalans en entorns reals de consum dins dels mercats del Lot 2 – Àfrica al sud del Sàhara, considerant-se el grau de definició i justificació del dimensionament plenament ajustat als requeriments establerts en el PPT.

Grau d'adequació de les solucions previstes d'interlocució i resolució d'incidències. 2 punts

La proposta estableix un sistema d'interlocució estructurat amb PRODECA al llarg de totes les fases del projecte, incorporant validació prèvia de les actuacions, coordinació continuada durant l'execució i mecanismes de seguiment posterior.

S'observa la previsió de coordinació directa amb els punts de consum seleccionats en els mercats del Lot 2 – Àfrica al sud del Sàhara, així com la resolució immediata d'incidències operatives en el desenvolupament de les accions, incloent aspectes logístics, materials promocionals i adaptacions necessàries en l'entorn d'execució.

El model d'interlocució plantejat garanteix traçabilitat, coordinació i capacitat de resposta davant situacions imprevistes, considerant-se plenament adequat als requeriments establerts en el PPT, justificant l'atorgament de la puntuació màxima en aquest apartat.

Lot 3. Amèrica Llatina

VALORACIÓ TÈCNICA

Licitadora	Total puntuació
EXCOM SOLUTIONS SERVICIOS EMPRESARIALES	36
TRACK GLOBAL SOLUTIONS SL	27
UTE P&L GLOBAL-ESKZ GLOBAL	32

Criteri	EXCOM			TRACK			P&L-ESKZ		
	Ex. 1	Ex. 2	Ex. 3	Ex. 1	Ex. 2	Ex. 3	Ex. 1	Ex. 2	Ex. 3
Grau de definició i metodologia del projecte d'organització, planificació i execució del contracte.	7	7	7	5	5	5	6	7	6
Grau de segmentació del públic professional objectiu i alineació amb les característiques dels productes i les empreses agroalimentàries catalanes, i de planificació dels treballs per a l'adequació de la proposta al perfil del públic objectiu	4	4	4	3	3	3	3	4	3
Grau de definició i adequació de la metodologia de treball proposada	3	3	3	2	2	2	3	3	3
Grau d'impacte previst i justificació	3	3	3	2	2	2	2	2	2
Grau de definició, adequació i justificació de la proposta de dimensionament qualitatiu i quantitatiu de l'impacte previst	3	3	3	2	2	2	2	2	2
Grau d'adequació de les solucions previstes d'interlocució i resolució d'incidències	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Grau d'adequació de solucions d'interlocució i d'agilitat en el procediment de resolució d'incidències	2	2	2	2	2	2	2	2	2
TOTAL	12	12	12	9	9	9	10	12	10

EXCOM SOLUTIONS SERVICIOS EMPRESARIALES

EXERCICI 1. CONSULTES

Grau de definició i metodologia del projecte d'organització, planificació i execució del contracte.
7 punts

Grau de segmentació del públic professional objectiu i alineació amb les característiques dels productes i les empreses agroalimentàries catalanes, i de planificació dels treballs per a l'adequació de la proposta al perfil del públic objectiu. 4 punts

La proposta incorpora una segmentació diferenciada i operativa del públic professional objectiu als mercats del Lot 3, identificant tipologies d'operadors rellevants (importadors consolidats, distribuïdors regionals, retail organitzat, canal HORECA, prescriptors i operadors especialitzats per subsector).

Aquesta segmentació es contextualitza segons la realitat específica dels principals mercats d'Amèrica Llatina (Mèxic, Colòmbia, Perú, Xile, entre d'altres), incorporant consideracions relatives al grau de maduresa del mercat, estructura del canal, particularitats aranzelàries i requisits reguladors.

La planificació del servei de consultes s'adapta al perfil dels operadors identificats i a les característiques dels productes agroalimentaris catalans, evidenciant alineació amb l'estratègia d'entrada i posicionament en mercats heterogenis i complexos.

El grau de segmentació i adequació es considera plenament ajustat als requeriments establerts en el PPT.

Grau de definició i adequació de la metodologia de treball proposada. 3 punts

La proposta defineix una metodologia estructurada per a la prestació del servei de consultes, amb identificació clara de fases: recepció i anàlisi de la demanda, qualificació tècnica, assignació a especialista sectorial o país, elaboració de resposta contextualitzada i seguiment posterior.

El plantejament incorpora criteris de prioritització, sistematització del circuit d'actuació i integració de la consulta dins una visió estratègica d'internacionalització, incloent consideracions relatives a barreres regulatòries, estructura d'importació i caracterització del canal per país.

La metodologia presenta coherència amb la complexitat i diversitat dels mercats del Lot 3, considerant-se plenament definida i adequada als requeriments establerts en el PPT.

Grau d'impacte previst i justificació. 3 punts

La proposta incorpora un dimensionament estructurat de l'impacte previst del servei de consultes, vinculant-lo no només al volum de respostes emeses sinó a la seva qualitat, utilitat estratègica i capacitat de generar oportunitats reals d'internacionalització per a les empreses catalanes.

S'estableix una relació clara entre la consulta atesa i el seu potencial efecte en termes de presa de decisions empresarials, identificació d'operadors rellevants, validació d'estratègies d'entrada i reducció de riscos en mercats amb elevada heterogeneïtat reguladora i comercial com els del Lot 3.

La proposta incorpora mecanismes de seguiment i retorn d'informació, així com criteris qualitatius que permeten valorar la utilitat real de la resposta proporcionada. El plantejament permet mesurar l'impacte del servei més enllà d'un indicador merament quantitatiu, considerant-se el grau de definició i justificació plenament ajustat als requeriments establerts en el PPT, justificant l'atorgament de la puntuació màxima en aquest apartat.

Grau d'adequació de les solucions previstes d'interlocució i resolució d'incidències. 2 punts

La proposta estableix un sistema d'interlocució estructurat amb PRODECA, amb identificació clara d'un interlocutor responsable i mecanismes de coordinació continuada al llarg de la prestació del servei.

S'hi preveu la comunicació fluida i traçable en totes les fases del procés de consulta, incloent la validació prèvia d'enfocament quan la naturalesa de la consulta ho requereixi i la retroalimentació posterior sobre resultats o evolució de les oportunitats detectades.

Pel que fa a la resolució d'incidències, la proposta contempla la gestió de situacions vinculades a canvis regulatoris, dificultats d'accés a informació, ajustos en requisits d'importació o modificacions en l'interès

de l'empresa consultora, incorporant capacitat d'adaptació a entorns normatius i comercials variables com els dels mercats del Lot 3.

El model d'interlocució i gestió d'incidències es considera clarament definit, operativament solvent i plenament ajustat als requeriments establerts en el PPT, justificant l'atorgament de la puntuació màxima en aquest apartat.

EXERCICI 2. CATALAN FOOD SHOW

Grau de definició i metodologia del projecte d'organització, planificació i execució del contracte. 7 punts

Grau de segmentació del públic professional objectiu i alineació amb les característiques dels productes i les empreses agroalimentàries catalanes, i de planificació dels treballs per a l'adequació de la proposta al perfil del públic objectiu. 4 punts

La proposta identifica de manera diferenciada els perfils professionals prioritaris per a l'organització del Catalan Food Show als mercats d'Amèrica Llatina, incloent importadors especialitzats, distribuïdors amb capacitat logística consolidada, responsables de compra del canal retail modern, operadors HORECA d'alt nivell i prescriptors sectorials.

La segmentació s'articula per país i subsector, tenint en compte la maduresa del canal, la capacitat real d'importació i el posicionament dels productes agroalimentaris catalans en cada mercat. S'observa coherència entre el perfil dels operadors seleccionats i les característiques de l'oferta catalana (valor afegit, especialització, exigència normativa i logística).

El grau de segmentació i alineació amb l'objecte del contracte es considera plenament ajustat als requeriments establerts en el PPT.

Grau de definició i adequació de la metodologia de treball proposada. 3 punts

La proposta estructura el desenvolupament del Catalan Food Show en fases clarament diferenciades: anàlisi prèvia de mercat, identificació i qualificació de compradors, validació amb PRODECA, preparació d'agendes, execució de l'esdeveniment i seguiment posterior.

S'hi descriu un procés sistematitzat de captació i filtratge de participants, amb especial atenció a la qualitat dels perfils i a l'adequació entre oferta catalana i demanda local.

La metodologia és coherent amb la naturalesa de l'actuació i presenta un grau de definició suficientment detallat i operatiu, considerant-se plenament ajustada als requeriments establerts en el PPT.

Grau d'impacte previst i justificació. 3 punts

La proposta incorpora un dimensionament qualitatiu i quantitatiu de l'impacte previst per al Catalan Food Show, definint indicadors relacionats amb el nombre de compradors qualificats participants, el volum d'agendes B2B celebrades, la tipologia de canals representats i el seguiment posterior de les oportunitats generades.

S'estableix una vinculació clara entre la celebració de l'esdeveniment i la generació de relacions comercials potencials, així com la consolidació del posicionament dels productes agroalimentaris catalans als mercats del Lot 3.

El plantejament permet mesurar de manera objectivable tant l'abast de l'actuació com la seva contribució a la generació d'oportunitats comercials, considerant-se el grau de definició i justificació plenament ajustat als requeriments establerts en el PPT.

Grau d'adequació de les solucions previstes d'interlocució i resolució d'incidències. 2 punts

La proposta estableix un sistema d'interlocució estructurat amb PRODECA al llarg de totes les fases del projecte, amb validació prèvia de perfils, coordinació durant la preparació i execució de l'esdeveniment i seguiment posterior.

Es preveuen mecanismes de resolució d'incidències vinculades a canvis d'agenda, cancel·lacions, ajustos logístics o incidències documentals en els desplaçaments dels participants, especialment rellevants en mercats llatinoamericans amb diversitat reguladora.

El model plantejat garanteix traçabilitat, coordinació i capacitat de resposta davant situacions imprevistes, considerant-se plenament adequat als requeriments establerts en el PPT.

EXERCICI 3. eBusiness

Grau de definició i metodologia del projecte d'organització, planificació i execució del contracte. 7 punts

Grau de segmentació del públic professional objectiu i alineació amb les característiques dels productes i les empreses agroalimentàries catalanes, i de planificació dels treballs per a l'adequació de la proposta al perfil del públic objectiu. 4 punts

La proposta identifica perfils professionals específics per al format eBusiness, diferenciant importadors, distribuïdors especialitzats, operadors del canal modern i prescriptors amb capacitat real de decisió en mercats d'Amèrica Llatina.

La segmentació es realitza per país i subsector, tenint en compte el grau de maduresa digital, la capacitat d'importació i la compatibilitat entre demanda local i oferta agroalimentària catalana.

S'observa una selecció orientada a perfils amb interès comercial verificable i capacitat operativa, evitant convocatòries massives o genèriques. La segmentació es considera plenament alineada amb les característiques dels productes catalans i amb els objectius del servei, justificant l'atorgament de la puntuació màxima en aquest apartat.

Grau de definició i adequació de la metodologia de treball proposada. 3 punts

La proposta descriu una metodologia estructurada per al desenvolupament de les sessions eBusiness, incloent identificació i qualificació prèvia de compradors, validació amb PRODECA, calendarització de reunions, suport tècnic durant les sessions i seguiment posterior.

S'estableix un circuit clar de screening i matching entre oferta catalana i demanda llatinoamericana, així com criteris per garantir la qualitat dels contactes i l'eficiència de les agendes.

La metodologia es considera clarament definida, seqüencial i adequada al format digital, ajustant-se plenament als requeriments establerts en el PPT.

Grau d'impacte previst i justificació. 3 punts

La proposta incorpora indicadors qualitatius i quantitatius vinculats al nombre de reunions celebrades, perfil dels participants, taxa de seguiment posterior i potencial d'obertura de negoci.

S'hi preveu la recopilació estructurada de feedback, així com el seguiment de les oportunitats generades després de les sessions virtuals.

El plantejament permet mesurar l'impacte del format eBusiness tant en termes d'activitat com de generació d'oportunitats comercials, considerant-se el grau de definició i justificació plenament ajustat als requeriments establerts en el PPT.

Grau d'adequació de les solucions previstes d'interlocució i resolució d'incidències. 2 punts

La proposta estableix un sistema d'interlocució estructurat amb PRODECA i amb les empreses participants, incloent suport en la preparació tècnica de les sessions, coordinació d'agendes i assistència en incidències tecnològiques o de connexió.

Es preveu disponibilitat durant la celebració de les sessions i mecanismes de reprogramació en cas d'incidències.

El model es considera adequat i suficientment definit per garantir traçabilitat i capacitat de resposta, justificant l'atorgament de la puntuació màxima en aquest apartat.

TRACK GLOBAL SOLUTIONS SL

EXERCICI 1. CONSULTES

Grau de definició i metodologia del projecte d'organització, planificació i execució del contracte. 5 punts

Grau de segmentació del públic professional objectiu i alineació amb les característiques dels productes i les empreses agroalimentàries catalanes, i de planificació dels treballs per a l'adequació de la proposta al perfil del públic objectiu. 3 punts

La proposta identifica les principals tipologies d'operadors rellevants als mercats d'Amèrica Llatina, incloent importadors, distribuïdors i operadors del canal retail i HORECA, diferenciant per subsector i perfil d'empresa.

La segmentació plantejada és coherent amb l'objecte del contracte i amb les característiques generals dels productes agroalimentaris catalans. No obstant això, el desenvolupament de la segmentació es formula de manera agregada per al conjunt de la regió, amb un nivell de contextualització específic per país i de detall en relació amb particularitats reguladores, logístiques o de maduresa comercial que podria ser més desenvolupat.

S'observa alineació general amb l'oferta agroalimentària catalana, si bé la planificació dels treballs vinculada al perfil del públic objectiu presenta un grau de concreció moderat.

El conjunt es considera adequat als requeriments establerts en el PPT, sense assolir el nivell màxim de definició previst per a l'atorgament de la puntuació plena.

Grau de definició i adequació de la metodologia de treball proposada. 2 punts

La proposta descriu el circuit de gestió de consultes amb fases clares: recepció, anàlisi, cerca d'informació, resposta i seguiment.

El model és correcte i operativament viable, però presenta un nivell de sistematització millorable en la definició de mecanismes de prioritització, integració amb altres serveis o explotació estratègica de la informació generada.

Es considera adequada, però amb mancances en densitat metodològica.

Grau d'impacte previst i justificació. 2 punts

La proposta planteja la vinculació del servei de consultes amb la generació d'oportunitats comercials i amb el suport a la presa de decisions empresarials. Tanmateix, el dimensionament de l'impacte es formula de manera general, sense desenvolupar un sistema estructurat d'indicadors o mètriques específiques que permetin mesurar de manera objectivable el retorn del servei.

El plantejament és adequat en termes conceptuals, però presenta un nivell de concreció limitat en la definició de mecanismes de seguiment i avaluació.

Grau d'adequació de les solucions previstes d'interlocució i resolució d'incidències. 2 punts

La proposta estableix un model d'interlocució clar amb PRODECA, amb designació d'un responsable únic del servei i sistema estructurat de traçabilitat mitjançant CRM.

El sistema permet un seguiment ordenat, auditable i amb capacitat de control dels terminis i incidències.

El model se centra principalment en la gestió procedimental interna del servei, amb menor desenvolupament d'elements de coordinació institucional o definició de protocols específics de relació amb les empreses en el marc del contracte.

EXERCICI 2. CATALAN FOOD SHOW

Grau de definició i metodologia del projecte d'organització, planificació i execució del contracte. 7 punts

Grau de segmentació del públic professional objectiu i alineació amb les característiques dels productes i les empreses agroalimentàries catalanes, i de planificació dels treballs per a l'adequació de la proposta al perfil del públic objectiu. 3 punts

La proposta identifica de manera adequada els principals perfils professionals objectiu del Catalan Food Show en els mercats d'Amèrica Llatina, incloent importadors, distribuïdors, operadors del canal retail i HORECA, així com possibles prescriptors sectorials. La segmentació és coherent amb la naturalesa de l'actuació i manté una alineació general amb l'oferta agroalimentària catalana.

Tanmateix, el plantejament es presenta amb un nivell de desenvolupament agregat, amb menor aprofundiment en la diferenciació específica per país i en la connexió estratègica entre subsectors catalans concrets i perfils d'operadors determinats en cada mercat. La segmentació és correcta i funcional, però amb marge de major concreció estratègica. Aquesta valoració justifica l'atorgament de 3 punts en aquest apartat.

Grau de definició i adequació de la metodologia de treball proposada. 2 punts

La proposta descriu les fases estàndard d'organització d'un Catalan Food Show, incloent la identificació i invitació d'operadors, la coordinació amb PRODECA, la gestió logística de l'esdeveniment i el seguiment posterior. El model operatiu és viable i s'ajusta als requeriments generals del PPT.

No obstant això, la metodologia presenta un nivell de sistematització moderat, amb menor desenvolupament en aspectes com la qualificació estratègica prèvia dels compradors, la prioritització per potencial real de negoci o la integració del Catalan Food Show dins d'una estratègia continuada de mercat. El plantejament és correcte i adequat, però amb una densitat metodològica limitada, fet que justifica una puntuació de 2 punts.

Grau d'impacte previst i justificació. 2 punts

La proposta vincula l'actuació amb la generació de contactes comercials, l'obertura d'oportunitats d'exportació i el reforç del posicionament dels productes catalans als mercats de LATAM. L'impacte es descriu en termes coherents amb la naturalesa de l'esdeveniment.

Tanmateix, el dimensionament de l'impacte es formula de manera general, amb menor concreció en la definició d'indicadors quantitatius i qualitatius estructurats que permetin mesurar de forma objectivable el retorn de l'actuació. No s'estableix un sistema detallat de mètriques específiques més enllà del volum

de reunions o contactes generats. Aquesta limitació en la definició de mecanismes de mesura justifica l'atorgament de 2 punts en aquest apartat.

Grau d'adequació de les solucions previstes d'interlocució i resolució d'incidències. 2 punts

La proposta estableix un model d'interlocució amb PRODECA clar i operatiu, així com mecanismes de coordinació durant el desenvolupament de l'esdeveniment. Es preveu la gestió d'incidències habituals vinculades a canvis d'agenda, ajustos logístics o incidències operatives pròpies d'un esdeveniment presencial.

El sistema plantejat és funcional i adequat als requeriments del PPT, garantint coordinació i capacitat de resposta davant situacions imprevistes. Es considera suficientment estructurat per justificar l'atorgament de la puntuació màxima de 2 punts en aquest apartat.

EXERCICI 3. Viatge empresarial

Grau de definició i metodologia del projecte d'organització, planificació i execució del contracte. 5 punts

Grau de segmentació del públic professional objectiu i alineació amb les característiques dels productes i les empreses agroalimentàries catalanes, i de planificació dels treballs per a l'adequació de la proposta al perfil del públic objectiu. 3 punts

La proposta identifica com a públic objectiu importadors, distribuïdors i operadors del canal HORECA i retail en diferents mercats d'Amèrica Llatina, diferenciant per subsector i perfil empresarial. La segmentació és coherent amb la tipologia d'un viatge empresarial i manté alineació general amb l'oferta agroalimentària catalana.

No obstant això, el plantejament es presenta amb un nivell de concreció moderat en la contextualització per país i en la connexió específica entre perfil d'empresa catalana i tipologia d'operador en destí. La segmentació és correcta i operativa, però amb marge d'un major aprofundiment estratègic.

Grau de definició i adequació de la metodologia de treball proposada. 2 punts

La proposta descriu les fases habituals d'un viatge empresarial: identificació i qualificació d'operadors, elaboració d'agendes, coordinació logística i seguiment posterior. El circuit operatiu és viable i coherent amb el que estableix el PPT per a aquesta tipologia d'actuació.

Tanmateix, la metodologia presenta un nivell de sistematització millorable en la definició de criteris de prioritització d'operadors, en la qualificació prèvia del potencial real de negoci i en la integració del viatge dins d'una estratègia continuada de mercat. El model és correcte, però amb una densitat metodològica moderada.

Grau d'impacte previst i justificació. 2 punts

La proposta vincula el viatge empresarial amb la generació de reunions B2B, l'obertura de contactes comercials i el suport a l'entrada al mercat. L'impacte s'associa principalment al volum de reunions i a la possibilitat de generar negoci a curt i mitjà termini.

No obstant això, el dimensionament de l'impacte es formula de manera general i amb menor concreció en la definició d'indicadors estructurats que permetin objectivar el retorn de l'actuació més enllà del nombre de reunions celebrades. Es considera correcte, però amb marge de major desenvolupament en termes de mesura objectivable.

Grau d'adequació de les solucions previstes d'interlocució i resolució d'incidències. 2 punts

La proposta preveu interlocució amb PRODECA durant les fases de preparació, execució i seguiment del viatge, així com gestió d'incidències operatives vinculades a agendes, canvis d'última hora o ajustos logístics.

El model és funcional i adequat als requeriments del PPT, garantint coordinació i capacitat de resposta davant imprevistos propis d'un desplaçament empresarial.

UTE P&L GLOBAL-ESKZ GLOBAL

EXERCICI 1. CONSULTES

Grau de definició i metodologia del projecte d'organització, planificació i execució del contracte. 6 punts

Grau de segmentació del públic professional objectiu i alineació amb les característiques dels productes i les empreses agroalimentàries catalanes, i de planificació dels treballs per a l'adequació de la proposta al perfil del públic objectiu. 3 punts

La proposta identifica correctament empreses agroalimentàries catalanes com a usuàries del servei i diferencia tipologies generals de consultes (normativa, aranzelària, logística, comercial, etc.), així com mercats objectiu a Amèrica Llatina.

Tanmateix, la segmentació del públic professional es presenta de manera funcional però poc aprofundida. No es desenvolupa una diferenciació clara segons grau de maduresa exportadora de les empreses, subsector agroalimentari, tipologia de canal o model d'entrada al mercat, especificitats país (Mèxic, Perú, Xile, Colòmbia, etc.).

L'alineació amb el producte agroalimentari català és correcta en termes generals, però no s'observa una contextualització estratègica específica per mercat o subsector que permeti considerar la segmentació com especialment desenvolupada.

La planificació del servei s'articula de forma estructurada i adequada, sense una adaptació diferenciada segons perfils d'empresa o complexitat de mercat.

Grau de definició i adequació de la metodologia de treball proposada. 3 punts

La proposta descriu un model metodològic estructurat per a la gestió del servei de consultes, amb fases clarament delimitades de recepció, classificació, anàlisi tècnica, elaboració i validació de la resposta, comunicació i tancament amb registre documental.

S'estableixen terminis orientatius, assignació de responsabilitats i un sistema de traçabilitat mitjançant eina de gestió específica, que permet el seguiment de l'estat de cada consulta i el control de terminis i incidències.

El plantejament metodològic és seqüencial, coherent amb la naturalesa del servei i alineat amb els requeriments del PPT, garantint qualitat tècnica, control operatiu i capacitat de seguiment.

En conseqüència, es considera plenament adequat als criteris establerts, justificant l'atorgament de la puntuació màxima en aquest apartat.

Grau d'impacte previst i justificació. 2 punts

La proposta vincula el servei de consultes amb la generació d'oportunitats comercials i amb el suport a la presa de decisions empresarials, establint terminis de resposta i registre de volum d'activitat.

No obstant això, el dimensionament de l'impacte es formula de manera genèrica. No s'identifiquen indicadors específics que permetin objectivar: conversió en oportunitats comercials, recurrència de consultes per mercat, impacte estratègic per subsector, capitalització sistemàtica del coneixement generat.

El plantejament és coherent, però amb un grau de definició moderat en termes de mesura objectivable del retorn.

Grau d'adequació de les solucions previstes d'interlocució i resolució d'incidències. 2 punts

La proposta estableix un model formal d'interlocució amb designació d'un responsable únic del servei, reunions periòdiques amb PRODECA i sistema estructurat de registre i seguiment mitjançant una CRM.

Es descriu un procediment clar de gestió d'incidències, amb registre, anàlisi de causa, mesures correctores i tancament documentat, així com comunicació proactiva amb PRODECA quan l'impacte sigui rellevant.

El model garanteix traçabilitat, control i capacitat de resposta davant incidències operatives, considerant-se adequat als requeriments establerts en el PPT.

EXERCICI 2. CATALAN FOOD SHOW

Grau de definició i metodologia del projecte d'organització, planificació i execució del contracte. 7 punts

Grau de segmentació del públic professional objectiu i alineació amb les característiques dels productes i les empreses agroalimentàries catalanes, i de planificació dels treballs per a l'adequació de la proposta al perfil del públic objectiu. 4 punts

La proposta identifica de manera clara i estructurada els perfils professionals vinculats al format *Catalan Food Show*, diferenciant importadors especialitzats, distribuïdors amb implantació nacional o regional, compradors del retail organitzat i operadors del canal HORECA amb capacitat real de decisió.

La segmentació contempla la realitat dels mercats d'Amèrica Llatina objecte del Lot 3 i estableix una correspondència coherent entre tipologia d'operador, canal de distribució i posicionament dels productes agroalimentaris catalans.

S'observa una adequada alineació amb les característiques de l'oferta catalana de valor afegit i amb els objectius de posicionament i generació d'oportunitats comercials definits en el PPT, considerant-se la segmentació plenament ajustada als requeriments establerts.

Grau de definició i adequació de la metodologia de treball proposada. 3 punts

La proposta presenta una metodologia estructurada i seqüencial per a l'organització del Catalan Food Show, definint fases operatives clares que inclouen identificació i validació de perfils professionals, convocatòria, coordinació d'agendes, execució de l'esdeveniment i seguiment posterior.

S'estableix un circuit de coordinació amb PRODECA i un esquema operatiu coherent amb la naturalesa de l'actuació, adaptat a les especificitats dels mercats d'Amèrica Llatina.

El plantejament metodològic és complet, ordenat i plenament alineat amb els requeriments del PPT, justificant l'atorgament de la puntuació màxima en aquest apartat.

Grau d'impacte previst i justificació. 3 punts

La proposta vincula el Catalan Food Show amb la generació d'oportunitats comercials mitjançant la participació d'importadors qualificats, l'organització de reunions B2B estructurades i el seguiment posterior de contactes.

Es defineixen elements de dimensionament quantitatiu, com el nombre de compradors participants i reunions realitzades, així com impacte qualitatiu associat a la consolidació de relacions comercials i posicionament de producte.

Tot i que el sistema d'indicators no es desenvolupa de manera especialment sofisticada, el plantejament permet mesurar de forma objectivable l'abast de les actuacions i el seu retorn potencial, considerant-se plenament ajustat als requeriments establerts en el PPT, i justificant l'atorgament de la puntuació màxima.

Grau d'adequació de les solucions previstes d'interlocució i resolució d'incidències. 2 punts

La proposta preveu un model d'interlocució clar amb PRODECA, amb designació d'un responsable de coordinació i seguiment de l'actuació, així com suport operatiu durant el desenvolupament del Catalan Food Show.

Es contempla la gestió d'incidències habituals vinculades a l'organització d'esdeveniments B2B, incloent ajustos d'agendes, coordinació amb compradors i empreses participants i resolució d'imprevistos logístics.

El sistema d'interlocució garanteix coordinació fluida, capacitat de resposta i seguiment adequat del servei, considerant-se plenament ajustat als requeriments establerts en el PPT, i justificant l'atorgament de la puntuació màxima en aquest apartat.

EXERCICI 3. Business Forum

Grau de definició i metodologia del projecte d'organització, planificació i execució del contracte. 6 punts

Grau de segmentació del públic professional objectiu i alineació amb les característiques dels productes i les empreses agroalimentàries catalanes, i de planificació dels treballs per a l'adequació de la proposta al perfil del públic objectiu. 3 punts

La proposta identifica compradors rellevants per canal (retail, importadors, distribuïdors i HORECA) als diferents mercats d'Amèrica Llatina, incorporant criteris de capacitat de compra i perfil de decisió. La segmentació és coherent amb els subsectors agroalimentaris catalans i amb la naturalesa del format Business Forum.

Tanmateix, el nivell de profunditat estratègica en la diferenciació de tipologies de comprador i en la contextualització específica per mercat es presenta de manera poc desenvolupada.

Es considera adequada i alineada amb els requeriments del PPT, justificant una puntuació de 3 punts en aquest apartat.

Grau de definició i adequació de la metodologia de treball proposada. 3 punts

La proposta defineix una metodologia estructurada per a l'organització del Business Forum, amb fases clarament diferenciades d'identificació i validació de compradors, coordinació d'agendes B2B, suport operatiu durant l'esdeveniment i seguiment posterior. El plantejament és seqüencial, operativament viable i alineat amb la naturalesa del format previst al PPT.

Es considera plenament adequat als requeriments establerts en la present licitació, justificant l'atorgament de la puntuació màxima en aquest subapartat.

Grau d'impacte previst i justificació. 2 punts

La proposta vincula el Business Forum amb la generació de contactes qualificats i l'impuls d'oportunitats comercials per a les empreses agroalimentàries catalanes, destacant el potencial del format per facilitar negociacions i consolidar relacions amb compradors llatinoamericans.

Tanmateix, el dimensionament quantitatiu i la definició d'indicadors específics de mesura de l'impacte podrien ser més desenvolupats i objectivables.

El plantejament es considera correcte i alineat amb els objectius del servei, justificant una puntuació de 2 punts en aquest apartat.

Grau d'adequació de les solucions previstes d'interlocució i resolució d'incidències. 2 punts

La proposta estableix un model d'interlocució clar amb PRODECA, amb designació d'un responsable de coordinació del servei i suport operatiu durant totes les fases del Business Forum.

Es preveu la gestió d'incidències vinculades a l'organització d'agendes, confirmacions de compradors i ajustos logístics, garantint coordinació i capacitat de resposta.

El sistema es considera adequat als requeriments establerts en el PPT, justificant l'atorgament de la puntuació màxima en aquest apartat.

Lot 4. Àsia oriental

S'hi han presentat quatre ofertes corresponents a les licitadores:

- ARGOS CONSULTING NETWORK SL
- EIBENS CONSULTING SL
- VISTOSO COLLECTION CO., Ttd.
- PERSPECTIVA ASIA LIMITED

VALORACIÓ TÈCNICA

Licitadora	Total puntuació
ARGOS CONSULTING NETWORK SL	30
EIBENS CONSULTING SL	35
VISTOSO COLLECTION CO. TTD	16
PERSPECTIVA ASIA LIMITED	31

Criteri	ARGOS			EIBENS			VISTOSO			PERSPECTIVA		
	Ex. 1	Ex. 2	Ex. 3	Ex. 1	Ex. 2	Ex. 3	Ex. 1	Ex. 2	Ex. 3	Ex. 1	Ex. 2	Ex. 3
Grau de definició i metodologia del projecte d'organització, planificació i execució del contracte.	7	5	6	7	7	7	0	5	5	7	7	5
Grau de segmentació del públic professional objectiu i alineació amb les característiques dels productes i les empreses agroalimentàries catalanes, i de planificació dels treballs per a l'adequació de la proposta al perfil del públic objectiu	4	3	3	4	4	4	0	3	3	4	4	3
Grau de definició i adequació de la metodologia de treball proposada	3	2	3	3	3	3	0	2	2	3	3	2
Grau d'impacte previst i justificació	2	2	2	2	3	3	0	2	2	3	3	2
Grau de definició, adequació i justificació de la proposta de dimensionament qualitatiu i quantitatiu de l'impacte previst	2	2	2	2	3	3	0	2	2	3	3	2
Grau d'adequació de les solucions previstes d'interlocució i resolució d'incidències	2	2	2	2	2	2	0	1	1	2	2	2
Grau d'adequació de solucions d'interlocució i d'agilitat en el procediment de resolució d'incidències	2	2	2	2	2	2	0	1	1	2	2	2
TOTAL	11	9	10	11	12	12	0	8	8	12	12	9

D'acord amb la valoració tècnica efectuada dels criteris subjectes a judici de valor corresponents al sobre B, la licitadora **VISTOSO COLLECTION CO. TTD** no ha assolit el llindar mínim de **18 punts** establert a l'apartat H.1 del PCAP per a la continuació del procediment en aquest lot.

En conseqüència, i en aplicació del que disposa el PCAP, **es proposa a la Mesa de Contractació l'exclusió de la licitadora VISTOSO COLLECTION CO. TTD per a aquest lot**, en no haver superat el llindar mínim exigible.

ARGOS CONSULTING NETWORK SL

EXERCICI 1. CONSULTES

Grau de definició i metodologia del projecte d'organització, planificació i execució del contracte. 7 punts

Grau de segmentació del públic professional objectiu i alineació amb les característiques dels productes i les empreses agroalimentàries catalanes, i de planificació dels treballs per a l'adequació de la proposta al perfil del públic objectiu. 4 punts

La proposta identifica de manera clara i estructurada els principals àmbits sectorials vinculats a l'oferta agroalimentària catalana (carni, fine food, fruita, oli, vi, ecològic i halal), així com les diferents tipologies de consulta (regulatòries, tècniques, comercials i institucionals), incorporant la diferenciació específica per mercat (Japó i Corea del Sud).

S'observa una correcta comprensió del marc normatiu i dels requisits d'accés a ambdós mercats, amb referència a organismes competents i fonts oficials, fet que permet classificar i abordar les consultes en funció de sector, mercat i nivell de complexitat.

La segmentació es considera adequada, coherent amb l'objecte del contracte i alineada amb les necessitats de les empreses agroalimentàries catalanes en l'àmbit d'Àsia Oriental, justificant l'atorgament de la puntuació màxima en aquest apartat.

Grau de definició i adequació de la metodologia de treball proposada. 3 punts

La proposta descriu una metodologia estructurada i seqüencial per a la gestió de consultes, incorporant fases clarament definides de recepció i classificació, anàlisi tècnica, contrast amb fonts oficials o especialitzades, elaboració de resposta, validació i seguiment posterior.

S'estableixen mecanismes de registre, traçabilitat i assignació interna de responsabilitats, així com un circuit de comunicació amb PRODECA per a consultes de major complexitat o incidències rellevants.

El plantejament metodològic resulta coherent amb la naturalesa tècnica del servei i adequat a la complexitat reguladora dels mercats de Japó i Corea del Sud, considerant-se plenament ajustat als requeriments establerts en el PPT.

Grau d'impacte previst i justificació. 2 punts

La proposta incorpora indicadors quantitatius vinculats al nombre de consultes ateses, terminis de resposta i percentatge de compliment dels terminis establerts, així com indicadors qualitius relatius al grau de satisfacció i a la valoració del servei per part de PRODECA.

El dimensionament de l'impacte se centra principalment en la qualitat i eficiència operativa del servei, garantint la traçabilitat i el seguiment de les consultes gestionades. Tanmateix, el plantejament no desenvolupa de manera específica la vinculació entre el servei de consultes i resultats comercials o d'accés efectiu al mercat, més enllà del suport informatiu i tècnic proporcionat.

El grau de definició del dimensionament es considera correcte i coherent amb la naturalesa del servei, si bé amb un enfocament predominantment operatiu.

Grau d'adequació de les solucions previstes d'interlocució i resolució d'incidències. 2 punts

La proposta estableix un model d'interlocució clar amb PRODECA, designant un responsable del servei i definint canals de comunicació estables, així com mecanismes de resposta en cas d'urgència. Es preveu la notificació prèvia en cas de consultes que requereixin ampliació de terminis i el seguiment continuat de l'estat de les sol·licituds.

El sistema de gestió d'incidències es fonamenta en la traçabilitat de cada consulta i en la comunicació proactiva amb PRODECA quan la naturalesa de la incidència ho requereixi. Tot i no incorporar eines tecnològiques específiques o sistemes avançats de monitoratge, el model proposat es considera adequat i funcional.

EXERCICI 2. CATALAN FOOD SHOW

Grau de definició i metodologia del projecte d'organització, planificació i execució del contracte. 5 punts

Grau de segmentació del públic professional objectiu i alineació amb les característiques dels productes i les empreses agroalimentàries catalanes, i de planificació dels treballs per a l'adequació de la proposta al perfil del públic objectiu. 3 punts

La proposta identifica adequadament els principals perfils professionals vinculats al format Catalan Food Show en els mercats de Japó i Corea del Sud, diferenciant importadors especialitzats, distribuïdors sectorials, canal retail organitzat i canal HORECA, així com prescriptors i operadors amb capacitat de decisió.

S'observa una correcta alineació entre el perfil del públic objectiu i les característiques dels productes agroalimentaris catalans de valor afegit, especialment en sectors com carni, vi, oli i fine food, tenint en compte les especificitats de consum i posicionament en ambdós mercats.

Tanmateix, la segmentació es formula de manera funcional però amb menor profunditat estratègica en la diferenciació fina per subcanal o per grau de penetració de producte en cada mercat, situant-se en un nivell adequat però no especialment diferencial.

Grau de definició i adequació de la metodologia de treball proposada. 2 punts

La proposta descriu les fases habituals d'organització d'un Catalan Food Show: identificació i selecció de públic professional, convocatòria, gestió logística, execució de l'esdeveniment i seguiment posterior.

La metodologia és clara i operativament viable, amb una seqüència coherent d'actuacions i una correcta coordinació amb PRODECA en les diferents fases del projecte. No obstant això, el nivell de sistematització procedimental i de definició detallada de mecanismes de validació intermèdia, control qualitatiu o estructuració d'agendes podria desenvolupar-se amb major concreció.

En conjunt, es considera una metodologia adequada i alineada amb el PPT.

Grau d'impacte previst i justificació. 2 punts

La proposta defineix indicadors vinculats al nombre d'assistents professionals, reunions generades i participació sectorial, així com mecanismes de seguiment posterior amb les empreses participants.

Atès el caràcter del format Catalan Food Show, orientat principalment al posicionament, validació de producte i generació de contactes qualificats en mercats d'alta exigència, el retorn comercial no es planteja en termes de conversió immediata, sinó com a generació d'oportunitats.

El dimensionament de l'impacte es considera adequat i coherent amb la naturalesa de l'actuació, si bé podria desenvolupar-se amb major concreció en la definició d'indicadors de seguiment a mitjà termini i en la sistematització del retorn comercial potencial.

Grau d'adequació de les solucions previstes d'interlocució i resolució d'incidències. 2 punts

La proposta preveu un model d'interlocució estructurat amb PRODECA durant totes les fases del projecte, amb designació d'interlocutor únic i coordinació operativa en la fase d'execució.

Es contemplen mecanismes habituals de resolució d'incidències logístiques i organitzatives (canvis d'agenda, ajustos de participants, incidències operatives durant l'esdeveniment), amb capacitat de resposta funcional.

El model es considera adequat i alineat amb els requeriments del PPT.

EXERCICI 3. eBusiness

Grau de definició i metodologia del projecte d'organització, planificació i execució del contracte. 6 punts

Grau de segmentació del públic professional objectiu i alineació amb les característiques dels productes i les empreses agroalimentàries catalanes, i de planificació dels treballs per a l'adequació de la proposta al perfil del públic objectiu. 3 punts

La proposta diferencia adequadament entre Japó i Corea del Sud, identifica cadenes de distribució alineades amb producte d'importació de gamma mitjana-alta i integra correctament la figura de l'importador com a element estructural del mercat.

La segmentació és operativa i contextualitzada, si bé podria aprofundir més en la priorització estratègica per perfil de cadena i en l'encaix específic subsector–operador.

Grau de definició i adequació de la metodologia de treball proposada. 3 punts

La metodologia està estructurada en fases clares, progressives i replicables, amb validació prèvia amb PRODECA, monitorització de reunions, suport cultural i lingüístic i mecanismes de reactivació posterior.

El plantejament és específic per als mercats asiàtics i operativament sòlid.

Grau d'impacte previst i justificació. 2 punts

La proposta defineix indicadors quantitatius i qualitatius vinculats a nombre d'actuacions, reunions i coneixement de marca.

Tanmateix, el dimensionament es manté contingut i no desenvolupa de manera estructurada el seguiment de conversió comercial o retorn a mitjà termini.

Grau d'adequació de les solucions previstes d'interlocució i resolució d'incidències. 2 punts

S'estableix interlocució clara amb PRODECA, seguiment actiu amb cadenes i importadors, suport operatiu durant les reunions i elaboració d'informe final.

El sistema és adequat i funcional.

EIBENS CONSULTING SL

EXERCICI 1. CONSULTES

Grau de definició i metodologia del projecte d'organització, planificació i execució del contracte. 7 punts

Grau de segmentació del públic professional objectiu i alineació amb les característiques dels productes i les empreses agroalimentàries catalanes, i de planificació dels treballs per a l'adequació de la proposta al perfil del públic objectiu. 4 punts

La proposta presenta una segmentació estructurada i alineada amb els mercats objecte del lot (Japó i Corea del Sud), diferenciant tipologies de consultes per sector agroalimentari (carni, vi, oli, fine food, ecològic, etc.) i per naturalesa de la demanda (regulatoria, accés a mercat, estructura d'importació, canals de distribució i posicionament comercial).

S'observa una comprensió clara de les particularitats d'ambdós mercats, incloent referències a processos d'homologació, estructures d'importació indirecta i paper dels importadors especialitzats, així com a la diferenciació entre grans grups de distribució i operadors especialitzats.

La segmentació es considera sòlida, contextualitzada i coherent amb l'estratègia d'internacionalització de les empreses agroalimentàries catalanes en mercats d'alta exigència normativa i comercial.

Grau de definició i adequació de la metodologia de treball proposada. 3 punts

La metodologia es presenta clarament estructurada, amb fases definides que inclouen recepció i classificació de la consulta, anàlisi tècnica especialitzada per mercat i sector, contrast amb fonts oficials o operadors locals, elaboració de resposta estructurada i seguiment posterior.

S'aprecia una metodologia professionalitzada i adaptada a la complexitat dels mercats asiàtics, amb integració d'equip en destí i coneixement local, fet que reforça la capacitat operativa i la qualitat tècnica de les respostes.

El circuit operatiu és clar, coherent i adequat a la naturalesa del servei de consultes previst en el PPT, considerant-se plenament ajustat als requeriments establerts.

Grau d'impacte previst i justificació. 2 punts

La proposta incorpora indicadors vinculats al nombre de consultes gestionades, terminis de resposta i qualitat del servei, així com la contribució al suport a la presa de decisions empresarials en mercats complexos com Japó i Corea del Sud.

Tanmateix, el dimensionament de l'impacte es formula principalment en termes operatius i de qualitat del servei, sense desenvolupar de manera específica la vinculació amb resultats comercials objectivables o indicadors de conversió a oportunitats reals d'accés al mercat.

El plantejament és coherent amb la naturalesa del servei, però amb un enfocament predominantment tècnic-operatiu, la qual cosa justifica una puntuació intermèdia.

Grau d'adequació de les solucions previstes d'interlocució i resolució d'incidències. 2 punts

La proposta estableix una interlocució clara amb PRODECA, amb designació de responsables i mecanismes de comunicació continuada durant la prestació del servei.

Es preveu coordinació directa amb empreses i operadors en destí quan la naturalesa de la consulta ho requereixi, així com capacitat de gestió d'incidències vinculades a terminis, informació regulatoria o contrast amb fonts externes.

El model és adequat, funcional i coherent amb els requeriments del PPT, garantint traçabilitat i capacitat de resposta, si bé sense incorporar sistemes especialment diferenciadors respecte a estàndards habituals de gestió.

EXERCICI 2. CATALAN FOOD SHOW

Grau de definició i metodologia del projecte d'organització, planificació i execució del contracte. 7 punts

Grau de segmentació del públic professional objectiu i alineació amb les característiques dels productes i les empreses agroalimentàries catalanes, i de planificació dels treballs per a l'adequació de la proposta al perfil del públic objectiu. 4 punts

La proposta identifica adequadament els perfils professionals objectiu del Catalan Food Show en mercats com Japó i Corea del Sud, diferenciant importadors especialitzats, responsables de compra de retail premium, distribuïdors de producte europeu, canal HORECA d'alt nivell i operadors amb experiència en producte mediterrani.

S'observa una segmentació coherent amb el posicionament de l'oferta agroalimentària catalana en mercats d'alta exigència qualitativa, així com una comprensió de les estructures d'importació indirecta i del rol central dels importadors en ambdós països.

La segmentació es considera alineada amb l'objecte de l'actuació i amb el format Catalan Food Show previst en el PPT.

Grau de definició i adequació de la metodologia de treball proposada. 3 punts

La metodologia descriu de manera estructurada les fases de preparació, identificació i captació de compradors, validació prèvia amb PRODECA, organització de l'esdeveniment, coordinació logística i seguiment posterior.

S'inclou planificació temporal, definició de tasques, coordinació amb empreses participants i suport operatiu durant la celebració de l'actuació. La proposta reflecteix coneixement del mercat asiàtic i adapta l'execució a les particularitats culturals i comercials de Japó i Corea del Sud.

El plantejament metodològic és coherent, seqüencial i adequat a la complexitat del format, considerant-se plenament ajustat als requeriments del PPT.

Grau d'impacte previst i justificació. 3 punts

La proposta defineix indicadors quantitatius vinculats al nombre d'assistents professionals, reunions generades, empreses participants i diversitat sectorial dels contactes, així com la recopilació de feedback posterior.

Atès el caràcter del Catalan Food Show en mercats com Japó i Corea del Sud —orientat principalment a posicionament, validació de producte i generació de contactes qualificats— no resulta exigible una conversió comercial immediata.

El dimensionament de l'impacte es considera coherent amb la naturalesa de l'actuació i suficientment estructurat per permetre mesura objectivable del retorn en termes de posicionament i generació d'oportunitats, justificant l'atorgament de la puntuació màxima en aquest apartat.

Grau d'adequació de les solucions previstes d'interlocució i resolució d'incidències. 2 punts

La proposta estableix un model d'interlocució continuada amb PRODECA durant totes les fases de l'actuació, amb validació prèvia de compradors i seguiment posterior dels resultats.

Es preveu suport operatiu durant l'esdeveniment, coordinació amb empreses participants i capacitat de resposta davant incidències logístiques, tècniques o organitzatives.

El model és adequat, funcional i alineat amb els requeriments del PPT, garantint coordinació i traçabilitat.

EXERCICI 3. Nota informativa | Prospecció de mercat

Grau de definició i metodologia del projecte d'organització, planificació i execució del contracte. 7 punts

Grau de segmentació del públic professional objectiu i alineació amb les característiques dels productes i les empreses agroalimentàries catalanes, i de planificació dels treballs per a l'adequació de la proposta al perfil del públic objectiu. 4 punts

La proposta identifica com a destinataris principals els productors catalans d'oli d'oliva interessats en iniciar exportacions cap a Corea del Sud, les empreses que ja hi operen i PRODECA com a organisme coordinador de l'estratègia de promoció internacional.

La segmentació es considera adequada a la naturalesa de l'actuació, atès que es tracta d'una nota informativa sectorial orientada a facilitar presa de decisions estratègiques i no d'una acció promocional directa. El plantejament s'alinea correctament amb l'estructura del sector oleícola català, caracteritzat majoritàriament per petites i mitjanes empreses amb posicionament de qualitat i presència de figures de qualitat diferenciada (DOP).

La proposta vincula el perfil de les empreses catalanes amb la realitat del mercat coreà, identificant el posicionament premium i l'associació amb salut i dieta mediterrània com a eixos estratègics de penetració.

La segmentació es considera coherent, funcional i alineada amb l'objecte de l'actuació i amb el PPT.

Grau de definició i adequació de la metodologia de treball proposada. 3 punts

La metodologia es presenta de manera estructurada i seqüencial, incloent: anàlisi estadística i regulatòria, entrevistes amb importadors, store checks i visites a restauració, redacció de l'informe final i sessió de retorn amb PRODECA.

La combinació de fonts secundàries (dades d'importació, normativa aplicable) i fonts primàries (entrevistes i observació directa del mercat) es considera adequada i coherent amb l'objecte de l'actuació. La planificació temporal (5 setmanes) és clara, realista i ajustada a la complexitat del treball.

El plantejament incorpora anàlisi de competència, identificació de tendències de consum, mapatge de canals de distribució i recomanacions estratègiques, elements que permeten dotar l'informe d'utilitat pràctica per a empreses i per a la planificació d'accions futures de PRODECA.

La metodologia es considera completa, coherent i plenament ajustada als requeriments del PPT.

Grau d'impacte previst i justificació. 3 punts

La proposta justifica l'interès estratègic del mercat coreà a partir de tendències de consum vinculades a salut, qualitat i posicionament premium, així com de l'oportunitat de reforçar la presència catalana davant la consolidació d'altres orígens mediterranis.

S'identifica clarament el valor de la nota informativa com a eina per orientar decisions empresarials, prioritzar canals i dissenyar futures accions promocionals específiques.

Atesa la naturalesa de l'actuació —informe de prospecció sectorial— no és exigible un impacte comercial directe immediat, sinó la generació de coneixement estructurat i accionable. En aquest sentit, la proposta defineix un impacte coherent amb la finalitat de l'encàrrec i adequat al seu abast.

El dimensionament de l'impacte es considera alineat amb la naturalesa de l'actuació i suficientment justificat.

Grau d'adequació de les solucions previstes d'interlocució i resolució d'incidències. 2 punts

La proposta preveu coordinació amb PRODECA durant tot el procés d'elaboració, així com una reunió final de presentació i resolució de dubtes un cop lliurat l'informe.

Es contempla flexibilitat en cas de reprogramació d'entrevistes i s'indica la disponibilitat d'equip local a Corea del Sud per garantir cobertura operativa i adaptació al context del mercat.

El model d'interlocució es considera adequat, funcional i alineat amb els requeriments del PPT, garantint traçabilitat i coordinació durant l'execució de l'actuació.

VISTOSO COLLECTION CO., Ttd.

EXERCICI 1. CONSULTES

Puntuació: 0

El PPT estableix com a treball obligatori la "c) Atenció de consultes tècniques vinculades amb l'exportació i la comercialització agroalimentària", incloent resposta a consultes concretes sobre legislació, fiscalitat, normativa d'importació, usos duaners, compradors o organismes oficials, així com l'elaboració d'un recurs de preguntes freqüents segons indicacions de PRODECA.

La proposta presentada desenvolupa un estudi de mercat estructurat amb anàlisi quantitativa i qualitativa, entrevistes, enquestes i anàlisi DAFO, però no concreta ni descriu un model operatiu de prestació continuada del servei d'atenció de consultes tècniques en els termes previstos al PPT.

No es defineix procediment de recepció de consultes, termini de resposta, sistema de seguiment, canal operatiu, ni elaboració del recurs de preguntes freqüents conforme a les indicacions de PRODECA.

Atès que l'exercici sol·licitat era obligatori i que la proposta no desenvolupa el contingut específic requerit, es considera que no dona resposta a l'objecte de l'exercici en els termes exigits al PPT.

EXERCICI 2. CATALAN FOOD SHOW

Grau de definició i metodologia del projecte d'organització, planificació i execució del contracte. 5 punts

Grau de segmentació del públic professional objectiu i alineació amb les característiques dels productes i les empreses agroalimentàries catalanes, i de planificació dels treballs per a l'adequació de la proposta al perfil del públic objectiu. 3 punts

La proposta preveu la realització d'un esdeveniment amb component B2B als mercats de Japó i Corea del Sud, dirigit a importadors, majoristes, minoristes i professionals del sector agroalimentari, amb una estimació d'assistència de 150 professionals per mercat.

Es valora positivament la incorporació de tasca comercial B2B, seminari tècnic (masterclass / showcooking) i sopar de networking, així com la consideració de determinades particularitats culturals dels mercats asiàtics.

No obstant això, la proposta no concreta els perfils professionals objectiu amb un nivell de detall específic per a cadascun dels mercats del lot, ni defineix criteris de selecció, segmentació específica per canal (retail premium, horeca, distribuïdors especialitzats, etc.) o estratègia de captació de compradors qualificats.

La segmentació es considera adequada però amb un grau de desenvolupament limitat en relació amb l'abast i l'exigència del PPT.

Grau de definició i adequació de la metodologia de treball proposada. 2 punts

La proposta descriu les activitats principals (trobada B2B, seminari, sopar de networking) i estableix un calendari orientatiu de preparació.

Tanmateix, no es detalla el procediment de captació i validació prèvia de compradors, la coordinació amb les empreses participants, ni el sistema de seguiment posterior dels contactes generats. Tampoc es concreten indicadors de qualitat dels contactes ni metodologia de reporting.

La metodologia es considera funcional però poc estructurada en comparació amb altres propostes presentades.

Grau d'impacte previst i justificació. 2 punts

La proposta estableix una estimació quantitativa d'impacte de 150 professionals per mercat tant a Corea del Sud com al Japó, integrant l'actuació dins d'una estratègia regional asiàtica.

No obstant això, la justificació de l'impacte es manté en un nivell descriptiu i no s'acompanya d'indicadors qualitatius ni de mecanismes concrets de mesura del retorn (nombre de reunions efectives, perfil dels compradors assistents, seguiment comercial posterior, taxa de conversió, etc.).

L'impacte previst es considera raonable en termes quantitius, però insuficientment justificat des d'un punt de vista metodològic i de mesura objectivable del retorn.

Grau d'adequació de les solucions previstes d'interlocució i resolució d'incidències. 1 punt

La proposta inclou una planificació temporal detallada i contempla la coordinació amb delegacions i col·laboradors.

Tanmateix, no es descriu de manera específica el model d'interlocució continuada amb PRODECA, ni els mecanismes de resolució d'incidències logístiques, comercials o operatives durant l'esdeveniment.

El plantejament es considera adequat però amb marge de major concreció operativa.

EXERCICI 3. Catalan Food punt de consum (botiga pop-up)

Grau de definició i metodologia del projecte d'organització, planificació i execució del contracte. 5 punts

Grau de segmentació del públic professional objectiu i alineació amb les característiques dels productes i les empreses agroalimentàries catalanes, i de planificació dels treballs per a l'adequació de la proposta al perfil del públic objectiu. 3 punts

La proposta planteja una actuació de tipus pop-up en supermercats o espais premium als mercats de Japó i Corea del Sud, orientada a la promoció directa de productes catalans davant consumidors finals i professionals del canal retail.

Es valora positivament l'orientació cap a punts de consum de referència i la voluntat de posicionar productes catalans mitjançant degustacions, tallers i accions experiencials, elements coherents amb l'objectiu de posicionament de marca en mercats asiàtics d'alt valor afegit.

Tanmateix, la proposta no concreta amb detall el perfil específic dels establiments seleccionats, ni defineix criteris de selecció del punt de consum d'acord amb els objectius estratègics del sector

agroalimentari català. Tampoc s'especifica la vinculació concreta entre famílies de producte i el tipus de punt de consum escollit.

La segmentació es considera adequada però amb marge de major desenvolupament estratègic.

Grau de definició i adequació de la metodologia de treball proposada. 2 punts

La proposta descriu una actuació temporal de promoció en punt de venda amb durada estimada de 7 a 14 dies, incloent degustacions i accions de dinamització comercial.

No obstant això, en relació amb la tipologia n) del PPT, no es detalla de manera específica:

- El procediment formal de negociació amb el punt de consum sota directrius de Prodeca.
- L'elaboració prèvia d'un document que reculli els acords sobre productes i condicions de la promoció.
- Els mecanismes de recollida de resultats de vendes o, en el seu defecte, l'elaboració d'un informe qualitatiu segons paràmetres acordats.
- El pla de difusió específic acordat amb el punt de consum.
- L'adaptació de dissenys i producció de materials sota directrius de comunicació de Prodeca.

La metodologia descriu l'actuació des d'una perspectiva promocional general, però no desenvolupa amb el grau d'especificitat requerit els elements operatius exigits per a aquesta tipologia del PPT.

Grau d'impacte previst i justificació. 2 punts

La proposta preveu una activació de marca amb impacte directe sobre consumidors finals en un entorn retail de referència, fet que pot contribuir al posicionament i a la visibilitat del producte català en el mercat. Tanmateix, no es defineixen indicadors concrets de mesura de l'impacte (volum de vendes durant la promoció, increment percentual, nombre de degustacions realitzades, recollida de dades qualitatives, etc.), ni s'estableix un sistema clar de report de resultats en coherència amb el que exigeix aquesta tipologia del PPT.

L'impacte es considera potencialment rellevant però insuficientment dimensionat en termes objectivables.

Grau d'adequació de les solucions previstes d'interlocució i resolució d'incidències. 1 punt

La proposta contempla la coordinació amb establiments i l'organització operativa de l'actuació.

No obstant això, no es descriu de manera específica el model d'interlocució continuada amb PRODECA, ni els mecanismes de validació prèvia d'acords amb el punt de consum, ni el protocol de gestió d'incidències derivades de la promoció (logística, normativa, vendes, etc.).

El sistema d'interlocució es considera funcional però insuficientment desenvolupat en relació amb els requeriments formals per a aquesta tipologia d'actuació.

PERSPECTIVA ASIA LIMITED

EXERCICI 1. CONSULTES

Grau de definició i metodologia del projecte d'organització, planificació i execució del contracte. 7 punts

Grau de segmentació del públic professional objectiu i alineació amb les característiques dels productes i les empreses agroalimentàries catalanes, i de planificació dels treballs per a l'adequació de la proposta al perfil del públic objectiu. 4 punts

La proposta planteja un supòsit pràctic centrat en una empresa catalana del sector del vi interessada en iniciar comercialització a Tòquio (Japó), definint de manera clara el context de mercat i el perfil de ciutat objectiu.

La segmentació del públic objectiu inclou empreses agroalimentàries catalanes amb diferent grau de maduresa exportadora, així com empreses amb interessos en canals específics (gran consum, gourmet, Horeca o canal especialitzat). També es contemplen importadors i distribuïdors vinculats a proveïdors catalans.

Es valora positivament la diferenciació segons nivell d'experiència exportadora i la voluntat d'adaptar la resposta al perfil de cada empresa. La segmentació és coherent amb l'objecte del servei i amb la realitat del teixit agroalimentari català.

La segmentació es considera completa, funcional i alineada amb els requeriments del PPT.

Grau de definició i adequació de la metodologia de treball proposada. 3 punts

La metodologia es desenvolupa de manera estructurada en quatre fases clarament definides: recepció i anàlisi, investigació i validació tècnica, elaboració de la resposta i seguiment posterior.

S'estableixen terminis concrets de resposta segons el nivell de complexitat de la consulta, així com un sistema de classificació (bàsica, mitjana o avançada). Es defineix un cronograma detallat per a la resolució de consultes bàsiques, incloent confirmació de recepció en 24 hores i resposta en 2–3 dies laborables.

La proposta incorpora mecanismes de sistematització mitjançant l'elaboració progressiva d'un recurs de preguntes freqüents i defineix indicadors de seguiment estructurats (temps de resposta, satisfacció, tipologia de consulta, etc.).

La metodologia es considera exhaustiva, seqüencial i plenament ajustada als requeriments del PPT.

Grau d'impacte previst i justificació. 3 punts

La proposta defineix impactes qualitatius (reducció de barreres d'entrada, millora de la preparació estratègica, reforç del posicionament) i impactes quantitius (increment d'empreses amb informació validada, reducció de temps i costos).

A més, s'estableixen indicadors de seguiment concrets i mesurables, incloent nombre de consultes, nivell de complexitat, temps mitjà de resposta i grau de satisfacció.

El dimensionament de l'impacte és coherent amb la naturalesa del servei i està adequadament justificat.

Grau d'adequació de les solucions previstes d'interlocució i resolució d'incidències. 2 punts

La proposta defineix canals de comunicació estructurats amb Prodeca (correu, reunions online, contacte telefònic) i amb les empreses, així com procediments específics de resolució d'incidències amb terminis concrets (24–72 hores segons fase).

Es preveu escalat intern en cas de complexitat elevada i comunicació contínua amb Prodeca fins a la resolució de la incidència.

El sistema d'interlocució i resolució d'incidències es considera complet, traçable i plenament alineat amb el PPT.

EXERCICI 2. CATALAN FOOD SHOW

Grau de definició i metodologia del projecte d'organització, planificació i execució del contracte. 7 punts

Grau de segmentació del públic professional objectiu i alineació amb les característiques dels productes i les empreses agroalimentàries catalanes, i de planificació dels treballs per a l'adequació de la proposta al perfil del públic objectiu. 4 punts

La proposta defineix amb claredat el públic professional objectiu del Catalan Food Show, diferenciant importadors especialitzats, distribuïdors amb experiència en producte europeu, responsables de compra de retail premium, canal Horeca d'alt nivell i prescriptors gastronòmics.

S'observa una segmentació específica per mercat (Japó i Corea del Sud), tenint en compte les particularitats culturals i comercials de cadascun, així com l'estructura d'importació indirecta i el rol central de l'importador en ambdós països.

La proposta vincula de manera coherent el perfil dels compradors amb el posicionament de l'oferta agroalimentària catalana (qualitat, origen, valor afegit, producte gourmet), alineant adequadament segmentació i objectiu promocional.

La segmentació es considera completa, detallada i plenament ajustada al PPT.

Grau de definició i adequació de la metodologia de treball proposada. 3 punts

La metodologia es presenta de manera estructurada i seqüencial, incloent fases de:

- Identificació i preselecció de compradors.
- Validació prèvia amb PRODECA.
- Convocatòria i confirmació d'assistents.
- Organització logística de l'esdeveniment.
- Coordinació amb empreses catalanes participants.
- Seguiment posterior de contactes generats.

S'inclou planificació temporal, assignació de responsabilitats i mecanismes de control del compliment d'agendes B2B. La proposta contempla també suport operatiu durant l'actuació i elaboració d'informe posterior amb resultats.

El plantejament metodològic és coherent, complet i adaptat a la complexitat del format Catalan Food Show.

Grau d'impacte previst i justificació. 3 punts

La proposta estableix indicadors quantitatius (nombre de compradors confirmats, reunions B2B realitzades, empreses participants, perfil sectorial dels assistents) i qualitatis (grau d'interès detectat, potencial comercial, feedback post-esdeveniment).

L'impacte es dimensiona de manera coherent amb la naturalesa de l'actuació, centrada en posicionament, validació de producte i generació de contactes qualificats en mercats exigents com Japó i Corea del Sud.

Es preveu seguiment posterior per assegurar continuïtat en les comunicacions comercials, fet que reforça la mesura objectivable del retorn.

L'impacte previst es considera adequadament justificat i alineat amb el PPT.

Grau d'adequació de les solucions previstes d'interlocució i resolució d'incidències. 2 punts

La proposta estableix un model d'interlocució continuada amb PRODECA durant totes les fases del projecte, incloent validació prèvia de compradors, coordinació amb empreses participants i supervisió operativa durant l'esdeveniment.

Es contemplen mecanismes de resolució d'incidències logístiques, comercials i organitzatives, així com comunicació directa amb el mercat local. El sistema d'interlocució es considera complet, funcional i plenament alineat amb els requeriments del PPT.

EXERCICI 3. Fira professional o de consumidor **Nota informativa | Prospecció de mercat**

Grau de definició i metodologia del projecte d'organització, planificació i execució del contracte. 5 punts

Grau de segmentació del públic professional objectiu i alineació amb les característiques dels productes i les empreses agroalimentàries catalanes, i de planificació dels treballs per a l'adequació de la proposta al perfil del públic objectiu. 3 punts

La proposta identifica adequadament el públic professional objectiu de la participació en fira, diferenciant importadors, distribuïdors, responsables de compra de retail, canal Horeca i altres operadors sectorials rellevants per als mercats de Japó i Corea del Sud.

S'observa una correcta vinculació entre el perfil dels visitants professionals i el posicionament de l'oferta agroalimentària catalana, especialment en segments de qualitat i producte especialitzat.

Tanmateix, la segmentació no desenvolupa de manera exhaustiva criteris específics de prioritització de compradors ni una classificació detallada per tipologia d'operador segons estratègia comercial de les empreses participants.

La segmentació es considera adequada i alineada amb el PPT, amb marge de major aprofundiment estratègic.

Grau de definició i adequació de la metodologia de treball proposada. 2 punts

La proposta descriu les fases habituals de participació en fira: preparació prèvia, coordinació amb empreses catalanes, suport durant les jornades firals i elaboració d'informe posterior.

Es contempla la difusió prèvia entre compradors del mercat, l'atenció a visites professionals a l'estand i el registre de contactes generats.

No obstant això, la metodologia no concreta amb detall el sistema de captació prèvia de compradors, el mecanisme de validació amb PRODECA ni el model de seguiment estructurat posterior a la fira més enllà de l'elaboració d'un informe.

El plantejament és correcte i funcional, però no incorpora elements diferencials o de sistematització avançada.

Grau d'impacte previst i justificació. 2 punts

La proposta dimensiona l'impacte en termes de nombre de contactes professionals, visibilitat de marca i oportunitats comercials generades en el marc de la fira.

Tanmateix, no es defineixen indicadors concrets de qualitat dels contactes ni mecanismes detallats de mesura del retorn comercial (per exemple, taxa de seguiment efectiu, conversió potencial o classificació per grau d'interès).

L'impacte previst es considera coherent amb la naturalesa d'una participació firal, però insuficientment desenvolupat en termes de mesura objectivable.

Grau d'adequació de les solucions previstes d'interlocució i resolució d'incidències. 2 punts

La proposta estableix un model de coordinació continuada amb PRODECA durant les fases de preparació, celebració i seguiment de la fira, així com interlocució directa amb les empreses catalanes participants.

Es contempla suport operatiu durant les jornades firals, registre de contactes i elaboració d'informe postfira, elements que garanteixen traçabilitat de l'actuació.

El sistema d'interlocució i resolució d'incidències es considera adequat, funcional i alineat amb els requeriments del PPT.

Lot 5. Estats Units i Canadà

VALORACIÓ TÈCNICA

Licitadora	Total puntuació
EXCOM GLOBAL SOLUTIONS SL	36 punts
UTE P&L GLOBAL-ESKZ GLOBAL	27 punts

Criteri	EXCOM			P&L-ESKZ		
	Ex. 1	Ex. 2	Ex. 3	Ex. 1	Ex. 2	Ex. 3
Grau de definició i metodologia del projecte d'organització, planificació i execució del contracte.	7	7	7	5	5	5
Grau de segmentació del públic professional objectiu i alineació amb les característiques dels productes i les empreses agroalimentàries catalanes, i de planificació dels treballs per a l'adequació de la proposta al perfil del públic objectiu	4	4	4	3	3	3
Grau de definició i adequació de la metodologia de treball proposada	3	3	3	2	2	2
Grau d'impacte previst i justificació	3	3	3	2	2	2
Grau de definició, adequació i justificació de la proposta de dimensionament qualitatiu i quantitatiu de l'impacte previst	3	3	3	2	2	2
Grau d'adequació de les solucions previstes d'interlocució i resolució d'incidències	2	2	2	2	2	2
Grau d'adequació de solucions d'interlocució i d'agilitat en el procediment de resolució d'incidències	2	2	2	2	2	2
TOTAL	12	12	12	9	9	9

EXCOM GLOBAL SOLUTIONS SL

EXERCICI 1. CONSULTES

Grau de definició i metodologia del projecte d'organització, planificació i execució del contracte.
7 punts

Grau de segmentació del públic professional objectiu i alineació amb les característiques dels productes i les empreses agroalimentàries catalanes, i de planificació dels treballs per a l'adequació de la proposta al perfil del públic objectiu. 4 punts

La proposta identifica com a públic objectiu les empreses agroalimentàries catalanes amb interès en operar als mercats dels Estats Units i Canadà, contemplant tant empreses amb experiència exportadora com aquelles en fase d'inici o consolidació.

La segmentació es desenvolupa principalment en funció de la tipologia de consulta (normativa sanitària, fiscalitat, requisits d'importació, operativa duanera, identificació de compradors), assignant perfils tècnics especialitzats segons la naturalesa de la consulta. Aquesta aproximació resulta especialment adequada a la naturalesa d'un servei d'atenció de consultes, on la classificació per complexitat i àmbit regulador és essencial.

S'observa un coneixement específic del marc regulador nord-americà (FSMA – FDA) i canadenc (SFCR – CFIA), així com de les particularitats del sistema d'importació i control sanitari en ambdós països, fet que demostra alineació amb la realitat del lot i amb les necessitats reals de les empreses catalanes.

La segmentació es considera completa, funcional i plenament ajustada a l'objecte del PPT.

Grau de definició i adequació de la metodologia de treball proposada. 3 punts

La metodologia es presenta de manera estructurada i seqüencial, incloent:

- Recepció i validació de la consulta.
- Classificació segons complexitat.
- Investigació tècnica i contrast amb fonts oficials.
- Supervisió prèvia amb PRODECA.
- Emissió de resposta estructurada.
- Seguiment posterior quan la naturalesa de la consulta ho requereixi.

S'estableixen terminis concrets de resposta segons el nivell de complexitat (amb inici de gestió en menys de 48 hores i resolució entre 3 i 10 dies hàbils), així com mecanismes de resolució mitjançant reunions virtuals en casos de major complexitat.

La proposta inclou també la sistematització del coneixement mitjançant l'elaboració progressiva d'un repositori de preguntes freqüents, en coherència amb el que exigeix el PPT.

La metodologia és exhaustiva, estructurada i plenament alineada amb els requeriments del servei.

Grau d'impacte previst i justificació. 3 punts

La proposta dimensiona l'impacte del servei en termes operatius (terminis garantits, sistematització de respostes, reducció de temps de resolució), qualitatius (reducció d'incertesa normativa, millora de la preparació exportadora de les empreses) i estratègics (capitalització del coneixement en un repositori FAQ).

L'impacte és coherent amb la naturalesa del servei d'atenció de consultes, que no requereix retorn comercial directe sinó generació de seguretat jurídica, agilitat operativa i suport tècnic qualificat a les empreses catalanes.

El dimensionament de l'impacte es considera adequadament justificat i alineat amb l'objecte del contracte.

Grau d'adequació de les solucions previstes d'interlocució i resolució d'incidències. 2 punts

La proposta estableix un model d'interlocució clar amb PRODECA, incloent validació prèvia de continguts, coordinació continuada i adaptació als horaris dels mercats nord-americans.

Es defineixen terminis de resposta, mecanismes de comunicació multicanal i procediments de resolució per a consultes complexes, incloent reunions virtuals i seguiment posterior.

El sistema d'interlocució i resolució d'incidències es considera complet, estructurat i plenament alineat amb els requeriments del PPT.

EXERCICI 2. CATALAN FOOD SHOW

Grau de definició i metodologia del projecte d'organització, planificació i execució del contracte. 7 punts

Grau de segmentació del públic professional objectiu i alineació amb les característiques dels productes i les empreses agroalimentàries catalanes, i de planificació dels treballs per a l'adequació de la proposta al perfil del públic objectiu. 4 punts

La proposta identifica com a públic objectiu importadors especialitzats en producte europeu, distribuïdors regionals, responsables de compra de retail premium i canal Horeca, així com prescriptors i operadors amb experiència en producte mediterrani als mercats dels Estats Units i Canadà.

S'observa una adequada diferenciació entre els dos mercats, especialment pel que fa a estructura d'importació, dimensió territorial i particularitats de cada sistema de distribució.

La segmentació vincula el perfil dels compradors amb el posicionament de l'oferta agroalimentària catalana (qualitat, origen, valor diferencial), alineant adequadament l'objectiu promocional amb la realitat comercial nord-americana.

La segmentació es considera completa i plenament ajustada al PPT.

Grau de definició i adequació de la metodologia de treball proposada. 3 punts

La metodologia es presenta de manera estructurada i seqüencial, incloent:

- Identificació i preselecció de compradors qualificats.
- Validació prèvia amb PRODECA.
- Convocatòria i confirmació d'assistents.
- Organització logística de l'esdeveniment.
- Coordinació amb empreses participants.
- Seguiment posterior de contactes comercials.

La proposta contempla també suport operatiu durant l'actuació i elaboració d'informe posterior amb resultats i relació de contactes generats.

El plantejament metodològic és coherent, complet i adaptat a la complexitat dels mercats nord-americans, especialment pel que fa a la selecció de compradors amb capacitat real d'importació.

Grau d'impacte previst i justificació. 3 punts

La proposta estableix indicadors quantitatius vinculats al nombre de compradors confirmats, reunions B2B realitzades i empreses participants, així com mecanismes de seguiment posterior per garantir continuïtat en les comunicacions comercials.

Es dimensiona l'impacte en termes de posicionament i generació d'oportunitats comercials qualificades, coherent amb la naturalesa del Catalan Food Show en un mercat d'alta competència i regulació exigent.

L'impacte previst es considera adequadament justificat i alineat amb el PPT.

Grau d'adequació de les solucions previstes d'interlocució i resolució d'incidències. 2 punts

La proposta estableix un model d'interlocució continuada amb PRODECA durant totes les fases del projecte, incloent validació prèvia de compradors, coordinació logística i seguiment posterior.

Es contemplen mecanismes de resolució d'incidències operatives i comercials, així com adaptació a la dimensió territorial dels mercats dels Estats Units i Canadà.

El sistema d'interlocució es considera complet i plenament alineat amb els requeriments del PPT.

EXERCICI 3. BUSINESS FORUM

Grau de definició i metodologia del projecte d'organització, planificació i execució del contracte. 7 punts

Grau de segmentació del públic professional objectiu i alineació amb les característiques dels productes i les empreses agroalimentàries catalanes, i de planificació dels treballs per a l'adequació de la proposta al perfil del públic objectiu. 4 punts

La proposta identifica com a públic objectiu importadors nord-americans i canadencs amb capacitat real d'importació, distribuïdors especialitzats en producte europeu, responsables de compra de cadenes regionals i operadors amb experiència en producte premium i mediterrani.

S'observa una adequada diferenciació entre perfils segons volum, abast territorial i canal de distribució (retail, food service, especialitzat), així com una vinculació clara amb el posicionament de l'oferta agroalimentària catalana.

La segmentació es considera completa, funcional i plenament alineada amb l'objecte del Business Forum definit al PPT.

Grau de definició i adequació de la metodologia de treball proposada. 3 punts

La metodologia descriu de manera estructurada:

- Identificació i qualificació prèvia de compradors.
- Validació amb PRODECA abans de la convocatòria.
- Coordinació de viatge i agenda.
- Organització de rondes B2B amb sistema d'agendes preassignades.
- Seguiment posterior de contactes generats.

Es contempla una selecció basada en criteris de capacitat importadora, adequació sectorial i interès real, evitant convocatòries massives no qualificades.

El plantejament és coherent, seqüencial i adaptat a la naturalesa d'un Business Forum orientat a generar reunions de qualitat.

Grau d'impacte previst i justificació. 3 punts

La proposta dimensiona l'impacte en termes de nombre de compradors seleccionats, nombre de reunions B2B realitzades i oportunitats comercials generades.

S'integra l'actuació dins d'una estratègia d'accés estructurat al mercat nord-americà, considerant la complexitat reguladora i la necessitat de treballar amb operadors qualificats.

L'impacte previst es considera coherent amb la naturalesa del Business Forum i adequadament justificat en termes de generació d'oportunitats comercials qualificades.

Grau d'adequació de les solucions previstes d'interlocució i resolució d'incidències. 2 punts

La proposta estableix coordinació continuada amb PRODECA durant totes les fases: selecció de compradors, validació prèvia, execució de les rondes i seguiment posterior.

Es contemplen mecanismes de reprogramació d'agendes, gestió d'incidències logístiques i seguiment comercial posterior.

El model d'interlocució es considera complet i plenament alineat amb els requeriments del PPT.

UTE P&L GLOBAL-ESKZ GLOBAL

EXERCICI 1. CONSULTES

Grau de definició i metodologia del projecte d'organització, planificació i execució del contracte. 5 punts

Grau de segmentació del públic professional objectiu i alineació amb les característiques dels productes i les empreses agroalimentàries catalanes, i de planificació dels treballs per a l'adequació de la proposta al perfil del públic objectiu. 3 punts

La proposta identifica com a públic objectiu empreses agroalimentàries catalanes interessades en exportar als Estats Units i Canadà, incloent pimes i empreses amb experiència prèvia internacional.

Es contemplen consultes vinculades a normativa, fiscalitat, logística, certificacions i identificació de compradors, així com suport general en processos d'entrada al mercat.

Tanmateix, la segmentació es presenta de manera genèrica i no diferencia per subsector (carni, vi, ingredients, etc.), ni per nivell de maduresa exportadora o complexitat reguladora específica dels mercats nord-americans. Tampoc es desenvolupen referències específiques a marcs normatius com FDA/FSMA o CFIA/SCFR, que resulten especialment rellevants en aquest lot.

La segmentació es considera adequada però amb un nivell de concreció limitat.

Grau de definició i adequació de la metodologia de treball proposada. 2 punts

La proposta estableix un procediment estructurat per a la recepció i gestió de consultes, incloent anàlisi inicial, recerca d'informació i emissió de resposta, així com possibilitat de reunions virtuals en cas necessari.

Es contempla també la sistematització del coneixement generat i la coordinació amb PRODECA mitjançant reunions periòdiques i informes de progrés.

No obstant això, la metodologia no defineix terminis concrets de resposta segons nivell de complexitat, ni estableix un sistema formal de classificació de consultes o acords de nivell de servei detallats. Tampoc es concreta de manera específica el procés de validació prèvia amb PRODECA abans d'emetre resposta final.

La metodologia es considera correcta i funcional, si bé presenta un grau de concreció operativa limitat en relació amb els requeriments del PPT.

Grau d'impacte previst i justificació. 2 punts

La proposta dimensiona l'impacte del servei en termes de suport a la presa de decisions empresarials i reducció d'incertesa en processos d'exportació.

Tanmateix, no es defineixen indicadors mesurables específics (temps mitjà de resposta, volum estimat de consultes, sistematització en FAQ, índex de satisfacció, etc.), ni es concreta el mecanisme de capitalització del coneixement generat.

L'impacte es considera coherent amb la naturalesa del servei, però insuficientment desenvolupat en termes de mesura objectivable.

Grau d'adequació de les solucions previstes d'interlocució i resolució d'incidències. 2 punts

La proposta estableix un model d'interlocució continuada amb PRODECA mitjançant reunió inicial de planificació, reunions periòdiques de seguiment i emissió d'informes de progrés durant l'execució del servei.

Es preveuen canals de comunicació estables amb les empreses beneficiàries i amb PRODECA, així com mecanismes de coordinació per a la resolució de dubtes i incidències que puguin sorgir durant la gestió de les consultes.

El sistema d'interlocució es considera adequat, estructurat i alineat amb els requeriments del PPT, garantint coordinació i traçabilitat del servei.

EXERCICI 2. CATALAN FOOD SHOW

Grau de definició i metodologia del projecte d'organització, planificació i execució del contracte. 5 punts

Grau de segmentació del públic professional objectiu i alineació amb les característiques dels productes i les empreses agroalimentàries catalanes, i de planificació dels treballs per a l'adequació de la proposta al perfil del públic objectiu. 3 punts

La proposta identifica com a públic objectiu importadors, distribuïdors, responsables de compra de retail i professionals del canal Horeca als mercats dels Estats Units i Canadà.

Es contempla la captació de compradors amb interès en producte europeu i mediterrani, així com la participació de perfils amb capacitat de decisió comercial. La segmentació inclou criteris sectorials i adequació al perfil de les empreses agroalimentàries catalanes participants.

Tanmateix, la proposta no desenvolupa una diferenciació detallada per canal (retail premium, especialitzat, food service, distribuïdor regional, etc.) ni concreta criteris quantitatius mínims de selecció o volum objectiu per perfil professional.

La segmentació es considera adequada i alineada amb l'objecte de l'actuació, si bé amb un grau de concreció moderat.

Grau de definició i adequació de la metodologia de treball proposada. 2 punts

La metodologia es presenta estructurada en fases que inclouen planificació inicial, identificació i captació de compradors, coordinació logística de l'esdeveniment, organització d'agendes B2B i elaboració d'informe posterior.

Es contempla la validació prèvia de compradors amb PRODECA, així com el suport operatiu durant l'actuació i el seguiment posterior dels contactes generats.

No obstant això, el plantejament es manté en un nivell procedimental i no concreta amb detall el volum mínim de compradors qualificats ni els criteris de priorització segons capacitat real d'importació.

La metodologia es considera coherent i funcional, adequada als requeriments del PPT.

Grau d'impacte previst i justificació. 2 punts

La proposta preveu la participació d'un nombre determinat de compradors i empreses, així com la realització de reunions B2B i activitats complementàries de promoció (tasts, presentacions o accions de networking).

S'identifica l'impacte en termes de generació d'oportunitats comercials i posicionament del producte català en mercats competitiu i regulats.

Tanmateix, no es defineixen indicadors quantitius mínims ni sistemes específics de mesura del retorn comercial més enllà del recompte de reunions i assistents.

L'impacte es considera adequat a la naturalesa del Catalan Food Show, si bé amb marge de major concreció objectivable.

Grau d'adequació de les solucions previstes d'interlocució i resolució d'incidències. 2 punts

La proposta estableix coordinació amb PRODECA durant totes les fases del projecte, incloent planificació, validació de compradors, execució i seguiment posterior.

Es preveuen reunions de seguiment, informes de progrés i mecanismes de coordinació logística i operativa.

El model d'interlocució es considera adequat i alineat amb els requeriments del PPT.

EXERCICI 3. BUSINESS FORUM

Grau de definició i metodologia del projecte d'organització, planificació i execució del contracte. 5 punts

Grau de segmentació del públic professional objectiu i alineació amb les característiques dels productes i les empreses agroalimentàries catalanes, i de planificació dels treballs per a l'adequació de la proposta al perfil del públic objectiu. 3 punts

La proposta identifica com a públic objectiu importadors, distribuïdors, responsables de compra de retail i canal Horeca als mercats dels Estats Units i Canadà, diferenciant també per sectors de producte (càrnic, fine food, vi, halal, entre d'altres).

S'inclou una descripció del procés de qualificació dels compradors mitjançant formularis i anàlisi prèvia del perfil professional, així com la validació amb PRODECA abans de la confirmació definitiva. La segmentació contempla criteris funcionals (decisors, category managers) i adequació sectorial.

No obstant això, la proposta no desenvolupa una diferenciació específica entre el mercat dels Estats Units i el del Canadà, ni aprofundeix en les particularitats estructurals del sistema d'importació i distribució de cadascun dels mercats. La segmentació es presenta correcta però amb un nivell de desenvolupament estratègic estàndard.

La segmentació es considera adequada i alineada amb l'objecte del PPT, amb marge de major aprofundiment.

Grau de definició i adequació de la metodologia de treball proposada. 2 punts

La metodologia es presenta estructurada en fases clarament delimitades, incloent planificació inicial, captació i qualificació de compradors, coordinació de viatges, organització d'agendes B2B i seguiment posterior.

S'incorpora un calendari detallat amb distribució setmanal de tasques, així com sistemes de confirmació de reunions i mecanismes de suport logístic als compradors convidats.

Tanmateix, el plantejament metodològic es manté en un nivell procedimental i no desenvolupa elements diferencials ni criteris de prioritització especialment sofisticats en relació amb la selecció de compradors amb capacitat real d'importació en mercats altament competitius.

La metodologia es considera correcta i funcional, però amb marge de major profunditat estratègica.

Grau d'impacte previst i justificació. 2 punts

La proposta defineix indicadors quantitatius vinculats al nombre de reunions B2B, compradors participants i empreses catalanes assistents, així com la generació d'oportunitats comercials i insights de mercat.

Tot i que els indicadors són coherents amb la naturalesa d'un Business Forum, no es concreten objectius mínims o líndars quantitatius específics ni es desenvolupa un sistema de mesura del retorn més enllà de la relació de reunions i contactes generats.

L'impacte previst es considera adequat però insuficientment dimensionat en termes objectivables.

Grau d'adequació de les solucions previstes d'interlocució i resolució d'incidències. 2 punts

La proposta estableix un model d'interlocució continuada amb PRODECA mitjançant reunió inicial de planificació, reunions periòdiques de seguiment, informes de progrés i eines compartides de control de l'execució.

Es preveu coordinació amb empreses participants i seguiment posterior dels contactes generats, garantint traçabilitat de l'actuació.

El sistema d'interlocució es considera complet, estructurat i alineat amb els requeriments del PPT.

Lot 6. Gran Xina
VALORACIÓ TÈCNICA

Licitadora	Total puntuació
HERRERA & ZHANG INTERNATIONAL CONSULTING NETWORK SL	36 punts
BEIJING CHINEXITA INTERNATIONAL MANAGEMENT CONSULTING CO.LTD	32 punts
PERSPECTIVA ASIA LIMITED	36 punts
VISTOSO COLLECTION Co., Ltd.	11 punts
EIBENS CONSULTING SL	36 punts

Criteri	HERRERA ZHANG			CHINEXITA			PERSPECTIVA			VISTOSO			EIBENS		
	Ex. 1	Ex. 2	Ex. 3	Ex. 1	Ex. 2	Ex. 3	Ex. 1	Ex. 2	Ex. 3	Ex. 1	Ex. 2	Ex. 3	Ex. 1	Ex. 2	Ex. 3
Grau de definició i metodologia del projecte d'organització, planificació i execució del contracte.	7	7	7	6	7	5	7	7	7	0	4	3	7	7	7
Grau de segmentació del públic professional objectiu i alineació amb les característiques dels productes i les empreses agroalimentàries catalanes, i de planificació dels treballs per a l'adequació de la proposta al perfil del públic objectiu	4	4	4	3	4	3	4	4	4	0	2	2	4	4	4
Grau de definició i adequació de la metodologia de treball proposada	3	3	3	3	3	2	3	3	3	0	2	1	3	3	3
Grau d'impacte previst i justificació	3	3	3	3	3	2	3	3	3	0	1	1	3	3	3
Grau de definició, adequació i justificació de la proposta de dimensionament qualitatiu i quantitatiu de l'impacte previst	3	3	3	3	3	2	3	3	3	0	1	1	3	3	3
Grau d'adequació de les solucions previstes d'interlocució i resolució d'incidències	2	2	2	2	2	2	2	2	2	0	1	1	2	2	2
Grau d'adequació de solucions d'interlocució i d'agilitat en el procediment de resolució d'incidències	2	2	2	2	2	2	2	2	2	0	1	1	2	2	2
TOTAL	12	12	12	11	12	9	12	12	12	0	6	5	12	12	12

D'acord amb la valoració tècnica efectuada dels criteris subjectes a judici de valor corresponents al sobre B, la licitadora **VISTOSO COLLECTION CO. TTD** no ha assolit el llindar mínim de **18 punts** establert a l'apartat H.1 del PCAP per a la continuació del procediment en aquest lot.

En conseqüència, i en aplicació del que disposa el PCAP, **es proposa a la Mesa de Contractació l'exclusió de la licitadora VISTOSO COLLECTION CO. TTD per a aquest lot**, en no haver superat el llindar mínim exigible.

HERRERA & ZHANG INTERNATIONAL CONSULTING NETWORK SL

EXERCICI 1. CONSULTES

Grau de definició i metodologia del projecte d'organització, planificació i execució del contracte. 7 punts

Grau de segmentació del públic professional objectiu i alineació amb les característiques dels productes i les empreses agroalimentàries catalanes, i de planificació dels treballs per a l'adequació de la proposta al perfil del públic objectiu. 4 punts

La proposta identifica amb claredat com a públic objectiu les empreses agroalimentàries catalanes amb interès o presència a Xina continental i Taiwan, diferenciant nivells de maduresa exportadora i tipologies de consulta.

Es realitza una segmentació estructurada basada en el grau de personalització i complexitat de la consulta (nivells 1 a 4), incorporant criteris de reutilització del coneixement, esforç tècnic i valor estratègic.

La proposta vincula de forma explícita el sistema de consultes amb la reducció de risc regulatori, la presa de decisions empresarials i la capitalització institucional del coneixement per part de PRODECA.

La segmentació es considera tècnicament excel·lent, estructurada i plenament alineada amb l'objecte del servei i amb la realitat del mercat de Gran Xina.

Grau de definició i adequació de la metodologia de treball proposada. 3 punts

La metodologia presentada es configura com un sistema estructurat de gestió de consultes, articulat mitjançant un formulari normalitzat d'entrada, classificació segons nivell de complexitat, assignació de nivell de servei i esforç estimat, validació institucional per part de PRODECA i integració sistemàtica del coneixement generat en un repositori de preguntes freqüents.

El plantejament incorpora indicadors de seguiment i mecanismes de governança del servei, aportant una visió estratègica i sostenible del sistema d'atenció de consultes.

La inclusió d'una estimació orientativa de l'esforç en hores s'interpreta com un element d'estructuració metodològica del servei i no com una proposta econòmica, atès que no altera ni condiciona l'oferta econòmica del contracte.

La metodologia es considera excel·lent, coherent i plenament ajustada als requeriments del PPT.

Grau d'impacte previst i justificació. 3 punts

La proposta justifica l'impacte del sistema en termes de:

- Reducció de la incertesa empresarial.
- Millora de la presa de decisions.
- Optimització de l'ús de recursos públics.
- Capitalització acumulativa del coneixement generat.

- Generació d'intel·ligència de mercat estructurada per a PRODECA.

Es defineixen indicadors concrets de seguiment (temps mitjà de resposta, percentatge de contingut reutilitzable, cost mitjà per consulta, nivell de satisfacció, entre d'altres), fet que permet objectivar l'impacte del servei.

Atesa la naturalesa del sistema d'atenció de consultes, el dimensionament de l'impacte es considera sòlid, argumentat i estratègicament alineat amb els objectius institucionals.

Grau d'adequació de les solucions previstes d'interlocució i resolució d'incidències. 2 punts

La proposta estableix amb claredat:

- El rol de PRODECA com a gestor estratègic del sistema.
- La validació institucional prèvia de les respostes.
- Un model de governança clar del procés.
- Indicadors de seguiment i revisió periòdica del servei.
- Diferenciació de nivells de servei segons complexitat.
- Traçabilitat completa del cicle de vida de la consulta.

El model d'interlocució es considera estructurat, institucionalment sòlid i plenament alineat amb els requeriments del PPT.

EXERCICI 2. CATALAN FOOD SHOW

Grau de definició i metodologia del projecte d'organització, planificació i execució del contracte. 7 punts

Grau de segmentació del públic professional objectiu i alineació amb les característiques dels productes i les empreses agroalimentàries catalanes, i de planificació dels treballs per a l'adequació de la proposta al perfil del públic objectiu. 4 punts

La proposta identifica de manera precisa el públic professional objectiu als mercats de la Gran Xina (Xina continental i Taiwan), diferenciant importadors amb llicència adequada, distribuïdors regionals, operadors especialitzats en producte europeu, responsables de compra de retail premium i canal Horeca d'alt nivell.

S'observa una clara comprensió de l'estructura d'importació i distribució en ambdós mercats, així com de les particularitats reguladores i de registre de producte, especialment rellevants en el context xinès.

La segmentació vincula adequadament el perfil dels compradors amb el posicionament de l'oferta agroalimentària catalana (qualitat, origen, valor diferencial, especialització sectorial), i incorpora criteris de qualificació orientats a capacitat real d'importació i interès efectiu.

La segmentació es considera completa, específica i plenament alineada amb els requeriments del PPT.

Grau de definició i adequació de la metodologia de treball proposada. 3 punts

La metodologia es presenta de manera estructurada i seqüencial, incloent:

- Identificació i prequalificació de compradors amb anàlisi de solvència i capacitat operativa.
- Validació prèvia amb PRODECA.
- Convocatòria i confirmació formal d'assistents.
- Organització logística de l'esdeveniment.
- Coordinació amb empreses catalanes participants.
- Seguiment posterior de les reunions i suport en la continuïtat de contactes comercials.

La proposta integra també elements d'adaptació cultural i comercial específics del mercat xinès i taiwanès, així com mecanismes de control i traçabilitat del procés.

El plantejament metodològic es considera rigorós, complet i plenament ajustat a la complexitat del mercat de la Gran Xina.

Grau d'impacte previst i justificació. 3 punts

La proposta dimensiona l'impacte en termes de nombre de compradors qualificats, reunions B2B generades i oportunitats comercials potencials, integrant el Catalan Food Show dins d'una estratègia d'accés progressiu al mercat.

S'identifica l'impacte no només en termes quantitatius, sinó també en termes de posicionament institucional i validació de producte en un mercat d'elevada exigència reguladora i competitiva.

La justificació de l'impacte és coherent amb la naturalesa de l'actuació i amb les característiques del mercat objecte del lot.

L'impacte previst es considera adequadament justificat i alineat amb el PPT.

Grau d'adequació de les solucions previstes d'interlocució i resolució d'incidències. 2 punts

La proposta estableix un model d'interlocució continuada amb PRODECA durant totes les fases de l'actuació, incloent validació prèvia de compradors, coordinació logística, supervisió operativa durant l'esdeveniment i seguiment posterior.

Es contemplen mecanismes de resolució d'incidències vinculades a aspectes reguladors, logístics i comercials, especialment rellevants en el context del mercat xinès.

El model d'interlocució es considera estructurat, funcional i plenament alineat amb els requeriments del PPT.

EXERCICI 3. Viatge empresarial

Grau de definició i metodologia del projecte d'organització, planificació i execució del contracte. 7 punts

Grau de segmentació del públic professional objectiu i alineació amb les característiques dels productes i les empreses agroalimentàries catalanes, i de planificació dels treballs per a l'adequació de la proposta al perfil del públic objectiu. 4 punts

La proposta planteja l'organització d'un viatge empresarial a Taiwan amb l'objectiu d'establir reunions B2B entre empreses agroalimentàries catalanes i importadors i distribuïdors locals.

S'identifiquen perfils de compradors amb capacitat real d'importació, coneixement del producte europeu i presència consolidada en canals de distribució adequats per al posicionament de productes catalans de qualitat.

La segmentació incorpora criteris vinculats a la solvència operativa, experiència prèvia en producte mediterrani i adequació al perfil sectorial de les empreses participants.

Es considera una segmentació precisa, alineada amb la realitat del mercat taiwanès i amb els objectius de penetració comercial del PPT.

Grau de definició i adequació de la metodologia de treball proposada. 3 punts

La metodologia inclou:

- Identificació i prequalificació de compradors.
- Presentació prèvia de les empreses catalanes participants.
- Organització d'agendes individualitzades.
- Coordinació logística del viatge.
- Seguiment posterior de les reunions establertes.

La proposta demostra coneixement operatiu del mercat taiwanès i incorpora criteris de validació prèvia amb PRODECA.

El plantejament metodològic és estructurat, coherent i plenament ajustat a la tipologia de viatge empresarial prevista al PPT.

Grau d'impacte previst i justificació. 3 punts

La proposta dimensiona l'impacte en termes de nombre de reunions B2B, potencial generació d'oportunitats comercials i consolidació de presència en un mercat amb elevada capacitat d'importació i valorització de producte premium.

S'identifica l'impacte tant en termes quantitatius (reunions, contactes establerts) com qualitatiu (validació de producte, coneixement directe del mercat, relació institucional).

Atesa la naturalesa d'un viatge empresarial, no és exigible garantia de tancament comercial immediat, sinó generació d'oportunitats qualificades.

L'impacte es considera coherent i adequadament justificat.

Grau d'adequació de les solucions previstes d'interlocució i resolució d'incidències. 2 punts

La proposta estableix coordinació contínua amb PRODECA en totes les fases del projecte, incloent validació de compradors, confirmació d'agendes i seguiment posterior.

Es preveuen mecanismes de resolució d'incidències logístiques i comercials, així com suport operatiu durant el desenvolupament del viatge.

El model d'interlocució es considera adequat, funcional i alineat amb els requeriments del PPT.

BEIJING CHINEXITA INTERNATIONAL MANAGEMENT CONSULTING CO.LTD

EXERCICI 1. CONSULTES

Grau de definició i metodologia del projecte d'organització, planificació i execució del contracte. 6 punts

Grau de segmentació del públic professional objectiu i alineació amb les característiques dels productes i les empreses agroalimentàries catalanes, i de planificació dels treballs per a l'adequació de la proposta al perfil del públic objectiu. 3 punts

La proposta identifica com a públic objectiu les empreses agroalimentàries catalanes amb diferents graus d'experiència exportadora, estructurant el servei en funció del nivell de maduresa en el mercat xinès.

No obstant això, el plantejament es formula exclusivament en relació amb el mercat de la República Popular de la Xina, sense incorporar referències específiques a altres territoris inclosos en l'àmbit del Lot 6 (Gran Xina), com ara Taiwan, que presenta un marc regulador i institucional diferenciat.

Aquesta absència de cobertura territorial explícita limita el grau d'adequació del servei a l'abast complet del lot.

Grau de definició i adequació de la metodologia de treball proposada. 3 punts

La metodologia es presenta estructurada i operativa, incloent:

- Protocol inicial de classificació i prioritització de consultes (urgents, semi-urgents i no urgents).
- Definició de terminis màxims de resposta segons nivell d'urgència.
- Contacte permanent amb organismes oficials xinesos i fonts institucionals de referència.
- Utilització de bases de dades empresarials i registres oficials per a la verificació d'operadors.
- Desenvolupament i actualització periòdica d'un recurs estructurat de preguntes freqüents (FAQs).
- Presentació d'informes trimestrals de seguiment amb indicadors quantitatius.

El sistema inclou un protocol operatiu formalitzat i mecanismes de revisió periòdica dels continguts, aportant rigor tècnic i traçabilitat al servei.

La metodologia es considera completa, coherent i plenament ajustada als requeriments del PPT.

Grau d'impacte previst i justificació. 3 punts

La proposta defineix indicadors quantitatius i qualitatius de seguiment, incloent percentatge de consultes resoltes dins del termini compromès, temps mitjà de resposta, actualització periòdica del recurs de FAQs i elaboració d'informes trimestrals.

S'identifica l'impacte del servei en termes de reducció de barreres d'entrada, millora de la seguretat jurídica de les empreses i suport a la presa de decisions en un entorn regulador complex i canviant.

Atesa la naturalesa del servei d'atenció de consultes, el dimensionament de l'impacte es considera adequadament justificat i mesurable.

Grau d'adequació de les solucions previstes d'interlocució i resolució d'incidències. 2 punts

La proposta estableix la designació d'un interlocutor únic amb PRODECA i amb les empreses catalanes, garantint coordinació centralitzada i traçabilitat.

Es preveuen diversos canals de comunicació (correu electrònic, missatgeria instantània, telèfon) i sessions periòdiques en línia de preguntes i respostes, així com un sistema estructurat de gestió i documentació d'incidències.

El model d'interlocució es considera adequat, funcional i alineat amb els requeriments del PPT.

EXERCICI 2. CATALAN FOOD SHOW

Grau de definició i metodologia del projecte d'organització, planificació i execució del contracte. 7 punts

Grau de segmentació del públic professional objectiu i alineació amb les característiques dels productes i les empreses agroalimentàries catalanes, i de planificació dels treballs per a l'adequació de la proposta al perfil del públic objectiu. 4 punts

La proposta identifica com a públic objectiu importadors amb llicència activa, distribuïdors regionals, operadors especialitzats en producte europeu, responsables de compra de retail premium i professionals del canal Horeca en el mercat de la Gran Xina.

S'inclou un procés de prequalificació de compradors basat en experiència prèvia amb producte importat, capacitat operativa i interès en categories específiques, així com validació prèvia amb PRODECA abans de la confirmació definitiva.

La segmentació es vincula amb el posicionament de l'oferta agroalimentària catalana, especialment en segments de qualitat i valor afegit, i té en compte les particularitats reguladores i de registre del mercat xinès.

La segmentació es considera adequada, específica i alineada amb els requeriments del PPT.

Grau de definició i adequació de la metodologia de treball proposada. 3 punts

La metodologia descriu de manera estructurada les fases següents:

- Identificació i captació de compradors qualificats.
- Presentació prèvia de les empreses catalanes participants.
- Confirmació formal d'assistents.
- Organització logística de l'esdeveniment.
- Coordinació d'agendes B2B.
- Elaboració d'informe posterior amb relació de contactes generats.

Es preveu suport operatiu durant la celebració de l'actuació i seguiment posterior de les comunicacions comercials entre compradors i empreses catalanes.

El plantejament metodològic és coherent, operatiu i ajustat a la complexitat del mercat de la Gran Xina.

Grau d'impacte previst i justificació. 3 punts

La proposta dimensiona l'impacte en termes de nombre de compradors confirmats, reunions B2B organitzades i oportunitats comercials generades.

S'identifica l'impacte tant en termes quantitatius com qualitatius, vinculant l'actuació al posicionament del producte català en un mercat altament competitiu i regulat.

Tot i que no es fixen objectius quantitatius mínims vinculants, el plantejament és coherent amb la naturalesa del Catalan Food Show i amb el PPT.

L'impacte previst es considera adequadament justificat.

Grau d'adequació de les solucions previstes d'interlocució i resolució d'incidències. 2 punts

La proposta estableix un model d'interlocució continuada amb PRODECA durant totes les fases del projecte, incloent validació prèvia de compradors, coordinació logística i seguiment posterior.

Es contemplen mecanismes de resolució d'incidències logístiques i comercials, així com comunicació directa amb operadors del mercat local.

El model d'interlocució es considera adequat i alineat amb els requeriments del PPT.

EXERCICI 3. Catalan Food Punt de Consum

Grau de definició i metodologia del projecte d'organització, planificació i execució del contracte. 5 punts

Grau de segmentació del públic professional objectiu i alineació amb les característiques dels productes i les empreses agroalimentàries catalanes, i de planificació dels treballs per a l'adequació de la proposta al perfil del públic objectiu. 3 punts

La proposta planteja una actuació de promoció en punts de venda de perfil premium en el mercat de la Xina continental, orientada a consumidors urbans amb interès en productes importats i d'alt valor afegit.

S'identifica adequadament el posicionament de l'oferta agroalimentària catalana en segments de qualitat, vinculant-la a valors com autenticitat, dieta mediterrània i producte gourmet. El plantejament es considera coherent amb les característiques del producte català i amb el perfil del consumidor objectiu en grans àrees metropolitanes xineses.

No obstant això, la proposta no concreta un punt de consum específic ni desenvolupa una segmentació detallada per tipus d'operador (cadena concreta, model de negoci, volum de vendes o posicionament competitiu), la qual cosa limita el grau de concreció del plantejament comercial.

Grau de definició i adequació de la metodologia de treball proposada. 2 punts

La metodologia descriu amb detall les fases de disseny conceptual de l'activació, adaptació de materials promocionals, organització de degustacions, contractació de personal, pla de comunicació i coordinació logística.

La proposta destaca per una presentació estructurada de les accions de màrqueting experiencial i pel desenvolupament del component comunicatiu de l'actuació.

Tanmateix, en relació amb els requeriments específics de la tipologia d'actuació del PPT, no es concreta l'elaboració d'un document previ d'acords amb el punt de consum que reculli de manera formal les condicions de la promoció, les famílies de producte seleccionades ni els compromisos de seguiment de resultats. Tampoc es detalla un mecanisme específic de negociació comercial prèvia amb un operador determinat.

La metodologia es considera correcta i ben estructurada en l'àmbit promocional, si bé amb un desenvolupament parcial del component comercial i contractual propi d'aquesta tipologia.

Grau d'impacte previst i justificació. 2 punts

La proposta justifica l'impacte en termes de visibilitat de marca, notorietat del producte català i dinamització del punt de venda mitjançant accions de degustació i activació experiencial.

No obstant això, no es defineix un sistema concret de recollida de dades de vendes ni un mecanisme estructurat d'avaluació quantitativa de resultats. Tampoc es detalla l'elaboració d'un informe de resultats qualitatiu segons paràmetres prèviament acordats amb el punt de consum, tal com preveu la tipologia del servei.

L'impacte previst es considera coherent des del punt de vista promocional, però insuficientment estructurat en termes de mesura comercial objectivable.

Grau d'adequació de les solucions previstes d'interlocució i resolució d'incidències. 2 punts

La proposta preveu coordinació amb PRODECA durant la planificació i execució de l'actuació, així com adaptació de materials sota les directrius institucionals.

Es contempla gestió logística integral i capacitat de resposta davant incidències operatives en el punt de venda.

El model d'interlocució es considera adequat i funcional.

PERSPECTIVA ASIA LIMITED

EXERCICI 1. CONSULTES

Grau de definició i metodologia del projecte d'organització, planificació i execució del contracte. 7 punts

Grau de segmentació del públic professional objectiu i alineació amb les característiques dels productes i les empreses agroalimentàries catalanes, i de planificació dels treballs per a l'adequació de la proposta al perfil del públic objectiu. 4 punts

La proposta identifica com a públic objectiu les empreses agroalimentàries catalanes amb diferents nivells d'experiència exportadora en els mercats de Gran Xina, incloent Xina continental, Hong Kong i Taiwan.

S'estructura el servei atenent el grau de maduresa exportadora i la complexitat de les consultes, diferenciant nivells d'assessorament segons el perfil empresarial i el tipus de qüestió plantejada (normativa, duanes, registre, operadors, etc.).

La segmentació es considera adequada i coherent amb l'abast territorial del lot i amb les necessitats habituals del teixit agroalimentari català en aquests mercats.

Grau de definició i adequació de la metodologia de treball proposada. 3 punts

La metodologia es presenta de manera estructurada i operativa, amb definició clara de fluxos de treball, classificació de consultes segons nivell de complexitat i establiment de terminis de resposta diferenciats (SLA).

Es descriu un sistema de registre, seguiment i sistematització de consultes, així com l'elaboració i actualització de recursos de preguntes freqüents (FAQ). El cronograma i els procediments interns estan definits amb precisió.

El plantejament és coherent amb la naturalesa del servei i s'ajusta plenament als requeriments del PPT.

Grau d'impacte previst i justificació. 3 punts

La proposta defineix indicadors quantitatius i qualitatius de seguiment, incloent percentatge de consultes resoltes dins del termini compromès, temps mitjà de resposta, actualització periòdica del recurs de FAQs i elaboració d'informes trimestrals.

S'identifica l'impacte del servei en termes de reducció de barreres d'entrada, millora de la seguretat jurídica de les empreses i suport a la presa de decisions en un entorn regulador complex i canviant.

Atesa la naturalesa del servei d'atenció de consultes, el dimensionament de l'impacte es considera adequadament justificat i mesurable.

Grau d'adequació de les solucions previstes d'interlocució i resolució d'incidències. 2 punts

La proposta estableix un model d'interlocució estructurat amb PRODECA, amb procediments d'escalat per a consultes urgents, comunicació traçable i seguiment periòdic del servei.

Es contempla una gestió ordenada d'incidències i mecanismes de revisió interna que garanteixen coherència i qualitat en les respostes.

El model es considera adequat, funcional i alineat amb els requeriments del PPT.

EXERCICI 2. CATALAN FOOD SHOW

Grau de definició i metodologia del projecte d'organització, planificació i execució del contracte. 7 punts

Grau de segmentació del públic professional objectiu i alineació amb les característiques dels productes i les empreses agroalimentàries catalanes, i de planificació dels treballs per a l'adequació de la proposta al perfil del públic objectiu. 4 punts

La proposta identifica de manera clara els perfils professionals objectiu del Catalan Food Show en els diferents mercats de Gran Xina, diferenciant importadors especialitzats, distribuïdors premium, responsables de compra de retail d'alta gamma, canal HORECA i prescriptors gastronòmics.

S'observa una segmentació coherent amb el posicionament de l'oferta agroalimentària catalana en segments de qualitat i valor afegit, així com una adaptació territorial als diferents entorns comercials de la Xina continental, Hong Kong i Taiwan.

La definició del públic professional inclou criteris de selecció i validació prèvia amb PRODECA, garantint alineació entre el perfil dels compradors convocats i les característiques dels productes i empreses participants.

La segmentació es considera completa, coherent i plenament alineada amb l'objecte de l'actuació i amb el PPT.

Grau de definició i adequació de la metodologia de treball proposada. 3 punts

La metodologia es presenta de manera estructurada i seqüencial, incloent les fases de captació i validació de compradors, coordinació amb PRODECA, convocatòria, organització logística de l'esdeveniment, desenvolupament de les agendes B2B i seguiment posterior.

S'incorpora planificació temporal clara, definició de tasques i mecanismes de control del compliment d'agendes, així com l'elaboració d'un informe post-actuació amb resultats i conclusions.

El plantejament metodològic és coherent, complet i ajustat als requeriments del PPT.

Grau d'impacte previst i justificació. 3 punts

La proposta defineix indicadors quantitatius vinculats al nombre de professionals assistents, reunions B2B generades i seguiment comercial posterior, així com criteris qualitatius de valoració de resultats.

L'impacte es justifica en termes de generació d'oportunitats comercials, posicionament de l'oferta catalana en mercats estratègics i consolidació de relacions amb operadors locals.

El dimensionament de l'impacte es considera coherent amb la naturalesa de l'actuació i adequadament estructurat per permetre una mesura objectivable dels resultats.

Grau d'adequació de les solucions previstes d'interlocució i resolució d'incidències. 2 punts

La proposta estableix un model d'interlocució continuada amb PRODECA durant totes les fases del projecte, incloent validació prèvia de compradors, coordinació operativa durant l'esdeveniment i seguiment posterior.

Es preveuen mecanismes de gestió d'incidències logístiques i comercials, així com comunicació fluida amb l'equip tècnic de PRODECA.

El model es considera adequat, funcional i alineat amb els requeriments del PPT.

EXERCICI 3. Fira professional o de consumidor

Grau de definició i metodologia del projecte d'organització, planificació i execució del contracte. 7 punts

Grau de segmentació del públic professional objectiu i alineació amb les característiques dels productes i les empreses agroalimentàries catalanes, i de planificació dels treballs per a l'adequació de la proposta al perfil del públic objectiu. 4 punts

La proposta identifica de manera clara els perfils professionals objectiu en el marc de la participació en fires del mercat de Gran Xina, diferenciant importadors especialitzats, distribuïdors, responsables de compra del retail, operadors del canal HORECA i altres agents rellevants del sector agroalimentari.

La segmentació es vincula adequadament amb les característiques dels productes agroalimentaris catalans, prioritzant compradors amb capacitat real de decisió i alineats amb el posicionament de qualitat i valor afegit de l'oferta catalana.

El plantejament territorial contempla l'especificitat dels diferents mercats de Gran Xina, adaptant la convocatòria i la captació de compradors al context comercial de cada entorn.

La segmentació es considera completa i plenament alineada amb l'objecte de l'actuació i amb el PPT.

Grau de definició i adequació de la metodologia de treball proposada. 3 punts

La metodologia descriu de manera estructurada les fases de preparació prèvia a la fira, captació i convocatòria de compradors, coordinació amb PRODECA, suport durant les jornades firals i seguiment posterior.

Es contempla la difusió de la presència catalana entre compradors del mercat de referència, l'organització d'agendes de reunions, l'atenció a visites professionals durant la fira i l'elaboració d'un informe postfira amb relació de contactes generats per empresa participant.

El plantejament metodològic és coherent, seqüencial i ajustat als requeriments específics d'aquesta tipologia d'actuació del PPT.

Grau d'impacte previst i justificació. 3 punts

La proposta defineix indicadors quantitatius vinculats al nombre de compradors contactats, reunions generades, contactes qualificats i seguiment posterior a la fira.

L'impacte es justifica en termes de generació d'oportunitats comercials, consolidació de relacions amb operadors locals i reforç del posicionament dels productes catalans en el mercat.

El dimensionament de l'impacte es considera adequadament estructurat i objectivable en relació amb la naturalesa de l'actuació.

Grau d'adequació de les solucions previstes d'interlocució i resolució d'incidències. 2 punts

La proposta estableix un model de coordinació amb PRODECA durant totes les fases del projecte, incloent validació prèvia de compradors, suport operatiu durant la fira i seguiment posterior.

Es preveuen mecanismes de comunicació fluida i capacitat de resposta davant incidències logístiques o operatives en el marc de l'esdeveniment firal.

El model es considera adequat i alineat amb els requeriments del PPT.

VISTOSO COLLECTION Co., Ltd.

EXERCICI 1. CONSULTES

0 punts

El PPT estableix com a treball obligatori la "c) Atenció de consultes tècniques vinculades amb l'exportació i la comercialització agroalimentària", incloent resposta a consultes concretes sobre legislació, fiscalitat, normativa d'importació, usos duaners, compradors o organismes oficials, així com l'elaboració d'un recurs de preguntes freqüents segons indicacions de PRODECA.

La proposta presentada desenvolupa un estudi de mercat estructurat amb anàlisi quantitativa i qualitativa, entrevistes, enquestes i anàlisi DAFO, però no concreta ni descriu un model operatiu de prestació continuada del servei d'atenció de consultes tècniques en els termes previstos al PPT.

No es defineix procediment de recepció de consultes, termini de resposta, sistema de seguiment, canal operatiu, ni elaboració del recurs de preguntes freqüents conforme a les indicacions de PRODECA.

Atès que l'exercici sol·licitat era obligatori i que la proposta no desenvolupa el contingut específic requerit, es considera que no dona resposta a l'objecte de l'exercici en els termes exigits al PPT.

EXERCICI 2. CATALAN FOOD SHOW

Grau de definició i metodologia del projecte d'organització, planificació i execució del contracte. 4 punts

Grau de segmentació del públic professional objectiu i alineació amb les característiques dels productes i les empreses agroalimentàries catalanes, i de planificació dels treballs per a l'adequació de la proposta al perfil del públic objectiu. 2 punts

La proposta planteja un festival gastronòmic amb component B2B al mercat de Xina, adreçat a importadors, distribuïdors, professionals del sector i prescriptors (KOL).

Es valora positivament la voluntat d'incorporar una dimensió comercial dins un format promocional, així com l'adaptació cultural de determinades activitats (sopar VIP, masterclass, networking).

No obstant això, la segmentació es manté en un nivell genèric. No es defineixen criteris objectius de selecció de compradors, ni segmentació específica per canal (retail premium, horeca especialitzat, importadors sectorials, etc.), ni perfils prioritaris en funció de categoria de producte. Tampoc s'estableix un mecanisme formal de validació prèvia dels assistents amb PRODECA.

La segmentació es considera adequada en termes conceptuals, però insuficientment desenvolupada des del punt de vista operatiu i comercial.

Grau de definició i adequació de la metodologia de treball proposada. 2 punts

La proposta descriu les activitats principals (seminari, tasca comercial B2B, sopar VIP de networking) i presenta una simulació d'agenda amb fases temporals prèvies a l'esdeveniment.

Tanmateix, la metodologia no desenvolupa amb el grau d'especificitat requerit els elements operatius propis d'un esdeveniment amb objectiu comercial B2B. No es detalla el sistema de captació i qualificació de compradors, el procés de *matchmaking* entre empreses catalanes i importadors, ni el mecanisme estructurat de seguiment posterior de les reunions generades. Tampoc s'estableixen indicadors de qualitat dels contactes ni metodologia de *reporting* comercial.

El plantejament es considera narratiu i promocional, però mancat d'una estructura metodològica robusta orientada a la generació i mesura d'oportunitats comercials.

Grau d'impacte previst i justificació. 1 punt

La proposta inclou estimacions d'assistència i argumentació qualitativa sobre el potencial dels mercats asiàtics, així com recomanacions de calendari (abril o novembre) en funció de dinàmiques comercials.

No obstant això, no es defineixen indicadors objectivables de retorn comercial (nombre mínim de reunions efectives, perfil qualificat dels compradors, taxa de conversió prevista, seguiment a mitjà termini, etc.), ni un sistema formal de mesura dels resultats de l'actuació.

L'impacte es considera potencialment rellevant en termes de visibilitat i posicionament, però insuficientment dimensionat i justificat des d'una perspectiva de retorn comercial mesurable.

Grau d'adequació de les solucions previstes d'interlocució i resolució d'incidències. 1 punts

La proposta contempla una planificació temporal i coordinació amb delegacions i col·laboradors locals.

No obstant això, no es descriu un model formalitzat d'interlocució continuada amb PRODECA, ni protocols específics de validació prèvia d'accions, ni mecanismes estructurats de gestió d'incidències durant l'execució de l'esdeveniment.

El sistema d'interlocució es considera funcional però insuficientment desenvolupat.

EXERCICI 3. Catalan Food punt de consum (botiga pop-up)

Grau de definició i metodologia del projecte d'organització, planificació i execució del contracte. 3 punts

Grau de segmentació del públic professional objectiu i alineació amb les característiques dels productes i les empreses agroalimentàries catalanes, i de planificació dels treballs per a l'adequació de la proposta al perfil del públic objectiu. 2 punts

La proposta planteja actuacions tipus festival / pop-up a Xina, amb orientació tant a consumidor final com a professionals del canal retail.

Es valora positivament la voluntat d'integrar experiència gastronòmica amb component comercial, i la consideració cultural bàsica dels mercats.

Tanmateix, no es defineix el perfil concret dels punts de consum, no s'estableixen criteris objectius de selecció d'establiments, no es vinculen famílies de producte amb tipologia de canal, no hi ha segmentació específica per canal (retail gourmet, grans magatzems, horeca premium, etc.). La segmentació és conceptualment correcta però poc desenvolupada des del punt de vista estratègic i comercial.

Grau de definició i adequació de la metodologia de treball proposada. 1 punts

La proposta inclou:

- Simulació d'agenda.
- Calendari previ de 12 setmanes.
- Fases de preparació i execució.
- Logística de mostres.
- Producció de material promocional.

Però:

- No es detalla el procediment formal de negociació amb el punt de consum sota directrius de PRODECA.
- No es preveu document d'acords previs signats.
- No es concreta sistema de recollida formal de dades de vendes.
- No s'estableix model estructurat de reporting.
- No hi ha definició clara de KPIs vinculats a la tipologia n) del PPT.

La metodologia és més visual que operativa. És ordenada, però no prou estructurada segons el nivell d'exigència del PPT.

Grau d'impacte previst i justificació. 1 punts

La proposta defensa impacte en:

- Posicionament de marca.
- Visibilitat.
- Contactes comercials.
- Sinergia regional asiàtica.

Tanmateix:

- No es defineixen indicadors objectivables de retorn.
- No hi ha estimació de vendes, increment percentual o volum de degustacions.
- No es preveu seguiment comercial posterior.
- No s'estableix sistema de mesura quantificable.

Impacte potencial alt, però justificació metodològica insuficient.

Grau d'adequació de les solucions previstes d'interlocució i resolució d'incidències. 1 punts

La proposta inclou:

- Coordinació amb col·laboradors.
- Planificació prèvia.
- Comunicació amb delegacions.

Però:

- No defineix interlocutor únic.
- No estableix protocol formal de validació amb PRODECA.
- No concreta mecanismes estructurats de resolució d'incidències.
- No defineix flux de comunicació ni reporting periòdic.

Sistema funcional, però poc formalitzat.

EIBENS CONSULTING SL

EXERCICI 1. CONSULTES

Grau de definició i metodologia del projecte d'organització, planificació i execució del contracte. 7 punts

Grau de segmentació del públic professional objectiu i alineació amb les característiques dels productes i les empreses agroalimentàries catalanes, i de planificació dels treballs per a l'adequació de la proposta al perfil del públic objectiu. 4 punts

La proposta identifica de manera clara els diferents perfils d'empreses usuàries del servei de consultes, diferenciant entre empreses en fase inicial d'exportació, empreses ja presents al mercat amb necessitats puntuals de suport i empreses amb interès en consolidació o ampliació de canal.

Es contemplen consultes relatives a regulació, logística, validació d'importadors, estructura de preus, requisits documentals i operativa comercial, en coherència amb la naturalesa del servei previst al PPT.

La segmentació es considera completa, ajustada a la realitat empresarial i plenament alineada amb l'objecte del contracte.

Grau de definició i adequació de la metodologia de treball proposada. 3 punts

La proposta estableix un procediment estructurat que inclou:

- Canal formal de recepció de consultes.
- Compromís de resposta en un màxim de tres dies hàbils.
- Escalat a reunió virtual en cas necessari.
- Registre i sistematització de les consultes.
- Reunions periòdiques de coordinació amb PRODECA.
- Elaboració de FAQs per reduir recurrències.
- Matriu de riscos i mesures de mitigació.

La metodologia es considera clara, ordenada i formalitzada, amb definició de flux de treball i mecanismes de control.

Grau d'impacte previst i justificació. 3 punts

L'impacte del servei es justifica en termes de reducció de riscos empresarials, acceleració de la presa de decisions, millora de la confiança en l'entrada al mercat i reforç de la coordinació institucional.

La proposta incorpora indicadors vinculats a temps de resposta, resolució d'incidències i sistematització del coneixement generat.

L'impacte es considera sòlid, estructural i coherent amb els objectius institucionals del servei.

Grau d'adequació de les solucions previstes d'interlocució i resolució d'incidències. 2 punts

El model d'interlocució preveu validació interna de les respostes, coordinació periòdica amb PRODECA, protocol d'escalat i mecanismes de seguiment continu.

El sistema es considera clarament estructurat i alineat amb els requeriments del PPT.

EXERCICI 2. CATALAN FOOD SHOW

Grau de definició i metodologia del projecte d'organització, planificació i execució del contracte. 7 punts

Grau de segmentació del públic professional objectiu i alineació amb les característiques dels productes i les empreses agroalimentàries catalanes, i de planificació dels treballs per a l'adequació de la proposta al perfil del públic objectiu. 4 punts

La proposta diferencia mercats, canals i moments estratègics, identificant plataformes d'e-commerce específiques, ciutats objectiu (Tier 1 i Tier 2), categories de producte i posicionament vinculat a períodes de major consum (Any Nou Xinès).

La segmentació es considera detallada, coherent amb el mercat i alineada amb les característiques dels productes agroalimentaris catalans.

Grau de definició i adequació de la metodologia de treball proposada. 3 punts

La metodologia descriu de forma seqüencial:

- Selecció de marques i productes.
- Elecció i negociació amb plataforma digital.
- Desenvolupament conceptual de la campanya.
- Coordinació d'espai físic complementari.
- Execució simultània online-offline.

- Cronograma complet de preparació.

La proposta presenta un flux de treball estructurat i coherent amb la complexitat de l'actuació.

Grau d'impacte previst i justificació. 3 punts

S'estima un impacte quantitatiu rellevant en termes de visitants, activació de marca i conversió en canal digital, amb amplificació mitjançant prescriptors i accions promocionals.

L'impacte es troba correctament dimensionat i justificat en termes comercials i de posicionament.

Grau d'adequació de les solucions previstes d'interlocució i resolució d'incidències. 2 punts

Es preveu una coordinació continuada amb PRODECA durant totes les fases de l'actuació, des de la planificació inicial fins al tancament i avaluació de resultats. La proposta contempla mecanismes de monitoratge de l'execució, seguiment dels indicadors definits i comunicació periòdica sobre l'estat dels treballs, així com la identificació preventiva de possibles riscos operatius o comercials i la definició de mesures de mitigació.

El model d'interlocució es considera clarament estructurat, amb definició de canals de comunicació, responsabilitats i fluxos d'informació, garantint una coordinació fluïda i alineada amb els requeriments establerts al PPT.

EXERCICI 3. Viatge empresarial

Grau de definició i metodologia del projecte d'organització, planificació i execució del contracte. 7 punts

Grau de segmentació del públic professional objectiu i alineació amb les característiques dels productes i les empreses agroalimentàries catalanes, i de planificació dels treballs per a l'adequació de la proposta al perfil del públic objectiu. 4 punts

La proposta identifica de manera clara el públic professional objectiu, diferenciant perfils de compradors, importadors i prescriptors rellevants en el mercat corresponent, i contextualitza adequadament la seva participació en relació amb l'objectiu comercial de l'actuació.

Es valora positivament l'alineació entre el posicionament dels productes agroalimentaris catalans — amb especial incidència en qualitat, diferenciació, origen i valor afegit— i el perfil de mercat seleccionat. La proposta evidencia comprensió del segment premium i del paper dels canals especialitzats en la introducció i consolidació de producte importat.

La segmentació es considera sòlida i alineada amb els objectius estratègics de PRODECA.

Grau de definició i adequació de la metodologia de treball proposada. 3 punts

La metodologia es presenta de forma estructurada, amb definició clara de fases de planificació, preparació, execució i tancament de l'actuació. Es descriuen les tasques operatives, la coordinació amb agents locals i els mecanismes de suport a les empreses participants.

La proposta incorpora elements de planificació anticipada, calendarització orientativa i previsió de recursos, així com instruments per garantir la qualitat de l'execució i la coherència amb la imatge institucional de PRODECA.

Es valora especialment la previsió de mecanismes de seguiment durant el desenvolupament de l'actuació i la consideració d'aspectes logístics, normatius i culturals del mercat.

En conjunt, la metodologia es considera completa, viable i adequadament dimensionada per a la tipologia d'actuació prevista.

Grau d'impacte previst i justificació. 3 punts

La proposta justifica l'impacte de l'actuació tant en termes de visibilitat com de potencial comercial, vinculant l'activitat amb objectius de posicionament, generació de contactes qualificats i reforç de la presència catalana al mercat.

Es defineixen elements mesurables d'impacte —ja sigui en termes de participació professional, contactes generats, oportunitats comercials o indicadors qualitius— i es contextualitza l'actuació dins una estratègia de consolidació progressiva del mercat.

La justificació no es limita a una descripció d'activitats, sinó que estableix una relació clara entre l'actuació prevista i els resultats esperats, en coherència amb la naturalesa del servei i amb l'abast del contracte.

L'impacte previst es considera adequadament dimensionat, justificat i alineat amb els objectius institucionals.

Grau d'adequació de les solucions previstes d'interlocució i resolució d'incidències. 2 punts

La proposta estableix un model d'interlocució continuada amb PRODECA, amb definició de canals de comunicació, responsables assignats i fluxos d'informació estructurats. Es preveu coordinació prèvia a l'actuació, seguiment durant l'execució i retorn de resultats posterior.

S'inclouen mecanismes per a la gestió d'incidències operatives, comercials o logístiques, així com capacitat d'adaptació davant eventualitats del mercat o ajustos en la planificació.

El sistema proposat garanteix traçabilitat de les actuacions i alineació amb les directrius institucionals, assegurant un marc de governança clar i funcional.

Lot 7. Índia i Pakistan

VALORACIÓ TÈCNICA

Licitadora	Total puntuació
INDVERSIS MANAGEMENT CONSULTING SL	36 punts

Criteri	INDVERSIS		
	Ex. 1	Ex. 2	Ex. 3
Grau de definició i metodologia del projecte d'organització, planificació i execució del contracte.	7	7	7
Grau de segmentació del públic professional objectiu i alineació amb les característiques dels productes i les empreses agroalimentàries catalanes, i de planificació dels treballs per a l'adequació de la proposta al perfil del públic objectiu	4	4	4
Grau de definició i adequació de la metodologia de treball proposada	3	3	3
Grau d'impacte previst i justificació	3	3	3
Grau de definició, adequació i justificació de la proposta de dimensionament qualitatiu i quantitatiu de l'impacte previst	3	3	3
Grau d'adequació de les solucions previstes d'interlocució i resolució d'incidències	2	2	2
Grau d'adequació de solucions d'interlocució i d'agilitat en el procediment de resolució d'incidències	2	2	2
TOTAL	12	12	12

INDVERSIS MANAGEMENT CONSULTING SL

EXERCICI 1. CONSULTES

Grau de definició i metodologia del projecte d'organització, planificació i execució del contracte. **7 punts**

Grau de segmentació del públic professional objectiu i alineació amb les característiques dels productes i les empreses agroalimentàries catalanes, i de planificació dels treballs per a l'adequació de la proposta al perfil del públic objectiu. 4 punts

La proposta defineix amb claredat el públic objectiu del servei, diferenciant perfils empresarials segons el grau de maduresa exportadora (empreses sense experiència prèvia al mercat, empreses en fase d'entrada, empreses amb operativa en curs que afronten incidències específiques, i PIMES amb recursos interns limitats). Així mateix, identifica l'equip tècnic de PRODECA com a beneficiari indirecte del sistema, mitjançant la generació de coneixement estructurat i criteris homogenis d'orientació.

La segmentació es reforça amb l'establiment de dos nivells d'atenció (nivell inicial i nivell tècnic avançat), que permeten adaptar la profunditat de la resposta al grau de complexitat de cada cas i a l'estadi de desenvolupament del projecte empresarial.

El plantejament té en compte la naturalesa especialment regulada i sensible dels mercats de l'Índia i el Pakistan (requisits sanitaris, restriccions religioses, exigències d'etiquetatge, barreres indirectes), alineant el servei amb les necessitats reals del sector agroalimentari català en aquests entorns.

La segmentació es considera estructurada, coherent amb l'objecte del servei i plenament alineada amb el PPT.

Grau de definició i adequació de la metodologia de treball proposada. 3 punts

La metodologia presentada és exhaustiva i estructurada, articulada en fases clarament definides: recepció, registre, classificació, resolució, capitalització del coneixement i avaluació.

La proposta incorpora:

- Sistema de registre únic i traçable mitjançant CRM.
- Classificació funcional de consultes amb terminis de primera resposta definits (24–48 hores).
- Protocols per tipologia de consulta.
- Sistema de base de coneixement acumulativa.
- Desenvolupament d'un recurs de Preguntes Freqüents (FAQ) organitzat per país, sector i tipologia.
- Indicadors objectius de seguiment.
- Sistema documentat de fonts institucionals, regulatòries i sectorials, tant oficials com operatives.

Es valora especialment la concepció del servei no només com a resolució puntual de consultes, sinó com a generador continu d'intel·ligència de mercat i instrument estructural de suport a l'estratègia país de PRODECA.

La metodologia es considera sòlida, completa i plenament ajustada als requeriments del PPT.

Grau d'impacte previst i justificació. 3 punts

La proposta justifica l'impacte del servei en termes de:

- Reducció de la incertesa empresarial en mercats complexos.
- Millora de la presa de decisions estratègiques.
- Prevenció d'errors regulatoris o operatius en fases inicials.
- Capitalització acumulativa del coneixement generat.
- Optimització de recursos públics mitjançant prioritització sectorial.

Defineix indicadors concrets de mesura (temps mitjà de resposta, volum de consultes per tipologia, recurrència de problemàtiques, percentatge d'evolució a projecte, grau de satisfacció, etc.), fet que permet objectivar l'impacte del servei i vincular-lo a la planificació d'accions futures.

Atesa la naturalesa del servei —infraestructura tècnica estable de suport a la internacionalització—, el dimensionament de l'impacte es considera coherent, estratègic i adequadament justificat.

Grau d'adequació de les solucions previstes d'interlocució i resolució d'incidències. 2 punts

La proposta estableix un model d'interlocució continuada amb PRODECA mitjançant:

- Informes mensuals d'activitat.
- Informe semestral d'intel·ligència operativa.

- Desenvolupament i actualització del FAQ sota indicacions de PRODECA.
- Repositori documental compartit.
- Sistema de governança clara del procés.

El model garanteix traçabilitat completa del cicle de la consulta, coherència institucional en les respostes i capacitat d'adaptació davant canvis regulatoris o incidències operatives.

L'estructura d'interlocució es considera sòlida, institucionalment alineada i plenament ajustada als requeriments del PPT.

EXERCICI 2. CATALAN FOOD SHOW

Grau de definició i metodologia del projecte d'organització, planificació i execució del contracte. 7 punts

Grau de segmentació del públic professional objectiu i alineació amb les característiques dels productes i les empreses agroalimentàries catalanes, i de planificació dels treballs per a l'adequació de la proposta al perfil del públic objectiu. 4 punts

La proposta desenvolupa una segmentació extensa i diferenciada per mercat (Índia i Pakistan), distingint amb claredat entre consumidor final i interlocutors professionals, i adoptant explícitament un enfocament B2B2C adaptat a la realitat dels dos països.

En el cas de l'Índia, es defineixen segments concrets (classe mitjana urbana, consumidor premium, jove digitalitzat, canal HORECA, retail modern, e-commerce), amb anàlisi de comportaments, percepció del producte importat i tendències de consum. En el cas del Pakistan, es delimiten adequadament els segments urbans amb capacitat adquisitiva i es posa especial èmfasi en el paper crític de la certificació halal i en la intermediació professional.

La proposta també segmenta territorialment els pols estratègics (Delhi i Mumbai a l'Índia; Karachi al Pakistan), amb una justificació econòmica, logística i institucional coherent.

Aquesta segmentació es considera sòlida, estructurada i plenament alineada amb l'objecte del PPT i amb la realitat del sector agroalimentari català en mercats complexos i altament regulats.

Grau de definició i adequació de la metodologia de treball proposada. 3 punts

La metodologia presentada és exhaustiva i operativament detallada. La proposta articula el Catalan Food Show com una plataforma integral que combina:

- Espai expositiu professional.
- Tallers i accions formatives.
- Cates i demostracions dirigides.
- Component clar de networking i generació d'oportunitats comercials.

Es descriuen de manera estructurada les fases de planificació, selecció d'espais, disseny i muntatge, logística tècnica, comunicació, convocatòria de compradors, transport de mostres, documentació audiovisual, assegurances i seguiment posterior.

Es valora positivament:

- La identificació prèvia de riscos operatius.
- La coordinació amb entitats sectorials locals.
- El plantejament de seguiment posterior a l'actuació.

L'alineació explícita amb les directrius estratègiques i de comunicació de PRODECA.

La metodologia es considera completa, coherent i plenament ajustada als requeriments del PPT.

Grau d'impacte previst i justificació. 3 punts

La proposta justifica l'impacte en tres dimensions:

- Posicionament i visibilitat de marca.
- Generació d'aliances amb importadors i distribuïdors.
- Creació de demanda en segments urbans de valor afegit.

El plantejament integra la promoció institucional, la prescripció professional i la dinamització comercial en un mateix dispositiu, fet que reforça el potencial multiplicador de l'actuació.

A més, incorpora una dimensió estratègica clara en relació amb:

- La consolidació d'un relat de qualitat europea.
- L'educació del consumidor.
- La creació de xarxes locals de col·laboració.

El dimensionament de l'impacte és coherent amb l'abast de l'actuació i amb la naturalesa del Catalan Food Show. L'impacte es considera adequadament justificat i alineat amb els objectius del servei.

Grau d'adequació de les solucions previstes d'interlocució i resolució d'incidències. 2 punts

La proposta estableix un model d'interlocució clar amb:

- Coordinació continuada amb PRODECA en totes les fases.
- Adaptació a directrius i requeriments específics.
- Resolució d'incidències operatives.
- Informe de seguiment posterior.
- Comunicació permanent amb les empreses catalanes participants.
- Coordinació logística i gestió de riscos identificats.

Es preveuen canals estables de comunicació (videoconferència, correu electrònic, telèfon), així com suport continuat a empreses participants abans, durant i després de l'actuació.

El model d'interlocució es considera estructurat, operativament sòlid i alineat amb els requeriments del PPT.

EXERCICI 3. NOTA INFORMATIVA

Grau de definició i metodologia del projecte d'organització, planificació i execució del contracte. 7 punts

Grau de segmentació del públic professional objectiu i alineació amb les característiques dels productes i les empreses agroalimentàries catalanes, i de planificació dels treballs per a l'adequació de la proposta al perfil del públic objectiu. 4 punts

La proposta defineix la nota informativa com una eina operativa dirigida principalment a PRODECA i a empreses catalanes amb interès en el mercat indi, amb capacitat d'aportar informació accionable i de ràpida lectura.

El contingut inclou:

- Detecció de novetats normatives i legals.
- Seguiment d'acords comercials i licitacions.
- Monitoratge d'importacions per partida aranzelària.

- Identificació de principals proveïdors internacionals i importadors indis.
- Anàlisi conceptual de factures i fluxos comercials.

Aquest enfocament està clarament alineat amb les necessitats del sector agroalimentari català, especialment en un mercat com l'Índia, altament regulat i amb barreres tècniques rellevants.

Es valora positivament la incorporació d'intel·ligència competitiva basada en dades reals d'importació (Volza, Trade Map, DataComex), així com la connexió entre informació sectorial i oportunitats concretes de negoci.

La segmentació es considera sòlida, coherent amb el PPT i orientada a la presa de decisions estratègiques.

Grau de definició i adequació de la metodologia de treball proposada. 3 punts

La metodologia combina fonts primàries (institucionals, regulatòries, sectorials) i secundàries (bases de dades estadístiques, intel·ligència competitiva), estructurades en un sistema jerarquitzat i documentat.

Es defineix:

- Seguiment periòdic de mitjans especialitzats.
- Monitoratge a través de LinkedIn de fonts oficials.
- Ús de bases de dades de pagament per a anàlisi de fluxos comercials.
- Integració de dades quantitatives (HS codes, volum, valor, quota de mercat).
- Elaboració en format sintètic, visual i de lectura ràpida.

El plantejament combina profunditat analítica amb capacitat de síntesi, adequat a la naturalesa d'una nota informativa de dues pàgines.

La metodologia es considera completa, estructurada i ajustada als requeriments del PPT.

Grau d'impacte previst i justificació. 3 punts

La proposta vincula la nota informativa amb:

- identificació anticipada d'oportunitats
- Anticipació de canvis regulatoris.
- Suport a la planificació d'accions de promoció.
- Generació de coneixement sectorial acumulatiu.

La incorporació d'anàlisi d'importacions per partida aranzelària i identificació d'importadors concrets aporta un component clarament accionable, més enllà d'una simple síntesi informativa.

Tot i que el format és breu, el contingut està orientat a generar intel·ligència de mercat estructurada i útil per a la presa de decisions.

L'impacte previst es considera adequadament justificat i alineat amb la naturalesa del servei.

Grau d'adequació de les solucions previstes d'interlocució i resolució d'incidències. 2 punts

La proposta estableix:

- Informe mensual d'activitat.
- Coordinació continuada amb PRODECA.
- Reunions quinzenals.
- Protocols clars de comunicació.

- Sistema formal de registre i resolució d'incidències.
- Equip mixt de resolució amb participació de PRODECA.

El model garanteix traçabilitat, governança clara i capacitat de resposta estructurada davant incidències.

L'estructura d'interlocució es considera sòlida i plenament alineada amb els requeriments del PPT.

Lot 8. Mercats europeus

VALORACIÓ TÈCNICA

Licitadora	Total puntuació
ARGOS CONSULTING NETWORK SL	29 punts

Criteri	ARGOS		
	Ex. 1	Ex. 2	Ex. 3
Grau de definició i metodologia del projecte d'organització, planificació i execució del contracte.	6	5	6
Grau de segmentació del públic professional objectiu i alineació amb les característiques dels productes i les empreses agroalimentàries catalanes, i de planificació dels treballs per a l'adequació de la proposta al perfil del públic objectiu	3	3	3
Grau de definició i adequació de la metodologia de treball proposada	3	2	3
Grau d'impacte previst i justificació	2	2	2
Grau de definició, adequació i justificació de la proposta de dimensionament qualitatiu i quantitatiu de l'impacte previst	2	2	2
Grau d'adequació de les solucions previstes d'interlocució i resolució d'incidències	2	2	2
Grau d'adequació de solucions d'interlocució i d'agilitat en el procediment de resolució d'incidències	2	2	2
TOTAL	10	9	10

ARGOS CONSULTING NETWORK SL

EXERCICI 1. CONSULTES

Grau de definició i metodologia del projecte d'organització, planificació i execució del contracte. 6 punts

Grau de segmentació del públic professional objectiu i alineació amb les característiques dels productes i les empreses agroalimentàries catalanes, i de planificació dels treballs per a l'adequació de la proposta al perfil del públic objectiu. 3 punts

La proposta identifica correctament com a públic objectiu les empreses agroalimentàries catalanes en diferents fases d'internacionalització dins dels mercats europeus, així com el propi equip tècnic de PRODECA com a beneficiari indirecte del coneixement generat.

La segmentació es considera adequada en relació amb la naturalesa del servei, atès que el mercat europeu presenta un entorn normatiu relativament harmonitzat i un marc operatiu menys complex que

altres lots geogràfics. Tanmateix, la proposta no desenvolupa amb especial detall diferenciacions per tipologia d'empresa (microempresa exportadora incipient vs. empresa consolidada), ni per subsector o canal específic.

La segmentació es valora com a correcta i coherent, però amb marge de major aprofundiment estratègic.

Grau de definició i adequació de la metodologia de treball proposada. 3 punts

La metodologia descriu de manera estructurada el circuit de recepció, anàlisi i resolució de consultes, incloent canals de recepció, anàlisi normativa, elaboració de resposta i coordinació amb PRODECA.

Es contemplen terminis de resposta raonables i s'estableix un sistema de seguiment mitjançant informes periòdics. La proposta és clara, operativa i funcional, adequada a l'objecte del servei en l'àmbit europeu.

La metodologia es considera suficientment definida, coherent amb el PPT i viable en termes d'execució.

Grau d'impacte previst i justificació. 2 punts

La proposta identifica correctament el valor del servei com a eina de reducció d'incertesa, suport operatiu i millora de la presa de decisions empresarials.

No obstant això, la justificació de l'impacte es manté en un nivell general i no incorpora un sistema especialment detallat d'indicadors d'intel·ligència acumulativa o de capitalització estructurada del coneixement generat.

L'impacte es considera adequadament dimensionat, però amb un nivell de desenvolupament metodològic moderat.

Grau d'adequació de les solucions previstes d'interlocució i resolució d'incidències. 2 punts

La proposta estableix un model d'interlocució clar amb PRODECA, incloent reunions periòdiques, canals de comunicació definits i mecanismes de resolució d'incidències.

Es descriu un sistema de coordinació continuada i traçabilitat de les actuacions, alineat amb els requeriments del PPT.

El model d'interlocució es considera adequadament estructurat i suficientment formalitzat.

EXERCICI 2. CATALAN FOOD SHOW

Grau de definició i metodologia del projecte d'organització, planificació i execució del contracte. 5 punts

Grau de segmentació del públic professional objectiu i alineació amb les característiques dels productes i les empreses agroalimentàries catalanes, i de planificació dels treballs per a l'adequació de la proposta al perfil del públic objectiu. 3 punts

La proposta orienta l'actuació a importadors, distribuïdors, canal retail i HORECA en mercats europeus, amb coherència respecte al perfil dels productes agroalimentaris catalans.

Tanmateix, no es desenvolupa amb especial precisió la segmentació per tipologia de canal o posicionament (premium, especialitzat, gran distribució), ni s'estableixen criteris concrets de qualificació de compradors.

La segmentació es considera correcta però hi aprofundeix especialment.

Grau de definició i adequació de la metodologia de treball proposada. 2 punts

La proposta descriu adequadament les fases de planificació, execució i coordinació de l'esdeveniment, així com la gestió logística i comunicativa.

No obstant això, la metodologia no desenvolupa amb detall mecanismes de validació prèvia de compradors, ni sistemes estructurats de seguiment posterior dels contactes generats.

Es considera una metodologia funcional, però amb marge de major estructuració.

Grau d'impacte previst i justificació. 2 punts

L'impacte previst es formula en termes de visibilitat, posicionament i generació de contactes comercials, adequat a la naturalesa de l'actuació en mercats europeus.

Tanmateix, no es concreten indicadors quantitatius específics de retorn comercial ni sistemes de mesura detallats més enllà dels estàndards habituals.

L'impacte es considera coherent però insuficientment objectivat.

Grau d'adequació de les solucions previstes d'interlocució i resolució d'incidències. 2 punts

La proposta estableix coordinació continuada amb PRODECA, planificació prèvia, seguiment operatiu durant l'esdeveniment i informe posterior.

El model d'interlocució és clar i adequat a l'abast de l'actuació.

EXERCICI 3. eBUSINESS

Grau de definició i metodologia del projecte d'organització, planificació i execució del contracte. 6 punts

Grau de segmentació del públic professional objectiu i alineació amb les característiques dels productes i les empreses agroalimentàries catalanes, i de planificació dels treballs per a l'adequació de la proposta al perfil del públic objectiu. 3 punts

La proposta identifica correctament el canal objectiu (cadena de supermercats europees i importadors vinculats) i contempla diferents formats: premium, especialitzats, gourmet, omnicanal, etc. També preveu l'anàlisi prèvia de si la cadena importa directament o via importador, fet rellevant en el context europeu.

En conjunt, la segmentació és correcta, no obstant, no concreta prou la segmentació per posicionament, quota d'importació o volum de facturació.

Grau de definició i adequació de la metodologia de treball proposada. 3 punts

La metodologia està estructurada en fases clares (identificació, contacte, informe preliminar, mostres, reunions, seguiment, informe final). És ordenada, seqüencial i replicable. Inclou seguiment i reactivació, i té en consideració el calendari comercial europeu. A més, preveu incidències bàsiques.

La metodologia és funcional i compleix els requisits establerts en el PPT.

Grau d'impacte previst i justificació. 2 punts

L'impacte previst és correcte quant a mesura de l'activitat. No obstant, es troba a faltar aprofundiment en resultat o retorn. L'oferta tampoc no concreta indicadors de continuïtat comercial a mig i llarg termini.

Tot i que el grau de sofisticació és limitat, es considera correcte i adequat.

Grau d'adequació de les solucions previstes d'interlocució i resolució d'incidències. 2 punts

La proposta preveu un contacte continuat amb PRODECA, així com seguiment tant a comprador com a proveïdor, suport tècnic durant les reunions online i informe final als 15 dies. Destaca la claretat en canals de comunicació i el seguiment actiu en cas de silenci del comprador. També destaca la inclusió de suport lingüístic en cas de necessitat.

Es considera correcta i adequada d'acord amb el PPT.

Lot 9. Orient Mitjà
VALORACIÓ TÈCNICA

Licitadora	Total puntuació
EXPAND GLOBAL CONSULTING SL	36 punts
UTE P&L GLOBAL-ESKZ GLOBAL	30 punts

Criteri	EXPAND			P&L-ESKZ		
	Ex. 1	Ex. 2	Ex. 3	Ex. 1	Ex. 2	Ex. 3
Grau de definició i metodologia del projecte d'organització, planificació i execució del contracte.	7	7	7	5	5	7
Grau de segmentació del públic professional objectiu i alineació amb les característiques dels productes i les empreses agroalimentàries catalanes, i de planificació dels treballs per a l'adequació de la proposta al perfil del públic objectiu	4	4	4	3	3	4
Grau de definició i adequació de la metodologia de treball proposada	3	3	3	2	2	3
Grau d'impacte previst i justificació	3	3	3	2	2	3
Grau de definició, adequació i justificació de la proposta de dimensionament qualitatiu i quantitatiu de l'impacte previst	3	3	3	2	2	3
Grau d'adequació de les solucions previstes d'interlocució i resolució d'incidències	2	2	2	2	2	2
Grau d'adequació de solucions d'interlocució i d'agilitat en el procediment de resolució d'incidències	2	2	2	2	2	2
TOTAL	12	12	12	9	9	12

EXPAND GLOBAL CONSULTING SL
EXERCICI 1. CONSULTES

Grau de definició i metodologia del projecte d'organització, planificació i execució del contracte.
7 punts

Grau de segmentació del públic professional objectiu i alineació amb les característiques dels productes i les empreses agroalimentàries catalanes, i de planificació dels treballs per a l'adequació de la proposta al perfil del públic objectiu. 4 punts

La licitadora defineix una segmentació funcional clara, diferenciant els perfils professionals amb responsabilitat directa en els processos d'exportació i internacionalització.

La proposta identifica perfils clau (responsables d'exportació, internacionalització, compliment normatiu, logística i desenvolupament de negoci); diferencia el servei segons el grau d'experiència exportadora de les empreses (sense experiència, amb experiència en altres mercats, amb experiència en el mercat objectiu). També integra segmentació per tipologia de producte, incloent sectors específics contemplats al lot, així com el segment Halal. A més, mostra comprensió de les particularitats normatives i comercials d'Orient Mitjà.

La segmentació no és genèrica, sinó adaptada a la casuística real de les empreses i a la complexitat regulatòria del mercat.

Per tot això, es considera que la segmentació assoleix el nivell màxim de qualitat previst en el plec.

Grau de definició i adequació de la metodologia de treball proposada. 3 punts

La metodologia es presenta de manera clarament estructurada i seqüenciada en fases:

- Definició inicial del servei en coordinació amb Prodeca.
- Establiment de canals d'interlocució i temps de resposta.
- Sistema de registre, classificació i assignació de consultes.
- Desk research amb suport de xarxa local.
- Elaboració de respostes estructurades i adaptades.
- Seguiment posterior i millora contínua.

Destaca especialment la definició de terminis orientatius de resposta; la previsió de registre i traçabilitat de les consultes; l'enfocament a la fiabilitat i contrast de la informació normativa; i la integració d'un sistema de seguiment i anàlisi de recurrència de consultes.

La proposta evidencia un coneixement operatiu del servei i un model de treball sistemàtic, que garanteix qualitat i coherència en la resposta.

Es considera que la metodologia assoleix el màxim nivell previst.

Grau d'impacte previst i justificació. 3 punts

La licitadora defineix un conjunt d'indicadors quantitatius i qualitatius plenament adequats a la naturalesa tècnica del servei. L'impacte es formula en termes de millora de la presa de decisions empresarials, reducció de riscos regulatoris, optimització de recursos, i millora de la capacitat exportadora.

Es considera que la proposta estableix un sistema d'indicadors complet, traçable i objectivable, adequat a la naturalesa del servei i orientat a la millora contínua.

Per aquest motiu, l'impacte previst assoleix el nivell màxim previst en el plec.

Grau d'adequació de les solucions previstes d'interlocució i resolució d'incidències. 2 punts

La proposta incorpora un sistema formalitzat d'interlocució amb Prodeca i amb les empreses beneficiàries, que inclou:

- Reunió inicial de llançament.
- Reunions periòdiques de seguiment.
- Informes d'avanç.
- Accés compartit a eines de control.
- Assignació de consultor responsable.
- Protocols de classificació i resposta amb terminis definits.

L'estructura plantejada garanteix coordinació fluida, traçabilitat i capacitat de resposta davant incidències.

EXERCICI 2. CATALAN FOOD SHOW

Grau de definició i metodologia del projecte d'organització, planificació i execució del contracte. 7 punts

Grau de segmentació del públic professional objectiu i alineació amb les característiques dels productes i les empreses agroalimentàries catalanes, i de planificació dels treballs per a l'adequació de la proposta al perfil del públic objectiu. 4 punts

La licitadora defineix una segmentació estructurada i estratègica del públic objectiu, prioritzant perfils amb capacitat efectiva de decisió i prescripció.

La proposta:

- Identifica importadors, distribuïdors, responsables de compra i operadors clau de la cadena de valor.
- Incorpora segmentació per canal (horeca, retail especialitzat, distribuïdors B2B).
- Considera l'adequació cultural i comercial al mercat d'Orient Mitjà.
- Prioritza perfils amb experiència en productes europeus i segments premium.
- Integra criteris de capacitat logística i comercial dels operadors convidats.

La segmentació no es limita a una enumeració genèrica de perfils, sinó que mostra comprensió del funcionament del mercat, de la importància de la confiança i de la concentració d'operadors en determinades àrees econòmiques (Riyadh i Dubai).

Es considera que la segmentació assoleix el nivell màxim de qualitat previst en el plec.

Grau de definició i adequació de la metodologia de treball proposada. 3 punts

La metodologia es presenta de manera estructurada, seqüenciada i operativament detallada.

La proposta inclou:

- Fase de llançament i validació amb Prodeca.
- Disseny conceptual de l'esdeveniment adaptat al mercat.
- Identificació i validació de perfils convidats.
- Planificació logística integral (espais, materials, mostres, equipaments).
- Coordinació amb empreses catalanes participants.
- Supervisió operativa durant l'esdeveniment.
- Seguiment posterior dels contactes generats.
- Documentació audiovisual i informe final de resultats.

Es valora especialment l'adequació operativa al context cultural d'Orient Mitjà, la previsió de gestió d'incidències i la planificació detallada de fases amb calendari estructurat.

La metodologia permet garantir traçabilitat, control i qualitat en l'execució del servei.

Grau d'impacte previst i justificació. 3 punts

La proposta estableix un sistema complet d'indicadors quantitatius i qualitatius adequats a la naturalesa promocional del Catalan Food Show, incloent:

- Nombre de professionals assistents.

- Nombre de compradors i importadors participants.
- Nombre de contactes comercials generats.
- Nombre d'interaccions directes entre empreses i operadors.
- Grau d'adequació del perfil dels assistents.
- Valoració qualitativa de les empreses catalanes.
- Percepció de posicionament dels productes catalans.
- Seguiment posterior dels contactes establerts.

L'impacte es concep tant en termes immediats (contactes i interaccions) com en termes de posicionament i consolidació relacional en un mercat on la confiança i la relació personal són determinants.

El sistema d'indicators és coherent, objectivable i adequat al tipus d'actuació, permetent una avaluació sistemàtica dels resultats.

Grau d'adequació de les solucions previstes d'interlocució i resolució d'incidències. 2 punts

La proposta incorpora un sistema formalitzat de coordinació amb Prodeca i amb les empreses participants, que inclou:

- Reunió inicial de validació.
- Reunions periòdiques de seguiment.
- Informes d'avanç.
- Accés compartit a eines de control.
- Protocols de comunicació per a incidències.
- Assignació d'interlocutor directe.

L'estructura plantejada garanteix una gestió ordenada, transparent i eficient de totes les fases de l'esdeveniment.

EXERCICI 3. CATALAN FOOD PUNT DE CONSUM

Grau de definició i metodologia del projecte d'organització, planificació i execució del contracte. 7 punts

Grau de segmentació del públic professional objectiu i alineació amb les característiques dels productes i les empreses agroalimentàries catalanes, i de planificació dels treballs per a l'adequació de la proposta al perfil del públic objectiu. 4 punts

La licitadora planteja una segmentació estratègica del punt de consum, identificant els canals amb major capacitat de prescripció i impacte comercial en el context d'Orient Mitjà.

La proposta:

- Prioritza establiments horeca, retail especialitzat i espais amb posicionament premium.
- Té en compte la concentració geogràfica d'operadors rellevants en determinades àrees econòmiques.
- Considera l'adequació cultural i gastronòmica del producte al consumidor final.
- Identifica perfils prescriptors amb influència directa en la decisió de compra.
- Integra la dimensió Halal i les particularitats de consum del mercat.

La segmentació no es limita a una acció genèrica de degustació, sinó que mostra una orientació clara cap a entorns amb capacitat real de generació de notorietat i posicionament.

Grau de definició i adequació de la metodologia de treball proposada. 3 punts

La metodologia es presenta de manera estructurada i operativa, amb definició clara de fases:

- Disseny conceptual de l'acció.
- Identificació i validació dels espais.
- Coordinació logística integral (mostres, materials, suport tècnic).
- Producció i adequació d'elements promocionals.
- Supervisió durant l'execució.
- Documentació audiovisual.
- Seguiment posterior de contactes i resultats.

Es valora positivament l'adequació del format a la cultura de relació i confiança del mercat; la planificació detallada de recursos i cronograma; la previsió de gestió d'incidències; i l'alineació amb la imatge corporativa de Prodeca.

La metodologia permet garantir control operatiu, qualitat d'execució i coherència estratègica.

Grau d'impacte previst i justificació. 3 punts

La proposta estableix un conjunt d'indicadors quantitatius i qualitatius adequats a la naturalesa promocional de les accions en punt de consum, incloent:

- Nombre d'establiments participants.
- Nombre d'interaccions amb públic objectiu.
- Nombre de contactes comercials generats.
- Valoració qualitativa dels operadors.
- Percepció de posicionament dels productes.
- Seguiment posterior de relacions comercials iniciades.

L'impacte es concep tant en termes de visibilitat immediata com de consolidació de presència en un mercat relacional, on l'experiència directa del producte és determinant en el procés de decisió.

El sistema d'indicadors és coherent, objectivable i adequat a la tipologia d'actuació.

Grau d'adequació de les solucions previstes d'interlocució i resolució d'incidències. 2 punts

La proposta incorpora un sistema formalitzat de coordinació amb Prodeca i amb les empreses participants, incloent:

- Reunió inicial de validació.
- Reunions de seguiment.
- Informes d'avanç.
- Eines compartides de control.
- Assignació d'interlocutor directe.
- Protocols d'actuació davant incidències logístiques o operatives.

L'estructura plantejada garanteix transparència, traçabilitat i capacitat de resposta.

UTE P&L GLOBAL-ESKZ GLOBAL

EXERCICI 1. CONSULTES

Grau de definició i metodologia del projecte d'organització, planificació i execució del contracte. 5 punts

Grau de segmentació del públic professional objectiu i alineació amb les característiques dels productes i les empreses agroalimentàries catalanes, i de planificació dels treballs per a l'adequació de la proposta al perfil del públic objectiu. 3 punts

La licitadora identifica correctament els perfils professionals destinataris del servei, diferenciant:

- Responsables d'exportació i comerç exterior.
- Responsables de compliment normatiu.
- Responsables de logística i operacions.
- Responsables de desenvolupament de negoci.

Així mateix, incorpora segmentació per grau d'experiència exportadora i per tipologia de producte, incloent els sectors contemplats al lot i el segment Halal.

No obstant això, la segmentació es presenta de manera principalment descriptiva, sense una prioritització estratègica específica adaptada al context concret d'Orient Mitjà ni diferenciació operativa entre mercats dins la regió.

Es considera que la segmentació és correcta i completa, però no assolix el màxim nivell de profunditat estratègica.

Grau de definició i adequació de la metodologia de treball proposada. 2 punts

La proposta descriu una metodologia estructurada en fases que inclou:

- Definició inicial del servei.
- Recepció i classificació de consultes.
- Realització de desk research.
- Elaboració de respostes.
- Seguiment posterior.
- Coordinació amb Prodeca.

Es valora positivament la definició de terminis orientatius de resposta i la previsió de registre de consultes.

Tanmateix, la metodologia no incorpora mecanismes de control avançat, sistemes detallats de traçabilitat ni eines de qualificació o anàlisi sistemàtica més enllà del registre operatiu.

Es considera que la metodologia és funcional i correcta, però no presenta un nivell d'estructuració o sistematització especialment diferencial.

Grau d'impacte previst i justificació. 2 punts

La UTE estableix indicadors vinculats a:

- Nombre de consultes ateses.
- Temps de resposta.
- Nivell de satisfacció.
- Seguiment de consultes complexes.

L'impacte es formula en termes de millora de la presa de decisions, reducció de riscos regulatoris i suport a la capacitat exportadora.

Tot i que els indicadors són coherents amb la naturalesa del servei, la proposta no desenvolupa un sistema especialment detallat de mesura qualitativa ni mecanismes avançats d'anàlisi d'impacte.

Es considera que l'impacte està correctament plantejat, però amb un nivell de concreció moderat.

Grau d'adequació de les solucions previstes d'interlocució i resolució d'incidències. 2 punts

La proposta contempla un sistema estructurat d'interlocució amb Prodeca i amb les empreses beneficiàries, que inclou:

- Reunió inicial de llançament i validació.
- Reunions periòdiques de seguiment.
- Elaboració d'informes d'avanç.
- Canals de comunicació definits per a la gestió ordinària i incidències.
- Coordinació directa amb les empreses participants.

Tot i que el grau de formalització no és especialment extens, l'estructura plantejada garanteix una coordinació operativa adequada i una comunicació fluida durant l'execució del servei.

EXERCICI 2. CATALAN FOOD SHOW

Grau de definició i metodologia del projecte d'organització, planificació i execució del contracte. 5 punts

Grau de segmentació del públic professional objectiu i alineació amb les característiques dels productes i les empreses agroalimentàries catalanes, i de planificació dels treballs per a l'adequació de la proposta al perfil del públic objectiu. 3 punts

La proposta identifica correctament els perfils professionals destinataris de l'actuació, incloent:

- Importadors i distribuïdors.
- Responsables de compra.
- Directius comercials.
- Professionals vinculats al sector culinari quan el format ho requereixi.

Així mateix, incorpora segmentació per canal i considera la dimensió cultural del mercat d'Orient Mitjà.

No obstant això, la segmentació es presenta de manera generalista, sense una priorització estratègica específica ni una diferenciació operativa clara entre tipologies d'operadors o submercats dins la regió.

Es considera que la segmentació és correcta i coherent, però no assolix el màxim nivell de profunditat estratègica.

Grau de definició i adequació de la metodologia de treball proposada. 2 punts

La proposta descriu una metodologia estructurada en fases que inclou:

- Reunió inicial de validació amb Prodeca.
- Disseny conceptual de l'esdeveniment.
- Identificació i convocatòria de participants.
- Coordinació logística.
- Execució de l'actuació.
- Seguiment posterior i elaboració d'informe final.

Es valora positivament l'estructuració per fases i la previsió de coordinació amb les empreses catalanes.

Tanmateix, la metodologia no incorpora un nivell elevat de detall operatiu ni mecanismes específics de qualificació de participants o sistemes diferenciats de control i avaluació durant l'execució.

Es considera que la metodologia és funcional i suficient, però no especialment diferencial.

Grau d'impacte previst i justificació. 2 punts

La proposta estableix indicadors quantitatius i qualitius vinculats a:

- Nombre d'assistents.
- Nombre de compradors i operadors participants.
- Nombre de contactes comercials generats.
- Valoració dels participants.
- Seguiment posterior dels contactes establerts.

Els indicadors són coherents amb la naturalesa promocional de l'actuació i permeten un seguiment objectivable.

No obstant això, la proposta no desenvolupa mecanismes específics de qualificació dels contactes ni sistemes de mesura avançada d'impacte comercial o posicionament més enllà dels indicadors generals.

Es considera que l'impacte està adequadament plantejat, però amb un grau de concreció moderat.

Grau d'adequació de les solucions previstes d'interlocució i resolució d'incidències. 2 punts

La proposta incorpora:

- Reunió inicial amb Prodeca.
- Reunions periòdiques de seguiment.
- Informes d'avanç.
- Eines compartides de coordinació.
- Assignació d'interlocutor responsable.

L'estructura garanteix una coordinació adequada i una gestió ordenada de les actuacions i incidències.

EXERCICI 3. CATALAN FOOD PUNT DE CONSUM

Grau de definició i metodologia del projecte d'organització, planificació i execució del contracte. 7 punts

Grau de segmentació del públic professional objectiu i alineació amb les característiques dels productes i les empreses agroalimentàries catalanes, i de planificació dels treballs per a l'adequació de la proposta al perfil del públic objectiu. 4 punts

La licitadora identifica de manera clara i estructurada els perfils professionals prioritaris per al desenvolupament del Business Forum, incloent importadors especialitzats, distribuïdors i majoristes, cadenes de retail i supermercats, operadors horeca i altres actors B2B amb capacitat efectiva de decisió o influència directa en la compra.

La proposta incorpora una segmentació per famílies de producte, alineada amb els sectors agroalimentaris catalans objecte de promoció (carni, fine food, fruita, vi i begudes, oli, peix i marisc, productes ecològics i Halal), i preveu la prioritització de perfils amb responsabilitat real en la presa de decisions, com responsables de compres, category managers o directors comercials.

Es valora positivament la previsió de mecanismes de preselecció i qualificació mitjançant l'ús de bases de dades pròpies, fonts sectorials i formularis estructurats de recollida d'informació, així com la validació prèvia dels perfils amb l'Organisme Contractant.

La segmentació es considera completa, operativa i adequada al mercat d'Orient Mitjà.

Grau de definició i adequació de la metodologia de treball proposada. 3 punts

La proposta presenta una metodologia clarament estructurada en fases successives, des de la definició inicial del projecte fins al seguiment posterior a la celebració de les reunions B2B.

El calendari es detalla de manera seqüenciada, incloent:

- Fase de llançament i validació amb Prodeca.
- Anàlisi sectorial i preparació de materials.
- Identificació, convocatòria i qualificació de compradors.
- Confirmació d'assistència i tancament d'agendes.
- Execució del Business Forum (presencial o telemàtic).
- Seguiment posterior i elaboració d'informe final.

Es valora especialment el nivell de detall operatiu, la previsió de suport logístic en el cas de format presencial (incloent assistència en tràmits de viatge i visats), la coordinació tècnica en cas de format telemàtic i la definició d'un sistema organitzat de tancament d'agendes.

La metodologia es considera estructurada, coherent i suficientment desenvolupada per garantir una execució ordenada i eficaç de l'actuació.

Grau d'impacte previst i justificació. 3 punts

La licitadora defineix un conjunt d'indicadors quantitatius i qualitatius adequats a la naturalesa del Business Forum, orientats a mesurar:

- El nombre de reunions B2B realitzades.
- El nombre de compradors qualificats participants.
- El nombre d'empreses catalanes amb reunions efectives.
- El nombre de nous contactes internacionals.
- La percepció de posicionament mitjançant enquestes post-esdeveniment.
- La recollida d'informació rellevant sobre tendències i barreres comercials.

Els objectius plantejats són coherents amb el format de l'actuació i permeten una avaluació objectivable dels resultats, tant en termes de generació d'oportunitats comercials com d'intel·ligència de mercat.

El sistema de seguiment es considera complet i adequat.

Grau d'adequació de les solucions previstes d'interlocució i resolució d'incidències. 2 punts

La proposta inclou un sistema estructurat de coordinació amb Prodeca i amb les empreses catalanes participants, que contempla:

- Reunió inicial formal de llançament.
- Reunions periòdiques de seguiment documentades.
- Informes d'avanç.
- Canal de comunicació directa per a incidències.
- Accés compartit a eines digitals de seguiment (base de dades, calendari i panell de control).
- Acompanyament durant les reunions B2B.
- Seguiment posterior estructurat.

L'estructura d'interlocució plantejada garanteix una coordinació adequada, traçabilitat de les actuacions i capacitat de resposta davant possibles incidències.

Lot 10. Sud-est Asiàtic
VALORACIÓ TÈCNICA

Licitadora	Total puntuació
DOUBLE M INDOTRADERS CANARIAS SL	35 punts
PERSPECTIVA ASIA LIMITED	36 punts
EIBENS CONSULTING SL	36 punts

Criteri	INDOTRADERS			PERSPECTIVA			EIBENS		
	Ex. 1	Ex. 2	Ex. 3	Ex. 1	Ex. 2	Ex. 3	Ex. 1	Ex. 2	Ex. 3
Grau de definició i metodologia del projecte d'organització, planificació i execució del contracte.	7	6	7	7	7	7	7	7	7
Grau de segmentació del públic professional objectiu i alineació amb les característiques dels productes i les empreses agroalimentàries catalanes, i de planificació dels treballs per a l'adequació de la proposta al perfil del públic objectiu	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Grau de definició i adequació de la metodologia de treball proposada	3	2	3	3	3	3	3	3	3
Grau d'impacte previst i justificació	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Grau de definició, adequació i justificació de la proposta de dimensionament qualitatiu i quantitatiu de l'impacte previst	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Grau d'adequació de les solucions previstes d'interlocució i resolució d'incidències	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Grau d'adequació de solucions d'interlocució i d'agilitat en el procediment de resolució d'incidències	2	2	2	2	2	2	2	2	2
TOTAL	12	11	12	12	12	12	12	12	12

DOUBLE M INDOTRADERS CANARIAS SL
EXERCICI 1. CONSULTES

Grau de definició i metodologia del projecte d'organització, planificació i execució del contracte.
7 punts

Grau de segmentació del públic professional objectiu i alineació amb les característiques dels productes i les empreses agroalimentàries catalanes, i de planificació dels treballs per a l'adequació de la proposta al perfil del públic objectiu. 4 punts

La licitadora planteja una segmentació adaptada a la naturalesa de les consultes, especialment en matèria regulatòria i d'accés a mercat. Es valora positivament la diferenciació segons el grau d'experiència exportadora de les empreses, el tipus de producte, el nivell de risc regulatori i l'encaix amb els requisits específics del mercat (com el cas de la certificació Halal a Indonèsia).

Aquest enfocament permet prioritzar i adaptar les respostes en funció de la complexitat tècnica, garantint una adequació real a les necessitats de les empreses.

Grau de definició i adequació de la metodologia de treball proposada. 3 punts

La metodologia es troba clarament estructurada, amb diferenciació entre consultes simples i complexes, definició de terminis orientatius de resposta i incorporació de sistemes de control i traçabilitat mitjançant procediments operatius estandarditzats.

Es valora especialment la previsió de reunions tècniques preliminars en consultes complexes, la identificació de fonts oficials i autoritats competents, i la formulació de respostes en format de full de ruta amb passos concrets, documentació requerida i interlocutors implicats.

Grau d'impacte previst i justificació. 3 punts

El sistema d'indicadors inclou mètriques quantitatives (nombre de consultes, tipologia, temps de resposta) i qualitatives (nivell de satisfacció i utilitat pràctica), permetent una avaluació objectivable del servei.

En el context d'un servei consultiu de naturalesa tècnica, l'impacte es formula adequadament en termes de reducció d'incertesa, millora de la presa de decisions i suport a l'estratègia d'internacionalització.

Grau d'adequació de les solucions previstes d'interlocució i resolució d'incidències. 2 punts

La proposta contempla canals formals d'interlocució, assignació de responsable i procediment estructurat de gestió d'incidències, garantint coordinació fluida amb Prodeca.

EXERCICI 2. CATALAN FOOD SHOW

Grau de definició i metodologia del projecte d'organització, planificació i execució del contracte. 6 punts

Grau de segmentació del públic professional objectiu i alineació amb les característiques dels productes i les empreses agroalimentàries catalanes, i de planificació dels treballs per a l'adequació de la proposta al perfil del públic objectiu. 4 punts

La licitadora identifica importadors, distribuïdors, operadors horeca, retail especialitzat i altres actors amb capacitat efectiva de compra. Es valora positivament la diferenciació segons posicionament de producte i la consideració de segments premium en mercats com Singapur.

El grau de segmentació i alineació amb l'objecte del contracte es considera plenament ajustat als requeriments establerts en el PPT.

Grau de definició i adequació de la metodologia de treball proposada. 2 punts

La metodologia inclou fases de preparació, construcció de base de dades, captació de compradors, validació amb empreses catalanes, organització logística i seguiment posterior.

Es valora positivament l'ús de bases de dades pròpies, eines CRM i planificació detallada dels aspectes logístics.

No obstant això, la metodologia no incorpora mecanismes especialment diferenciadors o sistemes avançats de qualificació d'oportunitats comercials, ni estableix compromisos quantitius mínims específics vinculants en relació amb el nombre de compradors o reunions a assolir.

Tot i ser una metodologia sòlida i funcional, el grau d'innovació i diferenciació metodològica és lleugerament inferior al màxim exigible.

Grau d'impacte previst i justificació. 3 punts

La proposta estableix un conjunt estructurat d'indicadors quantitius i qualitius que permeten una avaluació completa de l'actuació.

En l'àmbit quantitiu, es contemplen indicadors vinculats al nombre d'operadors contactats, compradors participants, reunions B2B realitzades i interaccions generades durant l'esdeveniment.

En l'àmbit qualitatiu, es preveu la recollida d'informació relativa a la qualitat dels contactes establerts, el grau d'interès detectat i la valoració dels participants mitjançant mecanismes de seguiment posterior.

La proposta incorpora seguiment posterior de les relacions iniciades amb l'objectiu d'avaluar la continuïtat de les interaccions comercials i la seva evolució.

El sistema plantejat permet mesurar tant el desenvolupament immediat de l'esdeveniment com els resultats derivats en fases posteriors, d'acord amb la naturalesa promocional de l'actuació.

Es considera que l'impacte està definit amb un grau elevat de coherència, mesurabilitat i adequació al tipus d'esdeveniment, assolint el nivell màxim previst en el plec.

Grau d'adequació de les solucions previstes d'interlocució i resolució d'incidències. 2 punts

La proposta defineix un sistema estructurat de coordinació amb PRODECA i amb les empreses participants, articulat mitjançant reunions inicials de validació, reunions periòdiques de seguiment i canals de comunicació directes per a la gestió operativa.

Es preveu l'assignació d'un interlocutor responsable, així com l'ús d'eines digitals compartides per al seguiment de contactes, agendes i estat de les actuacions.

Durant la fase d'execució, es contempla l'acompanyament actiu en les reunions B2B, la supervisió del correcte desenvolupament de les agendes i la resolució immediata d'incidències logístiques o tècniques que poguessin sorgir.

La coordinació prevista garanteix una comunicació fluida, traçabilitat de les actuacions i capacitat de resposta durant totes les fases del projecte.

EXERCICI 3. Viatge empresarial

Grau de definició i metodologia del projecte d'organització, planificació i execució del contracte. 7 punts

Grau de segmentació del públic professional objectiu i alineació amb les característiques dels productes i les empreses agroalimentàries catalanes, i de planificació dels treballs per a l'adequació de la proposta al perfil del públic objectiu. 4 punts

La licitadora identifica de manera clara els interlocutors institucionals i sectorials rellevants als països objecte de l'actuació, incloent ministeris competents, organismes reguladors, agències de promoció comercial, associacions sectorials i altres entitats vinculades al sector agroalimentari.

La segmentació institucional es complementa amb la identificació d'actors empresarials i prescriptors sectorials, permetent una aproximació equilibrada entre dimensió institucional i component empresarial.

Es considera que la segmentació és adequada, específica i coherent amb el concepte de viatge empresarial orientat a l'obertura i consolidació de relacions estratègiques.

Grau de definició i adequació de la metodologia de treball proposada. 3 punts

La metodologia es presenta estructurada en fases successives que abasten la definició inicial de l'actuació, la identificació i contacte amb interlocutors, la preparació de documentació i argumentaris sectorials, la celebració de reunions i el seguiment posterior.

Es valora positivament:

- L'adaptació a les pràctiques institucionals pròpies dels mercats del Sud-est Asiàtic.
- La combinació de canals formals i relacions directes.
- La previsió d'activitats complementàries de posicionament sectorial.
- La definició d'un calendari seqüenciat amb fases clarament diferenciades.

La metodologia és coherent amb una actuació de naturalesa relacional i institucional, amb objectius empresarials a mitjà termini.

Grau d'impacte previst i justificació. 3 punts

La proposta estableix indicadors vinculats al nombre de reunions celebrades, al perfil jeràrquic dels interlocutors, a les línies de treball identificades i a la recollida d'informació estratègica rellevant per al sector.

Es contempla el seguiment posterior de les relacions iniciades i l'elaboració d'un informe final amb conclusions i recomanacions.

El sistema d'avaluació combina resultats immediats (celebració de reunions i contactes establerts) amb impacte potencial a mitjà termini, adequat a la naturalesa d'un viatge empresarial.

Grau d'adequació de les solucions previstes d'interlocució i resolució d'incidències. 2 punts

La proposta defineix un sistema de coordinació amb Prodeca basat en reunió inicial, seguiment durant la preparació de l'agenda, suport durant l'execució del viatge i fase posterior de retorn i informe.

La interlocució es considera clara i suficientment estructurada per garantir una correcta execució.

PERSPECTIVA ASIA LTD

EXERCICI 1. CONSULTES

Grau de definició i metodologia del projecte d'organització, planificació i execució del contracte. 7 punts

Grau de segmentació del públic professional objectiu i alineació amb les característiques dels productes i les empreses agroalimentàries catalanes, i de planificació dels treballs per a l'adequació de la proposta al perfil del públic objectiu. 4 punts

La licitadora defineix de manera clara els perfils d'empreses destinatàries del servei, incloent:

- Empreses amb experiència exportadora.
- Empreses en fase d'iniciació a l'exportació.
- Empreses interessades en canals específics (gran consum, gourmet, Horeca o especialitzat).

- Operadors vinculats a empreses catalanes (importadors, distribuïdors o agents comercials).

La segmentació contempla l'adequació de la resposta al grau de maduresa exportadora de l'empresa i al tipus de producte (perible/no perible, gran consum/gourmet), garantint una aproximació adaptable i alineada amb la realitat empresarial.

Es considera que la segmentació és adequada, operativa i coherent amb la naturalesa transversal del servei.

Grau de definició i adequació de la metodologia de treball proposada. 3 punts

La metodologia es presenta estructurada en fases clarament definides:

- Recepció i anàlisi de la consulta, amb confirmació en menys de 24 hores i classificació segons nivell de complexitat (bàsica, mitjana o avançada).
- Investigació i validació tècnica, incloent revisió normativa, requisits d'importació, etiquetatge, fiscalitat i contrast amb fonts sectorials.
- Elaboració i enviament de resposta estructurada, amb recomanacions pràctiques i advertiments operatius.
- Seguiment posterior, incloent atenció a aclariments i eventual reunió de seguiment.

Es valoren especialment la definició de terminis màxims de resposta diferenciats segons complexitat; la previsió de sistematització mitjançant document de preguntes freqüents amb actualització trimestral; i la incorporació d'un sistema de registre detallat de consultes amb indicadors de seguiment.

La metodologia és clara, seqüenciada i plenament executable.

Grau d'impacte previst i justificació. 3 punts

La proposta formula l'impacte en termes qualitatius i quantitatius:

Impacte qualitatiu

- Reducció de barreres d'entrada.
- Millora de la preparació estratègica de les empreses.
- Reforç del posicionament del producte català.

Impacte quantitatiu

- Increment del nombre d'empreses amb informació validada.
- Reducció de temps i costos derivats d'errors normatius.

Els indicadors inclouen nombre de consultes per sector, nivell de complexitat, temps de resposta i nivell de satisfacció, així com registre estructurat de la informació.

Es considera que l'impacte està adequadament dimensionat, amb mecanismes objectivables de seguiment.

Grau d'adequació de les solucions previstes d'interlocució i resolució d'incidències. 2 punts

La proposta estableix un sistema de coordinació amb PRODECA basat en comunicació periòdica i alineació de criteris de resposta. Defineix canals directes i traçables, procediment prioritari per consultes urgents i terminis concrets de resposta (24–48 hores en casos urgents).

La definició d'un procediment d'escalat i reformulació de resposta en cas necessari garanteix qualitat i control en la prestació del servei.

EXERCICI 2. CATALAN FOOD SHOW

Grau de definició i metodologia del projecte d'organització, planificació i execució del contracte. 7 punts

Grau de segmentació del públic professional objectiu i alineació amb les característiques dels productes i les empreses agroalimentàries catalanes, i de planificació dels treballs per a l'adequació de la proposta al perfil del públic objectiu. 4 punts

La licitadora presenta l'organització d'un Catalan Food Show en format roadshow itinerant a Singapur, Bangkok i Ho Chi Minh City.

La licitadora defineix amb precisió els perfils d'assistents objectiu:

- Importadors i distribuïdors especialitzats en producte europeu de valor afegit.
- Compradors del canal Horeca (independent i cadena).
- Retail especialitzat i gourmet.
- Prescriptors locals (sumillers, formadors, mitjans especialitzats).

La segmentació es diferencia segons tipologia d'activitat (Grand Tasting, Masterclass, Tours temàtics), fet que permet ajustar el perfil dels assistents al format i objectiu de cada acció.

Es valora especialment l'alineació explícita amb el posicionament dels productes agroalimentaris catalans com a productes d'origen, qualitat i valor afegit.

La segmentació és completa, específica i coherent amb el mercat objectiu.

Grau de definició i adequació de la metodologia de treball proposada. 3 punts

La metodologia es presenta estructurada en cinc fases seqüenciades en setmanes, amb cronograma detallat:

- Disseny i definició del roadshow.
- Preparació i coordinació prèvia.
- Preparació final i confirmacions.
- Execució del roadshow.
- Seguiment posterior i informes.

Es valora especialment:

- El format combinat de Grand Tasting, masterclass tast-maridatge i tours temàtics guiats.
- La previsió d'un catàleg específic amb doble pàgina per empresa i versió digital amb QR.
- L'organització logística detallada (enviament agrupat de mostres, coordinació amb transitari).
- La definició clara de materials promocionals i imatge gràfica homogènia.
- La previsió de visites guiades a punts de venda com a activitat complementària.
- La planificació temporal detallada i realista.

La proposta presenta un alt nivell de concreció i una planificació plenament executable.

Grau d'impacte previst i justificació. 3 punts

L'impacte es formula de manera estructurada, diferenciant entre dimensió qualitativa i quantitativa.

Impacte qualitatiu

- Reforç del posicionament dels productes catalans com a productes de qualitat i valor afegit.

- Increment de la visibilitat institucional de Catalunya.
- Prescripció qualificada a través de masterclass i tours.
- Generació d'un entorn favorable per a relacions comercials a mitjà termini.

Impacte quantitatiu (estimacions)

- Estimació de participació d'empreses.
- Estimació d'assistents professionals per ciutat.
- Estimació de la participació d'empreses a la masterclass per ciutat.
- Recollida estructurada de dades i enquestes.

Els indicadors de seguiment inclouen nombre d'assistents registrats, qualitat dels contactes generats, ús del catàleg, valoració de les empreses participants i continuïtat dels contactes.

Es considera que l'impacte està adequadament dimensionat, mesurable i alineat amb els objectius del plec.

Grau d'adequació de les solucions previstes d'interlocució i resolució d'incidències. 2 punts

La proposta estableix un sistema d'interlocució estructurat amb Prodeca mitjançant reunions de coordinació, comunicació periòdica i procediment clar de gestió d'incidències amb terminis concrets abans, durant i després de l'actuació.

Es defineixen tipologies d'incidències (logístiques, operatives, d'activitats o de participants) i terminis màxims de resposta (24–72 hores en fases preparatòries i resposta immediata durant l'execució).

El sistema garanteix traçabilitat, agilitat i control de qualitat en totes les fases del projecte.

EXERCICI 3. Participació en fira professional

Grau de definició i metodologia del projecte d'organització, planificació i execució del contracte. 7 punts

Grau de segmentació del públic professional objectiu i alineació amb les característiques dels productes i les empreses agroalimentàries catalanes, i de planificació dels treballs per a l'adequació de la proposta al perfil del públic objectiu. 4 punts

La licitadora defineix amb claredat els perfils professionals als quals es dirigeix l'actuació:

- Importadors i distribuïdors especialitzats en producte importat.
- Compradors del canal Horeca (hotels, restauració independent i cadenes).
- Retail especialitzat i gourmet.
- Operadors de foodservice.
- Prescriptors i mitjans sectorials presents a la fira.

Es distingeix entre visitants amb capacitat de decisió directa i operadors en fase de cerca activa de nous proveïdors, incorporant la dimensió regional de la fira com a plataforma d'accés a diversos mercats del Sud-est Asiàtic.

La segmentació es considera adequada, específica i plenament alineada amb el posicionament dels productes agroalimentaris catalans com a productes d'origen, qualitat i valor afegit.

Grau de definició i adequació de la metodologia de treball proposada. 3 punts

La proposta estructura l'actuació en cinc fases seqüenciades, amb cronograma detallat:

- Disseny i definició de la participació conjunta.

- Preparació i coordinació prèvia (convocatòria d'empreses, coordinació amb constructora, disseny gràfic i enviament de mostres).
- Preparació final i confirmacions.
- Execució durant la fira.
- Seguiment posterior i informe post-fira.

Es valora especialment:

- La configuració d'un pavelló conjunt amb imatge homogènia i identificable.
- La incorporació d'un stand informatiu institucional com a punt de dinamització i orientació.
- La definició d'una acció complementària basada en un qüestionari dirigit als visitants professionals, vinculat a la distribució controlada de materials promocionals.
- La planificació logística detallada, incloent coordinació d'enviament agrupat de mostres.
- La previsió d'assessorament normatiu a les empreses participants.
- La metodologia és detallada, coherent i plenament executable.

Grau d'impacte previst i justificació. 3 punts

L'impacte es formula en termes qualitatius i quantitatius, amb indicadors objectivables.

Impacte qualitatiu

- Reforç del posicionament dels aliments de Catalunya en un entorn ferial de referència regional.
- Increment de la visibilitat institucional mitjançant pavelló conjunt.
- Generació de confiança a través de presència agrupada i dinamització institucional.
- Obtenció d'informació estructurada sobre el coneixement del mercat.

Impacte quantitatiu

- Participació de 10 empreses expositoras.
- Atenció a un volum elevat de visitants professionals.
- Distribució controlada de 100 lots promocionals.
- Obtenció d'almenys 50 qüestionaris.
- Generació de contactes comercials per empresa participant.

Els indicadors de seguiment inclouen nombre de visitants atesos, qüestionaris recollits, qualitat dels contactes generats, satisfacció dels expositors i continuïtat de relacions comercials.

Es considera que l'impacte està adequadament dimensionat, amb mecanismes de mesura clars i coherents amb la naturalesa de l'actuació.

Grau d'adequació de les solucions previstes d'interlocució i resolució d'incidències. 2 punts

La proposta defineix un sistema d'interlocució estructurat amb Prodeca, amb comunicacions periòdiques, reunions de coordinació i seguiment continu.

Es detallen tipologies d'incidències (logístiques, operatives, de participants) i terminis concrets d'actuació abans, durant i després de la fira, incloent resposta immediata durant l'execució i resolució en un màxim de 72 hores en fases posteriors.

El sistema de gestió d'incidències és clar, traçable i orientat a garantir la correcta execució de l'actuació.

EIBENS CONSULTING SL

EXERCICI 1. CONSULTES

Grau de definició i metodologia del projecte d'organització, planificació i execució del contracte. 7 punts

Grau de segmentació del públic professional objectiu i alineació amb les característiques dels productes i les empreses agroalimentàries catalanes, i de planificació dels treballs per a l'adequació de la proposta al perfil del públic objectiu. 4 punts

La licitadora defineix de manera clara el perfil de les empreses beneficiàries del servei, diferenciant entre:

- Empreses que inicien processos d'exportació.
- Empreses amb presència internacional que requereixen resolució de dubtes específics.
- Empreses que necessiten orientació en matèria regulatòria, logística, fixació de preus o validació de socis comercials.

La tipologia de consultes es detalla de forma específica (regulacions, certificacions, barreres aranzelàries, distribució, competència, validació d'importadors), la qual cosa evidencia una comprensió precisa de les problemàtiques reals del mercat.

La segmentació es considera completa i plenament alineada amb la naturalesa del servei.

Grau de definició i adequació de la metodologia de treball proposada. 3 punts

La metodologia proposada es troba clarament estructurada i seqüenciada, incloent:

- Creació d'un canal específic en Microsoft Teams amb protocols d'ús definits.
- Termini màxim de resposta inicial de tres dies hàbils en el mercat de destinació.
- Sistema formal d'escalament a reunió amb l'empresa en un termini màxim de tres dies addicionals si la resposta inicial no és suficient.
- Registre i documentació sistemàtica de totes les consultes per a anàlisi posterior.
- Reunions setmanals amb Prodeca per revisar casos complexos.

Es valora especialment la definició de terminis concrets, l'estructura d'escalament formal i la previsió de mecanismes per evitar saturació del canal (creació de FAQ i guies ràpides).

La metodologia es considera robusta, executable i orientada a l'eficiència.

Grau d'impacte previst i justificació. 3 punts

La proposta justifica l'impacte del servei en termes de:

- Reducció de riscos regulatoris i operatius.
- Acceleració en la presa de decisions empresarials.
- Millora de l'eficàcia dels processos d'internacionalització.
- Increment de la confiança de les empreses en el mercat objectiu.

El sistema de gestió documental i seguiment continu permet analitzar patrons de consultes, detectar necessitats recurrents i millorar el servei de manera progressiva.

L'impacte es considera adequadament dimensionat per a un servei de naturalesa consultiva, amb un alt grau de mesurabilitat i utilitat pràctica.

Grau d'adequació de les solucions previstes d'interlocució i resolució d'incidències. 2 punts

La proposta defineix un sistema clar de coordinació amb PRODECA mitjançant:

- Canal específic de comunicació.

- Protocols definits de resposta i escalament.
- Reunions periòdiques de seguiment.
- Sistema d'alertes per a consultes urgents.
- Mecanismes de revisió interna de respostes abans de publicació.

Aquest esquema garanteix traçabilitat, rapidesa i control de qualitat en totes les fases del servei.

EXERCICI 2. CATALAN FOOD SHOW

Grau de definició i metodologia del projecte d'organització, planificació i execució del contracte. 7 punts

Grau de segmentació del públic professional objectiu i alineació amb les característiques dels productes i les empreses agroalimentàries catalanes, i de planificació dels treballs per a l'adequació de la proposta al perfil del públic objectiu. 4 punts

La licitadora desenvolupa el projecte en la forma de Catalan Wines Street & Festival a Vietnam. Localitza l'actuació a Ho Chi Minh.

La licitadora defineix amb precisió els perfils objectiu de l'actuació, diferenciant entre:

- Consumidors de classe mitjana-alta situats als districtes centrals de Ho Chi Minh.
- Importadors de vins i caves.
- Retailers amb producte importat.
- Restaurants i establiments especialitzats.

Es valora positivament l'adaptació al context urbà vietnamita i la identificació del vi negre com a categoria amb major acceptació, així com la previsió de participació d'importadors amb presència real al mercat.

La segmentació és específica, coherent i alineada amb les dinàmiques de consum i distribució del país.

Grau de definició i adequació de la metodologia de treball proposada. 3 punts

La metodologia es presenta clarament estructurada en fases successives, amb un calendari definit per setmanes que inclou:

- Identificació prèvia de bodegues amb presència al mercat.
- Reunions amb importadors per identificar tendències i necessitats.
- Convocatòria coordinada amb Prodeca.
- Selecció de participants amb validació creuada entre bodegues i importadors.
- Organització d'un esdeveniment de tres dies (un dia professional i dos dies orientats a consumidor).
- Activació comercial posterior mitjançant menús especials i promocions en hotels i punts de venda.

Es valora especialment la integració d'una campanya digital amb influencers i mitjans locals, la previsió de mesures de mitigació (pla alternatiu per condicions climàtiques o festivitats) i la coordinació logística amb distribuïdors per garantir disponibilitat d'estoc.

La metodologia es considera altament executiva, detallada i orientada a l'impacte comercial real.

Grau d'impacte previst i justificació. 3 punts

La proposta incorpora indicadors concrets i dimensionats, incloent:

- Estimació de visitants.
- Estimació de participació d'importadors.

- Estimació de participació de cellers.
- Integració d'un retailer amb campanya de descomptes posterior.
- Continuïtat promocional durant el mes posterior a l'esdeveniment.

Aquest dimensionament quantitatiu, combinat amb l'activació comercial posterior i la integració de professionals i consumidor final, permet mesurar tant l'impacte immediat com la projecció comercial de l'actuació.

L'impacte es considera clarament definit, mesurable i alineat amb l'objectiu de posicionament del vi català al mercat vietnamita.

Grau d'adequació de les solucions previstes d'interlocució i resolució d'incidències. 2 punts

La proposta estableix mecanismes de coordinació clars amb Prodeca i amb els participants, incloent:

- Canal específic de comunicació mitjançant Microsoft Teams.
- Coordinació directa amb importadors i bodegues.
- Seguiment operatiu durant la preparació i execució.
- Identificació de riscos i mesures concretes de mitigació.

El sistema de comunicació es considera adequadament estructurat i suficient per garantir una execució fluida de l'actuació.

EXERCICI 3. Cerca d'oportunitats

Grau de definició i metodologia del projecte d'organització, planificació i execució del contracte. 7 punts

Grau de segmentació del públic professional objectiu i alineació amb les característiques dels productes i les empreses agroalimentàries catalanes, i de planificació dels treballs per a l'adequació de la proposta al perfil del públic objectiu. 4 punts

La licitadora defineix amb precisió el focus sectorial de l'actuació, centrant-se en el sector carni (porcí —congelat i processat—, boví i avícola), amb diferenciació de subcategories i formats de producte.

La proposta distingeix entre:

- Exportadors catalans amb presència al mercat que busquen augmentar volum.
- Empreses interessades en iniciar exportacions.
- Productors que necessiten comprendre barreres regulatoris i condicions d'accés.

La divisió de l'informe en una part general (caracterització del mercat vietnamita) i una part específica sectorial permet maximitzar la utilitat del document, tant des d'una perspectiva informativa com estratègica.

La segmentació es considera clara, operativa i plenament alineada amb les dinàmiques del mercat objectiu.

Grau de definició i adequació de la metodologia de treball proposada. 3 punts

La metodologia es presenta estructurada en fases seqüenciades amb calendari definit per setmanes, incloent:

- Anàlisi de dades d'importació i evolució del mercat.
- Revisió de polítiques d'accés i canvis regulatoris.
- Elaboració diferenciada de dues parts de l'informe (general i sectorial).

- Elaboració de llistat d'importadors i store checks amb annexos.
- Presentació final amb resum executiu.

Es valora positivament la inclusió d'una matriu de riscos amb identificació d'impacte potencial i mesures de mitigació, així com la previsió de flexibilitat per adaptar el focus sectorial si PRODECA ho requereix.

La metodologia és clara, estructurada i plenament executable.

Grau d'impacte previst i justificació. 3 punts

L'impacte es formula en termes de:

- Millora de la presa de decisions estratègiques.
- Identificació d'oportunitats concretes de mercat.
- Anàlisi de barreres regulatoris i competència.
- Provisió d'informació pràctica útil per als exportadors.

La combinació d'anàlisi general i intel·ligència sectorial específica dota l'actuació d'un alt grau d'utilitat i aplicabilitat pràctica.

Grau d'adequació de les solucions previstes d'interlocució i resolució d'incidències. 2 punts

La proposta incorpora mecanismes de seguiment, identificació de riscos i mesures de mitigació, així com revisió de revisió prèvia a l'entrega final.

Els procediments descrits garanteixen una correcta coordinació amb PRODECA durant l'execució.

Susanna Barquín Castany

Cap del Sector Carni i Halal,

actuant com a responsable del contracte