

## I.- OFERTAS RECIBIDAS

El objeto del presente informe es la valoración conforme a los criterios señalados en el apartado 18 B) del Anexo I del Pliego de Cláusulas Particulares, criterios de adjudicación basados en juicio de valor, de la documentación incluida en el sobre B (Propuesta Técnica) de las empresas licitadoras que han presentado oferta al procedimiento ordinario del CONTRATO DE SERVICIOS PARA LA ELABORACIÓN Y REDACCIÓN DEL PLAN MERCAMADRID HORIZONTE 2035. REF <sup>a</sup> PC-MER/2024/00012-ORD y la determinación de la puntuación que se asigna.

Con fecha 11 de septiembre de 2024, se procede a la remisión por la Mesa de Contratación que asiste al Órgano de Contratación en el procedimiento, esto es la Dirección General de Mercamadrid, S.A. de la documentación contenida en el sobre B (propuesta técnica) de las siguientes licitadoras admitidas en la licitación y que son objeto de valoración en el siguiente informe:

- KPMG ASESORES, S.L. – CIF: B82498650
- EY TRANSFORMA SERVICIOS DE CONSULTORIA, S.L. – CIF: B88428404
- DELOITTE CONSULTING S.L.U. – CIF: B81690471
- AYMING ESPAÑA, S.A. UNIPERSONAL– CIF: A82205758

## II. VALORACIÓN DE LAS OFERTAS PRESENTADAS

### KPMG ASESORES

#### B.1.- Memoria técnica (hasta 15 puntos):

##### a) La metodología de trabajo propuesta (hasta 10 puntos).

La oferta presentada describe con gran detalle su propuesta de metodología de trabajo, describiendo de forma clara y precisa la organización de las distintas fases, subfases y tareas, identificando por cada subfase del proyecto los factores clave de éxito, las fuentes y entregables (con ejemplos ilustrativos) para cada uno de los servicios previstos en el apartado 3 del Pliego de Prescripciones Técnicas, considerándose muy adecuada a lo exigido en los pliegos.

Plantea un sistema eficiente y muy coherente en la metodología de formulación y la redacción del Plan Mercamadrid Horizonte 2035 desde el punto de vista de los pasos a seguir, para la definición de los objetivos y líneas estratégicas de manera personalizada para Mercamadrid, S.A., efectuando el análisis del grado de impacto en el general de Mercamadrid, S.A. y sus grupos de interés de manera clara y ajustada a las necesidades concretas de la empresa.

En cada fase del proyecto se define de forma equilibrada, clara y ordenada, atendiendo a cada uno de los puntos necesarios para una correcta ejecución de los servicios previstos, recogiendo la metodología concreta, contando la propuesta con un esquema claro de las fases, subfases y entregables.

Además, se detalla una definición clara de las herramientas de coordinación tanto para la elaboración del Plan Mercamadrid Horizonte 2035, como para su posterior seguimiento pudiendo saber el porcentaje de consecución de los objetivos estratégicos en cada momento.

La oferta presenta un cronograma preciso de la duración de las distintas fases y subfases, teniendo en cuenta la superposición de algunas tareas de distintas fases y, dando una visión global del proyecto muy visual, identificando los momentos en que se llevarán a cabo las reuniones/sesiones clave del proyecto, los asistentes y la duración prevista.

En conclusión, la oferta presentada muestra un gran conocimiento de los objetivos a conseguir, poniendo el foco las herramientas de coordinación y estrategias propuestas, recogiendo una planificación óptima, dando una visión global del proyecto muy visual, enumerándose los factores clave de éxito para la consecución de los objetivos del proyecto.

**Se valora este criterio con 10,00 puntos.**

#### **b) Los resultados y entregables propuestos (hasta 5 puntos).**

La oferta presentada resulta muy adecuada a los objetivos propuestos, mostrando un elevado conocimiento del sector al que pertenece Mercamadrid, S.A. (posición de Mercamadrid en la cadena de la distribución de alimentos y las tendencias que le están afectando, con ejemplos concretos y reales; benchmarking a distintos niveles: “Mercas” nacionales, “Mercas” internacionales, ...), planteando un sistema de implementación muy adecuado.

En la propuesta presentada, una vez definidos los objetivos o líneas estratégicas los vincula, con un alto grado de detalle y adecuación, a los proyectos y planes de acción concretos, de manera que la metodología planteada resulta muy apropiada para la consecución de los objetivos propuestos.

Por cada subfase del proyecto se define de forma clara y ordenada los entregables resultantes de cada tarea que se va a realizar, planteando los formatos en función de los objetivos de cada tipo de entregable y mostrando ejemplos ilustrativos de los contenidos de los principales entregables, pudiéndose visualizar su estructura y contenido, diferenciándose de manera notable de la mayoría de las ofertas presentadas en las que simplemente se enumeran o se hacen descripciones genéricas.

En cuanto a la metodología de la formulación de la estrategia plantea el uso de la metodología propia, que permite trazar un plan cuantificable, ejecutable y controlado en todo momento, con un enfoque apropiado para la consecución de los objetivos que se marquen.

Para el seguimiento de los KPIs de los objetivos y acciones que se definan, se facilitará una herramienta escalable y con las instrucciones claras para poder incluir nuevas acciones que sean necesarias por cambios en el entorno o necesarias para lograr los objetivos estratégicos planteados.

**Se valora este criterio con 5,00 puntos.**

### **B.2.- Presentación de la memoria (hasta 10 puntos)**

Plantea el diseño de las presentaciones para articular claramente la visión a largo plazo de Mercamadrid, S.A., las metas a alcanzar y las tácticas que se adoptarán para lograrlas, plasmando de manera clara el horizonte temporal de la compañía desde la situación actual a 2035 para la consecución de los objetivos, poniendo de manifiesto la importancia de establecer los KPIs clave para el seguimiento de los objetivos y acciones que se llevarán a cabo, dándole gran importancia a la fase de seguimiento durante el alcance del Plan Mercamadrid Horizonte 2035.

Plantea una estrategia de comunicación teniendo en cuenta los grupos de interés tanto internos como externos, en la que además de las presentaciones presenciales exigidas, se desarrollan entregables específicos para los distintos grupos de interés con los principales mensajes a transmitir, estableciendo métricas para su seguimiento.

Se prevé la realización de al menos 3 presentaciones presenciales en función de los grupos de interés, y plantea una estrategia de comunicación asegurando la eficacia, facilidad de comprensión y simplificación de la aplicación futura del plan.

**Se valora este criterio con 10,00 puntos.**

### **Resumen puntuación - KPMG ASESORES, S.L.**

CRITERIOS A VALORAR MEDIANTE JUICIOS DE VALOR	PUNTUACIÓN
<b>B.1.- Memoria técnica</b>	<b>15 puntos</b>
a) La metodología de trabajo propuesta	10 puntos
b) Los resultados y entregables propuestos	5 puntos
<b>B.2.- Presentación escrita de la memoria</b>	<b>10 puntos</b>
<b>TOTAL</b>	<b>25 puntos</b>

## EY TRANSFORMA SERVICIOS DE CONSULTORIA, S.L.

### Criterios valorables mediante juicios de valor Memoria Técnica: hasta 25 puntos

#### B.1.- Memoria técnica (hasta 15 puntos):

##### a) La metodología de trabajo propuesta (hasta 10 puntos).

La oferta presentada describe con gran detalle su propuesta de metodología de trabajo, describiendo de forma clara y precisa la organización de las tareas y diferentes entregables en cada uno de los servicios previstos en el apartado 3 del Pliego de Prescripciones Técnicas, considerándose muy adecuada a lo exigido en los pliegos.

Plantea un sistema eficiente y muy coherente en la metodología de formulación y la redacción del Plan Mercamadrid Horizonte 2035 desde el punto de vista de los pasos a seguir, para la definición de los objetivos y líneas estratégicas de manera personalizada para Mercamadrid, S.A., efectuando el análisis del grado de impacto y sus grupos de interés de manera clara y ajustada a las necesidades concretas de la empresa.

Cada fase del proyecto se describe de forma equilibrada, clara y ordenada, atendiendo a cada uno de los puntos necesarios para una correcta ejecución de los servicios previstos, recogiendo la metodología concreta, contando la propuesta con un esquema claro de las fases, subfases y entregables.

La oferta describe en cada fase de manera concisa las tareas y entregables vinculados, si bien no presenta un cronograma en el que detalle la duración de las distintas tareas.

En conclusión, la oferta presentada muestra un gran conocimiento de los objetivos a conseguir, las herramientas de coordinación y estrategia propuestas.

**Se valora este criterio con 8,00 puntos.**

##### b) Los resultados y entregables propuestos (hasta 5 puntos).

La oferta presentada resulta adecuada a los objetivos propuestos, mostrando un elevado conocimiento del sector al que pertenece Mercamadrid, S.A. (factores externos y tendencias clave), planteando un sistema de implementación muy adecuado.

En la propuesta presentada, una vez definidos los objetivos o líneas estratégicas los vincula, con un alto grado de detalle y adecuación, a los proyectos y planes de acción concretos, de manera que la metodología planteada resulta muy apropiada para la consecución de los objetivos propuestos.

En cada fase del proyecto se enumeran de forma clara y ordenada los entregables resultantes de cada tarea que se va a realizar, planteando los formatos en función de los objetivos de cada tipo de entregable. En cuanto al contenido de los entregables, si bien se considera adecuado, no se desarrolla el contenido específico de cada uno de ellos, limitándose a una descripción genérica.

**Se valora este criterio con 3,00 puntos.**

### **B.2.- Presentación de la memoria (hasta 10 puntos)**

Plantea el diseño de las presentaciones para articular claramente la visión a largo plazo de Mercamadrid, S.A., las metas a alcanzar y las tácticas que se adoptarán para lograrlas, plasmando de manera clara el horizonte temporal de la compañía desde la situación actual a 2035 para la consecución de los objetivos.

Se prevé un mínimo de 3 presentaciones distintas en función de los destinatarios, con el propósito primordial de comunicar de manera efectiva y amplia la estrategia delineada, así como divulgar los proyectos y visiones a futuro que se han trazado para Mercamadrid a todos los grupos de interés identificados, planteando la posibilidad de ampliar el número de presentaciones previstas, dado el diferente perfil de cada uno de estos colectivos, de manera que quede asegurada la correcta comunicación del resultado.

La forma de plantear las presentaciones, atendiendo al perfil de los distintos grupos de interés, con la intención de asegurar la transparencia y fomentar el compromiso y la comprensión entre los empleados, inversores, clientes y otros grupos de interés, se valora muy positivamente por redundar en la eficacia, facilidad de comprensión y simplificación de la aplicación futura del plan.

**Se valora este criterio con 10,00 puntos.**

### **Resumen puntuación EY TRANSFORMA SERVICIOS DE CONSULTORIA, S.L.**

CRITERIOS A VALORAR MEDIANTE JUICIOS DE VALOR	PUNTUACIÓN
<b>B.1.- Memoria técnica</b>	<b>11 puntos</b>
a) La metodología de trabajo propuesta	8 puntos
b) Los resultados y entregables propuestos	3 puntos
<b>B.2.- Presentación escrita de la memoria</b>	<b>10 puntos</b>
<b>TOTAL</b>	<b>21 puntos</b>

## DELOITTE CONSULTING, S.L.U.

### Criterios valorables mediante juicios de valor Memoria Técnica: hasta 25 puntos

#### B.1.- Memoria técnica (hasta 15 puntos):

##### a) La metodología de trabajo propuesta (hasta 10 puntos).

La oferta presentada describe con gran detalle su propuesta de metodología de trabajo, describiendo de forma clara y precisa la organización de las tareas y diferentes entregables en cada uno de los servicios previstos en el apartado 3 del Pliego de Prescripciones Técnicas, considerándose muy adecuada a lo exigido en los pliegos.

Plantea un sistema eficiente y muy coherente en la metodología de formulación y la redacción del Plan Mercamadrid Horizonte 2035 desde el punto de vista de los pasos a seguir, para la definición de los objetivos y líneas estratégicas de manera personalizada para Mercamadrid, S.A., efectuando el análisis del grado de impacto y sus grupos de interés de manera clara y ajustada a las necesidades concretas de la empresa.

En cada fase del proyecto se define de forma equilibrada, clara y ordenada, atendiendo a cada uno de los puntos necesarios para una correcta ejecución de los servicios previstos, recogiendo la metodología concreta, contando la propuesta con un esquema claro de las fases, subfases y entregables.

La oferta presenta un cronograma muy preciso de la duración de las distintas tareas de cada fase, teniendo en cuenta la superposición de algunas tareas de distintas fases y el momento en el que se pondrá a disposición cada entregable, dando una visión global del proyecto muy visual.

Cada fase del proyecto se describe de forma equilibrada atendiendo a cada uno de los puntos necesarios para una correcta ejecución de los servicios previstos, con un alto grado de desarrollo de la fase III, fase clave para la consecución de los objetivos del proyecto.

En conclusión, la oferta presentada muestra un gran conocimiento de los objetivos a conseguir, las herramientas de coordinación y estrategia propuestas, recogiendo una planificación adecuada.

**Se valora este criterio con 9,00 puntos.**

##### b) Los resultados y entregables propuestos (hasta 5 puntos).

La oferta presentada resulta muy adecuada a los objetivos propuestos, mostrando un elevado conocimiento del sector al que pertenece Mercamadrid, S.A. (factores externos y tendencias clave), planteando un sistema de implementación muy adecuado.

En la propuesta presentada, una vez definidos los objetivos o líneas estratégicas los vincula, con un alto grado de detalle y adecuación, a los proyectos y planes de acción concretos, de manera que la metodología planteada resulta muy apropiada para la consecución de los objetivos propuestos.

En cada fase del proyecto se define de forma clara y ordenada los entregables resultantes de cada tarea que se va a realizar, planteando los formatos en función de los objetivos de cada tipo de entregable. En cuanto al contenido de los entregables por cada fase, se describe de manera muy detallada su estructura y contenido, diferenciándose de manera notable de la mayoría de las ofertas presentadas en las que simplemente se enumeran o se hacen descripciones genéricas.

En cuanto a la metodología de la formulación de la estrategia plantea el uso de la metodología propia, que permite llegar al resultado mediante aproximaciones sucesivas, desarrollando de manera precisa dicha metodología.

**Se valora este criterio con 5,00 puntos.**

### **B.2.- Presentación de la memoria (hasta 10 puntos)**

La oferta presentada explica de forma clara y precisa el proceso de elaboración y redacción del Plan Mercamadrid Horizonte 2035, así como el plan de comunicación interno y externo, teniendo en cuenta el público objetivo o distintos grupos de interés, los distintos canales de comunicación existentes en la actualidad. Plantea una estrategia de comunicación cuidada, previendo expresamente la coordinación con la Dirección de Relaciones externas, en la que se encuadra el área responsable de comunicación de Mercamadrid, S.A., lo que evidencia que ha tenido en cuenta la estrategia de comunicación de la compañía y los canales y soportes habitualmente utilizados.

Plantea la definición de una estrategia de comunicación con una planificación y calendarización concreta, teniendo en cuenta los grupos de interés tanto internos como externos, identificando los canales más adecuados para difundir las acciones comunicativas, realizando de forma periódica actividades enfocadas a la actualización y mejora continua del Plan de Comunicación.

Se prevé la realización de al menos 3 presentaciones presenciales en función de los grupos de interés, y plantea una estrategia de comunicación asegurando la eficacia, facilidad de comprensión y simplificación de la aplicación futura del plan.

**Se valora este criterio con 10,00 puntos.**

### **Resumen puntuación DELOITTE CONSULTING S.L.U.**

CRITERIOS A VALORAR MEDIANTE JUICIOS DE VALOR	PUNTUACIÓN
<b>B.1.- Memoria técnica</b>	<b>14 puntos</b>
a) La metodología de trabajo propuesta	9 puntos
b) Los resultados y entregables propuestos	5 puntos
<b>B.2.- Presentación escrita de la memoria</b>	<b>10 puntos</b>
<b>TOTAL</b>	<b>24 puntos</b>

## AYMING ESPAÑA, S.A. UNIPERSONAL

### Criterios valorables mediante juicios de valor Memoria Técnica: hasta 25 puntos

#### B.1.- Memoria técnica (hasta 15 puntos):

a) La metodología de trabajo propuesta (hasta 10 puntos).

La oferta presentada describe de manera genérica la metodología de trabajo, sin adaptar la misma para el caso concreto de Mercamadrid, S.A. Se trata de una propuesta genérica que no permite visualizar el conocimiento y la consecución de los objetivos planteados en la prestación del servicio, por lo que la misma se considera insuficiente.

La propuesta presentada no establece los objetivos y líneas estratégicas ajustadas al caso concreto de Mercamadrid, S.A. o empresas con objeto social similar, de manera que no efectúa como otras ofertas el análisis del grado de impacto ni sus grupos de interés.

En cada fase del proyecto se define de forma genérica las tareas que se van a realizar. En cuanto a la metodología resulta igualmente poco concreta, y no permite visualizar su desarrollo para el caso concreto de Mercamadrid, S.A., al no tener correctamente identificados, al menos con carácter preliminar, los grupos de interés existentes.

Presenta un cronograma en el que detalla la duración de las distintas tareas que se considera correcto.

Las fases del proyecto se describen de forma poco equilibrada, plasmándose de manera teórica las tareas a realizar. En concreto, la fase III, crucial para el proyecto, tiene un desarrollo insuficiente en comparación con otras ofertas presentadas.

Además, alguna de las tareas planteadas, como por ejemplo el plan de riesgos, se consideran inadecuadas, al no ser objeto del contrato y solaparse con otros planes específicos de la compañía.

Por tanto, la propuesta presentada no profundiza en las necesidades concretas de Mercamadrid, S.A. siendo muy genérica y quedándose en un plano teórico que no aporta ningún valor añadido.

**Se valora este criterio con 2,00 puntos.**

#### b) Los resultados y entregables propuestos (hasta 5 puntos).

La oferta presentada resulta poco adecuada a los objetivos propuestos, puesto que dado su escaso grado de detalle no queda constancia del grado de conocimiento del sector al que pertenece Mercamadrid, S.A. (factores externos y tendencias clave).



En cuanto a los entregables, existe un apartado específico en que se limita reproducir los establecidos en el PPT, no efectuando una descripción de su contenido a diferencia de otras propuestas técnicas presentadas.

**Se valora este criterio con 0,50 puntos.**

**B.2.- Presentación de la memoria (hasta 10 puntos)**

Propone la realización de cinco presentaciones presenciales, dos más adicionales a las exigidas, pero dirigidas a grupos que no se pueden considerar de interés directo para Mercamadrid en este proyecto.

No plantea una estrategia de comunicación en la que se contemple acciones adicionales a las presentaciones del Plan de Mercamadrid Horizonte 2035 a diferencia de la mayoría de las ofertas presentadas

La propuesta resulta en este apartado nuevamente genérica, sin tener en cuenta grupos de interés clave de Mercamadrid.

**Se valora este criterio con 0,00 puntos.**

**Resumen puntuación AYMING ESPAÑA, S.A. UNIPERSONAL**

CRITERIOS A VALORAR MEDIANTE JUICIOS DE VALOR	PUNTUACIÓN
<b>B.1.- Memoria técnica</b>	<b>2,5 puntos</b>
a) La metodología de trabajo propuesta	2 puntos
b) Los resultados y entregables propuestos	0,5 puntos
<b>B.2.- Presentación escrita de la memoria</b>	<b>0 puntos</b>
<b>TOTAL</b>	<b>2,5 puntos</b>

### III.- RESUMEN DE PUNTUACIÓN PROPUESTA

	KPMG ASESORES, S.L.	EY TRANSFORMA SERVICIOS DE CONSULTORIA, S.L.	DELOITTE CONSULTING S.L.U.	AYMING ESPAÑA, S.A. UNIPERSONAL
<b>B.1.- Memoria técnica (a + b)</b>	<b>15</b>	<b>11</b>	<b>14</b>	<b>2,5</b>
a) La metodología de trabajo propuesta	10	8	9	2
b) Los resultados y entregables propuestos	5	3	5	0,5
<b>B.2.- Presentación de la memoria</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>0</b>
<b>TOTAL (B.1 + B.2)</b>	<b>25</b>	<b>21</b>	<b>24</b>	<b>2,5</b>

**M. Teresa Montero Montero**  
**Directora de Estrategia**