

## **ACTA DE LA MESA DE CONTRATACIÓN**

Expediente 4/2024. Servicio de asesoramiento y apoyo en destino a las empresas de la Comunitat Valenciana para su internacionalización en Francia.

### **Fecha y hora de celebración**

14 de mayo de 2024 a las 9:30 horas

### **Lugar de celebración**

La reunión tiene lugar a través de videoconferencia de conformidad con lo previsto en el artículo 17 de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público, quedando constancia en el expediente de la convocatoria remitida electrónicamente y el enlace para la conexión de los asistentes.

### **Asistentes**

Presidenta:

Dña. Ester Olivas Cáceres, directora adjunta del IVACE.

Secretario:

D. Joaquín Reyes López. Jefe de Unidad. Servicio Jurídico del IVACE.

Vocales:

Dña. Carmen Traver Gargallo. jefa del Servicio Económico-Financiero del IVACE.

Dña. Elena Cortell Olcina, jefa del Servicio Jurídico del IVACE.

Dña. Mar Alonso Vidart en ausencia de D. Enrique del Castillo Ibarrola, técnico del Área de Promoción Internacional del IVACE.

Dña. Mónica Payá López, técnica del Área de Promoción Internacional del IVACE.

### **Orden del día**

1. Aprobación de acta: Aprobación del acta de la sesión del día 18 de abril de 2024: acto de apertura del sobre 2 (documentación relativa a los criterios de adjudicación ponderables mediante un juicio de valor).
2. Acto de valoración documentación relativa a los criterios de adjudicación ponderables mediante un juicio de valor.

### **Se expone**

1. Aprobación de acta: Aprobación del acta de la sesión del día 18 de abril de 2024: acto de apertura del sobre 2 (documentación relativa a los criterios de adjudicación ponderables mediante un juicio de valor).

La mesa acuerda por unanimidad la aprobación del acta de la sesión del día 18 de abril de 2024.

2. Acto de valoración documentación relativa a los criterios de adjudicación ponderables mediante un juicio de valor.

El equipo técnico ha valorado las memorias técnicas presentadas por las empresas en atención a los criterios del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares (PCAP) con la siguiente puntuación (se adjunta informe de valoración a la presente acta):

**- Empresa: Cámara Oficial de Comercio de España en Francia (COCEF):**

- Propuesta de 2 sectores de interés (excluidos los sectores de hábitat y agroalimentario), que deberá incluir para cada sector:
  - Justificación de su elección, considerando en especial las oportunidades que presenta para las empresas de la Comunitat Valenciana de acuerdo con la masa crítica existente en este territorio (máximo 8 puntos por sector propuesto): 4 puntos.
  - Canales de acceso al mercado, por sector propuesto (máximo 6 puntos por sector propuesto): 4 puntos.
  - Una actividad de promoción por sector propuesto, que en todo caso deberá ser diferente para cada sector (máximo 4 por sector propuesto): 4 puntos.
- Estrategia de acceso al canal e-commerce o marketplaces: 6 puntos.

Puntuación total obtenida: 18 puntos

**- Empresa: SALVEO SAS**

- Propuesta de 2 sectores de interés (excluidos los sectores de hábitat y agroalimentario), que deberá incluir para cada sector:
  - Justificación de su elección, considerando en especial las oportunidades que presenta para las empresas de la Comunitat Valenciana de acuerdo con la masa crítica existente en este territorio (máximo 8 puntos por sector propuesto): 10 puntos.
  - Canales de acceso al mercado, por sector propuesto (máximo 6 puntos por sector propuesto): 4 puntos.
  - Una actividad de promoción por sector propuesto, que en todo caso deberá ser diferente para cada sector (máximo 4 por sector propuesto): 4 puntos.
- Estrategia de acceso al canal e-commerce o marketplaces: 6 puntos.

Puntuación total obtenida: 24 puntos

La Mesa aprueba la valoración realizada por los miembros del Servicio de Promoción Internacional que forman parte de la misma, y en consecuencia, la puntuación otorgada. Dado que el apartado LL del Anexo I del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares (PCAP) aprobado al efecto establece que “Las ofertas que no obtengan la puntuación mínima de 20 puntos quedarán excluidas de la licitación”, la Mesa acuerda excluir del procedimiento de adjudicación a la Cámara Oficial de Comercio de España en Francia (COCEF) al haber obtenido una valoración de 18 puntos por los motivos expuestos en el informe presentado.

Yo, como secretario, certifico con el visto bueno de la presidenta,

Secretario

Presidenta



**INFORME DE VALORACIÓN DEL SOBRE 2 (DOCUMENTACIÓN TÉCNICA) DE LAS OFERTAS PARA LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE ASESORAMIENTO A LAS EMPRESAS DE LA COMUNITAT VALENCIANA PARA SU INTERNACIONALIZACIÓN EN FRANCIA**

En relación con el expediente de contratación de la asistencia técnica referida, se procede a informar sobre el análisis y valoración de las ofertas presentadas en el sobre nº2:

**Sobre 2:** Documentación cuya evaluación depende de criterios cuantificables mediante juicios de valor: máximo 42 puntos:

Crterios	Puntos
Propuesta de 2 sectores de interés (excluidos los sectores de Hábitat y Agroalimentario), que deberá incluir para cada sector: <ul style="list-style-type: none"><li>- la justificación de su elección, considerando en especial las oportunidades que presenta para las empresas de la Comunitat Valenciana de acuerdo con la masa crítica existente en este territorio,</li><li>- los canales de acceso al mercado, por sector propuesto,</li><li>- y una actividad de promoción por sector propuesto, que en todo caso deberá ser diferente para cada sector</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Máximo 16 puntos (máximo 8 puntos por sector propuesto).</li><li>- Máximo 12 puntos (máximo 6 puntos por sector propuesto).</li><li>- Máximo 8 puntos (máximo 4 puntos por sector propuesto).</li></ul>
Estrategia de acceso a canal e-commerce o Marketplaces.	- Máximo 6 puntos.

Se deberá presentar una memoria que recoja exclusivamente los apartados arriba indicados, sin que, entre otros, se haga referencia alguna a los criterios cuya evaluación depende de criterios cuantificables mediante la mera aplicación de fórmulas (precio, oficina adicional en Francia y personal adicional en destino). La inserción de alguna de estas referencias en la memoria constituirá causa de exclusión de la licitación ya que la referencia a los citados criterios debe constar en el sobre 3 por valorarse como criterios objetivos.

Se valorará la claridad expositiva de la propuesta. **La extensión de la memoria no deberá superar las 20 páginas y el tamaño de fuente ser de al menos 10 puntos;** el incumplimiento de este requisito supondrá la no consideración de las páginas que superen estos umbrales.

Las ofertas que no obtengan la puntuación mínima de 20 puntos quedarán excluidas de la licitación.

A la presente licitación han presentado oferta las siguientes empresas:

- 1.- Cámara Oficial de Comercio de España en Francia
- 2.- Salveo SAS

Cámara oficial de Comercio de España en Francia
---

1. **Justificación de su elección, considerando en especial las oportunidades que presenta para las empresas de la Comunitat Valenciana, de acuerdo con la masa crítica existente en este territorio (máximo: 16 puntos; máximo de 8 puntos por sector propuesto)**

Para la selección de los sectores, la Cámara de Comercio de España en Francia ha realizado una evaluación de los principales componentes de la exportación de la Comunidad Valenciana a Francia. Por orden, se encuentran las frutas y hortalizas, vehículos, productos cerámicos y plásticos y sus manufacturas. Este último capítulo representa cerca de un 7% del total exportado en términos de valor.

**SECTOR DEL PLÁSTICO Y SUS MANUFACTURAS**

La oferta técnica aporta datos sobre la industria valenciana del plástico y caucho que genera un valor superior a 3.000 millones de euros. Francia es, además, destino preferente de nuestras ventas con un 20% del total siendo los artículos para el transporte y envasado los más dinámicos.

Otro factor a tener en cuenta es que la industria del plástico agrupa a muchos fabricantes con distintos tipos de producto y de la exportación participan numerosas empresas. El número de exportadores ha crecido con lo que se trata de otro argumento relevante en la presentación de este sector de oportunidad y un mejor impacto en la industria de la Comunidad Valenciana.

Desde el punto de vista de la demanda, el peso de Francia en la producción y consumo son dos factores mencionados. Por tipo de producto, destacan los envases y embalajes. Menos interés ofrecen los datos de la producción y el perfil de empresa en ese país.

La información sobre la demanda de mayor entidad está en la importación, el valor de 3500 millones de euros anuales y un 5% de cuota del mercado mundial. Por nichos de mercado, la oferta técnica señala la cosmética por ejemplo, el sector de la industria alimentaria que absorbe el 60% de la venta de envases con el acento en el envase personalizado y con un interés creciente en la protección del medio ambiente y la logística. Por otra parte, es relevante que Francia consume 4,8 millones de toneladas de los que la mayor parte se destina a envase y embalaje un 80% al consumo de los hogares.

Como oportunidades en el mercado, se realiza una segmentación por área de producción. Menciona nuevas soluciones, la importancia de la innovación y la sostenibilidad y el ecodiseño y los bioplásticos lo que aporta información valiosa sobre las tendencias del mercado que, por otra parte, son comunes al resto de países europeos.

Otro apartado lo dedica a la normativa y regulación existente que está armonizada a nivel europeo en cuanto a su producción, distribución, consumo y tratamiento de residuos. Se incluye una referencia al marco legal francés y también el etiquetaje del producto.

Por último, respecto a barreras comerciales, tratándose de un país comunitario no existen.

Puntuación: **4 puntos** (regular) La presentación del sector está poco ordenada. La importancia de la producción en la Comunidad Valenciana se encuentra bien acreditada con cifras de su peso en el tejido industrial, perfil de productor y desempeño en exportación. Sin embargo, la descripción del mercado francés se apoya débilmente en el consumo potencial y aporta información menos relevante sobre la producción local, tipo de empresa, áreas geográficas que además no presenta de una manera lineal.

Efectivamente existe una masa crítica pero no segmenta claramente las oportunidades que existen para nuestros fabricantes de productos de plástico.

## SECTOR CERÁMICA

Puntuación: **0 puntos** (insuficiente). El sector de la cerámica está incluido en el sector *hábitat*, sector expresamente excluido en el PCAP por tratarse de un sector muy maduro en la Comunitat Valenciana, de gran tradición exportadora en la práctica totalidad del territorio mundial, y que por tanto carecen de interés las aportaciones que puedan presentar las empresas licitadoras, razón por la que la empresa no recibe puntuación alguna.

El hipersector del *hábitat* integra empresas productoras de mueble, textilhogar, iluminación, cerámica y baño, entre otros. En este sentido, la cerámica es un componente fundamental en dicho macrosector, en especial para proyectos de hostelería y construcción en general, y prueba de ello son las acciones de promoción internacional de IVACE y del Instituto Español de Comercio Exterior ICEX enfocadas al hábitat, en las que siempre se han incluido los revestimientos cerámicos.

Sirva como ejemplo los sectores convocados para el Plan de Promoción Hábitat 2023 entre los que se encuentran los revestimientos cerámicos.

<https://www.icex.es/es/todos-nuestros-servicios/visitar-mercados/agenda-de-actividades/visor-actividades.a214i0000050sxlqam.act000202305>

Casualmente en el marco de esta misma licitación, el 6 de marzo de 2024, a través de la plataforma de contratación del sector público, se publicó la contestación a una pregunta formulada por un operador económico en fecha 5 de marzo de 2024:

*“Confirmar si el sector de la producción cerámica encaja dentro del sector habitat y por ende su tratamiento queda excluido en esta licitación.”*

Y la contestación dada por el IVACE en fecha 6 de marzo de 2024 en la citada plataforma fue:

*“Sí que está excluido ya que se encuentra entre los sectores del hábitat.”*

A continuación, se reproduce el pantallazo de la plataforma de contratación pública donde consta la pregunta y la respuesta.

The screenshot shows the IVACE public procurement platform interface. The main header includes the Spanish Government logo and the text 'CONTRATACION DEL SECTOR PÚBLICO'. Below the header, there are navigation tabs for 'Inicio', 'Licitaciones', 'Otras Publicaciones', 'Administración', 'Apoderamientos Garantías', 'Datos abiertos', 'Información', 'Buscador', and 'Contacto'. A search bar is also present. The main content area is titled 'Expediente' and shows the details of a procurement process for 'IVACE 4/2024'. The 'Preguntas y Respuestas' tab is active, displaying a list of questions and answers. The question, dated 06-03-2024 10:35, asks for confirmation regarding the ceramic sector's inclusion in the 'hábitat' sector and its exclusion from the procurement. The answer, dated 06-03-2024 10:35, confirms that the ceramic sector is excluded as it falls within the 'hábitat' sectors.

Actualización	Pregunta	Estado
20-03-2024 07:41	Por primera vez desde 2016, la plataforma me pide al momento de firmar los documentos del ...	Respondida
06-03-2024 10:35	Confirmar si el sector de la producción cerámica encaja dentro del sector habitat y por ende...	Respondida

**Usuario que pregunta:** lorenzovignal  
**Actualización:** 06-03-2024 10:35

**Pregunta:** Confirmar si el sector de la producción cerámica encaja dentro del sector habitat y por ende su tratamiento queda excluido en esta licitación.

**Respuesta:** Buenos días.  
Sí que está excluido ya que se encuentra entre los sectores del hábitat.  
Atentamente,

Así, y dado que una vez que se procede a responder a las preguntas formuladas por los operadores económicos, éstas son públicas y accesibles para todos aquellos usuarios de empresa que entran con credenciales a las diferentes licitaciones en las que se está interesado, la Cámara de Comercio de Comercio de España en Francia pudo acceder a esta información, que por otra parte, como decíamos arriba, resulta comúnmente aceptada. Véase en este sentido el Plan Sectorial del Habitat de Castilla y León, en el que se explica con toda suerte de detalles la definición del sector y las industrias (entre ellas, las cerámicas) que lo conforman:

[https://transparencia.jcyl.es/participacion/Participaci%C3%B3n%20Econom%C3%ADa%20y%20Hacienda/Plan\\_Sectorial\\_Habitat.pdf](https://transparencia.jcyl.es/participacion/Participaci%C3%B3n%20Econom%C3%ADa%20y%20Hacienda/Plan_Sectorial_Habitat.pdf)

**Total puntuación sectores de interés: 4 puntos**

**2. Canales de acceso al mercado, por sector propuesto (máximo: 12 puntos; máximo de 6 puntos por sector propuesto)**

**SECTOR DEL PLÁSTICO Y SUS MANUFACTURAS**

En la oferta técnica, la Cámara de Comercio de España en Francia establece condiciones aplicables a los dos sectores. Idioma y condiciones de pago así como calidad y logística del producto que en este último caso es favorables por las buenas líneas de transporte existentes con Francia.

Hay canales de acceso comunes a los dos sectores aunque parecen más enfocados al sector cerámico que al del plástico y sus manufacturas. Hacen referencia al contacto directo con clientes potenciales, agentes o a la figura del importador distribuidor.

En la última parte de su propuesta, y referida a sectores más tecnológicos, se recoge la posibilidad de participar en programas europeos de cooperación tecnológica.

Respecto del sector del plástico, incluye de forma genérica posibles canales que serían el productor y usuario industrial, el distribuidor industrial y el agente distribuidor.

Puntuación: 4 puntos (buena). Se presenta un análisis básico de la información requerida. Dentro del sector plástico se agrupan una gran cantidad de subsectores. La oferta señala los envases y embalajes, cosmética, alimentación, automoción, productos médicos, que tienen peculiaridades en cuanto a su canal de introducción en el mercado y no aparecen recogidos suficientemente en la oferta técnica.

**SECTOR CERÁMICA**

Puntuación: 0 (deficiente) presenta de forma defectuosa la información requerida. Sector excluido expresamente.

**Total puntuación canales de acceso: 4 puntos**

**3. Una actividad de promoción por sector propuesto -diferente para cada sector- (máximo: 8 puntos; máximo 4 puntos por sector propuesto)**

**SECTOR DEL PLÁSTICO Y SUS MANUFACTURAS**

En cuanto a la propuesta de una acción de promoción para el sector del plástico y sus manufacturas, la Cámara de comercio ha seleccionado una misión agrupada directa. Un viaje colectivo con la participación de fabricantes valencianos con el objetivo de reunirse con empresas francesas.

En este apartado se recogen los parámetros de duración de esta acción comercial y las cuatro fases en las que se desarrollaría. Estas son el análisis de la demanda, la prospección del mercado local y toma de contacto con las empresas y por último la organización de las agendas y logística.

La última fase es la ejecución y la asistencia de las empresas en destino y finalmente una adicional de seguimiento y control y evaluación.

Como conclusión, incluye un esquema gráfico y un cronograma con un plazo de ejecución de 4 meses.

Puntuación: 4 puntos (buena) se presenta un análisis de la actividad propuesta con un nivel de detalle exhaustivo, justificando su elección y adecuación al sector seleccionado, con un cronograma. Sin embargo, no se trata de una propuesta novedosa. Partimos de la base de que se trata de productos con estrategias de promoción diferente.

### **SECTOR CERÁMICA**

Puntuación: 0 puntos (deficiente). Sector excluido expresamente.

**Total puntuación actividad de promoción: 4 puntos**

### **Estrategia de acceso a canal e-commerce o Marketplaces. (Máximo: 6 puntos)**

La descripción del mercado del ecommerce en Francia está ampliamente recogido en la oferta técnica. La tasa de penetración de Internet alcanza el 92% y el número de compradores está en el 83%. Otro factor contenido en la propuesta es el de la facturación, con una tasa de crecimiento del 10%. Un aspecto interesante es el mayor dinamismo de la comercialización de servicios on line, respecto de la distribución de productos que se encuentra más estancada.

Otro aspecto destacable de la propuesta son las tendencias que existen en el comercio electrónico en las que incluye las redes sociales, la mejora de las redes de entrega, los criterios éticos y medioambientales y el RE commerce, comercio de proximidad, etc.

El cuadro sobre los distintos marketplaces y su peso por sector tiene igualmente interés.

Como estrategia de acceso, aporta cifras sólidas como que Francia es ya el primer cliente de las compras on line, asociadas con la imagen de producto español y unos precios competitivos.

En su propuesta desarrolla dos acciones muy focalizadas. Una estrategia de marketing dada la alta competencia en el mercado que siempre hay que adaptar al tipo de producto o servicio y la estrategia Omnicanal.

Puntuación. 6 puntos (muy buena) incluye un análisis del canal ecommerce en Francia con datos relevantes, una selección más breve de los mercados electrónicos, procedimientos y por último una estrategia de entrada en este canal online. El nivel de detalle es exhaustivo y los criterios están bien establecidos.

**Total puntuación estrategia de acceso a los sectores relacionados con el canal ecommerce and marketplaces 6 puntos**

1. **Justificación de su elección, considerando en especial las oportunidades que presenta para las empresas de la Comunitat Valenciana, de acuerdo con la masa crítica existente en este territorio (máximo: 16 puntos; máximo de 8 puntos por sector propuesto)**

#### **SECTOR DEL AUTOMÓVIL**

Se presenta el automóvil como un sector de importancia para la economía francesa, por su aportación al PIB y el número de empleos que supone. Habiendo dado muestras de recuperación tras el COVID, en el año 2023 las ventas de coches se disparan y el crecimiento del sector es un 16% en comparación con el año anterior.

La consultora presenta el interés de este sector para Comunidad Valenciana por varios motivos entre los que destaca los niveles de exportación a Francia y las posibilidades de crecimiento de la cuota del mercado francés, que ya es de un 9%.

Se detalla con más datos el tamaño del sector automovilístico en Francia, así como la competencia francesa e internacional, que podrían perturbar las cifras de ventas valencianas. Plantean variables añadidas como la transición energética o la escasez de semiconductores para hacernos girar hacia la posibilidad del vehículo eléctrico.

En efecto, las matriculaciones de híbridos enchufables y de eléctricos se han disparado un 48% en Francia, y a pesar de la adaptación a la normativa, la electrificación y las penalizaciones ecológicas, se espera un aumento de entre el 30 al 40% de vehículos eléctricos.

**Puntuación: 4 puntos (regular).**

En la oferta técnica se explica bastante exhaustivamente la importancia del sector en el mercado de referencia, con datos relevantes, tendencias y otros.

Pero aporta un análisis incompleto del otro apartado requerido, en concreto el de las oportunidades para las empresas de Comunidad Valenciana, porque a pesar de las cifras, no queda claro cómo se traduce los datos del sector con las oportunidades reales.

#### **SECTOR CALZADO**

El sector calzado en Francia experimenta una mejora sustancial post-COVID, recuperándose las cifras en 2022, con un aumento significativo de la cuota de mercado. Se experimentan subidas de precio debido a la inflación, haciendo que el precio al por menor crezca hasta casi un 4% lo cual puede hacer retroceder el volumen de negocio.

Como criterios de selección, menciona las buenas cifras del sector calzado en Comunidad Valenciana, tanto a nivel contribución al PIB como en exportación, unido a que Francia representa el tercer país más importante para las exportaciones de calzado valenciano y a que en Francia cada vez se fabrique menos calzado hacen que se elija este sector como uno de los de interés prioritario.

La demanda francesa de calzado se satisface por 2 vías muy distintas: la vía asiática y la europea, donde España se posiciona como 7º exportador de calzado a Francia. Se aceleran las importaciones desde Francia para responder al aumento de la demanda de bienes de consumo.

Existe competencia francesa en la fabricación de calzado, con varios grupos y marcas de prestigio. En la oferta técnica aporta una lista de empresas a nivel nacional e internacional.

Por último, aporta una reseña breve sobre las previsiones y tendencias futuras, como el “Made in France” que es un factor a tener en cuenta en todos los productos de consumo, así como la innovación y promover la comercialización omnicanal y el enfoque ecoresponsable.

Puntuación: **6 puntos (buena)**. Se presenta un análisis básico de los dos apartados requeridos. La consultora vuelca todos los datos necesarios de forma exhaustiva, hablando del sector y su importancia en el mercado francés, así como las oportunidades que supone para el sector del calzado en Comunidad Valenciana.

**Total puntuación sectores de interés: 10**

**2. Canales de acceso al mercado, por sector propuesto (máximo: 12 puntos; máximo de 6 puntos por sector propuesto)**

**SECTOR DEL AUTOMÓVIL**

El análisis de los canales de acceso al mercado francés, en este primer sector seleccionado son insuficientes. Establece dos redes, la primaria y secundaria pero no menciona a los proveedores de las cadenas de ensamblaje de vehículos que existen en ese país.

La toma de decisiones, en cuanto a la selección de proveedores en la automoción tiene características peculiares respecto de otras industrias y son las grandes marcas las que establecen en los distintos perfiles de acuerdo con los tiers 1 a 4. Por otra parte, también los fabricantes de componentes establecidos en territorio francés pueden ser clientes potenciales para las empresas de la Comunidad Valenciana.

Puntuación: 0 puntos (deficiente) se presenta de forma defectuosa la información requerida.

**SECTOR CALZADO**

En el sector del calzado, se aporta información de la distribución en el mercado francés. Mencionan las cadenas de distribución especializadas, especializado y canales on line.

En otro apartado, recoge lo relativo a las superficies dedicadas al deporte que representan cerca del 30% de las ventas del sector. Existen cadenas internacionales y las grandes marcas multinacionales.

Mayor interés tiene la descripción de las redes minoristas especializadas que representan el 28% de la distribución del calzado. Por último, están los operadores de comercio electrónico que en algunos casos están generando sus propias marcas.

Puntuación: 4 puntos (buena) se presenta un análisis básico de la información requerida.

**Total puntuación canales de acceso al mercado. 4 puntos**

**3. Una actividad de promoción por sector propuesto -diferente para cada sector- (máximo: 8 puntos; máximo 4 puntos por sector propuesto)**

**SECTOR DEL AUTOMÓVIL**

La acción de promoción propuesta es una misión comercial en el marco de la feria mundial del automóvil. Establecen un número de 7 empresas con un componente institucional añadido.

Puntuación: 2 puntos (regular) se presenta un análisis sobre la actividad propuesta para el sector del automóvil con un nivel de detalle suficiente. La oferta técnica incluye un cronograma básico. No se trata de una propuesta innovadora ni establece una adecuación clara ni una justificación suficiente.

## **SECTOR CALZADOS**

La oferta técnica propone una misión comercial inversa sobre la base de una acción realizada en el año 2022 de empresas del sector calzado a Francia. En este evento estuvieron presentes importadores y jefes de compra.

Puntuación: 2 puntos (regular) la propuesta se basa en una acción ya realizada y no justifica suficientemente la elección. Aporta el cronograma con cierto grado de detalle, pero se trata de una actividad poco original y no suficientemente elaborada.

**Total puntuación actividad de promoción: 4**

## **Estrategia de acceso a canal e-commerce o Marketplaces. (Máximo: 6 puntos)**

La estrategia de acceso a Canal e-commerce está exhaustivamente descrita, con un análisis amplio que incluye la justificación de la importancia de este canal, sino la selección de mercados electrónicos y la descripción de la estrategia de entrada.

En efecto, el mercado francés, con un gasto en compras on-line de 160.000 millones de euros en 2023 y con un crecimiento de más del 10% respecto al año anterior, confirma que Francia es uno de los mercados donde el comercio electrónico es más potente, gracias sobre todo a las redes sociales, las opciones de entrega más amplias o la importancia de criterios éticos y medioambientales.

La consultora nombra los marketplaces más utilizados en Francia y justifica que sean un canal estratégico para entrar en dicho mercado.

La estrategia pasa por elegir un market place con alto tráfico y tasas de recompra, para fidelizar a los consumidores, así como uno con altas valoraciones en servicio post-venta y con buenas reseñas para contrastar. También el hecho de ser cercano a la imagen y valores de la marca es un punto a tener en cuenta y por último el realizar un benchmarking sobre las condiciones de las diferentes plataformas. Proponen un caso concreto para describir la estrategia paso por paso y la describen con concreción y de forma perfectamente entendible.

Puntuación: **6 puntos (muy buena)** dando una estructuración de contenidos excelente con un muy buen nivel de detalle y aportando una selección y descripción clara e inteligible de mercados electrónicos, aplicados al mercado francés.

**Total puntuación estrategia de acceso a los sectores relacionados con el canal ecommerce and marketplaces 6 puntos**

**PUNTUACIÓN TOTAL EMPRESAS**

	<b>Justificación elección dos sectores de interés</b> - Máximo 8 puntos por sector propuesto	<b>Canales de acceso</b> - Máximo 6 puntos por sector propuesto	<b>Una actividad de promoción por sector propuesto</b> - Máximo 4 puntos por sector propuesto	<b>Estrategia de acceso a canal e-commerce o Marketplaces</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Cámara Oficial de Comercio de España en Francia</b>	40	40	40	6	18
<b>Salveo SAS</b>	46	04	22	6	24

**ENRIQUE PEDRO|DEL CASTILLO|IBARROLA**  
 Firmado digitalmente por ENRIQUE PEDRO|DEL CASTILLO|IBARROLA  
 Fecha: 2024.05.07 10:31:45 +02'00'

**Técnico del Área de Promoción Internacional**

**MONICA|PAYA|LOPEZ**  
 Firmado digitalmente por MONICA|PAYA|LOPEZ  
 Fecha: 2024.05.07 10:27:22 +02'00'

**Técnico del Área de Promoción Internacional**