

**INFORME TÉCNICO DE VALORACIÓN DE LOS CRITERIOS CUYA
CUANTIFICACIÓN DEPENDE DE UN JUICIO DE VALOR:**

**SERVICIOS DE AGENTES DE CAPTACIÓN DE INVERSIÓN EXTRANJERA EN
FRANCIA. EXPEDIENTE 51/2025.**

Índice

1.	INTRODUCCIÓN	3
1.1.	Metodología de evaluación. Criterios, Subcriterios y Aspectos a Valorar	3
1.2.	Método de valoración	4
2.	OFERTAS RECIBIDAS.....	6
3.	VALORACIÓN DE LAS OFERTAS	6
4.	PUNTACIONES FINALES	20

1. INTRODUCCIÓN

Este documento refleja el resultado de la valoración de los criterios de adjudicación cuya cuantificación dependen de un juicio de valor de las ofertas presentadas al expediente de licitación número **51/2025: SERVICIOS DE AGENTES DE CAPTACIÓN DE INVERSIÓN EXTRANJERA EN FRANCIA**, convocada por la Fundación Madrid por la Competitividad (en adelante, la Fundación).

El Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares (en adelante, PCAP) que rige la contratación del servicio prevé “*criterios cuya cuantificación está sujeta a un juicio de valor*” que han de tenerse en cuenta para la valoración de las ofertas de las empresas participantes en el procedimiento. Los criterios económicos y otros criterios evaluables de forma automática no van a ser objeto de tratamiento o valoración en este informe.

PUNTUACIÓN MÁXIMA DE CADA TIPO DE CRITERIO	
A) CRITERIOS CUYA CUANTIFICACIÓN ESTÁ SUJETA A UN JUICIO DE VALOR	49,00
B) CRITERIOS VALORABLES MEDIANTE FÓRMULAS	51,00
TOTAL PUNTUACIÓN MÁXIMA	100,00

Tabla 1. Tipos de criterios y puntuaciones

1.1. Metodología de evaluación. Criterios, Subcriterios y Aspectos a Valorar

La metodología aplicada es la siguiente:

A. CRITERIOS SUJETOS A JUICIO DE VALOR				PUNTUACIÓN MAX		49,00
PUNT MAX	SUBCR IT	DESCRIPCIÓN SUBCRITERIO	PUNT MAX	ASPECTOS A VALORAR		PUNT MAX
10,00						
	1	Información y asesoramiento a empresas radicadas en Francia	10,00	a)	<p>Descripción, análisis y alcance de la metodología y enfoque de:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La información y asesoramiento general para conocer el espacio económico, empresarial, educativo y social de la Comunidad de Madrid. - La normativa, procedimientos administrativos y cuestiones de carácter técnico que afecten a la inversión. - La información sobre la gama de servicios que Invest in Madrid ofrece a las empresas extranjeras y que puede aportarles específicamente para facilitar su proceso de internacionalización en la Comunidad de Madrid. 	10,00
15,00						

	1	Actividades de visibilización de la Comunidad de Madrid e Invest in Madrid en Francia	15,00	a)	<p>Descripción, análisis y alcance de la metodología y enfoque de:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La organización de tres eventos de inversión, Investment Forum, Madrid Investor Talks y Feria locales a inversores privados con potencial interés en la Comunidad de Madrid. - La identificación y vinculación de la actividad de atracción de inversión directa para la Comunidad de Madrid con socios estratégicos, públicos y privados. - La elaboración y difusión de material de comunicación. 	15,00
14,00						
	1	Actuaciones de captación de inversiones en Francia	14,00	a)	<p>Descripción, análisis y alcance de la metodología y enfoque de:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La identificación y captación de empresas con capacidad para desarrollar una estrategia internacional de inversores. - La distribución y difusión de información y publicaciones. - El mantenimiento de relaciones con empresa, asociaciones y organizaciones empresariales, instituciones y autoridades para promocionar y divulgar la imagen de la Comunidad de Madrid. 	14,00
10,00						
	1	Seguimiento y gestión del conocimiento	10,00	a)	Descripción, análisis y alcance de la metodología de seguimiento.	10,00

Tabla 2. Criterios, Subcriterios y Aspectos a valorar

Los licitadores debían incluir en el sobre n.º 2 una memoria técnica con el contenido indicado en el Anexo VI- Oferta técnica.

1.2. Método de valoración

- La valoración de cada oferta se efectuará a nivel de cada 'Aspecto a valorar' que está definido en los 'Criterios de adjudicación cuya valoración depende de un juicio de valor'.
- Para cada 'Aspecto a valorar' se analizará el contenido del subapartado correspondiente de la Memoria Técnica que lo trata. En este sentido, es importante resaltar que la estructura de la Memoria Técnica (Capítulos/Apartados/Subapartados) coincide con la estructura de los criterios cuya valoración depende de un juicio de valor (Criterios/Subcriterios/Aspectos a valorar).
- La valoración de los criterios sujetos a un juicio de valor se hará en base a la siguiente tabla (tabla de valoración):

Grado de calidad de la propuesta	Porcentaje a aplicar a la puntuación máxima
Alto	100%
Alto – Medio	80%
Medio	60%
Medio – Bajo	40%
Bajo	20%
Ninguno	0 %

Tabla 3. Metodología de valoración y porcentajes a aplicar según el resultado de la evaluación

- Para cada ‘Aspecto a valorar’ de cada oferta, se analizan, en este orden, las denominadas Perspectiva A y Perspectiva B (columnas 1 y 2 de la tabla de valoración) de la siguiente forma:
 - Se evalúa, para el ‘Aspecto a valorar’, el grado de calidad (alto, medio, bajo o ninguno) de la propuesta en función del contenido del subapartado correspondiente de la Memoria Técnica.
 - Para establecer el resultado de la evaluación, se tomará, como pauta general, lo siguiente:
 - Alto: está alineado con lo establecido en los pliegos y el valor aportado y/o nivel de excelencia es alto.
 - Alto-Medio: está alineado con lo establecido en los pliegos y el valor aportado y/o nivel de excelencia es intermedio, ni excelente ni medio.
 - Medio: está alineado con lo establecido en los pliegos y el valor aportado y/o nivel de excelencia es medio.
 - Medio-Bajo: está poco alineado con lo establecido en los pliegos y el valor aportado y/o nivel de excelencia es medio-bajo.
 - Bajo: está poco alineado con lo establecido en los pliegos y/o el valor aportado y/o nivel de excelencia es bajo.
 - Ninguno: no se identifica lo que propone, no es coherente o no está alineado con lo establecido en los pliegos, no aporta ningún valor y/o se reproduce, de forma más o menos aproximada el contenido de los pliegos.
 - Asimismo, para la valoración de los “aspectos a valorar” se tendrá en cuenta el grado de calidad de información, se tendrán en cuenta los siguientes aspectos concretos: concisión, relevancia, completitud y adecuación del nivel de detalle y claridad de lo ofertado.

Cálculo de las puntuaciones

Puntuación de cada ‘Aspecto a valorar’

- La puntuación del ‘Aspecto a valorar’ de cada oferta se obtendrá aplicando el porcentaje obtenido a la puntuación máxima asignada al ‘Aspecto a valorar’

Puntuación de cada 'Subcriterio'

- Para cada oferta, la puntuación de cada 'Subcriterio' se obtendrá sumando las puntuaciones de todos los 'Aspectos a valorar' del subcriterio.

Puntuación de cada 'Criterio'

- Para cada oferta, la puntuación de cada 'Criterio' se obtendrá sumando las puntuaciones de todos los 'Subcriterios' del criterio.

Puntuación final de los 'Criterios de adjudicación cuya valoración depende de un juicio de valor'

- Para cada oferta, la puntuación final obtenida en los 'Criterios de adjudicación cuya valoración depende de un juicio de valor' se obtendrá sumando las puntuaciones de todos los 'Criterios' de este tipo.

Umbral mínimo de calidad técnica

- **Se establece un umbral del 50% respecto a los criterios sujetos juicio de valor, con una puntuación total de 49,00 puntos (umbral $\geq 24,50$)**

Sólo el licitador que alcance el umbral mínimo establecido podrá continuar en el procedimiento, pasando a la valoración de criterios automáticos, de conformidad a lo dispuesto en el artículo 146.3 de la LCSP.

2. OFERTAS RECIBIDAS

Las ofertas recibidas y consideradas en la valoración han sido las siguientes:

- ACSAN EUROPEAN INVESTMENT CONSULTING
- CÁMARA DE COMERCIO FRANCO ESPAÑOLA
- GEOLINK EXPANSION S.L.
- ALTIOS FRANCE SAS
- TRACK GLOBAL SOLUTIONS S.L.
- IETEM GROUP S.L.

3. VALORACIÓN DE LAS OFERTAS

A continuación, se detalla el resultado de la evaluación de la oferta de cada uno de los licitadores:

a) Criterio 1: Información y asesoramiento a empresas radicadas en Francia.

ASPECTO A VALORAR: Descripción, análisis y alcance de la metodología y enfoque de:

- **La información y asesoramiento general para conocer el espacio económico, empresarial, educativo y social de la Comunidad de Madrid.**

- La normativa, procedimientos administrativos y cuestiones de carácter técnico que afecten a la inversión.
- La información sobre la gama de servicios que Invest in Madrid ofrece a las empresas extranjeras y que puede aportarles específicamente para facilitar su proceso de internacionalización en la Comunidad de Madrid.

1. ACSAN EUROPEAN INVESTMENT CONSULTING

La propuesta presenta un enfoque general y poco diferenciado en cuanto a la información y asesoramiento sobre el entorno económico, normativo y de servicios de apoyo a la inversión en la Comunidad de Madrid. Aunque se ofrece información estándar, se valora positivamente la iniciativa de crear una página específica de la Comunidad de Madrid dentro de la plataforma *Pole Implantation Enterprise*, lo que podría facilitar la visibilidad internacional y el acceso directo a contenidos localizados.

Sin embargo, el contenido previsto para dicha página no se detalla, y no se especifica cómo se adaptará la información al perfil de las empresas extranjeras ni qué tipo de asesoramiento se ofrecerá en función de su sector, tamaño o grado de madurez en el proceso de internacionalización.

Por otro lado, se propone el uso de soluciones digitales compartidas entre distintas regiones, lo que puede favorecer la interoperabilidad y el intercambio de buenas prácticas, pero también plantea el riesgo de una falta de personalización en la atención a las necesidades específicas del tejido empresarial madrileño.

La propuesta incluye una mención correcta de entregables y plazos, lo que aporta cierta estructura al enfoque metodológico. No obstante, esta información se presenta de forma superficial, sin desarrollo técnico ni vinculación clara con los objetivos del servicio, lo que limita la capacidad de análisis sobre su eficacia y alcance real.

En conjunto, se trata de una propuesta con elementos positivos pero insuficientemente desarrollados, que requiere mayor concreción para alcanzar una valoración técnica más sólida en el marco del criterio evaluado.

Valoración:

Medio

2. CÁMARA DE COMERCIO FRANCO

La propuesta se apoya en la experiencia previa y resultados obtenidos para justificar el cumplimiento de los puntos del apartado, lo cual aporta credibilidad y demuestra conocimiento del entorno de actuación. Se mencionan casos anteriores, colaboraciones institucionales o cifras de impacto que refuerzan la capacidad técnica del licitador.

Sin embargo, el contenido presentado es básico y poco desarrollado en cuanto a metodología, enfoque y alcance. No se detallan los procedimientos específicos utilizados, ni se explicita cómo se adaptará esa experiencia al contexto concreto de la Comunidad de Madrid. Tampoco se profundiza en los mecanismos de asesoramiento, canales de información ni herramientas que se emplearán para abordar los tres aspectos evaluados (entorno económico-social, normativa y servicios de Invest in Madrid).

En consecuencia, aunque la propuesta transmite confianza por su trayectoria, la falta de desarrollo metodológico limita su capacidad de respuesta frente al criterio evaluado. Sería necesario complementar la argumentación con una descripción más estructurada de las

acciones previstas, los recursos asignados y los indicadores de seguimiento que permitan valorar su eficacia en este nuevo contexto.

Valoración:	Medio - Alto
-------------	--------------

3. GEOLINK EXPANSION S.L.

La propuesta presenta un enfoque bien estructurado y orientado a la utilidad práctica para empresas extranjeras interesadas en invertir en la Comunidad de Madrid. Destaca por tres elementos clave:

- Se plantea la creación de fichas temáticas que incluyen información estadística, datos sobre economía regional, sectores estratégicos, mercado laboral y disponibilidad de suelo. Este recurso aporta valor añadido al facilitar una comprensión rápida y segmentada del entorno económico y empresarial madrileño, con potencial para ser actualizado periódicamente y adaptado a distintos perfiles de empresa.
- Aunque la información sobre normativa y procedimientos administrativos se presenta de forma sintética, se aprecia un esfuerzo por seleccionar contenidos relevantes y actualizados. Esta síntesis permite una lectura ágil sin perder rigor, lo que resulta útil para empresas que necesitan una primera aproximación clara al marco legal vigente en la región.
- La propuesta incluye la elaboración de un díptico en francés, específicamente dirigido a empresas francófonas. Este enfoque demuestra sensibilidad cultural y orientación internacional, facilitando el acceso a la información en el idioma nativo del público objetivo. El nivel de detalle previsto en este material refuerza la utilidad del recurso como herramienta de promoción y asesoramiento.

En conjunto, la propuesta combina contenido técnico, enfoque divulgativo y adaptación lingüística, lo que permite valorar su alcance metodológico y su capacidad para facilitar el proceso de internacionalización en la Comunidad de Madrid.

Valoración:	Alto
-------------	------

4. ALTIOS FRANCE SAS

La propuesta presenta un enfoque funcional y orientado a la internacionalización, con acciones concretas que, aunque descritas de forma resumida, permiten valorar positivamente su alineación con los objetivos del servicio.

- Se propone la creación de fichas específicas que serán completadas por el interlocutor francés, lo que demuestra una estrategia de recogida de información personalizada y adaptada al idioma del usuario final. Esta acción facilita el diagnóstico inicial de necesidades y permite ajustar el asesoramiento a cada empresa extranjera.
- Aunque la descripción es breve, se indica que la preparación de contenidos estará respaldada por el equipo de expertos legales y fiscales de la empresa. Este respaldo técnico aporta rigor y fiabilidad a la información sobre normativa, procedimientos administrativos y cuestiones técnicas que afectan a la inversión, reforzando la calidad del asesoramiento.
- La propuesta demuestra familiaridad con la gama de servicios que ofrece IIM, lo que permite una integración coherente entre el enfoque del licitador y los recursos institucionales disponibles. Además, se plantea la creación de una presentación y una ficha resumen en francés, lo que refuerza el enfoque internacional y facilita la comunicación con empresas francófonas interesadas en establecerse en la Comunidad de Madrid.

En conjunto, se trata de una propuesta con elementos bien orientados, que combina personalización, respaldo técnico y adaptación lingüística, aunque sería deseable un mayor desarrollo metodológico para fortalecer su alcance operativo.

Valoración:

Medio – Alto

5. TRACK GLOBAL SOLUTIONS S.L.

La propuesta parte de la experiencia en México, lo que le permite aprovechar recursos y contenidos previamente desarrollados. Se plantea la revisión y actualización de información existente, lo cual es positivo desde el punto de vista de eficiencia y continuidad. Sin embargo, el enfoque está claramente orientado al contexto mexicano, lo que reduce su aplicabilidad directa al público objetivo prioritario del servicio, que en este caso se centra en empresas francófonas.

Aunque se menciona la intención de elaborar un díptico en francés con información detallada, esta acción parece más complementaria que central en la propuesta. La adaptación lingüística es un punto fuerte, pero no se acompaña de una estrategia metodológica clara para captar, asesorar y acompañar a empresas francesas en su proceso de internacionalización en la Comunidad de Madrid.

Además, la revisión de información para México, aunque útil en otros contextos, no aporta valor directo al criterio evaluado si no se traduce en contenidos específicos para el mercado francés. La propuesta muestra voluntad de adaptación, pero carece de un enfoque estructurado y orientado a las necesidades concretas del perfil empresarial francófono.

En conjunto, se trata de una propuesta con elementos aprovechables, pero insuficientemente alineada con el público objetivo del servicio, lo que limita su valoración dentro del criterio de metodología y enfoque.

Valoración:

Medio - Alto

6. IETEM GROUP S.L.

La propuesta presenta un enfoque sólido, bien estructurado y claramente orientado a facilitar el proceso de internacionalización de empresas extranjeras en la Comunidad de Madrid. Destaca por la combinación de contenido innovador, profundidad técnica y adaptación lingüística, lo que permite valorar muy positivamente su alcance metodológico.

- Se propone incorporar el Madrid Investment Map, una herramienta innovadora que permite visualizar oportunidades de inversión en la región de forma georreferenciada. Este recurso aporta valor añadido al facilitar la toma de decisiones estratégicas por parte de empresas extranjeras, ofreciendo datos actualizados sobre sectores, infraestructuras, suelo disponible y dinámicas económicas.
- La propuesta incluye la creación de guías específicas sobre aspectos clave para la inversión: fiscalidad, suelo, ayudas públicas, residencia, propiedad intelectual y sociedades. Este enfoque demuestra una comprensión profunda de las necesidades de las empresas extranjeras y ofrece un marco técnico completo para acompañarlas en su proceso de implantación. La variedad de temas tratados cubre tanto cuestiones jurídicas como operativas, lo que refuerza la utilidad práctica del servicio.
- Se plantea la elaboración de una ficha resumen en francés con los servicios que ofrece Invest in Madrid (IIM), así como una presentación en PowerPoint adaptada al público francófono. Esta acción demuestra sensibilidad cultural y orientación internacional, facilitando la comunicación y el acceso a la información en el idioma del usuario final.

En conjunto, se trata de una propuesta muy completa, que combina contenido técnico, innovación digital y enfoque multilingüe, con un nivel de desarrollo que permite valorar muy positivamente su alineación con los objetivos del servicio y su capacidad para generar impacto real en el proceso de atracción de inversión extranjera.

Valoración:	Medio – Alto
-------------	--------------

b) Criterio 2: Actividades de visibilización de la Comunidad de Madrid e Invest in Madrid en Francia.

ASPECTO A VALORAR: Descripción, análisis y alcance de la metodología y enfoque de:

- La organización de tres eventos de inversión, Investment Forum, Madrid Investor Talks y Feria locales a inversores privados con potencial interés en la Comunidad de Madrid.
- La identificación y vinculación de la actividad de atracción de inversión directa para la Comunidad de Madrid con socios estratégicos, públicos y privados.
- La elaboración y difusión de material de comunicación.

1. ACSAN EUROPEAN INVESTMENT CONSULTING

La propuesta muestra una clara alineación con los requerimientos establecidos en los pliegos, especialmente en lo relativo a la elaboración de materiales de comunicación. Cada uno de los soportes propuestos está bien descrito, con formatos, contenidos y objetivos definidos, lo que refleja una planificación cuidada y orientada a la promoción efectiva.

En cuanto a la identificación de prescriptores estratégicos, aunque se mencionan de forma genérica, se trata de agentes reales y reconocidos, lo que aporta credibilidad a la propuesta. Sin embargo, no se profundiza en su papel ni en los mecanismos de colaboración previstos, lo que limita el análisis del alcance operativo de estas alianzas.

El punto más débil de la propuesta es la organización de los eventos de inversión. La descripción es muy breve y no se aportan elementos diferenciadores ni detalles sobre el formato, los públicos objetivo, los contenidos o los resultados esperados. Esta falta de desarrollo impide valorar su potencial impacto en la atracción de inversión directa.

En conjunto, se trata de una propuesta técnicamente correcta, con fortalezas claras en comunicación y alineación institucional, pero que requiere mayor profundidad en el diseño metodológico de los eventos y en la articulación con socios estratégicos para alcanzar una valoración más completa.

Valoración:	Medio
-------------	-------

2. CÁMARA DE COMERCIO FRANCO

La propuesta presenta una planificación estratégica acertada en la organización de eventos, con una clara orientación hacia zonas clave del ecosistema empresarial francés. Se propone celebrar el Investment Forum en la zona de Marsella-Aix, y el Madrid Investor Talks en la región de Lyon, aprovechando la coincidencia con Minalogic 2026, uno de los principales encuentros

tecnológicos de Europa. Esta elección demuestra conocimiento del entorno local y capacidad para generar sinergias con eventos de alto perfil.

Además, el licitador cuenta con una extraordinaria red de contactos, tanto entre empresas francesas ya establecidas en España como en el conjunto del territorio francés. Este activo es relevante para la convocatoria de participantes, la generación de oportunidades de inversión y la articulación de relaciones institucionales.

Sin embargo, el valor aportado y el nivel de excelencia en el apartado de materiales de comunicación es limitado. La propuesta se presenta de forma muy genérica y no hace referencia a los requisitos específicos establecidos en los pliegos, como la elaboración de dos noticias mensuales, un artículo mensual y un caso de éxito mensual. Esta omisión impide valorar la capacidad del licitador para mantener una estrategia de comunicación sostenida, estructurada y alineada con los objetivos de visibilidad y posicionamiento de Invest in Madrid.

En conjunto, se trata de una propuesta con fortalezas claras en la planificación de eventos y en la red de contactos, pero que requiere mayor desarrollo metodológico y compromiso operativo en el ámbito de la comunicación para alcanzar una valoración más equilibrada.

Valoración:	Alto
-------------	------

3. GEOLINK EXPANSION S.L.

La propuesta destaca por su alto nivel de detalle metodológico y por una planificación ambiciosa y bien estructurada en los tres aspectos evaluados. El enfoque demuestra una comprensión profunda de los objetivos del servicio y una capacidad operativa sólida.

- Se presenta una propuesta muy bien desarrollada, con descripción clara de las fases y metodología de cada evento. Se plantean ubicaciones estratégicas para el Investment Forum, como Marsella, Toulouse o Bruselas, lo que refleja un conocimiento preciso del ecosistema inversor europeo. Además, se incluyen dos propuestas para el Madrid Investor Talks (MIT) y siete ferias sectoriales, lo que evidencia una planificación proactiva y diversificada, orientada a maximizar el alcance y la captación de inversión.
- Aunque la mención de los actores locales es algo genérica, se reconoce que el licitador tiene conocimiento del entorno y contactos relevantes. Sería deseable una mayor concreción sobre el papel de estos socios y los mecanismos de colaboración previstos, pero la base relacional parece sólida.
- En relación con la elaboración y difusión de materiales de comunicación se alcanza un nivel de excelencia, no solo por detallar el cumplimiento de los requisitos del pliego —dos noticias mensuales, un artículo mensual y un caso de éxito mensual—, sino por proponer además un plan de comunicación flexible, alineado con el calendario anual de actividades. Esta planificación permite adaptar los contenidos a los hitos del servicio, reforzar la visibilidad institucional y mantener una presencia constante en canales estratégicos.

En conjunto, se trata de una propuesta muy completa, ambiciosa y técnicamente correcta, que combina planificación, capacidad de ejecución y enfoque estratégico, con un alto valor añadido para la promoción de la Comunidad de Madrid como destino de inversión.

Valoración:	Medio - Alto
-------------	--------------

4. ALTIOS FRANCE SAS

La propuesta cumple de forma básica con los requisitos del pliego, pero presenta un desarrollo limitado en los tres aspectos evaluados, lo que reduce su capacidad de generar valor añadido.

- El licitador se limita a confirmar la realización de los tres eventos previstos (Investment Forum, Madrid Investor Talks y Feria local), pero la descripción metodológica es muy genérica y no se aportan elementos diferenciadores. No se proponen ubicaciones geográficas concretas para el IF ni el MIT, lo que impide valorar la estrategia territorial o el enfoque internacional. Solo se mencionan dos ferias como posibles escenarios para el tercer evento, sin detallar su relevancia ni vinculación con los objetivos del servicio.
- La propuesta incluye una mención genérica a prescriptores o actores relevantes, pero no identifica socios estratégicos concretos, ni públicos ni privados. Tampoco se describen mecanismos de colaboración, lo que limita la capacidad de análisis sobre la articulación institucional y el aprovechamiento de redes existentes.
- El contenido expuesto se adapta de forma suficiente a lo solicitado en los pliegos. Se hace referencia a los entregables de comunicación (noticias, artículos, casos de éxito), pero de forma concisa y sin desarrollo técnico. No se especifican formatos, canales de difusión, ni criterios de planificación o seguimiento, lo que reduce la capacidad de valorar su impacto comunicativo.

En conjunto, se trata de una propuesta funcional, que cumple con los mínimos exigidos pero carece de profundidad metodológica y estrategia diferenciada, especialmente en lo relativo a la organización de eventos y la vinculación con socios clave.

Valoración:

Medio - Alto

5. TRACK GLOBAL SOLUTIONS S.L.

La propuesta presenta un alto nivel de detalle metodológico en la definición de los tres eventos previstos (Investment Forum, Madrid Investor Talks y Feria local), respaldado por la experiencia directa del licitador en su organización previa en México. Esta trayectoria aporta estructura y conocimiento operativo, pero también revela una limitación importante: la propuesta no incluye ubicaciones concretas para el IF ni el MIT en el contexto europeo o francófono, lo que reduce su alineación con el público objetivo del servicio, centrado en empresas francesas.

- Respecto a los socios estratégicos, se ofrece una definición muy detallada, diferenciando claramente entre actores públicos y privados. Sin embargo, los socios mencionados son los más tradicionales, sin incorporar entidades novedosas, sectoriales o emergentes que puedan aportar una visión renovada o ampliar el alcance de la estrategia de atracción de inversión en Francia.
- Por el contrario, en relación a la comunicación destaca por su nivel de excelencia y valor añadido. La propuesta no solo contempla los entregables exigidos por los pliegos (noticias, artículos, casos de éxito), sino que incluye además la elaboración de calendarios editoriales y una metodología interna para la producción de contenidos, lo que demuestra planificación, coherencia y capacidad de ejecución sostenida.

En conjunto, se trata de una propuesta técnicamente correcta y bien estructurada, con fortalezas claras en comunicación y gestión de eventos, pero que requiere una reorientación geográfica hacia el mercado francés para alcanzar una mayor coherencia con los objetivos del servicio y maximizar su impacto.

Valoración:

Medio

6. IETEM GROUP S.L.

La propuesta presenta un enfoque muy completo y bien alineado con los objetivos del servicio, destacando por su planificación detallada, conocimiento del entorno y capacidad de ejecución.

- Se plantea una muy buena propuesta de eventos, con localizaciones concretas y estratégicas para cada uno de ellos: el Investment Forum en París o Lyon, el Madrid Investor Talks en Toulouse o Lille, y cinco ferias sectoriales adicionales. Esta planificación demuestra un conocimiento profundo del ecosistema empresarial francés y una clara orientación hacia polos de innovación y actividad económica relevantes para la Comunidad de Madrid.
- El licitador muestra un elevado conocimiento de los actores clave, tanto en Francia como en la Comunidad de Madrid, lo que refuerza la capacidad de articular redes de colaboración eficaces. Aunque no se detalla el papel específico de cada socio, la amplitud del mapa relacional permite anticipar una buena capacidad de convocatoria y coordinación institucional.
- El contenido propuesto alcanza un nivel alto de calidad y valor añadido. Se mencionan los entregables exigidos por los pliegos (noticias, artículos, casos de éxito), y además se incluye una propuesta de temáticas y enfoques, lo que aporta coherencia editorial y capacidad de adaptación a distintos públicos. La difusión a través de su red profesional refuerza el alcance y la visibilidad de los contenidos, ampliando su impacto más allá de los canales institucionales.

En conjunto, se trata de una propuesta muy bien estructurada, técnicamente solvente y estratégicamente orientada, que combina planificación territorial, conocimiento institucional y comunicación eficaz, con un alto potencial para atraer inversión extranjera hacia la Comunidad de Madrid.

Valoración:	Medio – Alto
-------------	--------------

c) Criterio 3: Actuaciones de captación de inversiones en Francia.

ASPECTO A VALORAR: Descripción, análisis y alcance de la metodología y enfoque de:

- La identificación y captación de empresas con capacidad para desarrollar una estrategia internacional de inversores.
- La distribución y difusión de información y publicaciones.
- El mantenimiento de relaciones con empresa, asociaciones y organizaciones empresariales, instituciones y autoridades para promocionar y divulgar la imagen de la Comunidad de Madrid.

1. ACSAN EUROPEAN INVESTMENT CONSULTING

La propuesta presenta una estrategia de captación intensiva, con cifras destacables: 150 empresas contactadas al mes por correo electrónico y 250 por LinkedIn, lo que supone un total de 4.800 contactos anuales. Este volumen refleja una capacidad operativa significativa y el uso de herramientas digitales avanzadas, lo que permite valorar positivamente la eficiencia del proceso de prospección.

Sin embargo, el enfoque metodológico se queda en un nivel medio-bajo. Aunque se menciona una estrategia de marketing multicanal, en la práctica solo se detallan tres vías: email marketing, LinkedIn y encuentros presenciales. No se exploran otros canales relevantes como webinars, redes sectoriales, plataformas de matchmaking empresarial o colaboraciones con hubs de innovación, lo que limita la diversidad y profundidad de la estrategia de captación.

En cuanto al mantenimiento de relaciones institucionales, se hace una mención genérica a entidades de reconocida importancia, pero sin detallar su papel, el tipo de colaboración prevista ni los mecanismos de seguimiento. Esta falta de concreción impide valorar el grado de implicación real de estos actores y su contribución a la promoción de la Comunidad de Madrid.

En conjunto, se trata de una propuesta con buena capacidad operativa y herramientas adecuadas, pero que carece de un enfoque estratégico más amplio y diferenciado, tanto en la diversificación de canales como en la articulación institucional.

Valoración:	Medio
-------------	-------

2. CÁMARA DE COMERCIO FRANCO

La propuesta destaca por contar con una excelente base de datos propia, compuesta por más de 4.000 empresas, y por su participación habitual en eventos empresariales en Francia, lo que les permite acceder a un universo amplio y relevante de empresas francesas con potencial inversor. Esta combinación de activos facilita la identificación y captación de leads cualificados, especialmente en sectores estratégicos.

Además, el licitador demuestra una muy elevada red de contactos en Francia, que incluye no solo los Pôles de Compétitivité, sino también clusters, aceleradoras, incubadoras y, de forma destacada, el Business Connect Espagne. Esta red institucional y empresarial refuerza su capacidad de interlocución, convocatoria y promoción de la Comunidad de Madrid como destino de inversión.

Sin embargo, el apartado de difusión de información y publicaciones presenta un desarrollo genérico y de valor medio. Aunque se mencionan varios canales de comunicación (LinkedIn, web, etc.), no se explicita cómo se llevará a cabo la difusión, qué periodicidad tendrán los contenidos, ni qué tipología de mensajes o publicaciones se prevé utilizar en cada canal. Esta falta de concreción limita la capacidad de valorar la eficacia comunicativa y el impacto real de la estrategia editorial.

En conjunto, se trata de una propuesta con fortalezas claras en captación y relaciones institucionales, pero que requiere mayor desarrollo metodológico en la planificación y ejecución de la comunicación, especialmente en lo relativo a contenidos, formatos y frecuencia.

Valoración:	Medio – Alto
-------------	--------------

3. GEOLINK EXPANSION S.L.

La propuesta presenta una identificación precisa de empresas y socios, especificando el perfil del lead/inversor que se busca captar. Este enfoque permite orientar las acciones hacia empresas con verdadero potencial de internacionalización y alineadas con los objetivos de atracción de inversión directa para la Comunidad de Madrid.

En cuanto a la metodología de captación, se plantea una estrategia multicanal y bien estructurada, que combina acciones presenciales y digitales. Se mencionan herramientas como LinkedIn, la plataforma Inno Hub.Org, sistemas de alertas y monitorización digital, y la participación en eventos sectoriales, lo que demuestra una capacidad operativa sólida y

adaptada a distintos entornos de contacto empresarial. Aunque no se indica el número de empresas en su base de datos, se destaca que cuentan con más de 7.500 seguidores en LinkedIn, lo que refuerza su alcance y visibilidad en redes profesionales.

Respecto a la difusión de información y publicaciones, lo expuesto está alineado con los pliegos, y se contempla una estrategia multicanal. No obstante, el desarrollo es algo general, ya que no se especifican los formatos, la periodicidad ni el tipo de contenidos que se compartirán en cada canal. Aun así, se propone informar a su red de socios sobre la colaboración con Invest in Madrid, así como la identificación de prescriptores y líderes de opinión en Francia, con la previsión de realizar tres reuniones anuales, lo que aporta continuidad y refuerza la dimensión institucional del proyecto.

En conjunto, se trata de una propuesta bien orientada y operativamente sólida, con una estrategia de captación eficaz y una red de contactos activa, aunque sería deseable un mayor desarrollo técnico en la planificación editorial y en los mecanismos de difusión para alcanzar un nivel de excelencia más completo.

Valoración:	Alto
-------------	------

4. ALTIOS FRANCE SAS

La propuesta presenta una metodología de captación muy detallada, con una base de datos propia de 52.000 empresas, lo que supone un activo relevante para identificar potenciales inversores. Además, se plantea el uso de herramientas de inteligencia comercial como Crunchbase y LinkedIn Sales Navigator, lo que refuerza la capacidad de segmentación, seguimiento y análisis de oportunidades en tiempo real. Este enfoque demuestra una estrategia bien estructurada y apoyada en tecnología avanzada.

En cuanto al mantenimiento de relaciones institucionales, la propuesta incluye una mención muy detallada de socios locales, asociaciones empresariales y entidades financieras, incluyendo acceso a bancos y fondos de inversión. Esta red de contactos permite anticipar una buena capacidad de interlocución y articulación de alianzas estratégicas, tanto en el ámbito público como privado.

Sin embargo, el apartado de difusión de información y publicaciones presenta un desarrollo muy limitado, lo que afecta negativamente al nivel de excelencia en este punto. La propuesta se limita a indicar que Altios será responsable de la distribución y difusión de la información, conforme a los formatos y plataformas aprobadas por Invest in Madrid, sin especificar canales, periodicidad, tipo de contenidos ni estrategia editorial. Esta falta de concreción impide valorar la eficacia comunicativa y el impacto real de las acciones previstas.

En conjunto, se trata de una propuesta con fortalezas claras en captación y red institucional, pero que requiere un desarrollo mucho más profundo en la planificación y ejecución de la comunicación, para alcanzar una valoración equilibrada y alineada con los objetivos del servicio.

Valoración:	Medio – Alto
-------------	--------------

5. TRACK GLOBAL SOLUTIONS S.L.

La propuesta presenta una metodología de captación bien estructurada, basada en la experiencia del licitador en México. Se describe con detalle el enfoque seguido, aunque se apoya exclusivamente en bases de datos externas de forma genérica, sin aportar una base propia ni indicar el número de empresas que podrían ser contactadas. Esta falta de concreción limita la capacidad de valorar el alcance real de la estrategia de prospección. Además, aunque

no se valora formalmente en este documento, se indica que se organizarán solo 10 reuniones, lo que sugiere una actividad limitada en términos de contacto directo con potenciales inversores.

El apartado de difusión de información y publicaciones alcanza un nivel de excelencia alto. La propuesta incluye una explicación detallada de los pasos que seguirán para distribuir los contenidos, así como una estrategia multicanal bien definida, lo que demuestra planificación, coherencia editorial y capacidad de ejecución. Este enfoque aporta valor añadido y refuerza la visibilidad del servicio.

En cuanto al mantenimiento de relaciones institucionales, la propuesta incluye una definición muy detallada de asociaciones y organismos de reconocido prestigio, lo que permite anticipar una buena capacidad de interlocución y articulación institucional. Sin embargo, la mayoría de estas relaciones están centradas en el ecosistema mexicano, lo que reduce su aplicabilidad directa al contexto francés, que es el foco principal del servicio.

En conjunto, se trata de una propuesta sólida en comunicación y relaciones institucionales, pero que presenta debilidades en la estrategia de captación empresarial y en la adecuación geográfica, al no estar centrada en el mercado francés, lo que limita su alineación con los objetivos específicos del contrato.

Valoración:	Medio
-------------	-------

6. IETEM GROUP S.L.

La propuesta presenta una metodología de captación bien definida y de alta calidad, basada en el uso de bases de datos específicas de inversión extranjera directa (FDI) y en canales eficaces como ferias sectoriales y redes de prescriptores. Además, se propone la elaboración de una base de datos propia con 100 empresas cualificadas, lo que demuestra un enfoque selectivo y orientado a resultados, alineado con los objetivos del servicio.

En el apartado de difusión de información y publicaciones, la propuesta alcanza un nivel medio-alto, con una explicación clara tanto de la metodología como de los canales de difusión previstos. Se contempla una estrategia multicanal que incluye medios digitales y redes profesionales, aunque se echa en falta la incorporación de medios tradicionales (prensa especializada, boletines impresos, colaboraciones editoriales), que podrían ampliar el alcance y la visibilidad institucional.

Uno de los aspectos más destacados de la propuesta es su enfoque en el mantenimiento de relaciones institucionales, tanto en Francia como en la Comunidad de Madrid. No solo se mencionan socios relevantes, sino que se propone la organización de tres encuentros digitales al año con figuras destacadas del ecosistema inversor francés en España, lo que refuerza la dimensión estratégica del servicio y permite generar espacios de diálogo, visibilidad y atracción de inversión.

En conjunto, se trata de una propuesta muy completa y bien orientada, con fortalezas claras en captación, planificación institucional y estrategia de relación, aunque con margen de mejora en la diversificación de canales de comunicación.

Valoración:	Medio
-------------	-------

d) Criterio 4: Seguimiento y gestión del conocimiento

ASPECTO A VALORAR: Descripción, análisis y alcance de la metodología de seguimiento.	
1. ACSAN EUROPEAN INVESTMENT CONSULTING	
La propuesta incluye referencias a prescriptores de forma genérica, sin detallar nombres, perfiles o funciones específicas dentro del sistema de seguimiento. No obstante, se trata de prescriptores reales y reconocidos en el ámbito de actuación del contrato, lo que aporta cierta solidez y credibilidad al planteamiento. Además, no se especifica si se trata de una herramienta ya implantada, una solución propia o una plataforma de uso común, lo que genera incertidumbre sobre su viabilidad operativa y su integración en el flujo de trabajo del contrato.	
Valoración:	Medio
2. CÁMARA DE COMERCIO FRANCO	
La propuesta indica que se utilizará una base de datos compartida como herramienta para el seguimiento y la gestión del conocimiento, pero no se especifica qué tipo de sistema, aplicación o formato se empleará. Esta falta de concreción limita significativamente la capacidad de análisis técnico y metodológico del planteamiento. Además, no se aclara si se trata de una solución ya implantada, una herramienta propia o una plataforma comercial, lo que genera incertidumbre sobre su viabilidad operativa, su integración en el flujo de trabajo del contrato y su alineación con los objetivos del seguimiento.	
Valoración:	Medio
3. GEOLINK EXPANSION S.L.	
Se identifican de forma concreta las actividades de seguimiento previstas, incluyendo hitos, responsables, periodicidad y mecanismos de control. Además, se especifican los entregables que permitirán verificar el cumplimiento de objetivos, tales como informes de seguimiento, matrices de indicadores, registros de incidencias y evaluaciones periódicas. El planteamiento incorpora un análisis continuo tanto cuantitativo como cualitativo, lo que permite una lectura integral del desempeño del contrato.	
Valoración:	Medio - Alto
4. ALTIOS FRANCE SAS	
La propuesta incluye una referencia a Microsoft Teams como herramienta para la gestión del conocimiento, pero dicha mención es escasa y carece de desarrollo técnico o metodológico. No se especifica cómo se integrará esta plataforma en el sistema de seguimiento ni qué funcionalidades concretas se utilizarán (como repositorios, canales temáticos, control de versiones o seguimiento de tareas). En resumen, la propuesta demuestra una intención de utilizar medios digitales para la gestión del conocimiento, pero al no desarrollar cómo se aplicará ni qué resultados se esperan, su contribución al seguimiento queda desdibujada y su valoración técnica resulta limitada.	
Valoración:	Medio
5. TRACK GLOBAL SOLUTIONS S.L.	

La propuesta destaca por incorporar una solución tecnológica robusta y bien definida para el seguimiento y la gestión del conocimiento. Se plantea el uso de una aplicación propia —Zoho CRM— junto con el sistema en la nube que ya se encuentra operativo con IIM, lo que demuestra continuidad, integración y aprovechamiento de recursos existentes. Además, el uso de una herramienta propia como Zoho CRM permite adaptar la funcionalidad a las necesidades específicas del contrato, mientras que la integración con IIM garantiza la continuidad operativa y la compatibilidad con los sistemas ya implantados.

En conjunto, esta propuesta presenta un enfoque sólido, bien estructurado y técnicamente viable, que responde adecuadamente al criterio de seguimiento y gestión del conocimiento, con un alcance metodológico claro y una capacidad demostrada para generar valor en la ejecución del contrato.

Valoración:	Medio - Alto
-------------	--------------

6. IETEM GROUP S.L.

La propuesta plantea de forma clara y bien estructurada la utilización de Microsoft Teams como herramienta central para el seguimiento y la gestión del conocimiento, aportando un nivel de detalle que permite valorar positivamente su alcance metodológico. En conjunto, la propuesta ofrece una solución tecnológica viable, ampliamente utilizada y bien adaptada a los objetivos del contrato, lo que refuerza su valoración positiva dentro del criterio de seguimiento y gestión del conocimiento.

Valoración:	Medio – Alto
-------------	--------------

e) Resumen de puntuaciones

Resumen de puntuaciones:				
		Valoración	Porcent.	Puntos
1. ACSAN EUROPEAN INVESTMENT CONSULTING				29,40
	Criterio 1: Información y asesoramiento a empresas radicadas en el ámbito territorial de cada lote.	Medio	60 %	6,00
	Criterio 2: Actividades de visibilización de la Comunidad de Madrid e Invest in Madrid en el ámbito territorial de cada lote	Medio	60 %	9,00
	Criterio 3: Actuaciones de captación de inversiones en el ámbito territorial de cada lote	Medio	60 %	8,40
	Criterio 4: Seguimiento y gestión del conocimiento	Medio	60 %	6,00
2. CÁMARA DE COMERCIO FRANCO ESPAÑOLA				40,20
	Criterio 1: Información y asesoramiento a empresas radicadas en Francia.	Medio – Alto	80 %	8,00

	Criterio 2: Actividades de visibilización de la Comunidad de Madrid e Invest in Madrid en Francia.	Alto	100 %	15
	Criterio 3: Actuaciones de captación de inversiones en Francia.	Medio – Alto	80 %	11,20
	Criterio 4: Seguimiento y gestión del conocimiento	Medio	60 %	6,00
3. GEOLINK EXPANSION S.L.				44,00
	Criterio 1: Información y asesoramiento a empresas radicadas en Francia.	Alto	100 %	10,00
	Criterio 2: Actividades de visibilización de la Comunidad de Madrid e Invest in Madrid en Francia.	Medio – Alto	80 %	12,00
	Criterio 3: Actuaciones de captación de inversiones en Francia.	Alto	100 %	14,00
	Criterio 4: Seguimiento y gestión del conocimiento	Medio – Alto	80 %	8,00
4. ALTIOS FRANCE SAS				37,20
	Criterio 1: Información y asesoramiento a empresas radicadas en Francia.	Medio – Alto	80 %	8,00
	Criterio 2: Actividades de visibilización de la Comunidad de Madrid e Invest in Madrid en Francia.	Medio – Alto	80 %	12,00
	Criterio 3: Actuaciones de captación de inversiones en Francia.	Medio – Alto	80 %	11,20
	Criterio 4: Seguimiento y gestión del conocimiento	Medio	60 %	6,00
5. TRACK GLOBAL SOLUTIONS S.L.				33,40
	Criterio 1: Información y asesoramiento a empresas radicadas en Francia.	Medio – Alto	80 %	8,00
	Criterio 2: Actividades de visibilización de la Comunidad de Madrid e Invest in Madrid en Francia.	Medio	60 %	9,00
	Criterio 3: Actuaciones de captación de inversiones en Francia.	Medio	60 %	8,400
	Criterio 4: Seguimiento y gestión del conocimiento	Medio – Alto	80 %	8,00
6. IETEM GROUP S.L.				36,40
	Criterio 1: Información y asesoramiento a empresas radicadas en Francia.	Medio – Alto	80 %	8,00
	Criterio 2: Actividades de visibilización de la Comunidad de Madrid e Invest in Madrid en Francia.	Medio – Alto	80 %	12,00

Criterio 3: Actuaciones de captación de inversiones en Francia.	Medio	60 %	8,40
Criterio 4: Seguimiento y gestión del conocimiento	Medio – Alto	80 %	8,00

4. PUNTACIONES FINALES

A continuación, como cuadro resumen se incluyen cuadros resumen de la valoración de los criterios sujetos a un juicio de valor, reflejando la puntuación de los licitadores:

LICITADOR	CRIT. 1	CRIT. 2	CRIT. 3	CRIT. 4	TOTAL
GEOLINK EXPANSION S.L.	10,00	12,00	14,00	8,00	44,00
CÁMARA DE COMERCIO FRANCO ESPAÑOLA	8,00	15,00	11,20	6,00	40,20
ALTIOS FRANCE SAS	8,00	12,00	11,20	6,00	37,20
IETEM GROUP S.L.	8,00	12,00	8,40	8,00	36,40
TRACK GLOBAL SOLUTIONS S.L.	8,00	9,00	8,40	8,00	33,40
ACSAN EUROPEAN INVESTMENT CONSULTING	6,00	9,00	8,40	6,00	29,40

En madrid a 11 de noviembre de 2025

Firmado por DE ARISTEGUI LABORDE
DIEGO - ***9207** el día
11/11/2025 con un certificado
emitido por AC FNMT Usuarios