

INFORME DE VALORACIÓN TÉCNICA DE LA LICITACIÓN POR LA QUE SE HA DE REGIR LA CONTRATACIÓN POR LOTES DE LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA LA REALIZACIÓN DE UNA CAMPAÑA DE PROMOCIÓN DE LOS PRODUCTOS PESQUEROS Y ACUÍCOLAS DE LA CONSEJERÍA DE AGRICULTURA, PESCA, AGUA Y DESARROLLO RURAL DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA EN LAS PROVINCIAS COSTERAS DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA ANDALUZA DURANTE LA ÉPOCA ESTIVAL EN LOS AÑOS 2024 Y 2025. EXPT: CONTR-2024 55608

Con fecha 8 de mayo de 2024, se han aperturado los sobres electrónicos de las siguientes empresas y el Departamento de Promoción procede a la valoración de sus ofertas técnicas:

- ALGAKÓN S.L. OCIO SERVICIOS Y PRODUCCIONES (Lotes 2 y 4)
- DIECISIETE COMUNICACIÓN Y MARKETING SOSTENIBLE S.L. (Lotes 2 y 4)
- ECOALMERÍA ACTIVA S.L (Lote 1)
- E-HUMAN TECH S.L. (Lotes 1 y 3)
- ESCIENCIA EVENTOS CIENTÍFICOS S.L. (Lote 4)
- GREEN GLOBE SYPA S.L. (Lotes 3 y 5)
- FOCUS BRAND S.L. (Lotes 2 y 4)
- I-FISH CONSULTING (Lotes 2 y 4)
- MÉTODO AMBIENTAL CONSULTORES S.L. (Lote 2 y 4)
- QUESADA & PASTOR CONSULTORES, S.L. (Lotes 3 y 5)
- UTE BOXPOMO PROJECTS SL OPERA BUSINESS DREAMS S.L. (Lotes 3 y 5)
- UTE KIDWORD GLOBAL S.L. OPEN DIGITAL S.L. (Lotes 2 y 4)
- WOMACK INTEGRATED MARKETING S.L. (Lotes 2 y 4)

Los trabajos objeto de este pliego se desarrollan a lo largo del litoral andaluz, que se divide en cinco lotes como sigue:

- Lote 1. Provincia de Almería
- Lote 2. Provincia de Cádiz
- Lote 3. Provincia de Granada
- Lote 4. Provincia de Huelva
- Lote 5. Provincia de Málaga

Los criterios de adjudicación fijados en el Pliego de Clausulas Administrativas Particulares (en adelante PCAP) de la presente licitación son los siguientes:

- Oferta económica: 41% (puntuación máxima 41 puntos)
- Experiencia: 3% (puntuación máxima 3 puntos)
- Oferta técnica: 49 % (puntuación máxima 49 puntos)
- Mejoras: 7% (puntuación máxima 7 puntos)

Conforme se recoge en el PCAP, existe un umbral técnico mínimo de **24,5 puntos** en la valoración mediante juicio de valor, que las empresas licitadoras tienen que superar para que sus ofertas económicas puedan ser valoradas y poder continuar en el proceso selectivo.

FIRMADO POR	INMACULADA CONCEPCION GONZALEZ GONZALEZ	24/05/2024	PÁGINA 1/47
	SONIA MARIA FERIA DOMINGUEZ		
	LAURA RIVAS RODRIGUEZ		
VERIFICACIÓN	Pk2jmBH4AFRZRZVQFUWCPGC69PEDWCL	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

Para la valoración de la oferta técnica se ha tenido en cuenta la documentación aportada por las empresas licitadoras en el sobre 2.

Criterios de adjudicación ponderables en función de un juicio de valor: Valorado en un **49 %**. MÁXIMO **49 PUNTOS**

1. DISEÑO Y CONTENIDOS DE LAS ACTIVIDADES SEGÚN PÚBLICO OBJETIVO. MÁXIMO 26 PUNTOS.

- 1.1. **Contenidos:** Se valorará la conveniencia y oportunidad de los contenidos seleccionados para el diseño de las actividades, así como la coherencia de las mismas con los objetivos marcados en el PPT. MÁXIMO 14 PUNTOS.
- 1.2. **Originalidad:** Se valorará la originalidad en el diseño de las actividades para lograr comunicar los contenidos seleccionados de una forma atractiva, con el fin de captar la atención y el interés del público objetivo. MÁXIMO 6 PUNTOS.
- 1.3. **Adaptación:** Se valorará la adaptación del diseño y contenido de las actividades al público objetivo y al entorno en el que se desarrolla la campaña. MÁXIMO 6 PUNTOS.

2. METODOLOGÍA A SEGUIR EN EL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES SEGÚN PÚBLICO OBJETIVO. MÁXIMO 13 PUNTOS.

- 2.1. **Metodología:** Se valorará la metodología atendiendo a su carácter didáctico, participativo y a su flexibilidad para contribuir a alcanzar los objetivos marcados en el PPT adaptándose al público al que va dirigido y a la provincia. MÁXIMO 7 PUNTOS.
- 2.2. **Temporalidad:** Se valorará la dosificación del tiempo de la actuación en relación con las actividades planteadas y el público objetivo. MÁXIMO 3 PUNTOS.
- 2.3. **Recursos humanos:** Se valorará la organización de los recursos humanos para el correcto desarrollo metodológico, en cuanto a la distribución de tareas, captación del veraneante y optimización del espacio del punto de información y del entorno geográfico cercano. MÁXIMO 3 PUNTOS.

3. UTILIZACIÓN DE RECURSOS MATERIALES Y/O AUDIOVISUALES. MÁXIMO 10 PUNTOS.

Se valorará el **uso y características** de los recursos materiales y/o audiovisuales que apoyen el óptimo desarrollo de las actividades a llevar a cabo y contribuyan a la captación del veraneante, así como que los mismos estén en coherencia con el tipo de actividad y el público objetivo al que van dirigidos. MÁXIMO 10 PUNTOS.

Para la evaluación numérica de estos criterios ponderables en función de un juicio de valor, se ha tomado como base una calificación desde el 0 al 10 y que, posteriormente, se ha ponderado al peso específico de cada uno de los criterios y subcriterios.

La calificación será:

- 0 = MUY DEFICIENTE O NO SE PUEDE VALORAR
- 2 = DEFICIENTE
- 4 = INSUFICIENTE
- 6 = CORRECTO
- 8 = MUY BIEN
- 10 = EXCELENTE

A continuación se detalla la valoración (de 0 a 10 puntos) sin ponderar de las empresas licitadoras de cada lote:

FIRMADO POR	INMACULADA CONCEPCION GONZALEZ GONZALEZ	24/05/2024	PÁGINA 2/47
	SONIA MARIA FERIA DOMINGUEZ		
	LAURA RIVAS RODRIGUEZ		
VERIFICACIÓN	Pk2jmBH4AFRZRUVQFUWCPGCG69PEDWCL	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

La puntuación numérica ya ponderada de todas las empresas aparece recogida en el cuadro que figura al final del documento.

LOTE 1. PROVINCIA DE ALMERÍA

ECOALMERÍA ACTIVA S.L

1. DISEÑO Y CONTENIDOS DE LAS ACTIVIDADES SEGÚN PÚBLICO OBJETIVO.

1.1. Contenidos: NO SE PUEDE VALORAR (0 puntos)

La propuesta de diseño del contenido de las actividades según público objetivo de esta empresa NO SE PUEDE VALORAR, al no ajustarse al apartado 2.3. *Trabajos a realizar*, subapartados a y b, del Pliego de Prescripciones Técnicas, donde se especifica que debe llevarse a cabo tanto el diseño y realización de las actividades de información y promoción de la pesca y la acuicultura, dirigidas al público adulto en general como el diseño y realización de actividades didácticas y lúdicas dirigidas específicamente a la población infantil, de acuerdo con una metodología participativa adaptada al público objetivo para llevar a cabo dichas actividades, según los objetivos marcados en el apartado 2.1. La propuesta de actividades deberá incluir al menos una actividad con formato concurso.

La memoria presentada no propone actividades por cada público objetivo ni incluye ningún formato concurso. Únicamente plantea un listado de contenidos generales que hace imposible deducir qué tipo de actividades se proponen para las actuaciones, así como la coherencia de las mismas con los objetivos marcados en la campaña.

Este incumplimiento de los trabajos solicitados imposibilita la valoración de los contenidos y afecta al resto de subcriterios recogidos dentro de este apartado.

1.2. Originalidad: NO SE PUEDE VALORAR (0 puntos)

No se ajusta a lo requerido en el pliego de prescripciones técnicas.

1.3. Adaptación: NO SE PUEDE VALORAR (0 puntos)

No se ajusta a lo requerido en el pliego de prescripciones técnicas.

2. METODOLOGÍA A SEGUIR EN EL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES SEGÚN PÚBLICO OBJETIVO:

2.1. Metodología: MUY DEFICIENTE (0 puntos)

La metodología presentada por esta empresa obtiene la calificación de MUY DEFICIENTE. La descripción del procedimiento a seguir en el desarrollo de las actividades es prácticamente inexistente.

2.2. Temporalidad: MUY DEFICIENTE (0 puntos)

La temporalidad presentada por esta empresa obtiene la calificación de MUY DEFICIENTE. La dosificación del tiempo de la actuación en relación con las actividades y el público objetivo es muy pobre, ya que no se ha propuesto ni temporalizado ninguna actividad.

FIRMADO POR	INMACULADA CONCEPCION GONZALEZ GONZALEZ	24/05/2024	PÁGINA 3/47
	SONIA MARIA FERIA DOMINGUEZ		
	LAURA RIVAS RODRIGUEZ		
VERIFICACIÓN	Pk2jmBH4AFRZRQFUWCPGC69PEDWCL	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

2.3. Recursos humanos: MUY DEFICIENTE (0 puntos)

El subcriterio “recursos humanos” obtiene una calificación de MUY DEFICIENTE. No se ha descrito la organización del personal en cuanto a la distribución de tareas, captación del veraneante y optimización del espacio del punto de información y del entorno geográfico cercano.

3. UTILIZACIÓN DE RECURSOS MATERIALES Y/O AUDIOVISUALES: MUY DEFICIENTE (0 puntos)

La utilización de recursos materiales y audiovisuales se califica de MUY DEFICIENTE, al haber carencias de fondo en las actividades y el planteamiento metodológico. La descripción de materiales es muy general. Además, los recursos son escasos y poco atractivos. Tampoco se hace aprovechamiento del entorno natural.

E-HUMAN TECH S.L

1. DISEÑO Y CONTENIDOS DE LAS ACTIVIDADES SEGÚN PÚBLICO OBJETIVO.

1.1. Contenidos: MUY BIEN (8 puntos)

La identificación de los contenidos para el diseño de las actividades está muy bien. Se aprecia la conveniencia y oportunidad de los mensajes seleccionados en gran parte de las actividades de acuerdo con los objetivos marcados en el pliego de prescripciones técnicas. Se valora positivamente las distintas tipologías de actividades, diseñadas con mucho detalle en función del tipo de contenido y del público al que va dirigido. Aparte de plantear una amplia variedad de talleres y dinámicas para el público adulto e infantil, añade otras para realizar en común.

La profundidad en los contenidos y en cómo se relacionan entre sí, así como la naturaleza de las actividades propuestas denota un buen dominio técnico y didáctico en la materia. Así, por ejemplo, las actividades “Pesca responsable” y “¡A la Lonja!” enlazan la identificación de especies con las tallas mínimas de una forma muy pedagógica.

Este apartado no alcanza mayor puntuación porque en el planteamiento de algunas actividades no se advierte la conexión directa con el objeto de la campaña y/o no encierran contenidos fundamentales para alcanzar los objetivos de la campaña. Sirva de ejemplo la creación de medusas recicladas, los talleres de cultivo de algas marinas y de posidonia y la actividad “diseccionando un pez”.

1.2. Originalidad: MUY BIEN (8 puntos)

El tipo de actividades diseñadas logran comunicar muy bien los contenidos seleccionados de una forma atractiva, consiguiendo captar la atención y el interés de los diferentes target. Plantean desde actividades donde los niños se convierten en pescadores, talleres de cocina, juegos educativos, manualidades para los más pequeños, hasta un bingo marino y juegos de realidad aumentada. Por lo general, las actividades invitan a la participación y el entretenimiento.

1.3. Adaptación: MUY BIEN (8 puntos)

La adaptación del diseño y contenido de las actividades de acuerdo al público al que van dirigidas es muy buena. Así, por ejemplo, unos contenidos complejos como pueden ser las tallas mínimas, el valor nutricional del pescado o el etiquetado, lo adaptan con mucha pericia a través del uso de juegos y recursos específicos de elaboración propia. Es el caso de las actividades “Pesca responsable”, “Chef Junior” o el bingo marino, muy bien adaptadas al público infantil, o de la actividad “¡A la lonja!” que plantea la creación de una lonja de una forma muy ingeniosa.

FIRMADO POR	INMACULADA CONCEPCION GONZALEZ GONZALEZ	24/05/2024	PÁGINA 4/47
	SONIA MARIA FERIA DOMINGUEZ		
	LAURA RIVAS RODRIGUEZ		
VERIFICACIÓN	Pk2jmBH4AFRZRvQFUWCPGC69PEDWCL	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

La adaptación al entorno también es muy buena, ya que en la mayoría de actividades los contenidos relativos a las artes de pesca y especies marinas se adaptan a la localidad donde se organizan los talleres. Ejemplo de adaptación al entorno: Explican las artes de pesca más representativas de la provincia donde se realizan las actuaciones o las especies pesqueras más comunes en ese lugar a través del juego...

También saben aprovechar muy bien el espacio natural en el que se encuentran, trascendiendo la carpa (ej. “Crucigrama gigante”, “Puzzle gigante” o “Aula del Mar”).

Este apartado no alcanza la excelencia porque se echa en falta mayor concreción en los tramos de edad que abarcan las actividades destinadas al público infantil.

2. METODOLOGÍA A SEGUIR EN EL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES SEGÚN PÚBLICO OBJETIVO:

2.1. Metodología: EXCELENTE (10 puntos)

La metodología propuesta por esta empresa obtiene la valoración de excelente. Se trata de un planteamiento muy completo que no deja cabo suelto, diseñado para la construcción de aprendizajes duraderos basados en la participación activa, en los principios de creatividad, en la libertad de comunicación y en el aprendizaje significativo, partiendo de las experiencias y conocimientos previos de los participantes. Se utilizan recursos que intercalan la formación teórica y la práctica, teniendo en cuenta una metodología activa-participativa adecuada para alcanzar los objetivos de la campaña.

Asimismo, prevén el uso de distintas técnicas de motivación hacia el aprendizaje (técnicas de correlación con la realidad, técnicas de éxito inicial, técnicas de competencia, técnicas de participación activa o la del trabajo socializado); estableciendo además una estrategia para intentar activar la curiosidad y hacer que la experiencia de participación sea significativa y constructiva.

2.2. Temporalidad: EXCELENTE (10 puntos)

La temporalidad de las actividades se valora en su conjunto como excelente. Las actividades y trabajos se han temporalizado con precisión y coherencia en relación a la duración de la actuación.

2.3. Recursos humanos: EXCELENTE (10 puntos)

La organización de los recursos humanos es excelente, tanto en lo referido al gran despliegue del personal como a la división de tareas perfectamente delimitadas, lo que contribuye a un correcto desarrollo de la actuación.

3. UTILIZACIÓN DE RECURSOS MATERIALES Y/O AUDIOVISUALES: EXCELENTE (10 puntos)

Los recursos materiales y audiovisuales guardan una excelente coherencia con el tipo de actividades propuestas. Ofrecen una amplia variedad de recursos que comprende desde los más elementales (pinturas de dedos, folios impresos con imágenes para colorear, etc.) y otros de elaboración propia como maquetas y figuras de peces, hasta los más sofisticados e innovadores como pueden ser las gafas de realidad virtual, microscopios, etc.; para apoyar los contenidos y adecuarlos al grupo de edad, llamando la atención del veraneante para su participación y difundiendo la campaña. Se valora la promoción de la reutilización y el reciclaje de los materiales en algunas de las actividades (botellas de plástico, cajas de cartón, rollos de papel higiénico, etc).

Se saca el máximo aprovechamiento tanto del punto de información y de la mesa de trabajo, como del entorno natural. Esta empresa también contempla otras propuestas que amplían aún más este radio de acción

FIRMADO POR	INMACULADA CONCEPCION GONZALEZ GONZALEZ	24/05/2024	PÁGINA 5/47
	SONIA MARIA FERIA DOMINGUEZ		
	LAURA RIVAS RODRIGUEZ		
VERIFICACIÓN	Pk2jmBH4AFRZRQFUWCPGC69PEDWCL	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

y la difusión de la campaña a través del uso de medios digitales como redes sociales, blogs, vídeos promocionales, etc.

LOTE 1: ALMERÍA	EMPRESAS LICITADORAS	VALORACIÓN ABSOLUTA		MODERACIÓN	VALORACIÓN PONDERADA	
		ECOALMERÍA ACTIVA S.L	E-HUMAN TECH, S.L.		ECOALMERÍA ACTIVA S.L	E-HUMAN TECH, S.L.
CRITERIOS						
1. DISEÑO Y CONTENIDOS DE LAS ACTIVIDADES SEGÚN PÚBLICO OBJETIVO:						
1.1. Contenidos		0	8	14	0	11,2
1.2. Originalidad		0	8	6	0	4,8
1.3. Adaptación		0	8	6	0	4,8
2. METODOLOGÍA A SEGUIR EN EL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES SEGÚN PÚBLICO OBJETIVO:						
2.1. Metodología		0	10	7	0	7
2.2. Temporalidad		0	10	3	0	3
2.3. Recursos Humanos		0	10	3	0	3
3. UTILIZACIÓN DE RECURSOS MATERIALES Y/O AUDIOVISUALES:						
		0	10	10	0	10
TOTAL VALORACIÓN TÉCNICA		0	64	49	0	43,8

FIRMADO POR	INMACULADA CONCEPCION GONZALEZ GONZALEZ		24/05/2024	PÁGINA 6/47
	SONIA MARIA FERIA DOMINGUEZ			
	LAURA RIVAS RODRIGUEZ			
VERIFICACIÓN	Pk2jmBH4AFRZRQFUWCPGC69PEDWCL		https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

LOTE 2. PROVINCIA DE CÁDIZ

ALGAKÓN S.L. OCIO SERVICIOS Y PRODUCCIONES

1. DISEÑO Y CONTENIDOS DE LAS ACTIVIDADES SEGÚN PÚBLICO OBJETIVO.

1.1. Contenidos: EXCELENTE (10 Puntos)

La selección de contenidos alcanza la excelencia. Hay una identificación perfecta de los contenidos clave, como tallas mínimas, etiquetado, sostenibilidad pesquera; entre otros. Así pues, a través de la actividad para adultos “¿Qué comemos hoy” se contribuye a mejorar el conocimiento sobre las características diferenciales y la calidad de las especies pesqueras más representativas y, en definitiva, a reconocer y elegir bien lo que consumimos. Otro ejemplo es la actividad “Mi pescadería”, diseñada para fomentar y promover la pesca y acuicultura responsable y sostenible, dando a conocer la importancia del etiquetado, concienciando al público objetivo sobre la importancia de evitar el consumo de especies que no han alcanzado el tamaño mínimo reglamentario; entre otros aspectos.

1.2. Originalidad: EXCELENTE (10 Puntos)

La tónica de todas las actividades es la originalidad y la oportunidad de las mismas, logrando captar la atención y la motivación de los veraneantes. Un ejemplo de ello es el taller “Exploradores”, una actividad muy atractiva para los niños por acercar el mundo biológico de las especies de nuestras playas y orillas a través de la exploración y por estimular su curiosidad por aprender sobre el pescado de nuestras costas.

Igualmente la actividad “Mi pescadería” promueve el consumo de pescado entre los participantes de una manera didáctica, cercana y lúdica abordando conjuntamente aspectos como los valores nutricionales, el etiquetado o las tallas mínimas entre otros.

1.3. Adaptación: MUY BIEN (8 Puntos)

Para cada contenido diseña una o varias actividades clasificadas por público objetivo y edad, alcanzando sobradamente cada uno de los objetivos recogidos en el pliego y adaptada al entorno natural en el que se desarrolla la actuación. Sirva de ejemplo la actividad “El Comecocos del Mar” o “El caladero”.

La propuesta no alcanza la excelencia en este subcriterio porque se echa en falta en los contenidos la mención de especies locales de la provincia y una mayor adaptación a la zona geográfica.

2. METODOLOGÍA A SEGUIR EN EL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES SEGÚN PÚBLICO OBJETIVO:

2.1. Metodología: EXCELENTE (10 Puntos)

La metodología se califica de excelente. Se valora muy positivamente la profundización en la comunicación de todos los mensajes y el exhaustivo guion metodológico planteado para el desarrollo la campaña en su conjunto, que abarca desde la organización y funcionamiento del espacio hasta la comunicación.

La base metodológica es flexible, muy didáctica y participativa. Las actividades están perfectamente ideadas y coordinadas entre sí para garantizar el aprendizaje. Sirva de justificación la actividad tipo concurso ¿Qué sabes de la pesca? que diseñan de manera estratégica para realizar tras la participación en el resto de actividades, a modo de balance. Asimismo, el hecho de que esta actividad sea la ideada para la obtención del premio especificado en el pliego, pone en valor la importancia de ganárselo a través de lo aprendido, lo que refuerza el aprendizaje.

FIRMADO POR	INMACULADA CONCEPCION GONZALEZ GONZALEZ	24/05/2024	PÁGINA 7/47
	SONIA MARIA FERIA DOMINGUEZ		
	LAURA RIVAS RODRIGUEZ		
VERIFICACIÓN	Pk2jmBH4AFRZRQFUWCPGCG69PEDWCL	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

2.2. Temporalidad: EXCELENTE (10 Puntos)

La temporalidad es impecable, todas las actividades están medidas y rigurosamente ordenadas, dedicando un tiempo específico para su realización en función de los contenidos y del público objetivo, logrando el perfecto equilibrio en el conjunto de la actuación.

2.3. Recursos humanos: MUY BIEN (8 puntos)

En líneas generales, la organización de los recursos humanos se califica de muy buena. Destaca la labor de captación de público e información a viandantes lo que contribuye a un correcto desarrollo de la actuación. La propuesta no alcanza mayor puntuación porque se echa en falta una división más clara en las tareas de cada uno de los monitores.

3. UTILIZACIÓN DE RECURSOS MATERIALES Y/O AUDIOVISUALES: EXCELENTE (10 Puntos)

Los recursos utilizados para el correcto desarrollo de las actividades están en total consonancia con el tipo de actividad y el público objetivo al que van dirigidos y se presentan perfectamente organizados. Así, por ejemplo, sabe reconocer el ictiómetro como un recurso muy interesante sobre el que apoyarse para transmitir el tema de las tallas mínimas.

La utilización de recursos de acuerdo con las actividades planteadas es excelente, por cuanto apoyan el óptimo desarrollo de las actividades a llevar a cabo y contribuyen a la captación del veraneante. Se valora muy positivamente la amplia variedad de material de elaboración propia para el apoyo de estas actividades informativas y de sensibilización pesquera (juego de fichas, kit de curiosidades de playas, etiquetas, fotomontajes...). En especial, se destaca el aprovechamiento de los recursos que se encuentran en la playa, consiguiendo de un modo sencillo hacer más atractiva la actuación y sensibilizar a través del entorno.

DIECISIETE COMUNICACIÓN Y MARKETING SOSTENIBLE S.L.

1. DISEÑO Y CONTENIDOS DE LAS ACTIVIDADES SEGÚN PÚBLICO OBJETIVO:

1.1. Contenidos: EXCELENTE (10 puntos)

La solidez de esta propuesta refleja una excelente base técnica en relación con la materia objeto del pliego, lo que contribuye favorablemente a su coherencia interna y lleva la propuesta a un nivel de excelencia. Cada una de las actividades se han diseñado minuciosamente y conectan perfectamente con los objetivos de la campaña.

Sirva de ejemplo, la exposición “Un viaje por los mares del Sur” cuyos contenidos incluyen de una forma muy atractiva desde información sobre la actividad pesquera y acuícola en Andalucía, valores nutricionales del pescado e información sobre tallas mínimas hasta los tipos de especies más habituales en la costa de Cádiz.

Asimismo el escape room ¡Que no te enreden! consigue divulgar de una forma divertida y didáctica para el público objetivo aspectos relacionados con las actividades pesquera y acuícola, las principales especies comerciales y el etiquetado y la trazabilidad de los productos pesqueros entre otros contenidos.

1.2. Originalidad: EXCELENTE (10 puntos)

La propuesta de actividades destaca muy especialmente por su originalidad. Todas las actividades están planteadas para fomentar la interacción y el aprendizaje por parte de la población objetivo. En concreto, la exposición “Un viaje por los mares del Sur” se convierte en un elemento clave de atracción y participación

FIRMADO POR	INMACULADA CONCEPCION GONZALEZ GONZALEZ	24/05/2024	PÁGINA 8/47
	SONIA MARIA FERIA DOMINGUEZ		
	LAURA RIVAS RODRIGUEZ		
VERIFICACIÓN	Pk2jmBH4AFRZRQFUWCPGCG69PEDWCL	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

para los visitantes durante la actuación puesto que en las diferentes actividades previstas, los participantes deberán ir a consultar información recogida en la exposición para seguir jugando. Además, en su diseño se propone el uso de elementos como cajas de pescado y herramientas vinculadas al imaginario de la profesión (brújula, mapa, ...), junto con otras herramientas actuales, que proyecten una visión moderna y responsable de la actividad pesquera y acuícola.

Otras acciones de la propuesta que destacan por su originalidad son “Maringo”, la gimnasia “Pesca en Familia”, el escape room “¡Que no te enreden!” o la actividad “Misión alta mar”. La idea de que el concurso propuesto surja de la participación en el resto de actividades es también imaginativa e interesante, al estimular la implicación del público.

1.3. Adaptación: EXCELENTE (10 puntos)

La adaptación del diseño y contenido de las actividades en relación al público objetivo y al entorno se ha realizado de forma excelente. Las actividades se han segmentado en cinco tipos de público diferenciado, que incluyen a tres franjas de edad para la población infantil, así como a la población senior y a las personas adultas acompañadas de hijos/as.

Esta segmentación de públicos permite adaptar las actividades, teniendo en cuenta hábitos de consumo de pescado según la edad, las competencias de lectoescritura de los más pequeños, etc.

Asimismo, todas las actividades aprovechan el entorno en su desarrollo, yendo más allá del punto de información. Muchos de los contenidos se adaptan además a la zona geográfica donde se desarrolla la actuación, destacando los tipos de especies más habituales de la provincia de Cádiz.

2. METODOLOGÍA A SEGUIR EN EL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES SEGÚN PÚBLICO OBJETIVO:

2.1. Metodología: EXCELENTE (10 puntos)

La metodología propuesta por esta empresa obtiene la calificación de excelente. Se plantea una metodología lúdico-pedagógica en la que el juego tiene un papel protagonista, y que se adapta a las distintas edades, y con un diseño de actividades basado en un procedimiento: ALART –Actitud Lúdica + Acción + Reflexión + Transferencia, para que el aprendizaje adquiera significación, forme y transforme.

En definitiva, se busca tanto ofrecer información sobre los contenidos indicados en el pliego de prescripciones técnicas, como promover un cambio de actitud, concienciar sobre diferentes aspectos relacionados con el consumo de pescado, promover la curiosidad, etc. Para conseguir afianzar conocimientos para que sean duraderos y cambiar hábitos se trabaja con una metodología activa de aprendizaje como la gamificación. Todas las actividades ponen en marcha exitosamente la Actitud Lúdica a través de la propuesta de un reto, un juego o una dinámica. Después de la vivencia, la Acción, se pasa a la Reflexión para poner palabras a aquello vivido, de forma que el aprendizaje se haga consciente. Y, en último lugar, la Transferencia, es decir, tomar conciencia sobre cómo aquello descubierto y aprendido, impacta en el día a día de cada persona, y en las dinámicas de los entornos sociales.

2.2. Temporalidad: EXCELENTE (10 puntos)

Se valora excelentemente la dosificación del tiempo de la actuación en relación con las actividades planteadas y el público objetivo, especificando para cada actividad su duración y dinámica.

FIRMADO POR	INMACULADA CONCEPCION GONZALEZ GONZALEZ	24/05/2024	PÁGINA 9/47
	SONIA MARIA FERIA DOMINGUEZ		
	LAURA RIVAS RODRIGUEZ		
VERIFICACIÓN	Pk2jmBH4AFRZRvQFUWCPGC69PEDWCL	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

2.3. Recursos Humanos: EXCELENTE (10 puntos)

La organización de tareas se ha planificado excelentemente, lo que contribuye a un desarrollo óptimo de las actividades. Los trabajos de coordinación, captación de los veraneantes y aprovechamiento del espacio del punto de información y del entorno geográfico cercano se han descrito perfectamente.

3. UTILIZACIÓN DE RECURSOS MATERIALES Y/O AUDIOVISUALES: EXCELENTE (10 puntos)

Los materiales son sostenibles, atractivos y se adecúan perfectamente a las distintas edades objeto de la campaña, así como a los objetivos perseguidos. Se proponen contenidos propios que contienen información sobre distintos aspectos relacionados con los productos pesqueros y de la acuicultura, tallas mínimas, propiedades nutricionales, etc, y que se adaptan a la provincia donde se realiza la campaña. El entorno natural se aprovecha con astucia, proponiendo muchas actividades fuera de la carpa.

FOCUS BRAND S.L.

1. DISEÑO Y CONTENIDOS DE LAS ACTIVIDADES SEGÚN PÚBLICO OBJETIVO.

1.1. Contenidos: DEFICIENTE (2 puntos)

La identificación de los contenidos obtiene la calificación de deficiente. Todos los contenidos se abordan de forma demasiado genérica en cada una de las actividades, apreciándose falta de claridad en su definición y coherencia entre ellos.

Si bien esta empresa plantea una gran variedad de actividades, se debería haber profundizando más en la descripción de cada uno de los contenidos fundamentales. También se observa una falta de base técnica y procedimental en el desarrollo de la propuesta, lo que hace que el conjunto de la actuación falle en la consecución de los objetivos del pliego. Así por ejemplo, en el taller “Intercambiador de recetas”, “Rosco Pesquero Pasapalabra” o “Twistter pesquero”, se detectan carencias técnicas y metodológicas por plantearse contenidos muy genéricos y dispares sin ni siquiera proponer una introducción previa a los participantes, lo que dificulta la conexión con los objetivos de la campaña.

Tampoco se aclara cuáles son las actividades con formato concurso para el público adulto e infantil en las que se entregarán como premio los elementos de merchandising, tal y como se recoge en el apartado 4.3 del pliego.

1.2. Originalidad: CORRECTO (6 puntos)

El tipo de actividades propuestas como el “Rosco Pesquero Pasapalabra” o el “Twister pesquero” resultan atractivos *a priori* para captar la atención y el interés del público objetivo. La propuesta no alcanza mayor puntuación en este subcriterio porque la selección de los contenidos resulta demasiado genérica y no concreta cómo se comunicarán muchos de los mensajes fundamentales, además de presentar fallos metodológicos.

1.3. Adaptación: DEFICIENTE (2 puntos)

La adaptación del diseño y contenido de las actividades a los objetivos de la campaña y el entorno en el que se desarrolla se califica como deficiente. Se presentan actividades para público adulto, infantil y familiar pero no se mencionan especies ni lugares de producción o captura locales ni la mayoría de actividades están convenientemente descritas ni trabajadas en profundidad para adaptarse a los objetivos de la campaña.

FIRMADO POR	INMACULADA CONCEPCION GONZALEZ GONZALEZ	24/05/2024	PÁGINA 10/47
	SONIA MARIA FERIA DOMINGUEZ		
	LAURA RIVAS RODRIGUEZ		
VERIFICACIÓN	Pk2jmBH4AFRZRZVQFUWCPGC69PEDWCL	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

2. METODOLOGÍA A SEGUIR EN EL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES SEGÚN PÚBLICO OBJETIVO:

2.1. Metodología: DEFICIENTE (2 puntos)

No existe un planteamiento metodológico sólido que permita conocer en profundidad cómo se van a abordar cada uno de los contenidos. Falta consistencia en la propuesta y centrar más el enfoque de acuerdo con el objeto de campaña.

2.2. Temporalidad: MUY BIEN (8 puntos)

Se valora muy bien la dosificación del tiempo de la actuación en relación con las actividades planteadas ya que para cada actividad se especifica su duración así como se presenta la organización general de la acción.

La propuesta no alcanza mayor puntuación en este subcriterio porque la estimación en la ejecución de algunas de las actividades no es realista lo que hace que la actuación pierda equilibrio en su conjunto. Ejemplo, para la actividad “Rosco Pesquero Pasapalabra” se ha estimado una duración de 5 minutos por participante lo que resulta poco ajustado a la realidad teniendo en cuenta que los participantes deben conseguir 14 puntos para obtener un parasol.

2.3. Recursos humanos: CORRECTO (6 puntos)

Las tareas de los monitores están correctamente delimitadas. Un monitor asume en el mostrador de la carpa la información a los veraneantes sobre la campaña y la asistencia a las actividades fijas, mientras que otro se hace cargo de la captación e información fuera del punto de información.

Sin embargo no se menciona la realización de las encuestas, ni hay una diferenciación de tareas según el público objetivo o la afluencia que haya en la playa.

3. UTILIZACIÓN DE RECURSOS MATERIALES Y/O AUDIOVISUALES: DEFICIENTE (2 puntos)

La propuesta de materiales y recursos audiovisuales se ha presentado de forma deficiente. La relación de recursos es demasiado genérica y se echa en falta una mayor descripción de los materiales de elaboración propia y que los mismos sean acordes a los objetivos de la campaña. También se observa una gran escasez de recursos audiovisuales.

Además no se hace referencia al uso del ictiómetro, que es un elemento clave para transmitir contenidos fundamentales.

I-FISH CONSULTING & MARKET S.L.

1. DISEÑO Y CONTENIDOS DE LAS ACTIVIDADES SEGÚN PÚBLICO OBJETIVO:

1.1. Contenidos: EXCELENTE (10 puntos)

La identificación de los contenidos para el diseño de las actividades, en consonancia con los objetivos establecidos en el pliego de prescripciones técnicas, recibe una calificación de excelente. Se basa en una sólida base técnica, que se refleja en la pertinencia y oportunidad de los contenidos seleccionados. Estos se organizan en cuatro grandes bloques temáticos, perfectamente alineados con los objetivos del pliego. Las actividades están muy bien estructuradas y tratadas con minuciosidad, describiendo tanto la metodología

FIRMADO POR	INMACULADA CONCEPCION GONZALEZ GONZALEZ	24/05/2024	PÁGINA 11/47
	SONIA MARIA FERIA DOMINGUEZ		
	LAURA RIVAS RODRIGUEZ		
VERIFICACIÓN	Pk2jmBH4AFRZRQFUWCPGC69PEDWCL	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

específica para cada actividad como diversas dinámicas y juegos para afianzar los conceptos adquiridos que hacen más efectivo el aprendizaje.

1.2. Originalidad: EXCELENTE (10 puntos)

Las actividades propuestas son innovadoras y diversificadas, utilizando una variedad de métodos interactivos y tecnológicos que hacen que la experiencia de aprendizaje sea atractiva y relevante, asegurando una experiencia educativa completa y enriquecedora para los participantes. Así, por ejemplo, el taller con lupas binoculares y experiencias organolépticas es muy innovador y adaptado para despertar el interés del público por la alimentación de los peces de acuicultura. Las dinámicas incluyen juegos, realidad virtual, y manualidades, lo que demuestra una creatividad considerable en el diseño de las actividades.

1.3. Adaptación: MUY BIEN (8 puntos)

Para el diseño de las actividades tienen en cuenta el espacio natural en el que se desarrollan, la época estival y el perfil del público objetivo. Las actividades están muy bien segmentadas para atender tanto a un público infantil como adulto, con contenidos ajustados a diferentes niveles de comprensión. La inclusión de juegos y actividades manuales para niños, junto con información técnica y experiencias inmersivas para adultos, asegura que todos los participantes puedan beneficiarse y disfrutar de las actividades.

2. METODOLOGÍA A SEGUIR EN EL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES SEGÚN PÚBLICO OBJETIVO:

2.1. Metodología: MUY BIEN (8 puntos)

La metodología propuesta está muy bien fundamentada, con un enfoque integral que promueve un aprendizaje significativo y una experiencia inmersiva. La combinación de actividades prácticas, teóricas y reflexivas, junto con la adaptabilidad y accesibilidad, asegura una experiencia enriquecedora para los participantes.

2.2. Temporalidad: MUY BIEN (8 puntos)

Se valora muy bien la dosificación del tiempo de la actuación en relación con las actividades planteadas y el público objetivo, especificando para cada actividad su duración y dinámica.

2.3. Recursos Humanos: MUY BIEN (8 puntos)

La organización de los recursos humanos para el correcto desarrollo metodológico se califica de “muy bien”. El personal se distribuye en las siguientes zonas: Zona A (Recepción): 1 coordinador acompañará a los participantes a las áreas de actividades; Zona B (Actividades para familias y adultos): 1 coordinador y 2 monitores gestionarán las actividades dentro de la carpa y en un área exterior para actividades que requieran más espacio; y Zona C (Actividades para niños): 1 coordinador y 2 monitores gestionarán las actividades dentro de la carpa y en un área exterior para actividades que requieran más espacio.

3. UTILIZACIÓN DE RECURSOS MATERIALES Y/O AUDIOVISUALES: EXCELENTE (10 puntos)

Los recursos materiales y audiovisuales apoyan de un modo excelente el óptimo desarrollo de las actividades propuestas por esta empresa y están en coherencia con el tipo de actividad y público al que va dirigido. En este sentido, destacan las maquetas de artes de pesca o los piensos para el taller organoléptico de acuicultura, que acercan al participante de una manera atractiva y eficaz al conocimiento de la actividad pesquera y acuícola. Por su parte, abordan el tema de tallas mínimas a través de especies pesqueras típicas de la zona a diferentes tamaños, con el uso de ictiómetro. También incorporan el uso de dispositivo móvil y de realidad virtual para experiencias más inmersivas relacionadas con la sostenibilidad y protección de los recursos marinos.

FIRMADO POR	INMACULADA CONCEPCION GONZALEZ GONZALEZ	24/05/2024	PÁGINA 12/47
	SONIA MARIA FERIA DOMINGUEZ		
	LAURA RIVAS RODRIGUEZ		
VERIFICACIÓN	Pk2jmBH4AFRZRQFUWCPGCG69PEDWCL	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

MÉTODO AMBIENTAL CONSULTORES, S.L.

1. DISEÑO Y CONTENIDOS DE LAS ACTIVIDADES SEGÚN PÚBLICO OBJETIVO:

1.1. Contenidos: EXCELENTE (10 puntos)

La selección de los contenidos para lograr la consecución de los objetivos marcados en el pliego de prescripciones técnicas es excelente. Identifica contenidos clave como puede ser el reconocimiento de las especies pesqueras, artes de pesca, los productos de la acuicultura o tallas mínimas. La propuesta ofrece incluso la preparación de los contenidos en inglés para el público extranjero.

1.2. Originalidad: EXCELENTE (10 puntos)

La oferta presenta diferentes tipologías de actividades: concursos, talleres didácticos y dinámicas de aproximación y promoción de la actividad pesquera y acuícola, caracterizadas por su dinamismo, flexibilidad y capacidad de adaptación a las edades de los participantes. Se valora la captación por cada actividad. El concurso infantil para dar a conocer las principales especies comerciales de la zona y sus características diferenciales es muy motivador y atractivo. Incorporan la captación visual, a través de la colocación de banderolas de playa, una figura de pescado a tamaño 1:1; etc.

1.3. Adaptación: EXCELENTE (10 puntos)

La adaptación del diseño y el contenido de las actividades de acuerdo con el tramo de edad al que van dirigidas y al entorno en el que se realiza la acción alcanza la excelencia. La propuesta va más allá, realizando una exhaustiva diferenciación, concretamente del público infantil, en tres grupos (de 3 a 6 años, de 7 a 12 años y de 13 a 18 años). Para cada uno de estos segmentos de edad, se adaptan dos tipos de actividades diferentes. Adicionalmente, se plantea una actividad con formato concurso común para todo el público infantil. Incluso se realiza una adaptación de la metodología en función del número de participantes, distinguiendo entre grupos pequeños (de 2 a 6 participantes) y grupos más grandes (de 7 a 20 personas). La propuesta relaciona convenientemente el contenido de las actividades con el entorno geográfico en el que se desarrolla la acción. Una temática como la acuicultura, que reviste cierta complejidad para su transmisión al público infantil, consiguen hacerla más sencilla y didáctica a través de técnicas manipulativas.

2. METODOLOGÍA A SEGUIR EN EL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES SEGÚN PÚBLICO OBJETIVO:

2.1. Metodología: EXCELENTE (10 puntos)

El planteamiento metodológico propuesto concuerda de manera excelente con el tipo de actividades y contenidos seleccionados para la campaña.

Los contenidos se transmiten inicialmente de una forma sencilla y cercana que dan pie para ir ampliando progresivamente la información y aumentar el grado de conocimiento del target. Cada actividad tiene su propia metodología (aprendizaje práctico-visual, aprendizaje progresivo de lo sencillo a lo complejo, aprendizaje por repetición, metodología teórica-práctica...) y manera de captar al participante.

2.2. Temporalidad: EXCELENTE (10 puntos)

Todas las actividades están perfectamente medidas, lo que contribuye al equilibrio de la actuación en lo que a la dosificación del tiempo se refiere.

FIRMADO POR	INMACULADA CONCEPCION GONZALEZ GONZALEZ	24/05/2024	PÁGINA 13/47
	SONIA MARIA FERIA DOMINGUEZ		
	LAURA RIVAS RODRIGUEZ		
VERIFICACIÓN	Pk2jmBH4AFRZRQFUWCPGC69PEDWCL	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

2.3. Recursos Humanos: EXCELENTE (10 puntos)

La organización de tareas está minuciosamente planificada, consiguiendo que la recreación de las actividades sea perfecta. Aprovechan el entorno, que va más allá del punto de información. Se realiza una labor de captación por cada actividad.

3. UTILIZACIÓN DE RECURSOS MATERIALES Y/O AUDIOVISUALES: EXCELENTE (10 puntos)

Los materiales propuestos son excelentes y se describen detalladamente en cada actividad. Se trata de recursos atractivos y variados que invitan a la participación (estacas de madera, cuerdas, especies de cartón piedra, redes, panel imantado ...) y que están en total coherencia con el tipo de actividad y el público objetivo al que van dirigidos, lo que garantiza sobradamente el correcto desarrollo de la actuación.

Cabe destacar el diseño de elaboración propia de redes, en concreto, de un copo y de una atarraya modificada para ser circular y poder cumplir su objetivo. Las figuras de peces son totalmente artesanales, pintadas a mano. Asimismo se propone el diseño y producción de dos peces desmontables a escala 1:1, un mero y un atún, lo que sin duda se convertirá en un elemento muy atractivo para la captación del público.

También se incorpora el uso de las tecnologías, como en el caso del “Trivial del boquerón”, facilitando hasta cuatro tablets en el punto de información.

UTE KIDWORD GLOBAL S.L. OPEN DIGITAL S.L.

1. DISEÑO Y CONTENIDOS DE LAS ACTIVIDADES SEGÚN PÚBLICO OBJETIVO:

1.1. Contenidos: MUY BIEN (8 puntos)

El diseño del contenido de las actividades para alcanzar los objetivos establecidos en el pliego de prescripciones técnicas se califica de muy bien. Se ha realizado una selección explícita de los objetivos perseguidos, los cuales son pertinentes y contribuyen a promover la comercialización, la calidad y el valor añadido de los productos, además de reforzar la imagen del sector pesquero y acuícola en general. Asimismo, el diseño de las actividades está detallado y muy bien estructurado, especificando en cada una de ellas los objetivos concretos, los contenidos específicos a tratar, los materiales necesarios y un amplio desarrollo de la dinámica de la actividad.

Sin embargo hay actividades como “Experiencia culinaria: el poder de las algas y el fitoplacton” que si bien presentan una oportunidad para educar al público adulto sobre los beneficios nutricionales de las microalgas y el fitoplancton, componentes importantes del ecosistema marino, se alinean parcialmente con los objetivos marcados para divulgar aspectos relacionados con las actividades pesqueras y acuícolas, el sistema comercializador, las principales especies comerciales, el etiquetado y la trazabilidad de los productos pesqueros.

La actividad propuesta de construir un arrecife nutricional utilizando cubos y dibujos de diferentes especies marinas y alimentos saludables no se ajusta completamente a los objetivos establecidos, debido a la falta de enfoque en la diversidad de especies marinas o la limitada exploración de una dieta equilibrada.

1.2. Originalidad: INSUFICIENTE (4 puntos)

La empresa propone una amplia gama de actividades con formatos participativos y entretenidos, pero no todas son completamente adecuadas para llevar a cabo en el entorno de una carpa en la playa, y sólo comunican parcialmente los contenidos fundamentales de la acción.

FIRMADO POR	INMACULADA CONCEPCION GONZALEZ GONZALEZ	24/05/2024	PÁGINA 14/47
	SONIA MARIA FERIA DOMINGUEZ		
	LAURA RIVAS RODRIGUEZ		
VERIFICACIÓN	Pk2jmBH4AFRZRQFUWCPGC69PEDWCL	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

1.3. Adaptación: INSUFICIENTE (4 puntos)

La empresa no logra una suficiente adaptación de los contenidos debido a varios factores. Así, por ejemplo, la actividad “Concurso de cata a ciegas” intenta abordar una variedad de temas relacionados con la pesca y la acuicultura, pero la naturaleza de una cata a ciegas se centra principalmente en la experiencia sensorial, lo que dificulta transmitir información detallada sobre estos temas. Además, el entorno de una carpa en la playa no es el más adecuado para este tipo de actividad, ya que requiere un espacio más controlado y la logística de manejar productos del mar frescos puede ser complicada. El taller de "Fileteado sostenible" también enfrenta desafíos similares al intentar transmitir contenidos sobre pesca responsable en un entorno que puede no ser adecuado para mantener la frescura del pescado y realizar demostraciones prácticas.

Por último, el taller sobre técnicas de desanzuelado se aparta de los objetivos establecidos en el pliego de condiciones y su contenido es delicado debido a que podría entrar en conflicto con la normativa pesquera.

2. METODOLOGÍA A SEGUIR EN EL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES SEGÚN PÚBLICO OBJETIVO:

2.1. Metodología: MUY BIEN (8 puntos)

La metodología está muy bien planteada, fomentando un ambiente dinámico y participativo, donde la convivencia, la organización y la motivación son clave para desarrollar con éxito las actividades. Se promueve la autonomía, la colaboración y el trabajo en equipo, reconociendo la diversidad de niveles de desarrollo y conocimientos para adaptar las actividades en consecuencia. Se enfatiza despertar la curiosidad, promover la creatividad y valorar el empoderamiento de los participantes. En resumen, la metodología propuesta busca un aprendizaje interactivo, significativo y centrado en el participante, con el objetivo de alcanzar resultados medibles y evaluar el impacto de las actividades.

2.2. Temporalidad: MUY BIEN (8 puntos)

La planificación general es muy buena, ya que todas las actividades están medidas, lo que contribuye al equilibrio en la distribución del tiempo.

2.3. Recursos Humanos: EXCELENTE 10 (PUNTOS)

La organización de los recursos humanos es excelente, tanto en lo que respecta a la coordinación de los monitores, lo que asegura un desarrollo adecuado de la actividad, como en el plan de trabajo en general. Este último abarca aspectos como el Plan de Desarrollo de Actividades, el Plan de Funcionamiento y Gestión de Espacios Habilitados, el Plan de Contingencia, y el Plan de Preparación y Organización de la Campaña.

3. UTILIZACIÓN DE RECURSOS MATERIALES Y/O AUDIOVISUALES: MUY BIEN (8 puntos)

Los recursos propuestos son apropiados y variados, permitiendo su uso en una amplia gama de actividades creativas, educativas y tecnológicas. La combinación de materiales fungibles y no fungibles facilita la organización de talleres manuales, actividades interactivas y demostraciones prácticas. Además, los materiales tecnológicos contribuyen a mejorar la participación y la experiencia de los asistentes, así como a promover la campaña en medios digitales.

FIRMADO POR	INMACULADA CONCEPCION GONZALEZ GONZALEZ	24/05/2024	PÁGINA 15/47
	SONIA MARIA FERIA DOMINGUEZ		
	LAURA RIVAS RODRIGUEZ		
VERIFICACIÓN	Pk2jmBH4AFRZRQFUWCPGC69PEDWCL	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

WOMACK INTEGRATED MARKETING S.L.

1. DISEÑO Y CONTENIDOS DE LAS ACTIVIDADES SEGÚN PÚBLICO OBJETIVO.

1.1. Contenidos: INSUFICIENTE (4 puntos)

Los contenidos seleccionados son apropiados, pero resultan insuficientes y carecen de definición. Los grandes temas se abordan en una formación previa a través de paneles informativos. Su relevancia indica la necesidad de dedicarles actividades específicas. Se echa en falta el tema de la acuicultura, un aspecto clave en el objetivo de la campaña. Los contenidos seleccionados para las actividades dirigidas al público adulto son adecuados, pero el diseño de estas actividades es, en general, superficial y no profundiza en los temas. Para el público adulto, una de las actividades, "Memoria marina", se centra en la búsqueda de parejas de especies pesqueras, mientras que la otra consiste en preguntas y respuestas de tipo lúdico basadas en la formación previa.

1.2. Originalidad: CORRECTO (6 puntos)

En general, las actividades planteadas son adecuadas pero comunes y poco innovadoras. La propuesta es demasiado sencilla, con pocas actividades para desarrollar, lo que limita su originalidad.

1.3. Adaptación: CORRECTO (6 puntos)

Las actividades están adecuadamente adaptadas a los distintos grupos de edad y sus intereses. La flexibilidad en las mecánicas de los juegos permite ajustar la dinámica según la respuesta del público. Sin embargo, la propuesta no alcanza una puntuación más alta debido a su falta de solidez y a la limitada cantidad de actividades, lo cual afecta a la evaluación de este apartado.

2. METODOLOGÍA A SEGUIR EN EL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES SEGÚN PÚBLICO OBJETIVO:

2.1. Metodología: CORRECTO (6 puntos)

La metodología propuesta refleja una consideración hacia las necesidades y preferencias de cada grupo de público, utilizando enfoques didácticos y lúdicos adecuados tanto para adultos como para niños. La preparación previa del personal y la capacidad de adaptar la metodología según las circunstancias son aspectos destacables que pueden incidir en el éxito de la campaña. No obstante, la falta de solidez en la propuesta en general afecta a la consistencia de la metodología.

2.2. Temporalidad: MUY BIEN (8 puntos)

La temporalidad de las actividades está muy bien planificada y ajustada según las características de cada grupo de edad. La diferenciación en la duración de las actividades formativas y lúdicas entre adultos e infantiles está bien justificada por las necesidades de comunicación y la naturaleza de las actividades.

2.3. Recursos humanos: EXCELENTE (10 puntos)

La estructura organizativa propuesta es excelente, asegurando una gestión eficaz y coordinada de todos los recursos humanos a lo largo de la campaña, desde la planificación hasta el seguimiento posterior. Se proporciona una descripción detallada de la distribución de los recursos humanos en cada fase de la actuación, con roles claramente definidos antes, durante y después, garantizando el éxito de la campaña.

FIRMADO POR	INMACULADA CONCEPCION GONZALEZ GONZALEZ	24/05/2024	PÁGINA 16/47
	SONIA MARIA FERIA DOMINGUEZ		
	LAURA RIVAS RODRIGUEZ		
VERIFICACIÓN	Pk2jmBH4AFRZRQFUWCPGCG69PEDWCL	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

3. UTILIZACIÓN DE RECURSOS MATERIALES Y/O AUDIOVISUALES: INSUFICIENTE (4 puntos)

La falta de profundidad en la propuesta en general y la ausencia de originalidad en las actividades afectan directamente a la insuficiencia de recursos materiales y audiovisuales. Como resultado, los materiales disponibles son limitados, poco innovadores e interesantes.

FIRMADO POR	INMACULADA CONCEPCION GONZALEZ GONZALEZ	24/05/2024	PÁGINA 17/47
	SONIA MARIA FERIA DOMINGUEZ		
	LAURA RIVAS RODRIGUEZ		
VERIFICACIÓN	Pk2jmBH4AFRZRQFUWCPGC69PEDWCL	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	



LOTE 2: CLOZ		VALORACIÓN ABSOLUTA							VALORACIÓN Ponderada							
CRITERIOS	EMPRESAS LICITADORAS	ALGAKÓN S.L. OJO SERVICIOS Y PRODUCCIONES	DECISETE COMUNICACION Y MARKETING SOSTENIBLE S.L	FOCUS BRAND S.L	FRESH CONSULTING & MARKET S.L.	MÉTODO AMBIENTAL CONSULTORES S.L.	UTE INNOVORO GLOBAL S.L. OPEN DIGITAL S.L.	WOMACK INTEGRATED MARKETING S.L.	PONERACIÓN	ALGAKÓN S.L. OJO SERVICIOS Y PRODUCCIONES	DECISETE COMUNICACION Y MARKETING SOSTENIBLE S.L	FOCUS BRAND S.L	FRESH CONSULTING & MARKET S.L.	MÉTODO AMBIENTAL CONSULTORES S.L.	UTE INNOVORO GLOBAL S.L. OPEN DIGITAL S.L.	WOMACK INTEGRATED MARKETING S.L.
1.1. Contenidos		10	10	2	10	10	8	4	14	14	14	28	14	14	11,2	5,6
1.2. Originalidad		10	10	6	10	10	4	6	6	6	36	6	6	2,4	3,6	
1.3. Adaptación		8	10	2	8	10	4	6	6	48	6	1,2	48	6	2,4	3,6
2. METODOLOGÍA A SEGUIR EN EL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES SEGÚN PLANEO OBJETIVO																
2.1. Metodología		10	10	2	8	10	8	6	7	7	1,4	5,6	7	5,6	4,2	
2.2. Temporalidad		10	10	8	8	10	8	8	3	3	2,4	2,4	3	2,4	2,4	
2.3. Recursos Humanos		8	10	6	8	10	10	10	3	2,4	1,8	2,4	3	3	3	
3. UTILIZACIÓN DE RECURSOS MATERIALES Y/O AUDIOVISUALES		10	10	2	10	10	8	4	10	10	2	10	10	8	4	
TOTAL VALORACIÓN TÉCNICA		66	70	28	62	70	50	44	49	47,2	49	15,2	46,2	49	35	26,4

FIRMADO POR	INMACULADA CONCEPCION GONZALEZ GONZALEZ		24/05/2024	PÁGINA 18/47
	SONIA MARIA FERIA DOMINGUEZ			
	LAURA RIVAS RODRIGUEZ			
VERIFICACIÓN	Pk2jmBH4AFRZRZVQFUWCPGCG69PEDWCL		https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

LOTE 3. PROVINCIA DE GRANADA

E-HUMAN TECH S.L

1. DISEÑO Y CONTENIDOS DE LAS ACTIVIDADES SEGÚN PÚBLICO OBJETIVO.

1.1. Contenidos: MUY BIEN (8 puntos)

La identificación de los contenidos para el diseño de las actividades está muy bien. Se aprecia la conveniencia y oportunidad de los mensajes seleccionados en gran parte de las actividades de acuerdo con los objetivos marcados en el pliego de prescripciones técnicas. Se valora positivamente las distintas tipologías de actividades, diseñadas con mucho detalle en función del tipo de contenido y del público al que va dirigido. Aparte de plantear una amplia variedad de talleres y dinámicas para el público adulto e infantil, añade otras para realizar en común.

La profundidad en los contenidos y en cómo se relacionan entre sí, así como la naturaleza de las actividades propuestas denota un buen dominio técnico y didáctico en la materia. Así, por ejemplo, las actividades “Pesca responsable” y “¡A la Lonja!” enlazan la identificación de especies con las tallas mínimas de una forma muy pedagógica.

Este apartado no alcanza mayor puntuación porque en el planteamiento de algunas actividades no se advierte la conexión directa con el objeto de la campaña y/o no encierran contenidos fundamentales para alcanzar los objetivos de la campaña. Sirva de ejemplo la creación de medusas recicladas, los talleres de cultivo de algas marinas y de posidonia y la actividad “diseccionando un pez”.

1.2. Originalidad: MUY BIEN (8 puntos)

El tipo de actividades diseñadas logran comunicar muy bien los contenidos seleccionados de una forma atractiva, consiguiendo captar la atención y el interés de los diferentes target. Plantean desde actividades donde los niños se convierten en pescadores, talleres de cocina, juegos educativos, manualidades para los más pequeños, hasta un bingo marino y juegos de realidad aumentada. Por lo general, las actividades invitan a la participación y el entretenimiento.

1.3. Adaptación: MUY BIEN (8 puntos)

La adaptación del diseño y contenido de las actividades de acuerdo al público al que van dirigidas es muy buena. Así, por ejemplo, unos contenidos complejos como pueden ser las tallas mínimas, el valor nutricional del pescado o el etiquetado, lo adaptan con mucha pericia a través del uso de juegos y recursos específicos de elaboración propia. Es el caso de las actividades “Pesca responsable”, “Chef Junior” o el bingo marino, muy bien adaptadas al público infantil, o de la actividad “¡A la lonja!” que plantea la creación de una lonja de una forma muy ingeniosa.

La adaptación al entorno también es muy buena, ya que en la mayoría de actividades los contenidos relativos a las artes de pesca y especies marinas se adaptan a la localidad donde se organizan los talleres. Ejemplo de adaptación al entorno: Explican las artes de pesca más representativas de la provincia donde se realizan las actuaciones o las especies pesqueras más comunes en ese lugar a través del juego...

También saben aprovechar muy bien el espacio natural en el que se encuentran, trascendiendo la carpa (ej. “Crucigrama gigante”, “Puzzle gigante” o “Aula del Mar”).

Este apartado no alcanza la excelencia porque se echa en falta mayor concreción en los tramos de edad que abarcan las actividades destinadas al público infantil.

FIRMADO POR	INMACULADA CONCEPCION GONZALEZ GONZALEZ	24/05/2024	PÁGINA 19/47
	SONIA MARIA FERIA DOMINGUEZ		
	LAURA RIVAS RODRIGUEZ		
VERIFICACIÓN	Pk2jmBH4AFRZRZVQFUWCPGC69PEDWCL	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

2. METODOLOGÍA A SEGUIR EN EL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES SEGÚN PÚBLICO OBJETIVO:

2.1. Metodología: EXCELENTE (10 puntos)

La metodología propuesta por esta empresa obtiene la valoración de excelente. Se trata de un planteamiento muy completo que no deja cabo suelto, diseñado para la construcción de aprendizajes duraderos basado en la participación activa, en los principios de creatividad, en la libertad de comunicación y en el aprendizaje significativo, partiendo de las experiencias y conocimientos previos de los participantes. Se utilizan recursos que intercalan la formación teórica y la práctica, teniendo en cuenta una metodología activa-participativa adecuada para alcanzar los objetivos de la campaña.

Asimismo, prevén el uso de distintas técnicas de motivación hacia el aprendizaje (técnicas de correlación con la realidad, técnicas de éxito inicial, técnicas de competencia, técnicas de participación activa o la del trabajo socializado); estableciendo además una estrategia para intentar activar la curiosidad y hacer que la experiencia de participación sea significativa y constructiva.

2.2. Temporalidad: EXCELENTE (10 puntos)

La temporalidad de las actividades se valora en su conjunto como excelente. Las actividades y trabajos se han temporalizado con precisión y coherencia en relación a la duración de la actuación.

2.3. Recursos humanos: EXCELENTE (10 puntos)

La organización de los recursos humanos es excelente, tanto en lo referido al gran despliegue del personal como a la división de tareas perfectamente delimitadas, lo que contribuye a un correcto desarrollo de la actuación.

3. UTILIZACIÓN DE RECURSOS MATERIALES Y/O AUDIOVISUALES: EXCELENTE (10 puntos)

Los recursos materiales y audiovisuales guardan una excelente coherencia con el tipo de actividades propuestas. Ofrecen una amplia variedad de recursos que comprende desde los más elementales (pinturas de dedos, folios impresos con imágenes para colorear, etc.) y otros de elaboración propia como maquetas y figuras de peces, hasta los más sofisticados e innovadores como pueden ser las gafas de realidad virtual, microscopios, etc.; para apoyar los contenidos y adecuarlos al grupo de edad, llamando la atención del veraneante para su participación y difundiendo la campaña. Se valora la promoción de la reutilización y el reciclaje de los materiales en algunas de las actividades (botellas de plástico, cajas de cartón, rollos de papel higiénico, etc).

GREEN GLOBE SYPA S.L.

1. DISEÑO Y CONTENIDOS DE LAS ACTIVIDADES SEGÚN PÚBLICO OBJETIVO.

1.1. Contenidos: INSUFICIENTE (4 puntos)

Las actividades están diseñadas para fomentar la participación activa, permitiendo a los asistentes colaborar en la resolución de pruebas y compartir opiniones y experiencias. Aunque tienen una buena intención y una estructura educativa sólida, necesitan ajustes para alinearse mejor con los objetivos especificados en el pliego de prescripciones técnicas y evitar confusiones. Por ejemplo, la actividad "La IA puede ser muy saludable" resulta confusa, ya que mezcla conceptos de inteligencia artificial con la preparación de recetas con pescados y moluscos. Además, no se centra claramente en la promoción del consumo de pescado de manera efectiva ni está diseñada adecuadamente para alcanzar este fin; no alineándose suficientemente con los grandes objetivos establecidos en el pliego de prescripciones técnicas. La actividad "¿Sabrías diferenciarlos?" o El cuento del mar tampoco son adecuadas para promover la incorporación de los productos

FIRMADO POR	INMACULADA CONCEPCION GONZALEZ GONZALEZ	24/05/2024	PÁGINA 20/47
	SONIA MARIA FERIA DOMINGUEZ		
	LAURA RIVAS RODRIGUEZ		
VERIFICACIÓN	Pk2jmBH4AFRZRZVQFUWCPGCG69PEDWCL	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

de la acuicultura a la cultura alimentaria, ya que compara el pescado de acuicultura con el pescado de pesca extractiva. Para alcanzar este objetivo, no tiene mucho sentido intentar diferenciar estos productos. Este enfoque puede generar conflicto entre ambos tipos de productos. Sería más efectivo poner en valor o reforzar la imagen de los productos de la acuicultura utilizando otro enfoque. El uso del ictiómetro en el caso de los productos de acuicultura es incorrecto, ya que no tienen tallas mínima biológica.

1.2. Originalidad: CORRECTO (6 puntos)

Las actividades diseñadas, como el concurso de preguntas (Kahoot), son herramientas efectivas para evaluar el aprendizaje de manera interactiva y atractiva, logrando captar la atención e interés del público objetivo. Sin embargo, este apartado no alcanza una puntuación más alta porque algunas actividades necesitan reajustes para asegurar no solo que son innovadoras y atractivas, sino también efectivas para cumplir los objetivos del pliego de prescripciones técnicas.

1.3. Adaptación: CORRECTO (6 PUNTOS)

La adaptación del diseño y contenido de las actividades según el grupo de edad al que están dirigidas se considera correcta. Sin embargo, se podría aprovechar mejor el entorno en el que se desarrolla la campaña.

2. METODOLOGÍA A SEGUIR EN EL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES SEGÚN PÚBLICO OBJETIVO:

2.1. Metodología: CORRECTO (6 PUNTOS)

La metodología propuesta comienza con una investigación previa y un análisis del lugar donde se realizarán las actividades, lo que permite comprender el contexto local y su relación con los productos pesqueros y acuícolas. Incluye un enfoque detallado, a través de encuestas, para conocer el perfil del público objetivo y obtener información sobre hábitos de consumo y conocimientos previos relacionados con el objeto de la actuación.

La variedad de actividades propuestas para adultos y niños, como talleres, concursos y ejercicios prácticos, está bien planteada desde el punto de vista metodológico para cumplir los objetivos de manera lúdica y participativa. Sin embargo, podría mejorarse en consistencia y profundidad, y en identificar y aprovechar mejor los contenidos fundamentales.

2.2. Temporalidad: MUY BIEN (8 puntos)

Se destaca la flexibilidad al presentar dos opciones de temporalización que permiten adaptarse a diferentes niveles de afluencia de personas, demostrando capacidad de respuesta a las necesidades del público. Además, cada actividad tiene una duración específica (20 minutos, con excepciones de 30 minutos para el concurso de preguntas), lo que garantiza una rotación rápida y dinámica. Esta planificación minimiza la interrupción del tiempo de disfrute de los usuarios en la playa, manteniendo un equilibrio entre entretenimiento e información.

2.3. Recursos humanos: MUY BIEN (8 puntos)

La asignación de tareas para los monitores está claramente definida, con roles específicos que incluyen la supervisión de talleres y la captación de veraneantes. Esto asegura que las actividades se desarrollen sin contratiempos y que los participantes siempre tengan apoyo disponible.

3. UTILIZACIÓN DE RECURSOS MATERIALES Y/O AUDIOVISUALES: INSUFICIENTE (4 puntos)

Los materiales se alinean con las actividades propuestas, sin embargo, el enfoque de la actividad restringe la utilización de recursos más elaborados y originales, lo que afecta a la consistencia de la propuesta.

FIRMADO POR	INMACULADA CONCEPCION GONZALEZ GONZALEZ	24/05/2024	PÁGINA 21/47
	SONIA MARIA FERIA DOMINGUEZ		
	LAURA RIVAS RODRIGUEZ		
VERIFICACIÓN	Pk2jmBH4AFRZRZVQFUWCPGCG69PEDWCL	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

QUESADA & PASTOR CONSULTORES, S.L.

1. DISEÑO Y CONTENIDOS DE LAS ACTIVIDADES SEGÚN PÚBLICO OBJETIVO:

1.1. Contenidos: MUY BIEN (8 puntos)

La identificación y selección de los contenidos para el diseño de las actividades de acuerdo con los objetivos marcados en el pliego es muy buena. Se abordan todos los contenidos fundamentales, como la acuicultura, las tallas mínimas, la calidad y frescura o los valores nutricionales con actividades específicas para los mismos, lo que permite una mayor profundización y calidad técnica de los mensajes a transmitir. Se valora muy positivamente la clasificación que realizan de los contenidos, que dividen en conceptuales, procedimentales y actitudinales.

Ejemplo de contenido conceptual: “La realidad actual de la pesca en Andalucía: artes de pesca, tipos de embarcaciones, sistema comercializador...” .

Ejemplo de contenido procedimental: “Medición del pescado para determinar si posee la talla mínima”.

Ejemplo de contenido actitudinal: “Valoración de la importancia del respeto de las tallas mínimas para proteger los recursos pesqueros de los caladeros y garantizar la continuidad de las especies y de la propia actividad pesquera”.

La propuesta no alcanza mayor puntuación en este subcriterio porque algunas de las actividades propuestas resultan algo limitadas para lograr la consecución de los objetivos marcados en la campaña. Así, en la actividad “La pesca andaluza, ¡qué arte!” se propone la visualización de diferentes vídeos sobre la actividad pesquera y acuícola en Andalucía, algunos antiguos, lo que *a priori* no resulta la forma más efectiva para lograr la consecución de los objetivos.

1.2. Originalidad: MUY BIEN (8 puntos)

El tipo de actividades diseñadas consiguen en general comunicar los contenidos seleccionados de una forma atractiva, logrando captar la atención del público. En el caso de la población infantil, las actividades tienen una muy buena base pedagógica.

Ofrecen, además, una batería de actividades denominadas transversales, como acciones postacción de refuerzo de la campaña. Los participantes podrán elegir entre distintos atrezos y disfraces relacionados con el mundo marino y el sector pesquero para que las fotos sean más divertidas y también elegir entre variados mensajes de promoción del sector pesquero y acuícola y del consumo de pescado fresco y también de sensibilización. El objetivo es que tanto el público infantil como adulto se divierta y tenga un bonito recuerdo, lo que refuerza el aprendizaje y sirve de captación de los participantes.

Las actividades no alcanzan la excelencia en este aspecto porque entre la amplia variedad de actividades planteadas se echa en falta en algunas algo más de dinamismo para activar la curiosidad de los veraneantes y hacer que la experiencia de participación sea más constructiva (Ejemplo: ““La pesca andaluza, ¡qué arte!” o “La etiqueta, un mar de información”).

1.3. Adaptación: EXCELENTE (10 puntos)

Los contenidos son adaptados hábilmente al target. Las actividades infantiles están diferenciadas por tramos de edad y adaptan sus contenidos y metodología a los mismos.

Además, al desarrollarse la campaña en la provincia de Granada, hacen adaptaciones específicas al entorno. Así por ejemplo dedican un espacio a la quisquilla granadina, explicándose detalladamente sus características, su talla mínima, sus propiedades nutritivas, curiosidades de la especie y su vinculación con la provincia de Granada.

FIRMADO POR	INMACULADA CONCEPCION GONZALEZ GONZALEZ	24/05/2024	PÁGINA 22/47
	SONIA MARIA FERIA DOMINGUEZ		
	LAURA RIVAS RODRIGUEZ		
VERIFICACIÓN	Pk2jmBH4AFRZRvQFUWCPGC69PEDWCL	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

2. METODOLOGÍA A SEGUIR EN EL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES SEGÚN PÚBLICO OBJETIVO:

2.1. Metodología: EXCELENTE (10 puntos)

Esta empresa realiza un ejercicio metodológico excelente, a la medida del lugar (playa), el momento (vacaciones o tiempo de ocio) y el público tan heterogéneo al que se dirigen las actuaciones. La metodología es activa-participativa (el usuario es el protagonista; sujeto activo), didáctica- demostrativa (tras una exposición teórica de los conceptos se pasa a reconocer o detectar si está fresco *in situ* un ejemplar real) y también fomenta el autoaprendizaje, a través de vídeos y paneles informativos que contribuyen a que el usuario pueda aprender de forma autónoma.

2.2. Temporalidad: EXCELENTE (10 puntos)

La dosificación de las actividades planteadas en concordancia con el público objetivo se califica de excelente al permitir organizar los recursos humanos y materiales adecuadamente para contribuir al equilibrio de la actuación.

2.3. Recursos Humanos: EXCELENTE (10 Puntos)

La excelente propuesta de organización de los recursos humanos para el desarrollo metodológico garantiza la captación del veraneante así como el aprovechamiento del espacio del punto de información. Sirva de ejemplo que para conseguir la asistencia al stand realizan una diferenciación según el público objetivo, apelando al público adulto con preguntas motivadoras tales como ¿suelen consumir pescado fresco en casa?, y, en el caso del público infantil, recurriendo a un monitor disfrazado de pez.

3. UTILIZACIÓN DE RECURSOS MATERIALES Y/O AUDIOVISUALES: MUY BIEN (8 Puntos)

Los recursos materiales y/o audiovisuales utilizados para el correcto desarrollo de las actividades están en consonancia con cada una de las actividades y el público objetivo al que van dirigidos, siendo muy buenos en general. A la habitual utilización de fichas, paneles, etc.; incorporan recursos sencillos pero atractivos y didácticos como pescado fresco para reconocer la especie, tamaño y frescura y/o los materiales multimedia, como los necesarios para la puesta en marcha de los concursos interactivos.

El uso y las características de los recursos materiales y/o audiovisuales favorecen el desarrollo de las actividades a llevar a cabo y en general contribuyen a la captación del veraneante. Un ejemplo de ello es que en el stand dispondrán de ejemplares de pescados frescos y distintos atrezos y disfraces relacionados con el mundo marino y el sector pesquero.

No se alcanza la máxima puntuación porque algunos de los vídeos propuestos para la actividad de minicine no son de creación reciente.

UTE BOXPMO PROJECTS SL OPERA BUSINESS DREAMS S.L.

1. DISEÑO Y CONTENIDOS DE LAS ACTIVIDADES SEGÚN PÚBLICO OBJETIVO.

1.1. Contenidos: DEFICIENTE (2 PUNTOS)

La identificación y selección de contenidos para el desarrollo de las actividades es deficiente. La propuesta se limita a mencionar algunos contenidos que se pretenden abordar, careciendo de rigor técnico. En la mayoría de las actividades no hay coherencia de los contenidos seleccionados con el objeto de la campaña, al no transmitirse los contenidos fundamentales o no detallarse los mensajes que se van a transmitir, lo que también afecta negativamente al resto de apartados a valorar.

FIRMADO POR	INMACULADA CONCEPCION GONZALEZ GONZALEZ	24/05/2024	PÁGINA 23/47
	SONIA MARIA FERIA DOMINGUEZ		
	LAURA RIVAS RODRIGUEZ		
VERIFICACIÓN	Pk2jmBH4AFRZRQFUWCPGC69PEDWCL	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

Sirva de ejemplo las actividades infantiles “Mi pescado favorito” y “taller de pesca sostenible” o las actividades dirigidas a público adulto, “taller de nudos marinos” y “taller de fotografía marina”. En esta última se proponen como temas a tratar técnicas básicas de fotografía (composición, enfoque, iluminación, etc), uso de las funciones de la cámara del smartphone para mejorar las fotos y consejos y trucos para fotografiar el mar y la vida marina, lo que claramente dista mucho de los objetivos que se persiguen en la campaña.

1.2. Originalidad: INSUFICIENTE (4 puntos)

El tipo actividades diseñadas no logra comunicar los contenidos seleccionados de una forma suficientemente atractiva ni contribuye a alcanzar todos los objetivos del pliego. Si bien, actividades como el taller de fotografía o el paseo de orientación pesquera pueden resultar atractivas a priori para captar la atención y el interés del público, en las mismas no se tratan los mensajes claves con el suficiente detalle, resultando incompletas para alcanzar los objetivos.

El taller de nudos marinos, de una duración de una hora, tiene únicamente como objetivo enseñar a los participantes los distintos tipos de nudos utilizados en pesca y navegación, lo que además de no ser acertado, lo convierte en una actividad plana y poco llamativa.

1.3. Adaptación: DEFICIENTE (2 puntos)

Las actividades se han adaptado deficientemente y no logran alcanzar los objetivos del pliego. Los contenidos no están trabajados en profundidad y no aprovechan eficazmente el entorno geográfico. Así, el cuentacuentos infantil introduce en la historia propuesta una mezcla de diferentes especies, algunas de ellas no autóctonas de la zona.

En general, las actividades propuestas no contienen los mensajes fundamentales de la campaña.

2. METODOLOGÍA A SEGUIR EN EL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES SEGÚN PÚBLICO OBJETIVO:

2.1. Metodología: CORRECTO (6 puntos)

La metodología a seguir es correcta, ya que se basa en la participación didáctica e intenta ser flexible al adaptarse al público objetivo y plantear una gran variedad de formatos. Los talleres se basan en actividades prácticas y juegos educativos o actividades lúdicas en el caso del público infantil. Dista de alcanzar una mayor nota porque falta consistencia en la propuesta y centrar más el enfoque de acuerdo con el objeto de campaña.

2.2. Temporalidad: DEFICIENTE (2 puntos)

La actuación no está equilibrada en lo que a dosificación del tiempo se refiere por lo que se valora deficientemente. Las actividades para el público adulto, taller de fotografía marina, paseo de orientación marina y taller de nudos marinos, se han diseñado para que abarquen una hora de duración, lo que resulta muy poco práctico y atractivo para captar a un público objetivo que mayoritariamente se encuentra en el lugar para disfrutar de la playa.

Asimismo en la actividad “Ruta del Pescado Local” se premia a los participantes que prueben todos los platos elaborados con pescado local de diez establecimientos de la zona, condición que a todas luces parece inviable para la inmensa mayoría del público objetivo tanto desde un punto de vista temporal como económico.

2.3. Recursos humanos: CORRECTO (6 puntos)

En líneas generales, la organización de los recursos humanos para el desarrollo metodológico resulta correcta. Destaca la labor de captación de público e información diferenciada para cada una de las

FIRMADO POR	INMACULADA CONCEPCION GONZALEZ GONZALEZ	24/05/2024	PÁGINA 24/47
	SONIA MARIA FERIA DOMINGUEZ		
	LAURA RIVAS RODRIGUEZ		
VERIFICACIÓN	Pk2jmBH4AFRZRQFUWCPGC69PEDWCL	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

actividades propuestas. No obstante, la falta de profundidad en la propuesta y los fallos en los mensajes claves a difundir condicionan el desarrollo de las tareas.

3. UTILIZACIÓN DE RECURSOS MATERIALES Y/O AUDIOVISUALES: INSUFICIENTE (4 puntos)

El uso y características de los recursos materiales y audiovisuales resultan insuficientes, al estar limitados y condicionados por unas actividades que no están bien definidas ni trabajadas en profundidad, lo que afecta negativamente a la propuesta.

El ictiómetro no se aprovecha adecuadamente y sólo se menciona en la propuesta como elemento de captación en el taller infantil “Pescando conocimientos”.

FIRMADO POR	INMACULADA CONCEPCION GONZALEZ GONZALEZ	24/05/2024	PÁGINA 25/47
	SONIA MARIA FERIA DOMINGUEZ		
	LAURA RIVAS RODRIGUEZ		
VERIFICACIÓN	Pk2jmBH4AFRZRQFUWCPGC69PEDWCL	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	



LOTE 3: GRANADA		VALORACIÓN ABSOLUTA				VALORACIÓN PONDERADA				
CRITERIOS	EMPRESAS LICITADORAS	E-HUMAN TECH, S.L.	GREEN GLOBE SYRA S.L.	QUESADA & PASTOR CONSULTORES, S.L.	UTE BOXPMO PROJECTS SI OPERA BUSINESS DREAMS S.L.	PONDERACIÓN	E-HUMAN TECH, S.L.	GREEN GLOBE SYRA S.L.	QUESADA & PASTOR CONSULTORES, S.L.	UTE BOXPMO PROJECTS SI OPERA BUSINESS DREAMS S.L.
1. DISEÑO Y CONTENIDOS DE LAS ACTIVIDADES SEGÚN PÚBLICO OBJETIVO										
1.1. Contenidos		8	4	8	2	14	11,2	5,6	11,2	2,8
1.2. Originalidad		8	6	8	4	6	4,8	3,6	4,8	2,4
1.3. Adaptación		8	6	10	2	6	4,8	3,6	6	1,2
2. METODOLOGÍA A SEGUIR EN EL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES SEGÚN PÚBLICO OBJETIVO										
2.1. Metodología		10	6	10	6	7	7	4,2	7	4,2
2.2. Temporalidad		10	8	10	2	3	3	2,4	3	0,6
2.3. Recursos Humanos		10	8	10	6	3	3	2,4	3	1,8
3. UTILIZACIÓN DE RECURSOS MATERIALES V/O AUDIOVISUALES										
		10	4	8	4	10	10	4	8	4
TOTAL VALORACIÓN TÉCNICA		64	42	64	26	49	43,8	25,8	43	17

FIRMADO POR	INMACULADA CONCEPCION GONZALEZ GONZALEZ		24/05/2024	PÁGINA 26/47
	SONIA MARIA FERIA DOMINGUEZ			
	LAURA RIVAS RODRIGUEZ			
VERIFICACIÓN	Pk2jmBH4AFRZRZVQFUWCPGCG69PEDWCL		https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

LOTE 4. PROVINCIA DE HUELVA

ALGAKÓN S.L. OCIO SERVICIOS Y PRODUCCIONES

1. DISEÑO Y CONTENIDOS DE LAS ACTIVIDADES SEGÚN PÚBLICO OBJETIVO.

1.1. Contenidos: EXCELENTE (10 Puntos)

La selección de contenidos alcanza la excelencia. Hay una identificación perfecta de los contenidos clave, como tallas mínimas, etiquetado, sostenibilidad pesquera; entre otros. Así pues, a través de la actividad para adultos “¿Qué comemos hoy” se contribuye a mejorar el conocimiento sobre las características diferenciales y la calidad de las especies pesqueras más representativas y, en definitiva, a reconocer y elegir bien lo que consumimos. Otro ejemplo es la actividad “Mi pescadería”, diseñada para fomentar y promover la pesca y acuicultura responsable y sostenible, dando a conocer la importancia del etiquetado, concienciando al público objetivo sobre la importancia de evitar el consumo de especies que no han alcanzado el tamaño mínimo reglamentario; entre otros aspectos.

1.2. Originalidad: EXCELENTE (10 Puntos)

La tónica de todas las actividades es la originalidad y la oportunidad de las mismas, logrando captar la atención y la motivación de los veraneantes. Un ejemplo de ello es el taller “Exploradores”, una actividad muy atractiva para los niños por acercar el mundo biológico de las especies de nuestras playas y orillas a través de la exploración y por estimular su curiosidad por aprender sobre el pescado de nuestras costas.

Igualmente la actividad “Mi pescadería” promueve el consumo de pescado entre los participantes de una manera didáctica, cercana y lúdica abordando conjuntamente aspectos como los valores nutricionales, el etiquetado o las tallas mínimas entre otros.

1.3. Adaptación: MUY BIEN (8 Puntos)

Para cada contenido diseña una o varias actividades clasificadas por público objetivo y edad, alcanzando sobradamente cada uno de los objetivos recogidos en el pliego, y adaptada al entorno natural en el que se desarrolla la actuación. Sirva de ejemplo la actividad “El Comecocos del Mar” o “El caladero”.

La propuesta no alcanza la excelencia en este subcriterio porque se echa en falta en los contenidos la mención de especies locales de la provincia y una mayor adaptación a la zona geográfica.

2. METODOLOGÍA A SEGUIR EN EL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES SEGÚN PÚBLICO OBJETIVO:

2.1. Metodología: EXCELENTE (10 Puntos)

La metodología se califica de excelente. Se valora muy positivamente la profundización en la comunicación de todos los mensajes y el exhaustivo guion metodológico planteado para el desarrollo la campaña en su conjunto, que abarca desde la organización y funcionamiento del espacio hasta la comunicación.

La base metodológica es flexible, muy didáctica y participativa. Las actividades están perfectamente ideadas y coordinadas entre sí para garantizar el aprendizaje. Sirva de justificación la actividad tipo concurso ¿Qué sabes de la pesca? que diseñan de manera estratégica para realizar tras la participación en el resto de actividades, a modo de balance. Asimismo, el hecho de que esta actividad sea la ideada para la obtención del premio especificado en el pliego, pone en valor la importancia de ganárselo a través de lo aprendido, lo que refuerza el aprendizaje.

FIRMADO POR	INMACULADA CONCEPCION GONZALEZ GONZALEZ	24/05/2024	PÁGINA 27/47
	SONIA MARIA FERIA DOMINGUEZ		
	LAURA RIVAS RODRIGUEZ		
VERIFICACIÓN	Pk2jmBH4AFRZRQFUWCPGC69PEDWCL	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

2.2. Temporalidad: EXCELENTE (10 Puntos)

La temporalidad es impecable, todas las actividades están medidas y rigurosamente ordenadas, dedicando un tiempo específico para su realización en función de los contenidos y del público objetivo, logrando el perfecto equilibrio en el conjunto de la actuación.

2.3. Recursos humanos: MUY BIEN (8 puntos)

En líneas generales, la organización de los recursos humanos se califica de muy buena. Destacamos la labor de captación de público e información a viandantes lo que contribuye a un correcto desarrollo de la actuación. La propuesta no alcanza mayor puntuación porque se echa en falta una división más clara en las tareas de cada uno de los monitores.

3. UTILIZACIÓN DE RECURSOS MATERIALES Y/O AUDIOVISUALES: EXCELENTE (10 Puntos)

Los recursos utilizados para el correcto desarrollo de las actividades están en total consonancia con el tipo de actividad y el público objetivo al que van dirigidos y se presentan perfectamente organizados. Así, por ejemplo, sabe reconocer el ictiómetro como un recurso muy interesante sobre el que apoyarse para transmitir el tema de las tallas mínimas.

La utilización de recursos de acuerdo con las actividades planteadas es excelente, por cuanto apoyan el óptimo desarrollo de las actividades a llevar a cabo y contribuyen a la captación del veraneante. Se valora muy positivamente la amplia variedad de material de elaboración propia para el apoyo de estas actividades informativas y de sensibilización pesquera (juego de fichas, kit de curiosidades de playas, etiquetas, fotomontajes...). En especial, se destaca el aprovechamiento de los recursos que se encuentran en la playa, consiguiendo de un modo sencillo hacer más atractiva la actuación y sensibilizar a través del entorno.

Diecisiete COMUNICACIÓN Y MARKETING SOSTENIBLE S.L.

1. DISEÑO Y CONTENIDOS DE LAS ACTIVIDADES SEGÚN PÚBLICO OBJETIVO:

1.1. Contenidos: EXCELENTE (10 puntos)

La solidez de esta propuesta refleja una excelente base técnica en relación con la materia objeto del pliego, lo que contribuye favorablemente a su coherencia interna y lleva la propuesta a un nivel de excelencia. Cada una de las actividades se han diseñado minuciosamente y conectan perfectamente con los objetivos de la campaña.

Sirva de ejemplo, la exposición “Un viaje por los mares del Sur” cuyos contenidos incluyen de una forma muy atractiva desde información sobre la actividad pesquera y acuícola en Andalucía, valores nutricionales del pescado e información sobre tallas mínimas hasta los tipos de especies más habituales en la costa de Cádiz.

Asimismo el escape room ¡Que no te enreden! consigue divulgar de una forma divertida y didáctica para el público objetivo aspectos relacionados con las actividades pesquera y acuícola, las principales especies comerciales y el etiquetado y la trazabilidad de los productos pesqueros entre otros contenidos.

1.2. Originalidad: EXCELENTE (10 puntos)

La propuesta de actividades destaca muy especialmente por su originalidad. Todas las actividades están planteadas para fomentar la interacción y el aprendizaje por parte de la población objetivo. En concreto, la exposición “Un viaje por los mares del Sur” se convierte en un elemento clave de atracción y participación para los visitantes durante la actuación puesto que en las diferentes actividades previstas, los participantes deberán ir a consultar información recogida en la exposición para seguir jugando. Además, en su diseño se

FIRMADO POR	INMACULADA CONCEPCION GONZALEZ GONZALEZ	24/05/2024	PÁGINA 28/47
	SONIA MARIA FERIA DOMINGUEZ		
	LAURA RIVAS RODRIGUEZ		
VERIFICACIÓN	Pk2jmBH4AFRZRQFUWCPGC69PEDWCL	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

propone el uso de elementos como cajas de pescado y herramientas vinculadas al imaginario de la profesión (brújula, mapa, ...), junto con otras herramientas actuales, que proyecten una visión moderna y responsable de la actividad pesquera y acuícola.

Otras acciones de la propuesta que destacan por su originalidad son “Maringo”, la gimnasia “Pesca en Familia”, el escape room “¡Que no te enreden!” o la actividad “Misión alta mar”. La idea de que el concurso propuesto surja de la participación en el resto de actividades es también imaginativa e interesante, al estimular la implicación del público.

1.3. Adaptación: EXCELENTE (10 puntos)

La adaptación del diseño y contenido de las actividades en relación al público objetivo y al entorno se ha realizado de forma excelente. Las actividades se han segmentado en cinco tipos de público diferenciado, que incluyen a tres franjas de edad para la población infantil, así como a la población senior y a las personas adultas acompañadas de hijos/as.

Esta segmentación de públicos permite adaptar las actividades, teniendo en cuenta hábitos de consumo de pescado según la edad, las competencias de lectoescritura de los más pequeños, etc.

Asimismo, todas las actividades aprovechan el entorno en su desarrollo, yendo más allá del punto de información. Muchos de los contenidos se adaptan además a la zona geográfica donde se desarrolla la actuación, destacando los tipos de especies más habituales de la provincia de Cádiz.

2. METODOLOGÍA A SEGUIR EN EL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES SEGÚN PÚBLICO OBJETIVO:

2.1. Metodología: EXCELENTE (10 puntos)

La metodología propuesta por esta empresa obtiene la calificación de excelente. Se plantea una metodología lúdico-pedagógica en la que el juego tiene un papel protagonista, y que se adapta a las distintas edades, y con un diseño de actividades basado en un procedimiento: ALART –Actitud Lúdica + Acción + Reflexión + Transferencia, para que el aprendizaje adquiera significación, forme y transforme.

En definitiva, se busca tanto ofrecer información sobre los contenidos indicados en el pliego de prescripciones técnicas, como promover un cambio de actitud, concienciar sobre diferentes aspectos relacionados con el consumo de pescado, promover la curiosidad, etc. Para conseguir afianzar conocimientos para que sean duraderos y cambiar hábitos se trabaja con una metodología activa de aprendizaje como la gamificación. Todas las actividades ponen en marcha exitosamente la Actitud Lúdica a través de la propuesta de un reto, un juego o una dinámica. Después de la vivencia, la Acción, se pasa a la Reflexión para poner palabras a aquello vivido, de forma que el aprendizaje se haga consciente. Y, en último lugar, la Transferencia, es decir, tomar conciencia sobre cómo aquello descubierto y aprendido, impacta en el día a día de cada persona, y en las dinámicas de los entornos sociales.

2.2. Temporalidad: EXCELENTE (10 puntos)

Se valora excelentemente la dosificación del tiempo de la actuación en relación con las actividades planteadas y el público objetivo, especificando para cada actividad su duración y dinámica.

2.3. Recursos Humanos: EXCELENTE (10 puntos)

La organización de tareas se ha planificado excelentemente, lo que contribuye a un desarrollo óptimo de las actividades. Los trabajos de coordinación, captación de los veraneantes y aprovechamiento del espacio del punto de información y del entorno geográfico cercano se han descrito perfectamente.

FIRMADO POR	INMACULADA CONCEPCION GONZALEZ GONZALEZ	24/05/2024	PÁGINA 29/47
	SONIA MARIA FERIA DOMINGUEZ		
	LAURA RIVAS RODRIGUEZ		
VERIFICACIÓN	Pk2jmBH4AFRZRQFUWCPGC69PEDWCL	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

3. UTILIZACIÓN DE RECURSOS MATERIALES Y/O AUDIOVISUALES: EXCELENTE (10 puntos)

Los materiales son sostenibles, atractivos y se adecúan perfectamente a las distintas edades objeto de la campaña, así como a los objetivos perseguidos. Se proponen contenidos propios que contienen información sobre distintos aspectos relacionados con los productos pesqueros y de la acuicultura, tallas mínimas, propiedades nutricionales, etc, y que se adaptan a la provincia donde se realiza la campaña. El entorno natural se aprovecha con astucia, proponiendo muchas actividades fuera de la carpa.

FOCUS BRAND S.L.

1. DISEÑO Y CONTENIDOS DE LAS ACTIVIDADES SEGÚN PÚBLICO OBJETIVO.

1.1. Contenidos: DEFICIENTE (2 puntos)

La identificación de los contenidos obtiene la calificación de deficiente. Todos los contenidos se abordan de forma demasiado genérica en cada una de las actividades, apreciándose falta de claridad en su definición y coherencia entre ellos.

Si bien esta empresa plantea una gran variedad de actividades, se debería haber profundizando más en la descripción de cada uno de los contenidos fundamentales. También se observa una falta de base técnica y procedimental en el desarrollo de la propuesta, lo que hace que el conjunto de la actuación falle en la consecución de los objetivos del pliego. Así por ejemplo, en el taller “Intercambiador de recetas”, “Rosco Pesquero Pasapalabra” o “Twistter pesquero”, se detectan carencias técnicas y metodológicas por plantearse contenidos muy genéricos y dispares sin ni siquiera proponer una introducción previa a los participantes, lo que dificulta la conexión con los objetivos de la campaña.

Tampoco se aclara cuáles son las actividades con formato concurso para el público adulto e infantil en las que se entregarán como premio los elementos de merchandising, tal y como se recoge en el apartado 4.3 del pliego.

1.2. Originalidad: CORRECTO (6 puntos)

El tipo de actividades propuestas como el “Rosco Pesquero Pasapalabra” o el “Twister pesquero” resultan atractivos *a priori* para captar la atención y el interés del público objetivo. La propuesta no alcanza mayor puntuación en este subcriterio porque la selección de los contenidos resulta demasiado genérica y no concreta cómo se comunicarán muchos de los mensajes fundamentales, además de presentar fallos metodológicos.

1.3. Adaptación: DEFICIENTE (2 puntos)

La adaptación del diseño y contenido de las actividades a los objetivos de la campaña y el entorno en el que se desarrolla se califica como deficiente. Se presentan actividades para público adulto, infantil y familiar pero no se mencionan especies ni lugares de producción o captura locales ni la mayoría de actividades están convenientemente descritas ni trabajadas en profundidad para adaptarse a los objetivos de la campaña.

2. METODOLOGÍA A SEGUIR EN EL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES SEGÚN PÚBLICO OBJETIVO:

2.1. Metodología: DEFICIENTE (2 puntos)

No existe un planteamiento metodológico sólido que permita conocer en profundidad cómo se van a abordar cada uno de los contenidos. Falta consistencia en la propuesta y centrar más el enfoque de acuerdo con el objeto de campaña.

FIRMADO POR	INMACULADA CONCEPCION GONZALEZ GONZALEZ	24/05/2024	PÁGINA 30/47
	SONIA MARIA FERIA DOMINGUEZ		
	LAURA RIVAS RODRIGUEZ		
VERIFICACIÓN	Pk2jmBH4AFRZRQFUWCPGC69PEDWCL	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

2.2. Temporalidad: MUY BIEN (8 puntos)

Se valora muy bien la dosificación del tiempo de la actuación en relación con las actividades planteadas ya que para cada actividad se especifica su duración así como se presenta la organización general de la acción.

La propuesta no alcanza mayor puntuación en este subcriterio porque la estimación en la ejecución de algunas de las actividades no es realista lo que hace que la actuación pierda equilibrio en su conjunto. Ejemplo, para la actividad “Rosco Pesquero Pasapalabra” se ha estimado una duración de 5 minutos por participante lo que resulta poco ajustado a la realidad teniendo en cuenta que los participantes deben conseguir 14 puntos para obtener un parasol.

2.3. Recursos humanos: CORRECTO (6 puntos)

Las tareas de los monitores están correctamente delimitadas. Un monitor asume en el mostrador de la carpa la información a los veraneantes sobre la campaña y la asistencia a las actividades fijas, mientras que otro se hace cargo de la captación e información fuera del punto de información.

Sin embargo no se menciona la realización de las encuestas, ni hay una diferenciación de tareas según el público objetivo o la afluencia que haya en la playa.

3. UTILIZACIÓN DE RECURSOS MATERIALES Y/O AUDIOVISUALES: DEFICIENTE (2 puntos)

La propuesta de materiales y recursos audiovisuales se ha presentado de forma deficiente. La relación de recursos es demasiado genérica y se echa en falta una mayor descripción de los materiales de elaboración propia y que los mismos sean acordes a los objetivos de la campaña. Se observa una gran escasez de recursos audiovisuales.

Además no se hace referencia al uso del ictiómetro, que es un elemento clave para transmitir contenidos fundamentales.

ESCIENCIA EVENTOS CIENTÍFICOS

1. DISEÑO Y CONTENIDOS DE LAS ACTIVIDADES SEGÚN PÚBLICO OBJETIVO:

1.1. Contenidos: INSUFICIENTE (4 puntos)

La identificación de los contenidos obtiene la calificación de insuficiente. Falta una mejor diferenciación de los contenidos fundamentales para poder alcanzar los objetivos del pliego. Los contenidos se abordan de forma genérica, requiriéndose una mayor concreción, claridad en su definición y coherencia entre ellos.

Así, en la actividad infantil “Guardianes del mar” se aborda de forma muy superficial la importancia de las tallas mínimas mientras que en la actividad “Descubriendo el mundo marino” se establecen como objetivos que los niños exploren el mundo marino y aprendan sobre los tipos de pesca pero no concretando los mensajes claves e incluyendo contenidos que no conectan con los el objeto de la campaña (experimentos científicos: como la densidad del agua de mar, la flotación de objetos o la filtración de agua).

En el concurso “La travesía marina”, destinada a público adulto e infantil, se indica que se responderán preguntas sobre la pesca extractiva y la acuicultura sostenible, sin embargo no se detalla en profundidad la dinámica de la actividad.

FIRMADO POR	INMACULADA CONCEPCION GONZALEZ GONZALEZ	24/05/2024	PÁGINA 31/47
	SONIA MARIA FERIA DOMINGUEZ		
	LAURA RIVAS RODRIGUEZ		
VERIFICACIÓN	Pk2jmBH4AFRZRQFUWCPGC69PEDWCL	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

1.2. Originalidad: INSUFICIENTE (4 puntos)

En general, las actividades propuestas son algo planas y no se han trabajado con la suficiente profundidad. Aunque actividades como “La travesía marina” y “Descubriendo el mundo marino” podrían resultar *a priori* acciones llamativas para los veraneantes, al haberse realizado una selección de contenidos incompleta no se logra comunicar los mensajes claves con éxito.

1.3. Adaptación: CORRECTO (6 puntos)

La adaptación del diseño y contenido de las actividades según el tramo de edad al que van dirigidas y al entorno en el que se desarrolla la campaña se califica de correcto. Se presentan productos locales y contenidos personalizados de acuerdo a la provincia en la que se desarrolla la acción (ejemplo, el problema del marisqueo ilegal de coquinas) y se adaptan las actividades a los turistas de habla inglesa y personas con necesidades especiales.

Este subcriterio no alcanza mayor puntuación porque se detectan problemas de coherencia de las actividades con el contenido y objetivos al que van asociadas.

2. METODOLOGÍA A SEGUIR EN EL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES SEGÚN PÚBLICO OBJETIVO:

2.1. Metodología: CORRECTO (6 puntos)

La metodología a seguir es correcta, ya que se basa en la participación didáctica y activa para transmitir los conceptos de manera fácil, lúdica y distendida, teniendo en cuenta la época estival en la que se desarrolla la acción. Se basan en el aprendizaje a través del juego y la experimentación en el caso del público infantil. Dista de alcanzar una mayor nota porque falta consistencia en la propuesta y centrar más el enfoque de acuerdo con el objeto de campaña. Muchas de las actividades y su desarrollo metodológico se centran demasiado en temas generales, como los ecosistemas marinos, soslayando otros contenidos fundamentales.

2.2. Temporalidad: INSUFICIENTE (4 puntos)

Se define una única estructura temporal para cada actividad (de 10 minutos de duración), resultando insuficiente, ya que al haber actividades de distinta naturaleza pueden requerir tiempos de ejecución diferentes. Estimar solo una franja de 5 minutos para la participación efectiva también parece poco ajustado a la realidad.

2.3. Recursos Humanos: MUY BIEN (8 puntos)

La descripción de las tareas del personal así como las interacciones tanto con el público adulto como con el público infantil están explicadas de una forma acertada, lo que facilita la comprensión de la dinámica general, por lo que se califica de muy bien.

Las tareas de los monitores están bien delimitadas. Ofrecen también la posibilidad de transmitir la información en inglés, la realización de las dinámicas en este idioma, además de la adaptación a participantes con necesidades especiales. No se alcanza mayor puntuación porque se echa en falta una mayor concreción de la captación de los veraneantes y aprovechamiento del espacio del punto de información.

3. UTILIZACIÓN DE RECURSOS MATERIALES Y/O AUDIOVISUALES: INSUFICIENTE (4 PUNTOS)

La propuesta de materiales no se describe con suficiente detalle. Aunque en general son adecuados para el tramo de edad al que van dirigidos e incluyen materiales audiovisuales y de elaboración propia, se detectan fallos en relación a su conveniencia para lograr los objetivos de la campaña.

FIRMADO POR	INMACULADA CONCEPCION GONZALEZ GONZALEZ	24/05/2024	PÁGINA 32/47
	SONIA MARIA FERIA DOMINGUEZ		
	LAURA RIVAS RODRIGUEZ		
VERIFICACIÓN	Pk2jmBH4AFRZRvQFUWCPGC69PEDWCL	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

El ictiómetro no se aprovecha adecuadamente y sólo se menciona su uso como material de merchandising. El juego 3 en raya se propone como premio en la actividad infantil "Descubriendo el mundo acuático" pero no en el concurso propuesto, tal y como se establece en el pliego de prescripciones técnicas.

I-FISH CONSULTING & MARKET S.L.

1. DISEÑO Y CONTENIDOS DE LAS ACTIVIDADES SEGÚN PÚBLICO OBJETIVO:

1.1. Contenidos: EXCELENTE (10 puntos)

La identificación de los contenidos para el diseño de las actividades, en consonancia con los objetivos establecidos en el pliego de prescripciones técnicas, recibe una calificación de excelente. Se basa en una sólida base técnica, que se refleja en la pertinencia y oportunidad de los contenidos seleccionados. Estos se organizan en cuatro grandes bloques temáticos, perfectamente alineados con los objetivos del pliego. Las actividades están muy bien estructuradas y tratadas con minuciosidad, describiendo tanto la metodología específica para cada actividad como diversas dinámicas y juegos para afianzar los conceptos adquiridos que hacen más efectivo el aprendizaje.

1.2. Originalidad: EXCELENTE (10 puntos)

Las actividades propuestas son innovadoras y diversificadas, utilizando una variedad de métodos interactivos y tecnológicos que hacen que la experiencia de aprendizaje sea atractiva y relevante, asegurando una experiencia educativa completa y enriquecedora para los participantes. Así, por ejemplo, el taller con lupas binoculares y experiencias organolépticas es muy innovador y adaptado para despertar el interés del público por la alimentación de los peces de acuicultura. Las dinámicas incluyen juegos, realidad virtual, y manualidades, lo que demuestra una creatividad considerable en el diseño de las actividades.

1.3. Adaptación: MUY BIEN (8 puntos)

Para el diseño de las actividades tienen en cuenta el espacio natural en el que se desarrollan, la época estival y el perfil del público objetivo. Las actividades están muy bien segmentadas para atender tanto a un público infantil como adulto, con contenidos ajustados a diferentes niveles de comprensión. La inclusión de juegos y actividades manuales para niños, junto con información técnica y experiencias inmersivas para adultos, asegura que todos los participantes puedan beneficiarse y disfrutar de las actividades.

2. METODOLOGÍA A SEGUIR EN EL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES SEGÚN PÚBLICO OBJETIVO:

2.1. Metodología: MUY BIEN (8 puntos)

La metodología propuesta está muy bien fundamentada, con un enfoque integral que promueve un aprendizaje significativo y una experiencia inmersiva. La combinación de actividades prácticas, teóricas y reflexivas, junto con la adaptabilidad y accesibilidad, asegura una experiencia enriquecedora para los participantes.

2.2. Temporalidad: MUY BIEN (8 puntos)

Se valora muy bien la dosificación del tiempo de la actuación en relación con las actividades planteadas y el público objetivo, especificando para cada actividad su duración y dinámica.

2.3. Recursos Humanos: MUY BIEN (8 puntos)

La organización de los recursos humanos para el correcto desarrollo metodológico se califica de "muy bien". El personal se distribuye en las siguientes zonas: Zona A (Recepción): 1 coordinador acompañará a los partici-

FIRMADO POR	INMACULADA CONCEPCION GONZALEZ GONZALEZ	24/05/2024	PÁGINA 33/47
	SONIA MARIA FERIA DOMINGUEZ		
	LAURA RIVAS RODRIGUEZ		
VERIFICACIÓN	Pk2jmBH4AFRZRUVFUWCPGCG69PEDWCL	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

pantes a las áreas de actividades; Zona B (Actividades para familias y adultos): 1 coordinador y 2 monitores gestionarán las actividades dentro de la carpa y en un área exterior para actividades que requieran más espacio; y Zona C (Actividades para niños): 1 coordinador y 2 monitores gestionarán las actividades dentro de la carpa y en un área exterior para actividades que requieran más espacio.

3. UTILIZACIÓN DE RECURSOS MATERIALES Y/O AUDIOVISUALES: EXCELENTE (10 puntos)

Los recursos materiales y audiovisuales apoyan de un modo excelente el óptimo desarrollo de las actividades propuestas por esta empresa y están en coherencia con el tipo de actividad y público al que va dirigido. En este sentido, destacan las maquetas de artes de pesca o los piensos para el taller organoléptico de acuicultura, que acercan al participante de una manera atractiva y eficaz al conocimiento de la actividad pesquera y acuícola. Por su parte, abordan el tema de tallas mínimas a través de especies pesqueras típicas de la zona a diferentes tamaños, con el uso de ictiómetro. También incorporan el uso de dispositivo móvil y de realidad virtual para experiencias más inmersivas relacionadas con la sostenibilidad y protección de los recursos marinos.

MÉTODO AMBIENTAL CONSULTORES, S.L.

1. DISEÑO Y CONTENIDOS DE LAS ACTIVIDADES SEGÚN PÚBLICO OBJETIVO:

1.1. Contenidos: EXCELENTE (10 puntos)

La selección de los contenidos para lograr la consecución de los objetivos marcados en el pliego de prescripciones técnicas es excelente. Identifica contenidos clave como puede ser el reconocimiento de las especies pesqueras, artes de pesca, los productos de la acuicultura o tallas mínimas. La propuesta ofrece incluso la preparación de los contenidos en inglés para el público extranjero.

1.2. Originalidad: EXCELENTE (10 puntos)

La oferta presenta diferentes tipologías de actividades: concursos, talleres didácticos y dinámicas de aproximación y promoción de la actividad pesquera y acuícola, caracterizadas por su dinamismo, flexibilidad y capacidad de adaptación a las edades de los participantes. Se valora la captación por cada actividad. El concurso infantil para dar a conocer las principales especies comerciales de la zona y sus características diferenciales es muy motivador y atractivo. Incorporan la captación visual, a través de la colocación de banderolas de playa, una figura de pescado a tamaño 1:1; etc.

1.3. Adaptación: EXCELENTE (10 puntos)

La adaptación del diseño y el contenido de las actividades de acuerdo con el tramo de edad al que van dirigidas y al entorno en el que se realiza la acción alcanza la excelencia. La propuesta va más allá, realizando una exhaustiva diferenciación, concretamente del público infantil, en tres grupos (de 3 a 6 años, de 7 a 12 años y de 13 a 18 años). Para cada uno de estos segmentos de edad, se adaptan dos tipos de actividades diferentes. Adicionalmente, se plantea una actividad con formato concurso común para todo el público infantil. Incluso se realiza una adaptación de la metodología en función del número de participantes, distinguiendo entre grupos pequeños (de 2 a 6 participantes) y grupos más grandes (de 7 a 20 personas). La propuesta relaciona convenientemente el contenido de las actividades con el entorno geográfico en el que se desarrolla la acción. Una temática como la acuicultura, que reviste cierta complejidad para su transmisión al público infantil, consiguen hacerlo más sencillo y didáctico a través de técnicas manipulativas de una manera eficaz.

FIRMADO POR	INMACULADA CONCEPCION GONZALEZ GONZALEZ	24/05/2024	PÁGINA 34/47
	SONIA MARIA FERIA DOMINGUEZ		
	LAURA RIVAS RODRIGUEZ		
VERIFICACIÓN	Pk2jmBH4AFRZRQFUWCPGCG69PEDWCL	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

2. METODOLOGÍA A SEGUIR EN EL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES SEGÚN PÚBLICO OBJETIVO:

2.1. Metodología: EXCELENTE (10 puntos)

El planteamiento metodológico propuesto concuerda de manera excelente con el tipo de actividades y contenidos seleccionados para la campaña.

Los contenidos se transmiten inicialmente de una forma sencilla y cercana que dan pie para ir ampliando progresivamente la información y aumentar el grado de conocimiento del target. Cada actividad tiene su propia metodología (aprendizaje práctico-visual, aprendizaje progresivo de lo sencillo a lo complejo, aprendizaje por repetición, metodología teórica-práctica...) y manera de captar al participante.

2.2. Temporalidad: EXCELENTE (10 puntos)

Todas las actividades están perfectamente medidas, lo que contribuye al equilibrio de la actuación en lo que a la dosificación del tiempo se refiere.

2.3. Recursos Humanos: EXCELENTE (10 puntos)

La organización de tareas está minuciosamente planificada, consiguiendo que la recreación de las actividades sea perfecta. Aprovechan el entorno, que va más allá del punto de información. Se realiza una labor de captación por cada actividad.

3. UTILIZACIÓN DE RECURSOS MATERIALES Y/O AUDIOVISUALES: EXCELENTE (10 puntos)

Los materiales propuestos son excelentes y se describen detalladamente en cada actividad. Se trata de recursos atractivos y variados que invitan a la participación (estacas de madera, cuerdas, especies de cartón piedra, redes, panel imantado ...) y que están en total coherencia con el tipo de actividad y el público objetivo al que van dirigidos, lo que garantiza sobradamente el correcto desarrollo de la actuación.

Cabe destacar el diseño de elaboración propia de redes, en concreto, de un copo y de una atarraya modificada para ser circular y poder cumplir su objetivo. Las figuras de peces son totalmente artesanales, pintadas a mano. Asimismo se propone el diseño y producción de dos peces desmontables a escala 1:1, un mero y un atún, lo que sin duda se convertirá en un elemento muy atractivo para la captación del público.

También se incorpora el uso de las tecnologías, como en el caso del "Trivial del boquerón", facilitando hasta cuatro tablets en el punto de información.

UTE KIDWORD GLOBAL S.L. OPEN DIGITAL S.L.

1. DISEÑO Y CONTENIDOS DE LAS ACTIVIDADES SEGÚN PÚBLICO OBJETIVO:

1.1. Contenidos: MUY BIEN (8 puntos)

El diseño del contenido de las actividades para alcanzar los objetivos establecidos en el pliego de prescripciones técnicas se califica de muy bien. Se ha realizado una selección explícita de los objetivos perseguidos, los cuales son pertinentes y contribuyen a promover la comercialización, la calidad y el valor añadido de los productos, además de reforzar la imagen del sector pesquero y acuícola en general. Asimismo, el diseño de las actividades está detallado y muy bien estructurado, especificando en cada una de ellas los objetivos concretos, los contenidos específicos a tratar, los materiales necesarios y un amplio desarrollo de la dinámica de la actividad.

FIRMADO POR	INMACULADA CONCEPCION GONZALEZ GONZALEZ	24/05/2024	PÁGINA 35/47
	SONIA MARIA FERIA DOMINGUEZ		
	LAURA RIVAS RODRIGUEZ		
VERIFICACIÓN	Pk2jmBH4AFRZRZVQFUWCPGC69PEDWCL	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

Sin embargo hay actividades como la actividad “Experiencia culinaria: el poder de las algas y el fitoplacton” que si bien presenta una oportunidad para educar al público adulto sobre los beneficios nutricionales de las microalgas y el fitoplancton, componentes importantes del ecosistema marino, se alinea parcialmente con los objetivos marcados para divulgar aspectos relacionados con las actividades pesqueras y acuícolas, el sistema comercializador, las principales especies comerciales, el etiquetado y la trazabilidad de los productos pesqueros.

La actividad propuesta de construir un arrecife nutricional utilizando cubos y dibujos de diferentes especies marinas y alimentos saludables no se ajusta completamente a los objetivos establecidos, debido a la falta de enfoque en la diversidad de especies marinas o la limitada exploración de una dieta equilibrada.

1.2. Originalidad: INSUFICIENTE (4 puntos)

La empresa propone una amplia gama de actividades con formatos participativos y entretenidos, pero no todas son completamente adecuadas para llevar a cabo en el entorno de una carpa en la playa, y sólo comunican parcialmente los contenidos fundamentales de la acción.

1.3. Adaptación: INSUFICIENTE (4 puntos)

La empresa no logra una suficiente adaptación de los contenidos debido a varios factores. Así, por ejemplo, la actividad “Concurso de cata a ciegas” intenta abordar una variedad de temas relacionados con la pesca y la acuicultura, pero la naturaleza de una cata a ciegas se centra principalmente en la experiencia sensorial, lo que dificulta transmitir información detallada sobre estos temas. Además, el entorno de una carpa en la playa no es el más adecuado para este tipo de actividad, ya que requiere un espacio más controlado y la logística de manejar productos del mar frescos puede ser complicada. El taller de "Fileteado sostenible" también enfrenta desafíos similares al intentar transmitir contenidos sobre pesca responsable en un entorno que puede no ser adecuado para mantener la frescura del pescado y realizar demostraciones prácticas.

Por último, el taller sobre técnicas de desanzuelado se aparta de los objetivos establecidos en el pliego de condiciones y su contenido es delicado debido a que podría entrar en conflicto con la normativa pesquera.

2. METODOLOGÍA A SEGUIR EN EL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES SEGÚN PÚBLICO OBJETIVO:

2.1. Metodología: MUY BIEN (8 puntos)

La metodología está muy bien planteada, fomentando un ambiente dinámico y participativo, donde la convivencia, la organización y la motivación son clave para desarrollar con éxito las actividades. Se promueve la autonomía, la colaboración y el trabajo en equipo, reconociendo la diversidad de niveles de desarrollo y conocimientos para adaptar las actividades en consecuencia. Se enfatiza despertar la curiosidad, promover la creatividad y valorar el empoderamiento de los participantes. En resumen, la metodología propuesta busca un aprendizaje interactivo, significativo y centrado en el participante, con el objetivo de alcanzar resultados medibles y evaluar el impacto de las actividades.

2.2. Temporalidad: MUY BIEN (8 puntos)

La planificación general es muy buena, ya que todas las actividades están medidas, lo que contribuye al equilibrio en la distribución del tiempo.

2.3. Recursos Humanos: EXCELENTE 10 (PUNTOS)

La organización de los recursos humanos es excelente, tanto en lo que respecta a la coordinación de los monitores, lo que asegura un desarrollo adecuado de la actividad, como en el plan de trabajo en general. Este último abarca aspectos como el Plan de Desarrollo de Actividades, el Plan de Funcionamiento y Gestión de Espacios Habilitados, el Plan de Contingencia, y el Plan de Preparación y Organización de la Campaña.

FIRMADO POR	INMACULADA CONCEPCION GONZALEZ GONZALEZ		24/05/2024	PÁGINA 36/47
	SONIA MARIA FERIA DOMINGUEZ			
	LAURA RIVAS RODRIGUEZ			
VERIFICACIÓN	Pk2jmBH4AFRZRQFUWCPGC69PEDWCL	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma		

3. UTILIZACIÓN DE RECURSOS MATERIALES Y/O AUDIOVISUALES: MUY BIEN (8 puntos)

Los recursos propuestos son apropiados y variados, permitiendo su uso en una amplia gama de actividades creativas, educativas y tecnológicas. La combinación de materiales fungibles y no fungibles facilita la organización de talleres manuales, actividades interactivas y demostraciones prácticas. Además, los materiales tecnológicos contribuyen a mejorar la participación y la experiencia de los asistentes, así como a promover la campaña en medios digitales.

WOMACK INTEGRATED MARKETING S.L.

1. DISEÑO Y CONTENIDOS DE LAS ACTIVIDADES SEGÚN PÚBLICO OBJETIVO.

1.1. Contenidos: INSUFICIENTE (4 puntos)

Los contenidos seleccionados son apropiados, pero resultan insuficientes y carecen de definición. Los grandes temas se abordan en una formación previa a través de paneles informativos. Su relevancia indica la necesidad de dedicarles actividades específicas. Se echa en falta el tema de la acuicultura, un aspecto clave en el objetivo de la campaña. Los contenidos seleccionados para las actividades dirigidas al público adulto son adecuados, pero el diseño de estas actividades es, en general, superficial y no profundiza en los temas. Para el público adulto, una de las actividades, "Memoria marina", se centra en la búsqueda de parejas de especies pesqueras, mientras que la otra consiste en preguntas y respuestas de tipo lúdico basadas en la formación previa.

1.2. Originalidad: CORRECTO (6 puntos)

En general, las actividades planteadas son adecuadas pero comunes y poco innovadoras. La propuesta es demasiado sencilla, con pocas actividades para desarrollar, lo que limita su originalidad.

1.3. Adaptación: CORRECTO (6 puntos)

Las actividades están adecuadamente adaptadas a los distintos grupos de edad y sus intereses. La flexibilidad en las mecánicas de los juegos permite ajustar la dinámica según la respuesta del público. Sin embargo, la propuesta no alcanza una puntuación más alta debido a su falta de solidez y a la limitada cantidad de actividades, lo cual afecta a la evaluación de este apartado.

2. METODOLOGÍA A SEGUIR EN EL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES SEGÚN PÚBLICO OBJETIVO:

2.1. Metodología: CORRECTO (6 puntos)

La metodología propuesta refleja una consideración hacia las necesidades y preferencias de cada grupo de público, utilizando enfoques didácticos y lúdicos adecuados tanto para adultos como para niños. La preparación previa del personal y la capacidad de adaptar la metodología según las circunstancias son aspectos destacables que pueden incidir en el éxito de la campaña. No obstante, la falta de solidez en la propuesta en general afecta a la consistencia de la metodología.

2.2. Temporalidad: MUY BIEN (8 puntos)

La temporalidad de las actividades está muy bien planificada y ajustada según las características de cada grupo de edad. La diferenciación en la duración de las actividades formativas y lúdicas entre adultos e infantiles está bien justificada por las necesidades de comunicación y la naturaleza de las actividades.

FIRMADO POR	INMACULADA CONCEPCION GONZALEZ GONZALEZ	24/05/2024	PÁGINA 37/47
	SONIA MARIA FERIA DOMINGUEZ		
	LAURA RIVAS RODRIGUEZ		
VERIFICACIÓN	Pk2jmBH4AFRZRZVQFUWCPGC69PEDWCL	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

2.3. Recursos humanos: EXCELENTE (10 puntos)

La estructura organizativa propuesta es excelente, asegurando una gestión eficaz y coordinada de todos los recursos humanos a lo largo de la campaña, desde la planificación hasta el seguimiento posterior. Se proporciona una descripción detallada de la distribución de los recursos humanos en cada fase de la actuación, con roles claramente definidos antes, durante y después, garantizando el éxito de la campaña.

3. UTILIZACIÓN DE RECURSOS MATERIALES Y/O AUDIOVISUALES: INSUFICIENTE (4 puntos)

La falta de profundidad en la propuesta en general y la ausencia de originalidad en las actividades afectan directamente a la insuficiencia de recursos materiales y audiovisuales. Como resultado, los materiales disponibles son limitados, poco innovadores e interesantes.

FIRMADO POR	INMACULADA CONCEPCION GONZALEZ GONZALEZ	24/05/2024	PÁGINA 38/47
	SONIA MARIA FERIA DOMINGUEZ		
	LAURA RIVAS RODRIGUEZ		
VERIFICACIÓN	Pk2jmBH4AFRZRQFUWCPGC69PEDWCL	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	



LOTE & HUELVA	EMPRESAS LICITADORAS	VALORACIÓN ABSOLUTA										VALORACIÓN PONDERADA									
		ALGÓNIX S.L. OCIO SERVICIOS Y PRODUCCIONES	DEGESITE COMUNICACIÓN Y SISTEMAS S.L.	FOODS BRAND S.L.	ESSENCIA FERROS CENTRICOS S.L.	FISH CONSULTING & MARKET S.L.	METODO AMBIENTAL CONSULTORES S.L.	UTP KIMONO GLOBAL S.L. OPERATIVA S.L.	WONACK INTEGRATED MARKETING S.L.	ALGÓNIX S.L. OCIO SERVICIOS Y PRODUCCIONES	DEGESITE COMUNICACIÓN Y SISTEMAS S.L.	FOODS BRAND S.L.	ESSENCIA FERROS CENTRICOS S.L.	FISH CONSULTING & MARKET S.L.	METODO AMBIENTAL CONSULTORES S.L.	UTP KIMONO GLOBAL S.L. OPERATIVA S.L.	WONACK INTEGRATED MARKETING S.L.				
1.1. Comedidos	10	10	2	4	10	10	8	4	14	14	14	28	56	14	14	112	56				
1.2. Organización	10	10	6	4	10	10	4	6	6	6	36	24	6	6	24	36					
1.3. Adecuación	8	10	2	6	8	10	4	6	6	48	12	36	48	6	24	36					
2. METODOLOGÍA SEGUIMIENTO DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES SEGÚN PLANICO OBJETIVO																					
2.1. Metodología	10	10	2	6	8	10	8	6	7	7	14	42	56	7	56	42					
2.2. Temporalidad	10	10	8	4	8	10	8	8	3	3	24	12	24	3	24	24					
2.2. Recursos Humanos	8	10	6	8	8	10	10	10	3	24	18	24	24	3	3	3					
3. UTILIZACIÓN DE RECURSOS MATERIALES Y AUDIBLES	10	10	2	4	10	10	8	4	10	10	2	4	10	10	8	4					
TOTAL VALORACIÓN TÉCNICA	66	70	28	36	62	70	50	44	49	47,2	49	152	224	452	49	35	26,4				

FIRMADO POR	INMACULADA CONCEPCION GONZALEZ GONZALEZ		24/05/2024	PÁGINA 39/47
	SONIA MARIA FERIA DOMINGUEZ			
	LAURA RIVAS RODRIGUEZ			
VERIFICACIÓN	Pk2jmBH4AFRZRZVQFUWCPGCG69PEDWCL		https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

LOTE 5. PROVINCIA DE MÁLAGA

GREEN GLOBE SYPA S.L.

1. DISEÑO Y CONTENIDOS DE LAS ACTIVIDADES SEGÚN PÚBLICO OBJETIVO.

1.1. Contenidos: INSUFICIENTE (4 puntos)

Las actividades están diseñadas para fomentar la participación activa, permitiendo a los asistentes colaborar en la resolución de pruebas y compartir opiniones y experiencias. Aunque tienen una buena intención y una estructura educativa sólida, necesitan ajustes para alinearse mejor con los objetivos especificados en el pliego de prescripciones técnicas y evitar confusiones. Por ejemplo, la actividad "La IA puede ser muy saludable" resulta confusa, ya que mezcla conceptos de inteligencia artificial con la preparación de recetas con pescados y moluscos. Además, no se centra claramente en la promoción del consumo de pescado de manera efectiva ni está diseñada adecuadamente para alcanzar este fin; no alineándose suficientemente con los grandes objetivos establecidos en el pliego de prescripciones técnicas. La actividad "¿Sabrías diferenciarlos?" o El cuento del mar tampoco son adecuadas para promover la incorporación de los productos de la acuicultura a la cultura alimentaria, ya que compara el pescado de acuicultura con el pescado de pesca extractiva. Para alcanzar este objetivo, no tiene mucho sentido intentar diferenciar estos productos. Este enfoque puede generar conflicto entre ambos tipos de productos. Sería más efectivo poner en valor o reforzar la imagen de los productos de la acuicultura utilizando otro enfoque. El uso del ictiómetro en el caso de los productos de acuicultura es incorrecto, ya que no tienen tallas mínima biológica.

1.2. Originalidad: CORRECTO (6 puntos)

Las actividades diseñadas, como el concurso de preguntas (Kahoot), son herramientas efectivas para evaluar el aprendizaje de manera interactiva y atractiva, logrando captar la atención e interés del público objetivo. Sin embargo, este apartado no alcanza una puntuación más alta porque algunas actividades necesitan reajustes para asegurar no solo que son innovadoras y atractivas, sino también efectivas para cumplir los objetivos del pliego de prescripciones técnicas.

1.3. Adaptación: CORRECTO (6 PUNTOS)

La adaptación del diseño y contenido de las actividades según el grupo de edad al que están dirigidas se considera correcta. Sin embargo, se podría aprovechar mejor el entorno en el que se desarrolla la campaña.

2. METODOLOGÍA A SEGUIR EN EL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES SEGÚN PÚBLICO OBJETIVO:

2.1. Metodología: CORRECTO (6 PUNTOS)

La metodología propuesta comienza con una investigación previa y un análisis del lugar donde se realizarán las actividades, lo que permite comprender el contexto local y su relación con los productos pesqueros y acuícolas. Incluye un enfoque detallado, a través de encuestas, para conocer el perfil del público objetivo y obtener información sobre hábitos de consumo y conocimientos previos relacionados con el objeto de la actuación.

La variedad de actividades propuestas para adultos y niños, como talleres, concursos y ejercicios prácticos, está bien planteada desde el punto de vista metodológico para cumplir los objetivos de manera lúdica y participativa. Sin embargo, podría mejorarse en consistencia y profundidad, y en identificar y aprovechar mejor los contenidos fundamentales.

FIRMADO POR	INMACULADA CONCEPCION GONZALEZ GONZALEZ	24/05/2024	PÁGINA 40/47
	SONIA MARIA FERIA DOMINGUEZ		
	LAURA RIVAS RODRIGUEZ		
VERIFICACIÓN	Pk2jmBH4AFRZRQFUWCPGCG69PEDWCL	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

2.2. Temporalidad: MUY BIEN (8 puntos)

Se destaca la flexibilidad al presentar dos opciones de temporalización que permiten adaptarse a diferentes niveles de afluencia de personas, demostrando capacidad de respuesta a las necesidades del público. Además, cada actividad tiene una duración específica (20 minutos, con excepciones de 30 minutos para el concurso de preguntas), lo que garantiza una rotación rápida y dinámica. Esta planificación minimiza la interrupción del tiempo de disfrute de los usuarios en la playa, manteniendo un equilibrio entre entretenimiento e información.

2.3. Recursos humanos: MUY BIEN (8 puntos)

La asignación de tareas para los monitores está claramente definida, con roles específicos que incluyen la supervisión de talleres y la captación de veraneantes. Esto asegura que las actividades se desarrollen sin contratiempos y que los participantes siempre tengan apoyo disponible.

3. UTILIZACIÓN DE RECURSOS MATERIALES Y/O AUDIOVISUALES: INSUFICIENTE (4 puntos)

Los materiales se alinean con las actividades propuestas, sin embargo, el enfoque de la actividad restringe la utilización de recursos más elaborados y originales, lo que afecta a la consistencia de la propuesta.

QUESADA & PASTOR CONSULTORES, S.L.

1. DISEÑO Y CONTENIDOS DE LAS ACTIVIDADES SEGÚN PÚBLICO OBJETIVO:

1.1. Contenidos: MUY BIEN (8 puntos)

La identificación y selección de los contenidos para el diseño de las actividades de acuerdo con los objetivos marcados en el pliego es muy buena. Se abordan todos los contenidos fundamentales, como la acuicultura, las tallas mínimas, la calidad y frescura o los valores nutricionales con actividades específicas para los mismos, lo que permite una mayor profundización y calidad técnica de los mensajes a transmitir. Se valora muy positivamente la clasificación que realizan de los contenidos, que dividen en conceptuales, procedimentales y actitudinales.

Ejemplo de contenido conceptual: “La realidad actual de la pesca en Andalucía: artes de pesca, tipos de embarcaciones, sistema comercializador...” .

Ejemplo de contenido procedimental: “Medición del pescado para determinar si posee la talla mínima”.

Ejemplo de contenido actitudinal: “Valoración de la importancia del respeto de las tallas mínimas para proteger los recursos pesqueros de los caladeros y garantizar la continuidad de las especies y de la propia actividad pesquera”.

La propuesta no alcanza mayor puntuación en este subcriterio porque algunas de las actividades propuestas resultan algo limitadas para lograr la consecución de los objetivos marcados en la campaña. Así, en la actividad “La pesca andaluza, ¡qué arte!” se propone la visualización de diferentes vídeos sobre la actividad pesquera y acuícola en Andalucía, algunos antiguos, lo que *a priori* no resulta la forma más efectiva para lograr la consecución de los objetivos.

1.2. Originalidad: MUY BIEN (8 puntos)

El tipo de actividades diseñadas consiguen en general comunicar los contenidos seleccionados de una forma atractiva, logrando captar la atención del público. En el caso de la población infantil, las actividades tienen una muy buena base pedagógica.

FIRMADO POR	INMACULADA CONCEPCION GONZALEZ GONZALEZ	24/05/2024	PÁGINA 41/47
	SONIA MARIA FERIA DOMINGUEZ		
	LAURA RIVAS RODRIGUEZ		
VERIFICACIÓN	Pk2jmBH4AFRZRQFUWCPGC69PEDWCL	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

Ofrecen, además, una batería de actividades denominadas transversales, como acciones postacción de refuerzo de la campaña. Los participantes podrán elegir entre distintos atrezos y disfraces relacionados con el mundo marino y el sector pesquero para que las fotos sean más divertidas y también elegir entre variados mensajes de promoción del sector pesquero y acuícola y del consumo de pescado fresco y también de sensibilización. El objetivo es que tanto el público infantil como adulto se divierta y tenga un bonito recuerdo, lo que refuerza el aprendizaje y sirve de captación de los participantes.

Las actividades no alcanzan la excelencia en este aspecto porque entre la amplia variedad de actividades planteadas se echa en falta en algunas algo más de dinamismo para activar la curiosidad de los veraneantes y hacer que la experiencia de participación sea más constructiva (Ejemplo: ““La pesca andaluza, ¡qué arte!” o “La etiqueta, un mar de información”).

1.3. Adaptación: EXCELENTE (10 puntos)

Los contenidos son adaptados hábilmente al target. Las actividades infantiles están diferenciadas por tramos de edad y adaptan sus contenidos y metodología a los mismos.

Además, al desarrollarse la campaña en la provincia de Granada, hacen adaptaciones específicas al entorno. Así por ejemplo dedican un espacio a la quisquilla granadina, explicándose detalladamente sus características, su talla mínima, sus propiedades nutritivas, curiosidades de la especie y su vinculación con la provincia de Granada.

2. METODOLOGÍA A SEGUIR EN EL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES SEGÚN PÚBLICO OBJETIVO:

2.1. Metodología: EXCELENTE (10 puntos)

Esta empresa realiza un ejercicio metodológico excelente, a la medida del lugar (playa), el momento (vacaciones o tiempo de ocio) y el público tan heterogéneo al que se dirigen las actuaciones. La metodología es activa-participativa (el usuario es el protagonista; sujeto activo), didáctica- demostrativa (tras una exposición teórica de los conceptos se pasa a reconocer o detectar si está fresco *in situ* un ejemplar real) y también fomenta el autoaprendizaje, a través de vídeos y paneles informativos que contribuyen a que el usuario pueda aprender de forma autónoma.

2.2. Temporalidad: EXCELENTE (10 puntos)

La dosificación de las actividades planteadas en concordancia con el público objetivo se califica de excelente al permitir organizar los recursos humanos y materiales adecuadamente para contribuir al equilibrio de la actuación.

2.3. Recursos Humanos: EXCELENTE (10 puntos)

La excelente propuesta de organización de los recursos humanos para el desarrollo metodológico garantiza la captación del veraneante así como el aprovechamiento del espacio del punto de información. Sirva de ejemplo que para conseguir la asistencia al stand realizan una diferenciación según el público objetivo, apelando al público adulto con preguntas motivadoras tales como ¿suelen consumir pescado fresco en casa?, y, en el caso del público infantil, recurriendo a un monitor disfrazado de pez.

3. UTILIZACIÓN DE RECURSOS MATERIALES Y/O AUDIOVISUALES: MUY BIEN (8 puntos)

Los recursos materiales y/o audiovisuales utilizados para el correcto desarrollo de las actividades están en consonancia con cada una de las actividades y el público objetivo al que van dirigidos, siendo muy buenos. A la habitual utilización de fichas, paneles, etc.; incorporan recursos sencillos pero atractivos y didácticos como pescado fresco para reconocer la especie, tamaño y frescura y/o los materiales multimedia, como los necesarios para la puesta en marcha de los concursos interactivos.

FIRMADO POR	INMACULADA CONCEPCION GONZALEZ GONZALEZ		24/05/2024	PÁGINA 42/47
	SONIA MARIA FERIA DOMINGUEZ			
	LAURA RIVAS RODRIGUEZ			
VERIFICACIÓN	Pk2jmBH4AFRZRZVQFUWCPGC69PEDWCL	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma		

El uso y las características de los recursos materiales y/o audiovisuales favorecen el desarrollo de las actividades a llevar a cabo y en general contribuyen a la captación del veraneante. Un ejemplo de ello es que en el stand dispondrán de ejemplares de pescados frescos y distintos atrezos y disfraces relacionados con el mundo marino y el sector pesquero.

No se alcanza la máxima puntuación porque algunos de los vídeos propuestos para la actividad de minicine no son de creación reciente.

UTE BOXPMO PROJECTS SL OPERA BUSINESS DREAMS S.L.

1. DISEÑO Y CONTENIDOS DE LAS ACTIVIDADES SEGÚN PÚBLICO OBJETIVO.

1.1. Contenidos: DEFICIENTE (2 PUNTOS)

La identificación y selección de contenidos para el desarrollo de las actividades es deficiente. La propuesta se limita a mencionar algunos contenidos que se pretenden abordar, careciendo de rigor técnico. En la mayoría de las actividades no hay coherencia de los contenidos seleccionados con el objeto de la campaña, al no transmitirse los contenidos fundamentales o no detallarse los mensajes que se van a transmitir, lo que también afecta negativamente al resto de apartados a valorar.

Sirva de ejemplo las actividades infantiles “Mi pescado favorito” y “taller de pesca sostenible” o las actividades dirigidas a público adulto, “taller de nudos marinos” y “taller de fotografía marina”. En esta última se proponen como temas a tratar técnicas básicas de fotografía (composición, enfoque, iluminación, etc), uso de las funciones de la cámara del smartphone para mejorar las fotos y consejos y trucos para fotografiar el mar y la vida marina, lo que claramente dista mucho de los objetivos que se persiguen en la campaña.

1.2. Originalidad: INSUFICIENTE (4 puntos)

El tipo actividades diseñadas no logra comunicar los contenidos seleccionados de una forma suficientemente atractiva ni contribuye a alcanzar todos los objetivos del pliego. Si bien, actividades como el taller de fotografía o el paseo de orientación pesquera pueden resultar atractivas *a priori* para captar la atención y el interés del público, en las mismas no se tratan los mensajes claves con el suficiente detalle, resultando incompletas para alcanzar los objetivos.

El taller de nudos marinos, de una duración de una hora, tiene únicamente como objetivo enseñar a los participantes los distintos tipos de nudos utilizados en pesca y navegación, lo que además de no ser acertado, lo convierte en una actividad plana y poco llamativa.

1.3. Adaptación: DEFICIENTE (2 puntos)

Las actividades se han adaptado deficiientemente y no logran alcanzar los objetivos del pliego. Los contenidos no están trabajados en profundidad y no aprovechan eficazmente el entorno geográfico. Así, el cuentacuentos infantil introduce en la historia propuesta una mezcla de diferentes especies, algunas de ellas no autóctonas de la zona.

En general, las actividades propuestas no contienen los mensajes fundamentales de la campaña.

2. METODOLOGÍA A SEGUIR EN EL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES SEGÚN PÚBLICO OBJETIVO:

2.1. Metodología: CORRECTO (6 puntos)

La metodología a seguir es correcta, ya que se basa en la participación didáctica e intenta ser flexible al adaptarse al público objetivo y plantear una gran variedad de formatos. Los talleres se basan en actividades

FIRMADO POR	INMACULADA CONCEPCION GONZALEZ GONZALEZ	24/05/2024	PÁGINA 43/47
	SONIA MARIA FERIA DOMINGUEZ		
	LAURA RIVAS RODRIGUEZ		
VERIFICACIÓN	Pk2jmBH4AFRZRZVQFUWCPCGC69PEDWCL	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

prácticas y juegos educativos o actividades lúdicas en el caso del público infantil. Dista de alcanzar una mayor nota porque falta consistencia en la propuesta y centrar más el enfoque de acuerdo con el objeto de campaña.

2.2. Temporalidad: DEFICIENTE (2 puntos)

La actuación no está equilibrada en lo que a dosificación del tiempo se refiere por lo que se valora deficientemente. Las actividades para el público adulto, taller de fotografía marina, paseo de orientación marina y taller de nudos marinos, se han diseñado para que abarquen una hora de duración, lo que resulta muy poco práctico y atractivo para captar a un público objetivo que mayoritariamente se encuentra en el lugar para disfrutar de la playa.

Asimismo en la actividad “Ruta del Pescado Local” se premia a los participantes que prueben todos los platos elaborados con pescado local de diez establecimientos de la zona, condición que a todas luces parece inviable para la inmensa mayoría del público objetivo tanto desde un punto de vista temporal como económico.

2.3. Recursos humanos: CORRECTO (6 puntos)

En líneas generales, la organización de los recursos humanos para el desarrollo metodológico resulta correcta. Destaca la labor de captación de público e información diferenciada para cada una de las actividades propuestas. No obstante, la falta de profundidad en la propuesta y los fallos en los mensajes claves a difundir condicionan el desarrollo de las tareas.

3. UTILIZACIÓN DE RECURSOS MATERIALES Y/O AUDIOVISUALES: INSUFICIENTE (4 puntos)

El uso y características de los recursos materiales y audiovisuales resultan insuficientes, al estar limitados y condicionados por unas actividades que no están bien definidas ni trabajadas en profundidad, lo que afecta negativamente a la propuesta.

El ictiómetro no se aprovecha adecuadamente y sólo se menciona en la propuesta como elemento de captación en el taller infantil “Pescando conocimientos”.

FIRMADO POR	INMACULADA CONCEPCION GONZALEZ GONZALEZ	24/05/2024	PÁGINA 44/47
	SONIA MARIA FERIA DOMINGUEZ		
	LAURA RIVAS RODRIGUEZ		
VERIFICACIÓN	Pk2jmBH4AFRZRvQFUWCPGC69PEDWCL	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	



CRITERIOS	EMPRESAS LICITADORAS		UTE BOXPMO PROJECTS SL OPERA BUSINESS DREAMS S.L.	PONDERACIÓN	GREEN GLOBE SYPA S.L.	QUESADA & PASTOR CONSULTORES, S.L.	UTE BOXPMO PROJECTS SL OPERA BUSINESS DREAMS S.L.
	GREEN GLOBE SYPA S.L.	QUESADA & PASTOR CONSULTORES, S.L.					
1. DISEÑO Y CONTENIDOS DE LAS ACTIVIDADES SEGÚN PÚBLICO OBJETIVO							
1.1. Contenidos	4	8	2	14	5,6	11,2	2,8
1.2. Originalidad	6	8	4	6	3,6	4,8	2,4
1.3. Adaptación	6	10	2	6	3,6	6	1,2
2. METODOLOGÍA A SEGUIR EN EL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES SEGÚN PÚBLICO OBJETIVO							
2.1. Metodología	6	10	6	7	4,2	7	4,2
2.2. Temporalidad	8	10	2	3	2,4	3	0,6
2.3. Recursos Humanos	8	10	6	3	2,4	3	1,8
3. UTILIZACIÓN DE RECURSOS MATERIALES Y/O AUDIOVISUALES	4	8	4	10	4	8	4
TOTAL VALORACIÓN TÉCNICA	42	64	26	49	25,8	43	17

FIRMADO POR	INMACULADA CONCEPCION GONZALEZ GONZALEZ		24/05/2024	PÁGINA 45/47
	SONIA MARIA FERIA DOMINGUEZ			
	LAURA RIVAS RODRIGUEZ			
VERIFICACIÓN	Pk2jmBH4AFRZRvQFUWCPGC69PEDWCL		https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	



EMPRESAS LICITADORAS POR LOTE	VALORACIÓN TÉCNICA	UMBRAL MÍNIMO
LOTE 1: ALMERÍA		
ECOALMERÍA ACTIVA S.L	0	NO
E-HUMAN TECH, S.L.	43,8	SÍ
LOTE 2: CÁDIZ		
ALGAKÓN S.L. OCIO SERVICIOS Y PRODUCCIONES	47,2	SÍ
DIECISIETE COMUNICACIÓN Y MARKETING SOSTENIBLE S.L	49	SÍ
FOCUS BRAND S.L	15,2	NO
I-FISH CONSULTING & MARKET S.L.	45,2	SÍ
MÉTODO AMBIENTAL CONSULTORES, S.L.	49	SÍ
UTE KIDWORD GLOBAL S.L. OPEN DIGITAL S.L.	35	SÍ
WOMACK INTEGRATED MARKETING S.L.	26,4	SÍ
LOTE 3: GRANADA		
E-HUMAN TECH, S.L.	43,8	SÍ
GREEN GLOBE SYPA S.L.	25,8	SÍ
QUESADA & PASTOR CONSULTORES, S.L.	43	SÍ
UTE BOXPMO PROJECTS SL OPERA BUSINESS DREAMS S.L.	17	NO
LOTE 4: HUELVA		
ALGAKÓN S.L. OCIO SERVICIOS Y PRODUCCIONES	47,2	SÍ
DIECISIETE COMUNICACIÓN Y MARKETING SOSTENIBLE S.L.	49	SÍ
FOCUS BRAND S.L.	15,2	NO
ESCIENCIA EVENTOS CIENTÍFICOS, S.L.	23,4	NO
I-FISH CONSULTING & MARKET S.L.	45,2	SÍ
MÉTODO AMBIENTAL CONSULTORES, S.L.	49	SÍ
UTE KIDWORD GLOBAL S.L. OPEN DIGITAL S.L.	35	SÍ
WOMACK INTEGRATED MARKETING S.L.	26,4	SÍ
LOTE 5: MÁLAGA		
GREEN GLOBE SYPA S.L.	25,8	SÍ
QUESADA & PASTOR CONSULTORES, S.L.	43	SÍ
UTE BOXPMO PROJECTS SL OPERA BUSINESS DREAMS S.L.	17	NO

Tal y como consta en el Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares de la licitación de referencia, no han superado el umbral técnico mínimo exigible de 24,5 puntos:

EMPRESAS LICITADORAS	LOTE/S
ECOALMERÍA ACTIVA S.L	Lote 1 Provincia de Almería
FOCUS BRAND S.L	Lote 2 Provincia de Cádiz y Lote 4 Provincia de Huelva
UTE BOXPMO PROJECTS SL OPERA BUSINESS DREAMS S.L.	Lote 3 Provincia de Granada y Lote 5 Provincia de Málaga
ESCIENCIA EVENTOS CIENTÍFICOS, S.L	Lote 4 Provincia de Huelva

TÉCNICAS DEL DEPARTAMENTO
DE PROMOCIÓN

Fdo.: Sonia Feria Domínguez

Fdo.: Laura Rivas Rodríguez

JEFA DEL DEPARTAMENTO
DE PROMOCIÓN

Fdo.: Inmaculada González González

FIRMADO POR	INMACULADA CONCEPCION GONZALEZ GONZALEZ	24/05/2024	PÁGINA 46/47
	SONIA MARIA FERIA DOMINGUEZ		
	LAURA RIVAS RODRIGUEZ		
VERIFICACIÓN	Pk2jmBH4AFRZRQFUWCPGCG69PEDWCL	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

FIRMADO POR	INMACULADA CONCEPCION GONZALEZ GONZALEZ	24/05/2024	PÁGINA 47/47
	SONIA MARIA FERIA DOMINGUEZ		
	LAURA RIVAS RODRIGUEZ		
VERIFICACIÓN	Pk2jmBH4AFRZRQFUWCPGC69PEDWCL	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	