



Ports de Balears



Autoritat Portuària de Balears

Moll Vell, 3-5
07012 Palma

Tel.: 971 22 81 50
Fax: 971 72 69 48

Fecha: La de la firma electrónica **Destinatario:** Presidencia de la mesa de contratación
S/R:

N/R: GST25-0122
LMV/CNNS

Asunto: **Informe de la comisión técnica para informar de las ofertas admitidas para la realización de los trabajos del expediente GST25-0122, relativo al “Asistencia Técnica para la divulgación del Plan Estratégico de la Autoridad Portuaria de Balears”**

En sesión celebrada por la mesa de contratación el 11 de febrero de 2026 relativa al expediente GST25-0122 se examinó la proposición presentada por las empresas:

- DISSET
- METRÓPOLIS COMUNICACIÓN
- VIVIR DEL CUENTO

Remitida la documentación contenida en el sobre B a la comisión técnica designada al efecto, se ha procedido a su examen y valoración.

CONSIDERANDO

Que las empresas admitidas han presentado oferta según el pliego de condiciones.

Que reunida la comisión técnica constituida por Dña. Laura M^a Molano Villar, jefa de Departamento de Gobierno Corporativo, Comunicación y RSC, y Dña. Catalina Neus Nicolau Socias, técnica de Comunicación e Imagen, según lo dispuesto en el artículo 157 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, para informar de las proposiciones a valorar mediante juicios de valor para la contratación de los trabajos del presente expediente, procede a estudiar y valorar las ofertas que han sido admitidas.



ESTA COMISIÓN ACUERDA

Que tras analizar las correspondientes propuestas y visto el estudio realizado por los abajo firmantes, la puntuación técnica (PT) de la oferta admitida sea la siguiente:

Empresa	Valoración técnica (máximo: 45 puntos)
DISSET	31,88
METRÓPOLIS COMUNICACIÓN	29,75
VIVIR DEL CUENTO	39,75

La puntuación técnica mínima para considerar que las ofertas de la presente licitación tienen una calidad técnica aceptable es de 22,5 puntos, por lo que las ofertas que hayan obtenido una puntuación inferior al umbral establecido no deben continuar en el proceso selectivo.

En el anexo al documento se adjuntan los criterios que la comisión ha tenido en cuenta en la valoración de las ofertas presentadas.

La comisión técnica,

Jefa de Departamento de Gobierno
Corporativo, Comunicación y RSC

Técnica de Comunicación e Imagen

Firmado digitalmente por
Dña. Laura M^a Molano Villar

Firmado digitalmente por
Dña. Catalina Neus Nicolau Socias



Ports de Balears



Autoritat Portuària de Balears

GST25-0122 ASISTENCIA TÉCNICA PARA LA DIVULGACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO DE LA AUTORIDAD PORTUARIA DE BALEARES

EMPRESA	Descripción de la propuesta de difusión	Valoración Técnica	
MÁX	45	45	
DISSET	31,88	31,88	ACEPTABLE
METRÓPOLIS COMUNICACIÓN	29,75	29,75	ACEPTABLE
VIVIR DEL CUENTO	39,75	39,75	ACEPTABLE

CALIDAD TÉCNICA

INACEPTABLE < 22,5

SUFICIENTE $\geq 22,5$

De conformidad con el art.146.3 LCSP se considerarán de calidad técnica no aceptable aquellas que en su conjunto la valoración de los criterios cualitativos, sea **inferior al umbral del 50%** de la valoración total de los criterios cualitativos, no pudiendo continuar el proceso selectivo.





Ports de Balears



Autoritat Portuària de Balears

GST25-0122		EMPRESA 1	
A.T. PARA LA DIVULGACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO DE LA AUTORIDAD PORTUARIA DE BALEARES		DISSET	
Número de páginas consideradas		10	
CRITERIO	Puntuación		
1. Descripción de la propuesta de difusión.	31,88		
1.1 Introducción (5 puntos): La empresa licitadora deberá avanzar de forma resumida el contenido de la memoria, destacando en este apartado la información más relevante de los siguientes puntos.	3,13	<p>La introducción identifica de forma clara y correcta el objeto de la campaña y mantiene un tono plenamente alineado con el enfoque institucional de la APB. No obstante, la redacción resulta excesivamente esquemática y el resumen es demasiado escueto, lo que dificulta la comprensión global y ordenada del contenido.</p> <p>En conjunto, la introducción cumple adecuadamente con los aspectos conceptuales e institucionales, aunque presenta margen de mejora en la estructuración y desarrollo del contenido.</p>	
		<p>En relación a la introducción: 3,13 pts.</p> <p>Identifica correctamente el objeto y mantiene un tono institucional adecuado, aunque la redacción excesivamente esquemática y el resumen escueto limitan la claridad y el desarrollo global del contenido.</p>	



Ports de Balears



Autoritat Portuària de Balears

<p>1.2. Estrategia (10 puntos): Se referirá a la planificación de acciones, su impacto esperado, tiempo de duración, utilización de recursos humanos y técnicos, tanto internos como externos, así como la justificación de estas acciones.</p>	<p>7,00</p>	<p>La estrategia presentada resulta válida desde el punto de vista técnico, estructurándose en torno a una planificación de acciones identificables y operativamente viables. No obstante, la planificación se expone de forma excesivamente esquemática, con un desarrollo limitado en la descripción concreta de las acciones y en su justificación detallada, lo que dificulta una evaluación más precisa de su alcance.</p> <p>En cuanto al impacto esperado, se incorporan indicadores de seguimiento y medición, si bien no se define de manera expresa el resultado o efecto previsto de las actuaciones planteadas. La propuesta contempla la duración de las actuaciones y describe recursos humanos y técnicos suficientes para su ejecución, lo que permite considerar acreditada su viabilidad operativa.</p> <p>En relación a la estrategia: 7,00 ptos.</p> <p>Estrategia técnicamente válida y viable, con planificación identificable y recursos suficientes, aunque con desarrollo limitado en la concreción y justificación detallada de las acciones y en la definición expresa del impacto esperado.</p>
--	-------------	--



Ports de Balears



Autoritat Portuària de Balears

<p>1.3. Mensaje y originalidad de la propuesta (10 puntos): En este punto se valorará el eslogan o lema de la campaña, los textos a utilizar, su capacidad para transmitir el objeto de la campaña y generar recuerdo entre el público objetivo. También se valorará la propuesta gráfica y su encaje con la imagen corporativa de la APB.</p>	<p>5,00</p>	<p>La propuesta presenta un eslogan claro y adecuado, plenamente coherente con el objeto de la campaña. No obstante, el concepto creativo se basa en enfoques habituales, con un grado de innovación limitado, y el mensaje, aunque correcto, muestra una capacidad moderada para generar recuerdo. Asimismo, los textos propuestos, aun siendo comprensibles, carecen de un desarrollo diferencial que refuerce el impacto global de la campaña.</p> <p>En cuanto a la propuesta gráfica, se considera inadecuada para una campaña de comunicación o evento de una administración pública, ya que la utilización de la imagen de una azafata caracterizada como sirena no resulta compatible con el tono institucional exigible ni con los valores de neutralidad y adecuación propios del ámbito público.</p> <hr/> <p>En relación al mensaje y originalidad de la propuesta: 5,00 pts.</p> <p>Eslogan claro y coherente con el objeto de la campaña, pero con concepto creativo poco innovador, mensaje de impacto limitado y textos poco diferenciales; además, la propuesta gráfica se considera inadecuada para el ámbito institucional, al no ajustarse al tono y valores exigibles a una administración pública.</p>
---	-------------	---



Ports de Balears



Autoritat Portuària de Balears

<p>1.4. Planteamiento general de la campaña (10 puntos): En este apartado, ya más concreto, la empresa licitadora deberá enumerar, argumentar y definir las acciones de difusión previas, durante y posteriores al evento. Será imprescindible la aportación de un cronograma.</p>	<p>8,00</p>	<p>La propuesta presenta una definición sólida y bien estructurada de las acciones previas y durante el evento, claramente orientadas a maximizar el impacto y alineadas con los objetivos de divulgación. Asimismo, la propuesta resulta plenamente viable desde el punto de vista técnico y temporal, incorporando además un análisis de riesgos y planes de contingencia, lo que refuerza su consistencia operativa.</p> <p>Desde otro punto de vista, se detectan limitaciones en las acciones posteriores al evento, al no especificarse los canales de comunicación, así como incoherencias en el cronograma, que presenta indefiniciones respecto al inicio de la campaña de comunicación en relación con otros apartados de la memoria (según el apartado 2 la campaña de comunicación empieza la semana -4, pero en este cronograma la campaña de comunicación empieza la semana -2, siendo las dos anteriores de organización y creación y producción de material).</p> <hr/> <p>En relación al planteamiento general de la campaña: 8,00 pts.</p> <p>Planteamiento bien estructurado y técnicamente viable en las acciones previas y durante el evento, con análisis de riesgos incluido, aunque presenta limitaciones en la definición de acciones posteriores e incoherencias en el cronograma.</p>
---	--------------------	---



Ports de Balears



Autoritat Portuària de Balears

<p>1.5. Medios de difusión (5 puntos): Detalle y justificación de la propuesta de canales de comunicación de ámbito regional y local según el público objetivo al que irá dirigido. Imprescindible aportar en este punto el presupuesto de inversión total y por partidas de este apartado.</p>	<p>3,75</p>	<p>La propuesta presenta una selección de canales adecuada y bien segmentada en relación con el público objetivo, así como una plena coherencia entre los medios propuestos y los objetivos de la campaña. Si bien no se especifican los medios de comunicación y la justificación territorial se considera insuficiente, al presentarse de forma genérica y excesivamente esquemática, lo que limita la comprensión del alcance geográfico de la difusión.</p> <p>Con respecto al presupuesto de medios, resulta coherente, aunque presenta un desglose básico.</p>
		<p>En relación a los medios de difusión: 3,75 ptos.</p> <p>Medios de difusión elección con canales adecuados y coherentes con los objetivos, aunque con justificación territorial genérica y poco desarrollada, falta de concreción en los medios específicos y un presupuesto correcto, pero con desglose básico.</p>



Ports de Balears



Autoritat Portuària de Balears

<p>1.6. Presupuesto (5 puntos): El presupuesto total del evento no podrá superar los 50.000 euros, sin contar el IVA. No se deben contemplar en el presupuesto los costes derivados por el alquiler de espacios, tanto interiores como exteriores, ni el abono de tasas de ocupación, de actividad ni de otra índole. La comisión técnica podrá comprobar la autenticidad de las partidas presupuestarias según mercado. No se valorará el ahorro del presupuesto fijado, pero si se penalizará en caso de que se exceda.</p>	<p>5,00</p>	<p>La propuesta cumple con el límite presupuestario máximo establecido, no incluye costes no permitidos por el PCAP, mantiene una coherencia clara entre las acciones previstas y las partidas presupuestarias, y aplica precios realistas y acordes al mercado.</p>
		<p>En relación al presupuesto: 5,00 ptos.</p> <p>Presupuesto plenamente ajustado a las condiciones del pliego, coherente en su estructura interna y con precios realistas acordes a mercado.</p>



Ports de Balears



Autoritat Portuària de Balears

GST25-0122		EMPRESA 2	
A.T. PARA LA DIVULGACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO DE LA AUTORIDAD PORTUARIA DE BALEARES		METRÓPOLIS COMUNICACIÓN	
Número de páginas consideradas		10	
CRITERIO	Puntuación		
1. Descripción de la propuesta de difusión.	29,75		
1.1 Introducción (5 puntos): La empresa licitadora deberá avanzar de forma resumida el contenido de la memoria, destacando en este apartado la información más relevante de los siguientes puntos.	3,75	La introducción presenta una estructura clara y un orden lógico, facilitando la comprensión inmediata de su contenido, alcance y lógica, y mantiene un tono plenamente alineado con la APB. Sin embargo, se observan lagunas en la síntesis y en la identificación del objeto y objetivos, ya que el resumen es demasiado genérico y la definición de objetivos resulta incompleta o imprecisa.	
		En conjunto, la memoria ofrece una visión general clara y coherente de la propuesta, sin desvelar información concreta.	
		En relación a la introducción: 3,75 ptos.	
		La introducción presenta una estructura clara y tono institucional adecuado, aunque con síntesis insuficiente y una identificación parcial de objeto y objetivos, ofreciendo una visión general coherente pero poco concreta.	



Ports de Balears



Autoritat Portuària de Balears

<p>1.2. Estrategia (10 puntos): Se referirá a la planificación de acciones, su impacto esperado, tiempo de duración, utilización de recursos humanos y técnicos, tanto internos como externos, así como la justificación de estas acciones.</p>	5,00	<p>La estrategia se presenta de manera sucinta, incorporando una planificación básica de acciones, si bien su desarrollo resulta fragmentado y con falta de concreción en varios apartados relevantes del criterio. Algunas acciones aparecen parcialmente definidas y su justificación no se desarrolla con el suficiente detalle como para valorar plenamente su alcance.</p> <p>Asimismo, no se contempla expresamente la duración de la campaña ni se desarrollan en este apartado las acciones previas al evento, elementos que forman parte del contenido evaluable del criterio. Los recursos humanos y técnicos se describen de forma genérica, sin una asignación detallada que permita valorar con claridad su adecuación al conjunto de las actuaciones previstas.</p> <hr/> <p>En relación a la estrategia: 5,00 ptos.</p> <p>Estrategia presentada de forma básica y fragmentada, con planificación parcial de acciones, falta de concreción en duración y desarrollo previo, y descripción genérica de recursos, lo que limita su valoración global.</p>
--	------	---



Ports de Balears



Autoritat Portuària de Balears

1.3. Mensaje y originalidad de la propuesta (10 puntos): En este punto se valorará el eslogan o lema de la campaña, los textos a utilizar, su capacidad para transmitir el objeto de la campaña y generar recuerdo entre el público objetivo. También se valorará la propuesta gráfica y su encaje con la imagen corporativa de la APB.	6,00	<p>Propuesta correcta desde el punto de vista formal, pero basada en enfoques habituales o previsibles, con escaso grado de innovación. No obstante, presenta textos bien redactados, coherentes, adaptados al público objetivo y al tono institucional de la APB.</p> <p>Sin embargo, la creatividad y originalidad del concepto es limitada, basada en enfoques previsibles, el lema tiene vinculación débil con el puerto de Maó y el mensaje, aunque correcto, genera un impacto limitado. Además, la propuesta gráfica es incoherente con la campaña, utilizando la imagen de un crucero ajena al objeto de la misma.</p>
		<p>En relación al mensaje y originalidad de la propuesta: 6,00 ptos.</p> <p>Propuesta formalmente correcta y con textos bien adaptados al tono institucional, aunque basada en un enfoque previsible y poco innovador, con un lema débilmente vinculado al objeto, impacto limitado del mensaje y una propuesta gráfica incoherente con la campaña.</p>



Ports de Balears



Autoritat Portuària de Balears

1.4. Planteamiento general de la campaña (10 puntos): En este apartado, ya más concreto, la empresa licitadora deberá enumerar, argumentar y definir las acciones de difusión previas, durante y posteriores al evento. Será imprescindible la aportación de un cronograma.	10,00	<p>La propuesta refleja una planificación clara, coherente y completa: las acciones previas, durante y posteriores al evento están definidas de forma estructurada y alineadas con los objetivos; el cronograma es realista y detallado; y la ejecución es plenamente viable desde el punto de vista técnico y temporal.</p> <p>En conjunto, la propuesta demuestra una gestión organizada y factible, asegurando el máximo impacto del evento.</p>
		<p>En relación al planteamiento general de la campaña: 10,00 ptos.</p> <p>Planteamiento completo, coherente y bien estructurado en todas sus fases, con cronograma realista y ejecución plenamente viable, garantizando un impacto óptimo del evento.</p>



Ports de Balears



Autoritat Portuària de Balears

1.5. Medios de difusión (5 puntos): Detalle y justificación de la propuesta de canales de comunicación de ámbito regional y local según el público objetivo al que irá dirigido. Imprescindible aportar en este punto el presupuesto de inversión total y por partidas de este apartado.	2,50	<p>La propuesta demuestra una adecuada selección de canales, bien segmentados para el público objetivo. No obstante, presenta deficiencias importantes en la justificación territorial, al incluir medios de otras islas sin argumentación, lo que provoca una coherencia parcial entre medios y objetivos.</p> <p>Desde otro punto de vista, el desglose del presupuesto de medios es incompleto, careciendo del total, lo que limita la evaluación económica de la difusión.</p>
		<p>En relación a los medios de difusión: 2,50 pts.</p> <p>Medios de difusión con selección de canales adecuada y bien segmentada, pero con deficiente justificación territorial, al incluir medios de otras islas sin argumentación, coherencia parcial entre medios y objetivos y un presupuesto de medios incompleto que dificulta su valoración económica.</p>



Ports de Balears



Autoritat Portuària de Balears

<p>1.6. Presupuesto (5 puntos): El presupuesto total del evento no podrá superar los 50.000 euros, sin contar el IVA. No se deben contemplar en el presupuesto los costes derivados por el alquiler de espacios, tanto interiores como exteriores, ni el abono de tasas de ocupación, de actividad ni de otra índole. La comisión técnica podrá comprobar la autenticidad de las partidas presupuestarias según mercado. No se valorará el ahorro del presupuesto fijado, pero si se penalizará en caso de que se exceda.</p>	<p>2,50</p>	<p>El presupuesto total cumple. No obstante, se detecta que está incompleto ya que falta la partida de medios de difusión especificada en el apartado 5, que si se añadiese sumaría un presupuesto total de 63.200 € superando así el límite máximo establecido en este apartado.</p> <p>Además, existe una incoherencia grave entre las acciones planificadas y las partidas presupuestarias, al sumar actividades adicionales no previstas en la memoria (actividades familiares y educativas, entrega de merchandising, visitas guiadas y buzoneo). Si bien, los precios son acordes al mercado y no se incluyen los costes excluidos por el PCAP.</p> <p>En relación al presupuesto: 2,50 ptos.</p> <p>El presupuesto aparenta cumplir el límite máximo, debido a que está incompleto al no incluir la partida de medios de difusión, y su incorporación elevaría el total hasta 63.200 €, superando el umbral establecido en este apartado. Además, presenta una incoherencia relevante al incorporar partidas no previstas en la memoria, si bien los precios son acordes a mercado y no se incluyen costes excluidos por el PCAP.</p>
--	--------------------	---



Ports de Balears



Autoritat Portuària de Balears

GST25-0122		EMPRESA 3	
A.T. PARA LA DIVULGACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO DE LA AUTORIDAD PORTUARIA DE BALEARES		VIVIR DEL CUENTO	
Número de páginas consideradas		10	
CRITERIO	Puntuación		
1. Descripción de la propuesta de difusión.	39,75		
1.1 Introducción (5 puntos): La empresa licitadora deberá avanzar de forma resumida el contenido de la memoria, destacando en este apartado la información más relevante de los siguientes puntos.	5,00	La introducción destaca por su claridad expositiva y orden lógico, con una estructura coherente que facilita la comprensión inmediata del contenido y del alcance de la propuesta. Asimismo, demuestra una adecuada capacidad de síntesis, presentando los aspectos clave de forma equilibrada y sin omisiones relevantes. Identifica correctamente el objeto del contrato y los objetivos de la campaña, evidenciando una comprensión precisa del encargo y una adecuada alineación con lo establecido en el pliego.	
		El tono y el enfoque está plenamente alineado con la misión, visión y valores de la APB.	
		En relación a la introducción: 5,0 ptos. Introducción clara, estructurada y bien sintetizada, con correcta identificación del objeto y objetivos y plena alineación con la misión, visión y valores de la APB.	



Ports de Balears



Autoritat Portuària de Balears

<p>1.2. Estrategia (10 puntos): Se referirá a la planificación de acciones, su impacto esperado, tiempo de duración, utilización de recursos humanos y técnicos, tanto internos como externos, así como la justificación de estas acciones.</p>	<p>7,00</p>	<p>La propuesta presenta una estrategia global lógica y estructurada, con objetivos definidos y una planificación de acciones claramente descrita, lo que permite comprender su desarrollo operativo. No obstante, la definición del impacto esperado no se concreta de forma expresa, limitándose a describir las actuaciones sin detallar el efecto previsto o los resultados que se pretende alcanzar.</p> <p>Asimismo, no se detallan los recursos humanos ni técnicos asignados a cada actuación, lo que impide valorar con mayor precisión su dimensionamiento. Por otra parte, se detecta una incoherencia en la planificación temporal, al no coincidir el cronograma con lo indicado en otro apartado de la memoria, lo que introduce dudas sobre la consistencia interna de la planificación.</p> <hr/> <p>En relación a la estrategia: 7,00 ptos.</p> <p>Estrategia estructurada y operativamente comprensible, aunque con falta de definición expresa del impacto esperado, ausencia de detalle en recursos y cierta incoherencia en la planificación temporal.</p>
--	--------------------	--



Ports de Balears



Autoritat Portuària de Balears

<p>1.3. Mensaje y originalidad de la propuesta (10 puntos): En este punto se valorará el eslogan o lema de la campaña, los textos a utilizar, su capacidad para transmitir el objeto de la campaña y generar recuerdo entre el público objetivo. También se valorará la propuesta gráfica y su encaje con la imagen corporativa de la APB.</p>	<p>10,00</p>	<p>Presenta un concepto creativo diferencial y claramente identificable, aportando un enfoque innovador respecto a campañas institucionales convencionales, pero manteniendo en todo momento el carácter y la sobriedad propios de la APB.</p> <p>La idea central resulta sólida, coherente y fácilmente reconocible como eje vertebrador de la campaña. Los lemas son claros, directos y próximos, transmitiendo eficazmente los valores y objetivos definidos. Asimismo, el mensaje demuestra una alta capacidad para generar impacto y recuerdo.</p> <p>Por último, la propuesta gráfica destaca por su coherencia con el concepto creativo y su correcta integración con la imagen corporativa de la APB, reforzando la identidad visual de la campaña y garantizando su aplicabilidad en los distintos soportes previstos.</p> <hr/> <p>En relación al mensaje y originalidad de la propuesta: 10,00 pts.</p> <p>Propuesta creativa, diferencial y coherente, con lemas claros y memorables, alto impacto comunicativo y una propuesta gráfica plenamente integrada en la imagen corporativa de la APB.</p>
---	--------------	---



Ports de Balears



Autoritat Portuària de Balears

<p>1.4. Planteamiento general de la campaña (10 puntos): En este apartado, ya más concreto, la empresa licitadora deberá enumerar, argumentar y definir las acciones de difusión previas, durante y posteriores al evento. Será imprescindible la aportación de un cronograma.</p>	<p>9,00</p>	<p>Las acciones previas al evento se encuentran claramente definidas, estructuradas y orientadas a maximizar el impacto anticipado. Resulta especialmente destacable la incorporación de microinfluencers, elemento novedoso que refuerza la capacidad de amplificación del mensaje y contribuye a conectar con públicos específicos de forma más segmentada y cercana.</p> <p>Cabe destacar también la incorporación de elementos identitarios menorquines, que aportan arraigo territorial y refuerzan la conexión con el contexto local, enriqueciendo la propuesta sin perder coherencia institucional. Durante el evento, si bien se plantean acciones adecuadas y coherentes con la estrategia general, no presentan ninguna novedad ni acción fuera de lo común. En cuanto a las acciones posteriores al evento, la propuesta contempla medidas claras de refuerzo y continuidad, orientadas a prolongar el impacto comunicativo más allá de la celebración puntual.</p> <p>El cronograma presentado es completo, claro y realista, mostrando coherencia interna entre fases y una adecuada distribución temporal de las acciones.</p> <hr/> <p>En relación al planteamiento general de la campaña: 9,00 ptos.</p> <p>Planteamiento sólido y bien estructurado, con acciones previas especialmente destacables por la incorporación de microinfluencers y elementos identitarios menorquines que refuerzan el arraigo territorial, acciones durante el evento correctas aunque convencionales, acciones posteriores bien orientadas a la continuidad del impacto y un cronograma claro, coherente y realista.</p>
---	--------------------	---



Ports de Balears



Autoritat Portuària de Balears

<p>1.5. Medios de difusión (5 puntos): Detalle y justificación de la propuesta de canales de comunicación de ámbito regional y local según el público objetivo al que irá dirigido. Imprescindible aportar en este punto el presupuesto de inversión total y por partidas de este apartado.</p>	<p>3,75</p>	<p>Los canales seleccionados resultan adecuados al público objetivo y correctamente segmentados. La justificación territorial se encuentra claramente argumentada, con una adecuada delimitación del ámbito regional y local, en coherencia con la naturaleza del proyecto y con los públicos prioritarios definidos.</p> <p>Existe, además, una plena coherencia entre los medios propuestos y los objetivos de la campaña, observándose una correcta alineación entre las metas comunicativas y las herramientas de difusión seleccionadas. La planificación incluye la especificación de formatos y un calendario aproximado de inserciones, lo que aporta claridad operativa y facilita la comprensión del despliegue previsto.</p> <p>Por último, no se aporta el presupuesto de inversión específico correspondiente a este apartado.</p> <p>En relación a los medios de difusión: 3,75 ptos.</p> <p>Medios de difusión con canales bien segmentados y territorialmente justificados, con plena coherencia entre medios y objetivos y planificación operativa clara; no obstante, falta el presupuesto específico de inversión para este apartado.</p>
--	--------------------	---



Ports de Balears



Autoritat Portuària de Balears

1.6. Presupuesto (5 puntos): El presupuesto total del evento no podrá superar los 50.000 euros, sin contar el IVA. No se deben contemplar en el presupuesto los costes derivados por el alquiler de espacios, tanto interiores como exteriores, ni el abono de tasas de ocupación, de actividad ni de otra índole. La comisión técnica podrá comprobar la autenticidad de las partidas presupuestarias según mercado. No se valorará el ahorro del presupuesto fijado, pero si se penalizará en caso de que se exceda.	5,00	<p>La oferta evaluada cumple plenamente con los requisitos del PCAP: el presupuesto no supera el límite máximo establecido, no incluye costes excluidos, presenta una correspondencia clara entre partidas y acciones, y los precios propuestos son realistas y acordes al mercado.</p> <p>Esto refleja una propuesta económica viable, coherente y competitiva.</p>
		<p>En relación al presupuesto: 5,00 pts.</p> <p>El presupuesto cumple íntegramente con el PCAP, ajustándose al límite máximo, sin incluir costes excluidos, con coherencia entre partidas y acciones y precios realistas de mercado, lo que evidencia una propuesta económica viable y sólida.</p>