


<p align="center"><b>-ACTA PROPOSTA VALORACIÓ SOBRE B (REFERÈNCIES TÈCNiques)-</b></p> <p><b>PROCEDIMENT OBERT NO SUBJECTE A REGULACIÓ HARMONITZADA DELS SERVEIS DE CREATIVITAT, DISSENY GRÀFIC I IMATGE CORPORATIVA DEL GRUP D'EMPRESES MUNICIPALS DE VILADECANS</b></p>	
---	---

<b>LLOC</b>	Viladecans	<b>REFERÈNCIA ACTUACIÓ</b>	<b>Servei creativitat, disseny gràfic i imatge corporativa del grup d'empreses municipals de Viladecans</b>
<b>DATA</b>	5 de novembre de 2024	<b>NÚM. EXPEDIENT</b>	<b>167/24</b>

**Hi assisteixen:**

- President: Sr. Joan Carles López Méndez, Gerent de VILADECANS GRUP D'EMPRESES MUNICIPALS, S.L., o persona en qui delegui.
- Vocal: Sr. Jose Antonio Molina Flores, Gerent de VILADECANS QUALITAT, S.L., o persona en qui delegui.
- Vocal: Sr. Emili Galisteo Rodríguez, Gerent de S.P.M VILADECANS MEDITERRÀNIA, S.L., o persona en qui delegui.
- Vocal: Sr. Albert Díaz Menéndez, Cap de Finances de VILADECANS GRUP D'EMPRESES MUNICIPALS, S.L., o persona en qui delegui.
- Vocal: Sra. Gemma Duran Porti, responsable de Comunicació de VILADECANS GRUP D'EMPRESES MUNICIPALS, S.L., o persona en qui delegui.
- Secretària: Sra. Carolina Ceba Vallverdú, Advocada del Departament Jurídic de VILADECANS GRUP D'EMPRESES MUNICIPALS, S.L., o persona en qui delegui.

**Antecedents**

1. Atès que en data 26 de juliol de 2024 es va publicar al perfil de Viladecans Grup d'Empreses Municipals, S.L. ("VIGEM") integrat a la Plataforma de Serveis de Contractació Pública de la Generalitat de Catalunya ("PSCP"), l'anunci de licitació del procediment obert per a l'adjudicació dels serveis de creativitat, disseny gràfic i imatge corporativa (Exp. 24/167).
2. Atès que en data 10 de setembre de 2024 la Mesa de Contractació es reuní per procedir a l'obertura i qualificació dels documents del sobre A i va declarar admeses les següents ofertes:

**Llicitador núm. 1:**

Data presentació: 02/08/2024 13:02:38  
Núm. de Registre: E/000026-2024  
Identificador (NIF): B64504319  
EMPRESA: E2S CREATIVA, S.L.

**Llicitador núm. 2:**

Data presentació: 26/08/2024 15:24:16  
Núm. de Registre: E/000028-2024  
Identificador (NIF): 43742052P  
EMPRESA: Maria Berga Bolaños

**Licitador núm. 3:**

Data presentació: 29/08/2024 17:32:39  
Núm. de Registre: E/000029-2024  
Identificador (NIF): B62158381  
EMPRESA: ATIPUS S.L.

**Licitador núm. 5:**

Data presentació: 03/09/2024 12:46:50  
Núm. de Registre: E/000031-2024  
Identificador (NIF): B66820853  
EMPRESA: AQUELLS NOIS TAN SIMPATICS, S.L.

**Licitador núm. 7:**

Data presentació: 03/09/2024 15:45:36  
Núm. de Registre: E/000033-2024  
Identificador (NIF): B67159608  
EMPRESA: Linkemann Ventures, S.L.

**Licitador núm. 8:**

Data presentació: 03/09/2024 17:01:34  
Núm. de Registre: E/000034-2024  
Identificador (NIF): 53318284Y  
EMPRESA: Cristina Camacho Villanueva

**Licitador núm. 9:**

Data presentació: 03/09/2024 18:13:02  
Núm. de Registre: E/000035-2024  
Identificador (NIF): J61691754  
EMPRESA: Font-Rovira Associats, scp

**Licitador núm. 10:**

Data presentació: 04/09/2024 08:00:46  
Núm. de Registre: E/000036-2024  
Identificador (NIF): 33945923Q  
EMPRESA: Laura Riera Roura

**Licitador núm. 11:**

Data presentació: 04/09/2024 10:33:38  
Núm. de Registre: E/000037-2024  
Identificador (NIF): F65915001  
EMPRESA: Avanti & Opisso

**Licitador núm. 12:**

Data presentació: 04/09/2024 10:45:10  
Núm. de Registre: E/000038-2024  
Identificador (NIF): F67503326  
EMPRESA: Domingo Recreativos SCCL

**Licitador núm. 13:**

Data presentació: 04/09/2024 11:02:32

Núm. de Registre: E/000039-2024  
Identificador (NIF): B64709363  
EMPRESA: Iniciatives Events, S.L.

**Llicitador núm. 14:**

Data presentació: 04/09/2024 12:31:14  
Núm. de Registre: E/000040-2024  
Identificador (NIF): B64877756  
EMPRESA: Assai Cover Comunicació, S.L.

**Llicitador núm. 16:**

Data presentació: 04/09/2024 13:27:11  
Núm. de Registre: E/000042-2024  
Identificador (NIF): 52913021A  
EMPRESA: ALEJANDRA DIOS MÁRQUEZ

**Llicitador núm. 17:**

Data presentació: 04/09/2024 13:38:29  
Núm. de Registre: E/000043-2024  
Identificador (NIF): B66256314  
EMPRESA: PASEO DE GRACIA COMUNICACION / ESIETE

**Llicitador núm. 18:**

Data presentació: 04/09/2024 13:44:00  
Núm. de Registre: E/000044-2024  
Identificador (NIF): B25826603  
EMPRESA: LA GRAFICA CREATIVE EXPERIENCE, S.L.

**Llicitador núm. 19:**

Data presentació: 04/09/2024 13:52:32  
Núm. de Registre: E/000045-2024  
Identificador (NIF): 47311062Q  
EMPRESA: Alba Calderón Martínez

**Llicitador núm. 20:**

Data presentació: 04/09/2024 13:54:49  
Núm. de Registre: E/000046-2024  
Identificador (NIF): B24301871  
EMPRESA: Producciones MIC, S.L.

**Llicitador núm. 21:**

Data presentació: 04/09/2024 13:58:54  
Núm. de Registre: E/000047-2024  
Identificador (NIF): B55681928  
EMPRESA: Estudi Jordi Caralt, S.L.

3. Atès que en la referida sessió la Mesa va adoptar els següents acords:

Requerir als següent llicitador per tal que esmenin les deficiències detectades al sobre A atorgant-los un termini de **tres (3) dies hàbils** a aquests efectes amb l'advertiment que, en cas que no esmenin els defectes observats, no serà admès i es proposarà la seva exclusió del present procediment de licitació:

**“Llicitador núm. 4:**

*Data presentació: 01/09/2024 14:19:05*

Núm. de Registre: E/000030-2024  
Identificador (NIF): X2964232S  
EMPRESA: Guillermo Longhini

La documentació presentada NO s'ajusta a la requerida per VIGEM al PCAP de la licitació. Caldrà esmenar la següent deficiència:

- La documentació presentada pel Sr. Guillermo Longhini no compta amb la deguda signatura digital. La deficiència s'haurà d'esmenar presentant la documentació amb signatura digital vàlida.

**Licitador núm. 6:**

Data presentació: 03/09/2024 14:55:12  
Núm. de Registre: E/000032-2024  
Identificador (NIF): B10882371  
EMPRESA: MKVILAX, S.L.

La documentació presentada NO s'ajusta a la requerida per VIGEM al PCAP de la licitació. Caldrà esmenar la següent deficiència:

- La documentació presentada per MKVILAX, S.L. no compta amb la deguda signatura digital. La deficiència s'haurà d'esmenar presentant la documentació amb signatura digital vàlida.

**Licitador núm. 15:**

Data presentació: 04/09/2024 12:52:08  
Núm. de Registre: E/000041-2024  
Identificador (NIF): 33962717C  
EMPRESA: JAVIERRE disseny

La documentació presentada NO s'ajusta a la requerida per VIGEM al PCAP de la licitació. Caldrà esmenar la següent deficiència:

- La documentació presentada per JAVIERRE disseny no compta amb la deguda signatura digital. La deficiència s'haurà d'esmenar presentant la documentació amb signatura digital vàlida.”

4. Atès que en data 19 de setembre de 2024, la Mesa de Contractació es va reunir per a la qualificació de les esmenes rebudes a la documentació en el sobre A, així com la seva acceptació i/o rebuig, per a ser admeses a la licitació, i va adoptar els següents acords:

“1. Acceptar la documentació presentada per esmenar les deficiències del sobre A pels licitadors: **Licitador núm. 4 Guillermo Longhini** (Lot 3), **Licitador núm. 6 MKVILAX, S.L.** (Lot 1 i 2) i **Licitador núm. 15 JAVIERRE disseny** (Lot 2).

2. Declarar admeses a la licitació les següents empreses provisionalment excloses d'acord amb l'estipulat al PCAP.

**Licitador núm. 4:**

Data presentació: 01/09/2024 14:19:05  
Núm. de Registre: E/000030-2024  
Identificador (NIF): X2964232S  
EMPRESA: Guillermo Longhini

**Licitador núm. 6:**

Data presentació: 03/09/2024 14:55:12

Núm. de Registre: E/000032-2024

Identificador (NIF): B10882371

EMPRESA: MKVILAX, S.L.

**Licitador núm. 15:**

Data presentació: 04/09/2024 12:52:08

Núm. de Registre: E/000041-2024

Identificador (NIF): 33962717C

EMPRESA: JAVIERRE disseny

5. Atès que en data 23 de setembre de 2024 la Mesa de Contractació es reuní per obrir els sobres B (contenidors de les referències tècniques) presentats pels licitadors admesos a la licitació de referència. L'obertura es realitzà sense incidències, constatant-se que els sobres B incloïen la documentació tècnica exigida sense entrar a analitzar si era correcta i suficient ni valorar-ne el seu contingut.
6. A continuació s'entregaren els sobres B al tècnic responsable per examinar la documentació aportada i, en data 31 d'octubre de 2024 ha emès el corresponent informe tècnic de valoració.

**Desenvolupament de la sessió**

1. Examinades les ofertes tècniques presentades i admeses en el procediment obert no subjecte a regulació harmonitzada, per a l'adjudicació del contracte de **serveis de creativitat, disseny gràfic i imatge corporativa del grup d'empreses municipals de Viladecans (Exp. 24/167)**, es procedeix a la valoració dels sobres B d'acord amb els criteris subjectes a judici de valor continguts al Plec de Clàusules Administratives Particulars que són els següents:

**CRITERIS SUBJECTES A UN JUDICI DE VALOR** \_\_\_\_\_ Fins a 40 punts

- a. **Contingut dels dissenys** \_\_\_\_\_ Fins a 25 punts
- b. **Qualitat i adequació dels dissenys i aplicacions** \_\_\_\_\_ Fins a 15 punts

Es valorarà la composició del disseny, així com les il·lustracions i tipografies utilitzades, és essencial per garantir que aquest compleixi els seus objectius de manera efectiva, comunicant el missatge desitjat de manera clara i atractiva, i generant una experiència positiva per a l'espectador.

**Els licitadors hauran d'indicar al portfolio el nombre de combinacions, il·lustracions i tipografies a valorar.**

- a. **Contingut dels dissenys** \_\_\_\_\_ Fins a 25 punts

Valorar el disseny segons els continguts i la temàtica és essencial per garantir que sigui rellevant, coherent, efectiu i impactant dins del context específic en què serà utilitzat. Els licitadors hauran d'indicar en el portfolio a quin lot correspon cada composició de disseny.

**LOT 1 – Programació estable Teatre Atrium i campanyes Poliesportius Atrium i Podium**

Es valorarà que les composicions siguin de temàtica relacionada amb el foment de la cultura ..... **2'5 punts per cada composició fins a 5 punts.**

Es valorarà que les adaptacions siguin de temàtica relacionada amb teatres i la seva comercialització..... **2'5 punts per cada composició fins a 5 punts.**

Es valorarà que les adaptacions siguin de campanyes de temporades programació estable..... **2'5 punts per cada composició fins a 5 punts.**

Es valorarà que les composicions siguin de temàtica relacionada amb la promoció de centres esportius... **2'5 punts per cada composició fins a 5 punts.**

Es valorarà que les adaptacions siguin relacionats amb la promoció d'esdeveniments esportius..... **2'5 punts per cada composició fins a 5 punts.**

### **LOT 2 – Imatge corporativa del grup d'empreses municipals**

Degut a un error detectat en l'elaboració dels plecs d'aquest lot 2, i que afecten als criteris de valoració d'aquest, es desisteix de seguir amb el procediment de contractació en el lot 2.

### **LOT 3 – Festival Teatre al Carrer**

Es valorarà que les composicions siguin de temàtica relacionada amb el foment de la cultura..... **3 punts per cada composició fins a 9 punts.**

Es valorarà que les adaptacions siguin de temàtica relacionada amb festivals culturals i/o musicals..... **3 punts per cada composició fins a 9 punts.**

Es valorarà que les adaptacions siguin de temàtica relacionada amb festivals que es diguin a terme a l'aire lliure..... **1 punt per cada composició fins a 7 punts.**

### **LOT 4 – Activitats d'obres, aparcaments i mobilitat**

Es valorarà que les composicions siguin de temàtica relacionada amb el manteniment i els serveis urbans locals..... **2'5 punts per cada composició fins a 5 punts.**

Es valorarà que les composicions siguin de campanyes o esdeveniments relacionats amb les inauguracions d'obres..... **2'5 punts per cada composició fins a 5 punts.**

Es valorarà que les adaptacions siguin de campanyes o esdeveniments d'àmbits relacionats amb el medi ambient o el territori..... **2'5 punts per cada composició fins a 5 punts.**

Es valorarà que les adaptacions siguin relacionades amb la comunicació d'obres a la via pública i la participació ciutadana..... **2'5 punts per cada composició fins a 5 punts.**

Es valorarà que les adaptacions siguin de campanyes mobilitat i planificació urbanística i projectes urbans.... **2'5 punts per cada composició fins a 5 punts.**

**b. Qualitat i adequació dels dissenys i aplicacions\_\_\_\_\_ Fins a 15 punts**

Per a tots els lots (1, 3 i 4):

Es valorarà el bon ús de la combinació dels elements de disseny que permetin una bona jerarquització de la informació..... **1 punt per cada combinació fins a 5 punts.**

Es valorarà l'ús i varietat d'il·lustracions utilitzades que s'adeqüin a la finalitat del disseny..... **1 punt per cada il·lustració fins a 5 punts.**

Es valorarà la varietat i l'adequació de les tipografies utilitzades. Un punt per cada tipografia diferent, llegible i que s'adeqüi a l'objectiu global del disseny..... **1 punt per cada tipografia fins a 5 punts.**

**La puntuació màxima de tots els apartats serà de 100 punts**

A efectes de la valoració de les ofertes, *VIGEM* podrà demanar els aclariments o concrecions que consideri convenients als licitadors afectats. Aquesta petició en cap cas permetrà als licitadors modificar l'oferta presentada.

**LOT 1 - SERVEI DE CREATIVITAT I ELABORACIÓ D'ORIGINALS DE PROGRAMACIÓ ESTABLE DEL TEATRE ATRIUM I CAMPANYES DE LES INSTAL·LACIONS ESPORTIVES PODIUM I ATRIUM**

**Licitador núm. 1**  
**Nom licitador: E2S CREATIVA, S.L.**  
**Puntuació total (sobre B): 18 punts**

Avaluació de la proposta:

**CRITERIS AMB JUDICI DE VALOR**

**1. Continguts del disseny. Fins a 25 punts. Proposta de puntuació: 5 punts**

L'empresa E2S CREATIVA S,L presenta 5 Case Study de diferents projectes. Aquests Case Study aporten les mostres demanades. Podem realitzar una valoració dels criteris avaluable fonamentats en judici de valor de forma correcta. El treball de la federació esportiva entra dins de l'avaluable al lot 1, junt amb Mon Sant Benet.

Presenta un treball esportiu que fomenta la promoció de l'esport. Per aquest motiu se li atorga una puntuació de 2,5 punts, i un treball relacionat amb cultura, i per aquest motiu se li atorga també una puntuació de 2,5 punts

**2. Qualitat i adequació dels dissenys i aplicacions. Fins a 15 punts**

**a. Bon ús de la combinació dels elements de disseny que permetin una bona jerarquització de la informació S'atorgarà 1 punt per cada combinació fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 5 punts.**

En general, el disseny presenta una jerarquització clara, amb elements destacats com els títols i subtítols ben diferenciats, la qual cosa facilita la navegació i comprensió de la informació. No obstant això, en alguns casos, hi ha una saturació d'elements visuals, com ara imatges i gràfics, que pot distreure el lector de la informació clau. Els cartells i altres materials per a esdeveniments com la Fira de Sant Isidre presenten una bona organització, però en alguns altres, com les promocions turístiques de Món Sant Benet, l'excés d'informació pot fer difícil la seva lectura ràpida.

Les 5 feines compleixen els requisits presentant combinacions d'elements de disseny que permeten una bona jerarquització de la informació.

**b. Ús i varietat d'il·lustracions utilitzades que s'adeqüin a la finalitat del disseny. S'atorgarà 1 punt per cada il·lustració fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 4 punts**

En els diferents projectes utilitza una varietat adequada d'il·lustracions, fotografies i gràfics, especialment en campanyes com la Setmana Bio o la promoció del Mont Sant Benet.

Les imatges són visuals i estan ben seleccionades per transmetre el missatge de manera eficaç, tot i que en alguns casos, com en els flyers més petits o en els banners, l'ús excessiu d'elements visuals pot dificultar que l'usuari se centri en el missatge principal.

La varietat d'il·lustracions està ben ajustada als diferents públics objectius, tot i que en algunes campanyes més formals, com en el cas de Sant Boi, la selecció no es refinada per mantenir una estètica coherent.

**c. Varietat i l'adequació de les tipografies utilitzades. Un punt per cada tipografia diferent, llegible i que s'adeqüi a l'objectiu global del disseny. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 4 punts.**

L'ús de tipografies és adequat en la majoria dels casos, destacant especialment en els cartells i materials publicitaris.

No obstant, la varietat de tipografies utilitzades és considerablement alta, cosa que pot provocar una sensació de falta de cohesió en algunes peces. Per exemple, en el projecte de Sant Boi, es combinen tipografies modernes amb d'altres més tradicionals, generant certa inconsistència visual. En altres casos, com en les aplicacions per la Federació Catalana d'Atletisme, la tipografia és clara, llegible i ben adaptada a l'objectiu esportiu. Trobem varies tipografies diferents en cada treball, i puntuem amb 4 punts per alguna falta de coherència en alguna tipografia.

**Licitador núm. 3**  
**Nom licitador: ATIPUS S.L.**  
**Puntuació total (sobre B): 30 punts**

Avaluació de la proposta:



## CRITERIS AMB JUDICI DE VALOR

### 1. Continguts del disseny. Fins a 25 punts. Proposta de puntuació: 15 punts

L'empresa ATIPUS, S.L, presenta un dossier amb 12 feines diferents per a la valoració dels criteris avaluable fonamentats en judici de valor. Aquest dossier presenta cadascuna de les feines separades per campanyes, però sense índex ni explicació clara, al menys a vista directa. No explica tipus de campanya, ni públics. 6 de les feines presentades coincideixen amb les composicions de temàtica requerida: Foment de cultura, teatre/comercialització i programació estable. Tenint en compte que només acceptem dos per temàtica, comptarem 5 composicions. La resta de feines presentades no coincideixen amb les diferents àrees de negoci d'SPM Viladecans Qualitat.

### 2. Qualitat i adequació dels dissenys i aplicacions. Fins a 15 punts

#### a. Bon ús de la combinació dels elements de disseny que permetin una bona jerarquitzaió de la informació. 1 punt per cada combinació fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 5 punts.

El document mostra un ús efectiu dels elements de disseny per a establir una jerarquitzaió clara de la informació. Es fa ús de mides de text diferenciades per a títols, subtítols i el cos del text, facilitant la identificació ràpida de les seccions principals. A més, les imatges i gràfics estan ben distribuïts, creant una estructura visual clara que no satura l'espai. El color s'utilitza per destacar elements importants sense sobrecarregar el disseny, aportant un equilibri entre el text i els elements visuals que milloren la comprensió del contingut.

Les 5 feines compleixen els requisits presentant combinacions d'elements de disseny que permeten una bona jerarquitzaió de la informació.

#### b. Ús i varietat d'il·lustracions utilitzades que s'adeqüin a la finalitat del disseny. 1 punt per cada il·lustració fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 5 punts

Les il·lustracions i fotografies utilitzades són variades i s'ajusten bé a la finalitat de cada projecte. Per exemple, a les campanyes del Teatre Nacional de Catalunya i altres projectes com Premi Margarita Salas, es combinen imatges impactants amb gràfics simples que complementen l'objectiu comunicatiu. Aquesta varietat d'il·lustracions, tant conceptuals com fotogràfiques, no només és estèticament atractiva sinó que reforça el missatge de manera efectiva, adaptant-se a les necessitats de cada projecte, ja sigui cultural, corporatiu o social.

Les 5 feines compleixen els requisits presentant il·lustracions que s'adeqüen a la finalitat del disseny.

#### c. Varietat i l'adequació de les tipografies utilitzades. Un punt per cada tipografia diferent, llegible i que s'adeqüi a l'objectiu global del disseny. 1 punt per a cada tipografia fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 5 punts.

Hi ha una bona diversitat de tipografies en ús, que s'ajusten bé als objectius de cada projecte:

1. Tipografia per a grans titulars: En projectes com el de Teatre Nacional de Catalunya, es fa servir una tipografia moderna i clara que atreu l'atenció sobre els esdeveniments i obres, alineada amb l'impacte visual que es busca en una campanya cultural.
2. Tipografia per a cossos de text: Els textos descriptius utilitzen una tipografia llegible i elegant, que s'adapta bé als dissenys editorials i digitals, com els materials per al Consell Provincial de València i la Alpargatera.
3. Tipografia personalitzada: També hi ha exemples de tipografies customitzades, com en el projecte per Diputació de València, on la tipografia reflecteix la identitat visual del client.

En conjunt, la varietat de tipografies utilitzades es manté coherent amb l'objectiu general dels dissenys, trobant més de 5 tipografies adequades i amb coherència, assegurant la llegibilitat i el suport visual al missatge principal.

Aquestes tres àrees del disseny estan ben resoltes i reforcen la comunicació visual global del document.

**Licitador núm. 5**

**Nom licitador: AQUELLS NOIS TAN SIMPÀTICS, S.L.**

**Puntuació total (sobre B): 30 punts**

Avaluació de la proposta:

## **CRITERIS AMB JUDICI DE VALOR**

### **1. Continguts del disseny. Fins a 25 punts. Proposta de puntuació: 15 punts**

L'empresa "Aquells nois tan simpàtics, S.L.", presenta un dossier amb 6 feines diferents per a la valoració dels criteris avaluable fonamentats en judici de valor. Aquest dossier presenta cadascuna de les feines separades perfectament i amb el nom de client, públic destí i objectius demanats. També presenta les variacions gràfiques demanades. Si que cal comentar que no presenta índex. Presenta de forma clara tots els treballs relacionats amb el món cultural.

La presentació de les feines compleix perfectament amb els requeriments, afegint una explicació de cada campanya que contextualitza les necessitats de l'encàrrec i l'enfoc creatiu per cadascuna de les feines, detallant també les necessitats d'aplicacions per la comunicació.

Amb aquesta organització del dossier es pot realitzar la valoració de forma adient, aportant tota la informació necessària tant de context com amb mostres dels resultats finals.

Ens presenten dins de foment de la cultura amb les 6 aplicacions gràfiques de disseny els projectes de Festa Major de Vilafranca del

Penedès i dos anys de dissenys de Fires de Maig de Vilafranca del Penedès.

També ens presenten dins el format de programació estable i comercialització i adaptacions relacionades amb temporada de programació estable La Passió d'Olesa de Montserrat i Nits d'estiu al Museu d'Història de Catalunya. Per tot lo exposat, se li atorguen 15 punts.

## **2. Qualitat i adequació dels dissenys i aplicacions. Fins a 15 punts**

### **a. Bon ús de la combinació dels elements de disseny que permetin una bona jerarquització de la informació. 1 punt per cada combinació fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 5 punts.**

En els materials revisats, es fa un bon ús de la jerarquització mitjançant diferents elements de disseny com el color, la mida de la tipografia, i l'ús d'imatges. Els titulars, subtítols i el cos del text estan ben diferenciats, el que facilita la comprensió immediata del contingut més rellevant. Per exemple, els eslògans es destaquen clarament i són fàcils d'identificar, com a "Enamora't" o "Vine a fer història", que estan acompanyats d'imatges o gràfics que complementen la informació visual.

En el cas de les nits d'estiu al museu, el disseny fa ús d'imatges en blanc i negre d'artistes de jazz, cosa que evoca l'atmosfera històrica i clàssica del jazz, d'acord amb el títol "Un segle d'història". Les imatges són netes i destacades, amb el cercle groc de fons que les emmarca, creant una connexió visual forta amb el tema del jazz.

Les 5 feines compleixen els requisits presentant combinacions d'elements de disseny que permeten una bona jerarquització de la informació.

### **b. Ús i varietat d'il·lustracions utilitzades que s'adeqüin a la finalitat del disseny. 1 punt per cada il·lustració fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 5 punts**

Hi ha una bona varietat, més de 5, d'il·lustracions i fotografies que s'ajusten a l'objectiu de cada projecte. Per exemple, en el cas de la Festa Major de Vilafranca, es fa servir una combinació d'imatges històriques i elements gràfics que evocuen la tradició, com les samarretes amb frases populars o els pòsters amb històries enviades pels ciutadans. Això no només afegeix valor estètic, sinó que també connecta amb l'audiència a un nivell emocional i cultural. A més, la campanya de La Passió d'Olesa de Montserrat utilitza il·lustracions minimalistes i provocatives que són coherents amb l'objectiu de captar l'atenció d'un públic més jove i trencar amb la imatge tradicional.

Totes les feines analitzades compleixen amb una molt bona utilització dels elements per oferir un correcte accés a la informació rellevant i d'utilitat. La pròpia concepció de les campanyes ja diferencia correctament l'ús de les diferents aplicacions, i les seves solucions de disseny, per oferir el missatge de manera diferent, aprofundint en la informació rellevant i d'utilitat en les aplicacions com els díptics o les pròpiament digitals.

- c. Varietat i l'adequació de les tipografies utilitzades. Un punt per cada tipografia diferent, llegible i que s'adeqüi a l'objectiu global del disseny. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 5 punts.**

S'observa l'ús de diverses tipografies ben escollides i adaptades a la finalitat del projecte i de cada un dels projectes presentats. Cada tipografia es manté llegible i adequada per al context comunicatiu. Per exemple, en la imatge de les Fires de Maig, es fa servir una tipografia moderna i geomètrica que reflecteix un esdeveniment fresc i dinàmic. Per contra, en la campanya de la Festa Major de Vilafranca, es fa ús d'una tipografia més tradicional per evocar la història i la tradició local, sense comprometre la seva llegibilitat. Aquesta varietat de tipografies afavoreix l'adequació del disseny a l'objectiu global de cada peça.

En conjunt, es fa un bon ús dels recursos visuals, trobant més de cinc tipografies ben estipulades per transmetre de manera eficaç els missatges, amb il·lustracions i tipografies ben integrades al disseny global.

**Licitador núm. 6**  
**Nom licitador: MKVILAX, S.L.**  
**Puntuació total (sobre B): 14,5 punts**

Avaluació de la proposta:

## **CRITERIS AMB JUDICI DE VALOR**

### **1. Continguts del disseny. Fins a 25 punts. Proposta de puntuació: 2,5 punts**

L'empresa MKVILAX, S.L. presenta un dossier amb cinc feines diferents per a la valoració dels criteris avaluable fonamentats en judici de valor. Aquest dossier presenta cadascuna de les feines separades per campanyes, afegint una petita explicació de cada campanya que contextualitza les necessitats de l'encàrrec i l'enfoc creatiu per cadascuna de les feines. El dossier s'ajusta amb el demanat, encara que només trobem una feina que coincideixi amb les diferents àrees de negoci de la SPM Viladecans Qualitat S. Ens aporten varies aplicacions diferents per cada projecte, i ajudarà a la valoració en profunditat de l'apartat 2.

Amb aquesta organització del dossier es pot realitzar la valoració, aportant tota la informació necessària tant de context com amb mostres dels resultats finals.

### **1. Qualitat i adequació dels dissenys i aplicacions. Fins a 15 punts**

- a. Bon ús de la combinació dels elements de disseny que permetin una bona jerarquització de la informació. 1 punt per cada combinació fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 4 punts.**

El portafoli mostra una bona intenció d'organitzar la informació visualment, però hi ha algunes àrees que podrien millorar-se per optimitzar la jerarquització (com per exemple la campanya de Whatsapp de Viladecans).

Els títols i subtítols destaquen adequadament gràcies a una mida de lletra més gran, fet que ajuda a guiar el lector a través de les diferents seccions del document.

No donem els 5 punts degut a que alguns elements es podrien organitzar millor dins l'espai disponible. Un ús més deliberat d'espais en blanc, alineació o elements visuals per destacar seccions clau milloraria la presentació global.

**b. Ús i varietat d'il·lustracions utilitzades que s'adeqüin a la finalitat del disseny. 1 punt per cada il·lustració fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 4 punts**

L'ús d'il·lustracions és adequat i reflecteix la finalitat de cada projecte presentat. Les imatges seleccionades són rellevants i ajuden a complementar el text, cosa que permet reforçar el missatge que es vol transmetre. Les il·lustracions aporten atractiu visual al document i contribueixen a mantenir l'atenció del lector.

Tot i que les il·lustracions podrien ser més variades en termes d'estils o formats per aportar un toc més creatiu, s'adeqüen correctament a la finalitat del disseny i ofereixen suport visual al contingut textual. Aquest ús efectiu d'imatges i gràfics és un punt positiu del document, ja que afavoreix la comprensió de les campanyes descrites i els projectes destacats.

**c. Varietat i l'adequació de les tipografies utilitzades. Un punt per cada tipografia diferent, llegible i que s'adeqüi a l'objectiu global del disseny. 1 punt per cada tipografia fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 4 punts.**

Les tipografies utilitzades són clares i fàcils de llegir, un aspecte crucial en qualsevol peça de disseny gràfic. La varietat de tipografies és limitada, veiem tipografies repetides. Els títols utilitzen una tipografia amb prou caràcter per captar l'atenció, mentre que el text de cos és més senzill, assegurant una bona llegibilitat.

Tot i que es podria explorar l'ús d'una tipografia addicional per aportar més dinamisme i diferenciar millor certes seccions, la selecció actual de fonts funciona bé per mantenir un equilibri entre estètica i funcionalitat.

En resum, el portafoli mostra una combinació sòlida dels elements de disseny, amb una jerarquització clara de la informació, un ús adequat d'il·lustracions que complementen bé el contingut, i una selecció tipogràfica funcional i professional. Si bé hi ha petites àrees que podrien millorar-se per aportar més creativitat i varietat, en conjunt.

**Licitador núm. 7**

**Nom licitador: Linkemann Ventures, S.L.**

**Puntuació total (sobre B): 15 punts**

Avaluació de la proposta:

## **CRITERIS AMB JUDICI DE VALOR**

### **1. Continguts del disseny. Fins a 25 punts. Proposta de puntuació: 0 punts**

L'empresa Linkemann Ventures presenta un dossier amb cinc feines diferents per a la valoració dels criteris avaluable fonamentats en judici de valor. Aquest dossier presenta cadascuna de les feines separades

per campanyes, afegint una petita explicació de cada campanya que contextualitza les necessitats de l'encàrrec i l'enfoc creatiu per cadascuna de les feines. El dossier s'ajusta amb el demanat, però amb feines que no cobreixen les diferents àrees de negoci demanades al lot 1 i per aquest motiu ha tret aquesta puntuació.

Amb aquesta organització del dossier es pot realitzar la valoració del punt 2, aportant tota la informació necessària tant de context com amb mostres dels resultats finals.

## **2. Qualitat i adequació dels dissenys i aplicacions. Fins a 15 punts**

### **a. Bon ús de la combinació dels elements de disseny que permetin una bona jerarquització de la informació. 1 punt per cada combinació fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 5 punts.**

El portafoli utilitza una combinació encertada d'elements de disseny per establir una clara jerarquia de la informació. Les seccions estan ben diferenciades amb l'ús de títols grans i destacats, que permeten al lector navegar fàcilment pel contingut. Les imatges i els blocs de text estan organitzats de manera que no sobre-carreguen la pàgina, creant un flux de lectura suau i clar.

La utilització d'espais en blanc entre les diferents seccions i blocs de contingut és apropiada, ja que facilita la distinció de la informació i evita que el disseny sembli atapeït. A més, la distribució de les il·lustracions i el text contribueix a un equilibri visual, fent que la informació més rellevant estigui fàcilment accessible sense perdre's entre altres elements visuals.

En conjunt, la jerarquia visual del portafoli és efectiva, utilitzant recursos senzills com la mida del text i l'alineació per guiar el lector de manera clara i lògica.

Les 5 feines compleixen els requisits presentant combinacions d'elements de disseny que permeten una bona jerarquització de la informació.

### **b. Ús i varietat d'il·lustracions utilitzades que s'adeqüin a la finalitat del disseny. 1 punt per cada il·lustració fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 5 punts**

Les il·lustracions utilitzades al document són adequades, inspiradores i reflecteixen correctament la finalitat de cada projecte (sueldo Nescafé, i la combinació d'imatges evocadores del cava tast). Les imatges estan alineades amb els objectius de cada projecte presentat, com ara promocions culturals o esdeveniments esportius. A més, aquestes il·lustracions ajuden a millorar la comprensió visual del contingut i a captar l'atenció del lector.

Hi ha una bona varietat d'il·lustracions que contribueix a fer el portafoli atractiu i interessant, sense perdre coherència visual. Les imatges seleccionades s'adeqüen a la temàtica de cada secció i afegeixen valor al missatge que es vol comunicar. Destaquem la loteria en aquest punt. Es nota un equilibri adequat entre fotografies i gràfics que afavoreixen el propòsit de cada campanya.

Les 5 feines compleixen els requisits presentant 5 il·lustracions que s'adeqüen a la finalitat del disseny.

**c. Varietat i l'adequació de les tipografies utilitzades. Un punt per cada tipografia diferent, llegible i que s'adeqüi a l'objectiu global del disseny. 1 punt per cada tipografia fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 5 punts.**

Pel que fa a les tipografies, el portafoli presenta una bona selecció de fonts que compleixen amb la seva funció de manera efectiva. Les tipografies utilitzades són llegibles i adequades al context de cadascun dels projectes presentats. En particular, els títols utilitzen tipografies més grans i amb caràcter, que ajuden a destacar la informació important, mentre que els textos de cos mantenen una tipografia clara i fàcil de llegir.

La varietat tipogràfica no és excessiva, però s'utilitza de manera intel·ligent per marcar les diferents jerarquies de text, la qual cosa afavoreix una lectura agradable (títol del cava tast es excel·lent) i sense distraccions. Això fa que el disseny mantingui una imatge professional i consistent, cosa que és essencial en un portafoli d'aquest tipus.

En conjunt, el portafoli presenta un bon ús dels elements de disseny, amb una jerarquització clara de la informació, un ús adequat i divers d'il·lustracions, i una elecció encertada de tipografies.

Les 5 feines compleixen els requisits presentant 5 tipografies que s'adeqüen a la finalitat del disseny.

**Licitador núm. 8**  
**Nom licitador: Cristina Camacho Villanueva**  
**Puntuació total (sobre B): 8 punts**

Avaluació de la proposta:

## **CRITERIS AMB JUDICI DE VALOR**

### **1. Continguts del disseny. Fins a 25 punts. Proposta de puntuació: 0 punts**

La licitadora CRISTINA CAMACHO presenta un dossier amb 5 feines avaluables de les 7 presentades. S'han presentat dos portafolis amb imatges de vídeo que no podem avaluar tal com s'han presentat. No presenta índex i no hi ha la varietat feines diferents per a la valoració dels criteris avaluables fonamentats en judici de valor.

El dossier presentat per Cristina Camacho només aporta una mostra de cadascuna de les campanyes, fet que no permet una valoració respecte a una única aplicació en un suport. Faltarien més mostres per poder valorar la implementació en diferents suports, formats i aplicacions dels originals correctament. De totes formes, valorarem les feines aportades en el punt 2.

El dossier no s'ajusta amb el demanat, i les feines presentades no coincideixen amb les diferents àrees de negoci que es liciten dins el lot 1.

### **2. Qualitat i adequació dels dissenys i aplicacions. Fins a 15 punts**

- a. **Bon ús de la combinació dels elements de disseny que permetin una bona jerarquització de la informació. 1 punt per combinació fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 3 punts.**

Dins dels exemples que tenim, que son pocs per poder avaluar bé els apartats, es fa un bon ús de la jerarquització de la informació mitjançant l'ús de diferents mides de tipografia per a títols, subtítols i paràgrafs. Els títols són clars i destacats, permetent al lector identificar fàcilment les seccions importants com els projectes i serveis oferts. Els colors s'utilitzen per ressaltar els encapçalaments i mantenir un equilibri visual, ajudant a guiar l'ull del lector cap als punts més rellevants. Els dissenys, però, son d'una distribució massa senzilla. En el total dels projectes presentats, puntuem amb 3 punts la combinació d'elements amb les varietats presentades, comptant les bones feines d'Aiwa, ciència en accion i els premis Start Up.

- b. **Ús i varietat d'il·lustracions utilitzades que s'adeqüin a la finalitat del disseny. 1 punt per cada il·lustració fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 2 punts**

Les imatges i gràfics utilitzats en el portfoli encara que no son adequades per als nostres objectius, son pobres i molt bàsiques. Els exemples de treball, com els flyers i pòsters dissenyats per a projectes locals com "Compra0884" o "Ciència en Viladecans", encara que mostren un ús coherent de les il·lustracions, son molt senzilles i no aprofiten la oportunitat d'arribar al sentiment. Compleixen la seva funció informativa. No podem entrar a valorar els vídeos ja que no estan mostrats amb frames o tires d'imatges per veure si acompanyen elements gràfics. Per lo que valorem les altres 3 feines presentades i dins d'elles puntuem amb 2 punts la varietat. Els premis Start up i Aiwa mostren un disseny viu i fresc.

- c. **Varietat i l'adequació de les tipografies utilitzades. Un punt per cada tipografia diferent, llegible i que s'adeqüi a l'objectiu global del disseny. 1 punt per cada tipografia fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 3 punt.**

Es fa ús de diverses tipografies al llarg del document:

1. **Tipografia per a títols principals:** Es fa servir una tipografia destacada que delimita les diferents seccions del document. Aquesta tipografia és fàcilment llegible i encaixa amb l'estètica moderna del portfoli. Falta varietat dins de les aplicacions.
2. **Tipografia per als subtítols i descripcions de projectes:** Per a les descripcions i projectes, es fa servir una tipografia més petita però molt llegible, que afavoreix la lectura fluida sense resultar massa densa.

En conjunt, les tipografies seleccionades son senzilles i poc variada. Considerem bàsiques, amb poca varietat, per aquest punt, i veient que valorem amb 3 punts.

**Licitador núm. 9**  
**Nom licitador: Font-Rovira Associats, scp**  
**Puntuació total (sobre B): 0 punts**



Avaluació de la proposta:

**CRITERIS AMB JUDICI DE VALOR**

**1. Continguts del disseny. Fins a 25 punts. Proposta de puntuació: 0 punts**

No presenta el portafoli establert, presenta una carpeta amb dos pdf separats, que a més no tenen a veure amb el lot a estudi. Presenta un altre pdf amb links a feines. Per tant, tots els apartats es valoren amb 0 punts.

**2. Qualitat i adequació dels dissenys i aplicacions. Fins a 15 punts**

- a. **Bon ús de la combinació dels elements de disseny que permetin una bona jerarquització de la informació. 1 punt per combinació fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 0 punts**
- b. **Varietat i l'adequació de les tipografies utilitzades. Un punt per cada tipografia diferent, llegible i que s'adeqüi a l'objectiu global del disseny. 1 punt per cada tipografia fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 0 punts**
- c. **Ús i varietat d'il·lustracions utilitzades que s'adeqüin a la finalitat del disseny. 1 punt per cada il·lustració fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 0 punts**

Licitador núm. 11

Nom licitador: Avanti & Opisso

Puntuació total (sobre B): 30 punts

Avaluació de la proposta:

**CRITERIS AMB JUDICI DE VALOR**

**3. Continguts del disseny. Fins a 25 punts. Proposta de puntuació: 15 punts**

L'empresa Avanti & Oppiso presenta un dossier amb 6 feines diferents per a la valoració dels criteris avaluable fonamentats en judici de valor. Aquest dossier presenta un índex a l'inici. Presenta cadascuna de les feines separades per campanyes, afegint una explicació de cada campanya que contextualitza les necessitats de l'encàrrec i l'enfoc creatiu per cadascuna de les feines. El dossier s'ajusta amb el demanat, amb les diferents aplicacions requerides. Totes les feines presentades coincideixen amb part amb les diferents àrees de negoci de Viladecans Qualitat, S.L.

Amb aquesta organització del dossier es pot realitzar la valoració de forma adient, aportant tota la informació necessària tant de context com amb mostres dels resultats finals.

S'atorguen 2,5 punts per cadascuna de les feines presentades.

**4. Qualitat i adequació dels dissenys i aplicacions. Fins a 15 punts**

- a. Bon ús de la combinació dels elements de disseny que permetin una bona jerarquització de la informació. 1 punt per combinació fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 5 punts.**

En aquest projecte es fa un bon ús de la combinació d'elements visuals per crear una jerarquització clara. Els títols i subtítols són fàcilment identificables gràcies a la mida i estil de la tipografia, així com l'ús de colors. Per exemple, en els esdeveniments i programacions de l'Ateneu Barcelonès o La Violeta, la informació està organitzada de manera clara, amb un ús destacat dels encapçalaments per a esdeveniments i dates. Això permet al lector una navegació fàcil i una comprensió ràpida de la informació més rellevant..

Les 6 feines compleixen els requisits presentant combinacions d'elements de disseny que permeten una bona jerarquització de la informació.

- b. Ús i varietat d'il·lustracions utilitzades que s'adeqüin a la finalitat del disseny. 1 punt per cada il·lustració fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 5 punts**

Les il·lustracions i gràfics utilitzats en els diferents projectes són adequades a la finalitat del disseny. Hi ha una bona varietat d'imatges, especialment en els materials promocionals del Teatre Fortuny i els esdeveniments culturals de La Violeta, on s'utilitzen tant il·lustracions com fotografies que complementen el missatge visual i fan atractius els cartells i fullatons. Aquest ús d'imatges aconsegueix cridar l'atenció del públic objectiu, fent que les campanyes siguin més impactants.

Les 6 feines compleixen els requisits presentant 5 il·lustracions que s'adeqüen a la finalitat del disseny.

- c. Varietat i l'adequació de les tipografies utilitzades. Un punt per cada tipografia diferent, llegible i que s'adeqüi a l'objectiu global del disseny. 1 punt per cada tipografia fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 5 punts.**

Es fa ús d'una varietat de tipografies ben escollides que s'adeqüen al context i l'objectiu de cada projecte:

1. Tipografia per als títols principals: Es fa servir una tipografia moderna i neta per als titulars, que facilita la lectura ràpida i l'impacte visual en projectes com els Premis Nacionals de Cultura i el Teatre Fortuny.
2. Tipografies per a cos de text: S'utilitzen tipografies més petites i clares per a la informació detallada, que afavoreixen una lectura fluida i llegible, com en els programes d'esdeveniments o en els desplegable amb horaris i informació tècnica.
3. Tipografies creatives: En projectes com el Casal La Violeta, es nota l'ús d'una tipografia més creativa per als cartells d'esdeveniments musicals i culturals, que transmet una sensació més relaxada i divertida, adient al context cultural i d'entreteniment.

En conjunt, les tipografies seleccionades contribueixen a crear una identitat visual coherent i atractiva, alhora que asseguren la llegibilitat del contingut en diferents formats.

Les 5 feines compleixen els requisits presentant 5 tipografies que s'adeqüen a la finalitat del disseny.

**Licitador núm. 12**  
**Nom licitador: Domingo Recreativos SCCL**  
**Puntuació total (sobre B): 16 punts**

Avaluació de la proposta:

## **CRITERIS AMB JUDICI DE VALOR**

### **1. Continguts del disseny. Fins a 25 punts. Proposta de puntuació: 10 punts**

L'empresa DOMINGO RECREATIVOS, SCCL presenta un dossier amb 5 feines diferents per a la valoració dels criteris avaluable fonamentats en judici de valor. Aquest dossier presenta cadascuna de les feines separades per campanyes, afegint una explicació de cada campanya que contextualitza les necessitats de l'encàrrec i l'enfoc creatiu per cadascuna de les feines. No incorpora índex.

El dossier s'ajusta amb el demanat, 4 de les quals coincideixen amb les diferents àrees de negoci licitades al lot 1 (Maig en Dansa, esports ajuntament del Prat, Arts en viu), d'aquí surten els 10 punts.

Amb aquesta organització del dossier es pot realitzar la valoració de forma adient, aportant tota la informació necessària tant de context com amb mostres dels resultats finals.

### **2. Qualitat i adequació dels dissenys i aplicacions. Fins a 15 punts**

#### **a. Bon ús de la combinació dels elements de disseny que permetin una bona jerarquització de la informació. 1 punt per cada combinació fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 2 punts.**

El portafoli presenta una combinació d'elements visuals que facilita la jerarquització de la informació. Els títols són destacats. Tanmateix, en alguns casos, l'ús excessiu de diferents mides i colors de text pot saturar la vista, creant una certa confusió a l'hora de processar la informació ràpidament. La separació d'elements visuals podria ser més clara per evitar una sensació de saturació en els casos d'Art en Viu. En aquest punt valorem positivament la campanya tinc ganes i la carxofa.

#### **b. Ús i varietat d'il·lustracions utilitzades que s'adeqüin a la finalitat del disseny. 1 punt per cada il·lustració fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 2 punts**

Les il·lustracions són variades en cada projecte, especialment en les campanyes culturals i institucionals, com la programacions del Teatre L'Artesà, la qual valorem positivament. No obstant, en alguns casos, la selecció d'imatges pot semblar un pèl caòtica, mancant d'originalitat visual en comparació amb la riquesa de la proposta gràfica.

La carxofa mostra el caràcter festiu amb diferents il·lustracions que mostren la varietat en la festa.

- c. Varietat i l'adequació de les tipografies utilitzades. Un punt per cada tipografia diferent, llegible i que s'adeqüi a l'objectiu global del disseny. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 2 punts.**

En l'aspecte tipogràfic les tipografies utilitzades són, en general, llegibles, especialment per als títols i els textos destacats.

La manca de diversitat en les fonts utilitzades provoca que algunes seccions semblin massa homogènies, i un ús més creatiu de tipografies hauria pogut reforçar la identitat de cada campanya.

La tipografia emprada a les Festes de la Carxofa, encara que hi trobem alguna deficiència, la tipografia destaca per ser fresca i per comunicar de forma efectiva el caràcter festiu i local de la celebració.

Tinc ganes, la tipografia aconsegueix una bona combinació de modernitat i claredat, sent atractiva i creiem apropiada per al públic. Es llegible i s'adapta als diferents formats, per aquest factor creiem que es molt destacable.

**Licitador núm. 13**  
**Nom licitador: Iniciatives Events, S.L.**  
**Puntuació total (sobre B): 12 punts**

Avaluació de la proposta:

## **CRITERIS AMB JUDICI DE VALOR**

### **1. Continguts del disseny. Fins a 25 punts. Proposta de puntuació: 5 punts**

El portafoli presenta 5 projectes relacionats amb l'esport. La varietat de projectes, i cada un d'ells està disposat de manera que les diferències de mida del text, les imatges, i la distribució donen protagonisme a cada apartat. Això facilita que el lector identifiqui fàcilment els diferents tipus de treballs realitzats (branding, disseny gràfic, senyalització, etc.) i els seus respectius objectius.

Només poden entrar dos treballs per valorar el lot 1 en aquest apartat, que estan dins de la promoció d'esdeveniments esportius. En les feines presentades hi ha una gran varietat de necessitats.

### **2. Qualitat i adequació dels dissenys i aplicacions. Fins a 15 punts**

- a. Bon ús de la combinació dels elements de disseny que permetin una bona jerarquització de la informació. 1 punt per cada combinació fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 3 punts.**

El portafoli mostra una jerarquització de la informació adequada, amb encapçalaments clars que permeten identificar fàcilment els projectes i les seves descripcions. Els títols són prominents, i l'ús de mides de text diferenciades facilita la comprensió i navegació. No obstant això, en alguns casos, la distribució de l'espai podria millorar per evitar que algunes pàgines es vegin massa carregades.

- b. Ús i varietat d'il·lustracions utilitzades que s'adeqüin a la finalitat del disseny. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 2 punts**

Les il·lustracions i imatges utilitzades són variades i adequades per a cada projecte, ja sigui en campanyes esportives, culturals o corporatives. Al premi Neptú la imatge no dona a conèixer quin tipus de premi es, no complementen bé la informació textual i no s'adapten a l'objectiu.

En el projecte accelerem, trobem a faltar impuls en la imatge alguns projectes, però, una il·lustració més personalitzada podria aportar més singularitat al disseny i fer-lo més memorable.

**c. Varietat i l'adequació de les tipografies utilitzades. Un punt per cada tipografia diferent, llegible i que s'adeqüi a l'objectiu global del disseny. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 2 punts.**

Tot i que es fa servir una varietat de tipografies en els diferents projectes del portafoli, aquesta diversitat no sempre és coherent no s'ajusta del tot als objectius dels dissenys. En alguns casos, l'ús de diferents tipografies pot generar una certa dissonància visual. Per exemple, en projectes com Premis Neptú o Accelerem es percep una falta de cohesió entre les fonts utilitzades per als títols, subtítols i el cos del text, cosa que afecta la consistència i llegibilitat.

A més, algunes tipografies semblen massa decoratives o poc formals per a projectes que tenen una funció més institucional o corporativa. Aquesta falta de coherència pot dificultar que el lector capti ràpidament el missatge i pot desviar l'atenció de la informació clau.

**Licitador núm. 14**  
**Nom licitador: Assai Cover Comunicació, S.L.**  
**Puntuació total (sobre B): 15 punts**

Avaluació de la proposta:

## **CRITERIS AMB JUDICI DE VALOR**

### **1. Continguts del disseny. Fins a 25 punts. Proposta de puntuació: 0 punts**

L'empresa licitadora ASSAI COVER aporta una varietat de dissenys en cada feina que mostra la seva versatilitat per adaptar la creativitat a les necessitats de cada campanya. No presenta índex de feines. A més, dintre de cada campanya es desenvolupa una solució de disseny que equilibra el contingut amb un impacte visual i de notorietat, mantenint un equilibri entre la part creativa i d'utilitat molt bo. Dins de cada campanya hi ha 6 aplicacions de disseny.

Presenta un total de 5 feines, lamentablement cap emmarcada dins de les composicions de temàtica que demanem en aquest lot. El dossier s'ajusta amb el demanat, però no trobem cap feina que coincideixi amb les diferents àrees de negoci de la SPM Viladecans Qualitat SL, dins el Lot 1.

Amb tot, l'organització del dossier es pot realitzar la valoració de l'apartat 2, aportant tota la informació necessària tant de context com amb mostres dels resultats finals.

### **2. Qualitat i adequació dels dissenys i aplicacions. Fins a 15 punts**

- a. **Bon ús de la combinació dels elements de disseny que permetin una bona jerarquització de la informació. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 5 punts.**

El document fa un bon ús de la combinació d'elements visuals per establir una jerarquització clara de la informació. Els encapçalaments i subtítols estan ben diferenciats en termes de mida i estil, la qual cosa permet que l'usuari identifiqui fàcilment els diferents apartats i projectes. A més, es fa un ús coherent de colors per ressaltar els elements importants com els titulars i les dates clau, proporcionant una lectura més clara i fluida. També es combinen imatges, gràfics i blocs de text de manera que no s'acumuli massa informació en un sol espai, afavorint l'estructuració visual.

- b. **Ús i varietat d'il·lustracions utilitzades que s'adeqüin a la finalitat del disseny. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 5 punts**

Les il·lustracions i imatges utilitzades són variades i s'adeqüen perfectament a la finalitat de cada disseny. S'han utilitzat il·lustracions conceptuals i fotografies en els projectes de marca, especialment per a ajuntaments i empreses, com en els exemples de Barcelona Activa o la Junta d'Andalusia. Cada il·lustració complementa la informació textual, fent-la més atractiva i comprensible, especialment en el material promocional, com les campanyes exteriors, els tríptics i la decoració d'esdeveniments.

- c. **Varietat i l'adequació de les tipografies utilitzades. Un punt per cada tipografia diferent, llegible i que s'adeqüi a l'objectiu global del disseny. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 5 punts.**

S'observa una varietat de tipografies utilitzades que s'adapten bé als diferents objectius dels dissenys. Per exemple:

1. **Tipografia de grans titulars:** En projectes com el de la Junta d'Andalusia o els materials per a l'Ajuntament de Viladecans, s'utilitza una tipografia destacada, moderna i llegible, que dona força al missatge principal i s'adequa a l'objectiu de comunicar informació clau de manera clara.
2. **Tipografies corporatives:** En materials com newsletters, tríptics o descripcions de serveis (Barcelona Activa, Cerdanyola Activa), es fa servir una tipografia més formal i elegant, alineada amb la imatge corporativa.
3. **Tipografia de subtítols i cos de text:** Els textos explicatius utilitzen tipografies més petites però llegibles, que s'ajusten bé a la presentació de textos de suport o informació detallada sense comprometre la claredat.

Cada tipografia seleccionada reflecteix adequadament el to del projecte i garanteix la llegibilitat en diferents formats.

En conjunt, els elements de disseny en el document mostren una bona estructura, varietat i adequació, tant en la jerarquització de la informació, les il·lustracions com en les tipografies seleccionades.

**Licitador núm. 17**

**Nom licitador: PASEO DE GRACIA COMUNICACION / ESIETE**

Avaluació de la proposta:

## **CRITERIS AMB JUDICI DE VALOR**

### **1. Continguts del disseny. Fins a 25 punts. Proposta de puntuació: 5 punts**

L'empresa PASEO DE GRACIA PRODUCCIONES presenta un dossier amb cinc feines diferents per a la valoració dels criteris avaluable fonamentats en judici de valor. Aquest dossier presenta cadascuna de les feines separades per campanyes, afegint una petita explicació de cada campanya que contextualitza les necessitats de l'encàrrec i l'enfoc creatiu per cadascuna de les feines. El dossier s'ajusta amb el demanat, i adjunten varies adaptacions de disseny per al seu estudi.

Trobem dos projectes de foment de l'esport (cursa dels nassos i la festa fitness'23

Amb aquesta organització del dossier es pot realitzar la valoració, aportant tota la informació necessària tant de context com amb mostres dels resultats finals.

### **2. Qualitat i adequació dels dissenys i aplicacions. Fins a 15 punts**

#### **a. Bon ús de la combinació dels elements de disseny que permetin una bona jerarquitzaió de la informació. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 5 punts.**

El portafoli mostra una clara intenció de crear una jerarquitzaió visual efectiva en les seves campanyes. Els elements visuals, com els títols i subtítols, estan ben diferenciats del cos de text, cosa que permet una navegació fluida i comprensió ràpida del contingut. L'ús dels espais en blanc i la distribució de la informació contribueixen a evitar la saturació visual i ajuden a guiar l'usuari d'una manera intuïtiva.

En el cas de la Cursa dels Nassos, es fa un bon ús dels títols destacats, amb una combinació d'elements visuals que ajuden a organitzar el contingut i guiar l'espectador de manera fluida. Els claims i eslògans estan ben posicionats, fent que la informació clau sigui fàcilment identificable. També en la campanya de la Barcelona Design Week, els elements visuals, com els titulars contundents, ajuden a jerarquitzar la informació de manera que el lector entengui ràpidament el missatge principal.

Tot i així, es podria millorar l'ús d'elements visuals per establir una separació més clara entre les diferents seccions, ja que en algunes pàgines l'absència de contrastos forts fa que la informació sembli una mica massa uniforme. Això es podria solucionar amb un ús més creatiu dels colors o un contrast més marcat entre els diferents nivells de text.

#### **b. Ús i varietat d'il·lustracions utilitzades que s'adeqüin a la finalitat del disseny. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 5 punts**

Les il·lustracions que es presenten són adequades a la finalitat de cada campanya, reflectint amb precisió l'essència de cada projecte. Les imatges i gràfics estan ben integrats dins el disseny, afegint dinamisme i ajudant a reforçar el missatge visual. En general, es fa un ús efectiu

d'imatges tant per a campanyes esportives com culturals, contribuint a captar l'atenció i donar un context visual coherent.

Tot i això, la varietat d'estils podria ser més rica. Si bé les imatges encaixen amb el propòsit de cada campanya, explorar un ventall més divers d'il·lustracions aportaria més profunditat creativa al portafoli, mostrant una capacitat més àmplia en la direcció d'art i el desenvolupament visual.

En la Festa del fitness, el disseny gràfic utilitza diversos claims que apel·len directament a les accions pròpies del fitness, amb eslògans motivacionals com "Aixeca't. Motiva't. Impulsa't. Anima't". Aquestes frases busquen interpel·lar l'usuari i motivar-lo a participar en una vida activa i saludable.

El caràcter festiu de l'esdeveniment es reflecteix també en el disseny gràfic, que transmet energia i dinamisme, coherent amb la temàtica del fitness.

**c. Varietat i l'adequació de les tipografies utilitzades. Un punt per cada tipografia diferent, llegible i que s'adeqüi a l'objectiu global del disseny. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 5 punts.**

Les tipografies utilitzades són clares i fàcils de llegir, un aspecte crucial en qualsevol peça de disseny gràfic. La varietat de tipografies és limitada, però això contribueix a mantenir una coherència visual i una imatge professional. Els títols utilitzen una tipografia amb prou caràcter per captar l'atenció, mentre que el text de cos és més senzill, assegurant una bona llegibilitat.

Tot i que es podria explorar l'ús d'una tipografia addicional per aportar més dinamisme i diferenciar millor certes seccions, la selecció actual de fonts funciona bé per mantenir un equilibri entre estètica i funcionalitat. Aquesta decisió de disseny permet que el contingut sigui llegible en tot moment i no hi hagi distraccions visuals innecessàries.

En la campanya de la Barcelona Design Week, s'utilitza un sistema tipogràfic versàtil i dinàmic, adaptat als diferents suports i canals de comunicació. Aquesta elecció tipogràfica és especialment efectiva per a un esdeveniment que tracta sobre transicions i evolució.

En resum, el portafoli mostra una combinació sòlida dels elements de disseny, amb una jerarquització clara de la informació, un ús adequat d'il·lustracions que complementen bé el contingut, i una selecció tipogràfica funcional i professional. Si bé hi ha petites àrees que podrien millorar-se per aportar més creativitat i varietat, en conjunt.

**Licitador núm. 18**

**Nom licitador: LA GRAFICA CREATIVE EXPERIENCE, S.L.**

**Puntuació total (sobre B): 28 punts**

Avaluació de la proposta:

## **CRITERIS AMB JUDICI DE VALOR**

### **1. Continguts del disseny. Fins a 25 punts. Proposta de puntuació: 20 punts**



L'empresa La Grafica Creative Experience S.L presenta un dossier amb tretze feines diferents per a la valoració dels criteris avaluable fonamentats en judici de valor. Aquest dossier presenta cadascuna de les feines separades per campanyes, sense afegir cap explicació de cada campanya que contextualitzi les necessitats de l'encàrrec i l'enfoc creatiu per cadascuna de les feines. Les feines presentades cobreixen part de les àrees de negoci de SPM Viladecans Qualitat SL. Encara que l'empresa especifica com considera la composició, no s'ajusta a la realitat. No aporten el mínim de 6 variacions gràfiques requerides per cada projecte.

Dins de la temàtica relacionada amb cultura trobem el consell comarcal del Segrià.

Per altra banda, com a temporades de programació estable trobem Els concert d'Aro i ANIMAC.

Dins la part promoció de centres esportius trobem la campanya Whanau. No considerem la part de les estacions d'esquí perquè no es una publicitat pròpia de les estacions, sinó que es una campanya de turisme.

Com a promoció d'esdeveniments esportius trobem el Campionat Skimo i el campionat Fis Para, encara que com en l'anterior, només veiem cartells promocionals i poca adaptació.

En la promoció de teatres i comercialització trobem el Teatre La Passió i el teatre Festuc. Igual que en els anteriors casos, no hi ha prou adaptacions (vam demanar un mínim de 6) per poder fer una valoració adient.

Amb aquesta organització del dossier es pot realitzar la valoració, aportant tota la informació necessària tant de context com amb mostres dels resultats finals.

## **2. Qualitat i adequació dels dissenys i aplicacions. Fins a 15 punts**

### **a. Bon ús de la combinació dels elements de disseny que permetin una bona jerarquització de la informació. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 3 punts.**

El portafoli mostra una organització visual que permet seguir el contingut amb certa claredat, tot i que en alguns casos la jerarquització dels elements de disseny podria ser més efectiva. Per exemple, en campanyes com la de Teatre de la Passió de Cervera o la Campanya turística "El Vendrell t'estima", es fa un bon ús de títols i subtítols destacats, però hi ha moments on la informació sembla massa homogènia, cosa que dificulta identificar quins són els punts més rellevants. La campanya de FGC Estacions de Muntanya treballa molt bé la jerarquització mostrant un objectiu clar, aspiracional, anhel per l'esquí i posant al centre les persones i la neu.

La manca de contrast entre els elements visuals i textuais en alguns treballs (concerts d'aro per exemple) redueix la diferenciació entre parts del contingut, fet que podria millorar-se amb una distribució més dinàmica o l'ús de colors més contrastats per a les seccions clau.

### **b. Ús i varietat d'il·lustracions utilitzades que s'adeqüin a la finalitat del disseny. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 2 punts**

Les il·lustracions utilitzades en les diferents campanyes són adequades per a la finalitat de cada projecte, però es nota una manca de varietat estilística que afecta la sensació general del portafoli. Per exemple, en

la campanya Ara Lleida o les Ecoactivitats Lleida en verd, les imatges escollides són coherents amb els objectius comunicatius, però el seu estil visual és força similar en diversos projectes, cosa que podria donar una sensació de monotonia. Incorporar estils més diversos podria aportar un dinamisme addicional i fer que cada campanya tingui una personalitat visual més diferenciada.

D'altra banda, campanyes com el CAMPIONAT FIS PARA mostren una integració adequada d'il·lustracions amb imatges esportives que atrauen el seu públic objectiu, però fins i tot en aquest cas es podria haver explorat una paleta visual més rica per destacar millor els diferents esdeveniments dins d'un mateix tema esportiu.

**c. Varietat i l'adequació de les tipografies utilitzades. Un punt per cada tipografia diferent, llegible i que s'adeqüi a l'objectiu global del disseny. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 3 punts.**

Respecte a les tipografies, el portafoli aporta diverses tipografies. Només es fa servir una o dues tipografies principals que, tot i ser llegibles, no aporten cap valor afegit al disseny, són llegibles i funcionals, però manquen de varietat.

En molts casos, la tipografia és similar entre els diferents projectes, la qual cosa redueix la possibilitat de donar a cada campanya una identitat visual única. Per exemple, en projectes com la programació d'activitats culturals o esportives, com el del segrià i les Estacions d'Esquí, s'hauria pogut utilitzar una combinació més atrevida de tipografies per reforçar la jerarquia de la informació i aportar més creativitat al disseny.

Malgrat que la selecció tipogràfica assegura una bona llegibilitat, la manca de varietat estilística en l'ús de les fonts crea un cert risc de monotonia en tot el portafoli

En conjunt, el portafoli mostra serioses mancances en termes de jerarquizació visual, ús creatiu d'il·lustracions i varietat tipogràfica.

**Licitador núm. 19**  
**Nom licitador: Alba Calderón Martínez**  
**Puntuació total (sobre B): 10,5 punts**

## **CRITERIS DE JUDICI DE VALOR**

### Avaluació de la proposta:

**1. Continguts del disseny. Fins a 25 punts. Proposta de puntuació: 2,5 punts**

L'empresa Alba Calderon presenta un dossier amb 8 feines diferents per a la valoració dels criteris avaluable fonamentats en judici de valor. Aquest dossier no presenta l'índex, ni tampoc les sis aplicacions gràfiques de cada disseny que es demanaven. Tampoc especifica en tots els projectes el nom de l'administració o empresa de l'encàrrec, no especifica el públic a qui va dirigit. Cal esmentar que només un disseny, @aipesports, per les seves característiques esportives, coincideix amb alguna de les àrees de negoci de Viladecans Qualitat, SL, concretament amb l'oferta esportiva d'Atrium i Podium Esports.

El dossier d'Alba Calderon però, no presenta les feines amb les aplicacions (lones, díptics, vinils, banners web, etc.), fet que dificulta

bastant valorar les campanyes d'una manera més unitària, fet important per poder entendre el concepte general de la campanya i les aplicacions que es poden generar en elles.

Un dels dissenys, @aipesports té composició de temàtica relacionada amb la promoció de centres esportius, i per tant, cap altre treball presentat forma part del les composicions demanades.

## **2. Qualitat i adequació dels dissenys i aplicacions. Fins a 15 punts**

### **a. Bon ús de la combinació dels elements de disseny que permetin una bona jerarquització de la informació. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 3 punts.**

Les vuit feines analitzades són d'empreses de sectors molt diferents, amb necessitats de disseny i creativitat variades. Els treballs d'Alba Calderon destaquen per una correcta jerarquització dels elements, utilitzant imatges i il·lustracions per reforçar la part emocional del missatge i complementant els textos informatius de cada campanya. Tot i això, en casi tots els casos, no hi ha prou elements per valorar clarament com jerarquitzava la informació en diferents suports gràfics com es demanava, les mostres no mostren suficientment la jerarquització en el disseny. Per aquest motiu, i encara tenint moltes feines, donem 3 punts per la capacitat de jerarquitzar la informació variant els sectors de treball.

### **b. Ús i varietat d'il·lustracions utilitzades que s'adeqüin a la finalitat del disseny. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 2 punts**

Les vuit feines analitzades són variades. En general, i pel que permet analitzar el dossier presentat, els elements il·lustratius permeten un accés correcte a la informació rellevant i d'utilitat, tot i que les poques aplicacions gràfiques presentades per treball, no facilita aprofundir en una anàlisi de la campanya en la seva globalitat, per aquest motiu, donem 2 punts.

### **c. Varietat i l'adequació de les tipografies utilitzades. Un punt per cada tipografia diferent, llegible i que s'adeqüi a l'objectiu global del disseny. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 3 punts.**

Les feines de Can Calderon, es la que ofereixen més possibilitats per l'avaluació. Tot i això, la resta de feines també donen una visió de com aquest licitador treballa les tipografies per fer arribar els textos i missatges. Can Calderon, Apialia, i Ahorraluz són les que aporten solucions més adients i clares dintre de la creativitat general. La jerarquització de textos i l'ús dels tamanys i tipologia de les tipografies és molt correcta en aquests casos. En la resta de feines, no es pot valorar amb profunditat per la falta d'adaptacions que s'adjunten, però la línia és similar, i per tant correcta.

**Licitador núm. 20**  
**Nom licitador: Producciones MIC, S.L.**  
**Puntuació total (sobre B): 17,5 punts**

## Avaluació de la proposta:

### **CRITERIS AMB JUDICI DE VALOR**

#### **1. Continguts del disseny. Fins a 25 punts. Proposta de puntuació: 12,5 punts**

L'empresa PRODUCCIONES MIC SL presenta un dossier amb quatre feines diferents per a la valoració dels criteris avaluable fonamentats en judici de valor. Aquest dossier presenta cadascuna de les feines separades per campanyes, afegint una petita explicació de cada campanya que contextualitza les necessitats de l'encàrrec i l'enfoc creatiu per cadascuna de les feines. El dossier no s'ajusta amb el demanat, ja que es demanava un mínim de 5 projectes diferents. Hem de destacar que un dels projectes queda descartat degut a que la propietat intel·lectual del cartell de Al Carrer Viladecans no es seu. Per lo tant, queda exclòs. Ens queden tres projectes per tractar, els quals: Be an art maker i Atrium Viladecans entraria dins de programació estable i foment de la cultura per part de Be an Art Maker. Atrium Viladecans formaria part també de teatres i comercialització. El centre d'arts Santa Monica formaria part de foment cultura, malauradament només disposem de tres lones petites sense gaire context, i encara que MIC ens para de campanya, no podem veure la resta de peces. No es tindrà en compte aquesta creativitat en aquest punt.

#### **2. Qualitat i adequació dels dissenys i aplicacions. Fins a 15 punts**

##### **a. Bon ús de la combinació dels elements de disseny que permetin una bona jerarquització de la informació. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 2 punts.**

Els treballs inclosos no mostren un ús correcte dels elements de disseny, com títols massa grans, i un excés de lletra que dificulta la respiració de l'element a mostrar.

Tot i això, en algunes seccions, la diferenciació visual entre apartats podria ser més pronunciada, per exemple, amb l'ús més dinàmic del color o més contrast entre seccions. Això ajudaria a donar més personalitat a cada part del contingut i a fer-lo més visualment atractiu.

Per exemple, en la programació del Teatre Atrium de Viladecans, s'utilitzen tipografies i mides de text diferents que ajuden a destacar la informació més important, com els títols i les descripcions dels esdeveniments. Aquesta jerarquització permet que el lector pugui navegar fàcilment entre les diferents seccions de la programació, accedint ràpidament a la informació rellevant. Per altra banda, no té moviment i presenta un disseny estàtic.

El centre d'arts santa Monica, el que podem veure es correcte, encara que només veiem les lones exteriors, la jerarquització es correcta.

Tanmateix, en alguns casos, la separació entre els elements visuals podria ser més clara. Hi ha certes pàgines que podrien beneficiar-se d'un major contrast entre textos i fons o una organització visual més dinàmica per evitar que el contingut sembli excessivament homogeni. Això es podria aconseguir amb una diferenciació més marcada entre les seccions i un ús més creatiu del color o dels espais en blanc.

**b. Ús i varietat d'il·lustracions utilitzades que s'adeqüin a la finalitat del disseny. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 1 punts**

No es valorarà la creativitat del Festival Internacional Al Carrer Viladecans degut a que la creació de la il·lustració no va ser creada per Produccions MIC, S.L. En aquest cas, només es van crear les adaptacions. Degut a que hi ha plagi en el portafoli, no es valorarà cap punt del projecte Al Carrer.

Les il·lustracions, encara que coherents amb el to i l'objectiu de les campanyes, no mostren una gran varietat d'estils, la qual cosa limita l'impacte visual del portafoli. Moltes de les imatges semblen seguir una mateixa línia estètica, cosa que dificulta que cada projecte tingui una identitat visual pròpia i diferenciada. Això és especialment evident en projectes com la programació del Teatre Atrium de Viladecans, on el disseny es manté molt funcional però sense cap toc visual que realment destaquí.

La manca de diversitat en les il·lustracions redueix l'oportunitat de mostrar la versatilitat creativa fent que les campanyes semblin més homogènies del que podrien ser.

Tot i això, a la campanya per al Centre d'Art Santa Mònica, en el que només podem estudiar tres lones amb poca informació, el disseny s'adapta a l'estil contemporani que combinen colors vibrants i una tipografia que no destacada per captar l'atenció, es perd i es poc llegible amb les transparències.

**c. Varietat i l'adequació de les tipografies utilitzades. Un punt per cada tipografia diferent, llegible i que s'adeqüi a l'objectiu global del disseny. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 2 punts.**

Les tipografies utilitzades al portafoli són, en general, funcionals, però pateixen una clara manca de diversitat i creativitat. Encara que són llegibles i adequades en dos projectes, per transmetre la informació, no s'exploren diferents opcions que puguin aportar caràcter o identitat als diferents projectes.

En un portafoli on cada campanya hauria de tenir un estil únic, l'ús de tipografies gairebé idèntiques en diferents treballs provoca una falta de personalitat.

En la programació del Teatre Atrium, s'ha optat per tipografies llegibles i clares, assegurant que la informació és fàcil de seguir en tot moment. Aquesta elecció de tipografies afavoreix la comunicació efectiva amb el públic i ajuda a mantenir una imatge visual professional.

En canvi, per al Centre d'Art Santa Mònica, s'ha utilitzat una tipografia més atrevida i poc favorable.

Encara que les tipografies utilitzades compleixen la seva funció, es troba a faltar una mica més de varietat en algunes seccions per aportar més dinamisme visual. Una combinació més atrevida de tipografies podria haver potenciat l'impacte visual.

**Licitador núm. 21**  
**Nom licitador: Estudi Jordi Caralt, S.L.**  
**Puntuació total (sobre B): 40 punts**

Avaluació de la proposta:

## **CRITERIS AMB JUDICI DE VALOR**

### **1. Continguts del disseny. Fins a 25 punts. Proposta de puntuació: 25 punts**

El portafoli presenta una varietat de projectes (21 en total), i cada un d'ells està disposat de manera que les diferències de mida del text, les imatges, i la distribució donen protagonisme a cada apartat.

Cada projecte està acompanyat de l'objectiu, públic a qui va dirigit i nom de l'administració o empresa privada. Això facilita la fàcil identificació dels diferents tipus de treballs realitzats (branding, disseny gràfic, senyalització, etc.) i els seus respectius objectius. Aquesta organització impecable demostra un alt nivell d'expertesa en el control dels elements de disseny per a una bona comunicació visual.

El 90% dels treballs presentats estan directament relacionats amb les composicions de temàtica relacionada amb el Lot 1. (Consell Esportiu, Rec, Santa Tecla, infocultura arts escènques...)

### **2. Qualitat i adequació dels dissenys i aplicacions. Fins a 15 punts**

#### **a. Bon ús de la combinació dels elements de disseny que permetin una bona jerarquització de la informació. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 5 punts.**

El portafoli destaca per l'ús excel·lent dels elements de disseny per jerarquitzar la informació. El disseny aconsegueix equilibrar perfectament la distribució del text, les imatges i els espais en blanc, creant una estructura clara i atractiva que guia fàcilment el lector. Cada secció està ben definida, amb un ús consistent de titulars grans i destacats per a cada projecte, facilitant l'exploració del contingut.

A més, l'ús de colors per separar seccions o remarcar certs elements visuals és molt eficaç. Els tons seleccionats són agradables a la vista i contribueixen a una experiència de lectura fluida i organitzada. Les imatges i els textos estan ben intercalats, evitant una saturació visual, cosa que facilita la lectura i fa que sigui còmode navegar per tot el document. Per exemple, en els projectes de branding i senyalització, com la senyalització de la Via Augusta o el projecte Museu del Vendrell i Prosceni, s'observa com el color i la mida dels elements visuals afavoreixen una presentació clara i ordenada.

#### **b. Ús i varietat d'il·lustracions utilitzades que s'adeqüin a la finalitat del disseny. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 5 punts**

Un dels punts forts d'aquest portafoli és l'ús magistral d'il·lustracions i imatges. Es percep una gran varietat de recursos visuals, des de fotografies fins a gràfics, icones i il·lustracions conceptuals. Aquesta varietat no només fa que el portafoli sigui visualment atractiu, sinó que també s'ajusta de manera precisa a l'objectiu de cada projecte presentat i als objectus. Els visuals seleccionats per cada projecte reforcen el missatge i el fan més impactant.

Per exemple, en els projectes culturals com el INCAVI, Prosceni el Vendrell o el Festival Internacional de música Pau Casals, les imatges d'obres d'art, escultures i espais culturals són altament evocadores i adequades al públic objectiu, transmetent a la perfecció l'experiència que s'ofereix. Aquestes imatges ajuden a donar una idea clara de l'atmosfera i la qualitat dels esdeveniments culturals promoguts. En altres projectes, com el branding per a esdeveniments esportius es fa un ús intel·ligent d'imatges icòniques i il·lustracions minimalistes que encaixen amb l'estètica de cada marca.

Aquesta flexibilitat en l'ús de diferents estils d'il·lustració i fotografia demostra la capacitat d'adaptabilitat a diverses necessitats i generar impacte segons la finalitat del projecte. Des de campanyes més formals i institucionals fins a esdeveniments culturals o esportius, totes les imatges i gràfics estan alineats amb la finalitat del disseny.

**c. Varietat i l'adequació de les tipografies utilitzades. Un punt per cada tipografia diferent, llegible i que s'adeqüi a l'objectiu global del disseny. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 5 punts.**

Cada projecte inclou tipografies seleccionades amb cura per reflectir l'estil, la personalitat i els valors de la marca o esdeveniment. Aquesta atenció al detall permet que cada projecte tingui la seva pròpia identitat visual única sense perdre coherència en el conjunt del portafoli.

Es poden apreciar diferents tipus de fonts utilitzades amb un gran sentit de la proporcionalitat i la llegibilitat. Per exemple, en projectes institucionals com el de Museus del Vendrell o la Ruta i audioguies, s'utilitzen tipografies clares i formals que responen perfectament a les necessitats d'informació d'aquest tipus de projecte cultural. Aquestes tipografies ajuden a transmetre una imatge seriosa i confiable, adequada per a institucions culturals amb història.

D'altra banda, en projectes més dinàmics i contemporanis com les Festes de Santa Tecla o els esdeveniments esportius, s'utilitzen fonts més modernes i atrevides, que aporten una sensació de frescor i modernitat. La combinació de tipografies sans-serif amb fonts més decoratives en alguns cartells crea una estètica visual molt atractiva i adequada per als esdeveniments de caire lúdic i cultural.

Cada tipografia escollida no només és llegible, sinó que també s'ajusta a l'estil general del projecte, reforçant-ne l'objectiu comunicatiu. La varietat de tipografies utilitzades demostra una gran versatilitat i un domini perfecte de la tipografia en el disseny gràfic.

**LOT 2 – SERVEI D'ACTUALITZACIÓ DE LA IMATGE CORPORATIVA DEL GRUP D'EMPRESSES MUNICIPALS (VIGEM, VIMED I VIQUAL)**

Degut a un error detectat en l'elaboració dels plecs d'aquest lot, el qual afecta a la determinació dels criteris de valoració subjectes a judici de valor d'aquest, es desisteix del procediment de contractació relatiu al LOT 2 – SERVEI D'ACTUALITZACIÓ DE LA IMATGE CORPORATIVA DEL GRUP D'EMPRESSES MUNICIPALS (VIGEM, VIMED I VIQUAL).

De conformitat amb l'article 152 de la *Ley 9/2017, de 8 de novembre, de Contratos del Sector Público*, l'òrgan de contractació pot desistir del procediment d'adjudicació abans de la seva formalització per una "infracció no esmenable de les normes de preparació del contracte o de les reguladores del procediment d'adjudicació"; s'entén per tant, que

l'error en la determinació dels criteris de valoració subjectes a judici de valor relatius al Lot 2 – Actualització d'imatge corporativa (apartat 11.2.1 del PCAP), és una infracció de les normes reguladores del procediment d'adjudicació que no pot ser esmenada dins del curs de l'expedient de licitació.

En el mateix sentit, l'apartat 3.5 del Plec de Clàusules Administratives Particulars que regeix la present licitació, recull la possibilitat que l'òrgan de contractació de VIGEM pugui desistir del procediment en qualsevol moment abans de la formalització.

Es per l'anteriorment exposat, que davant la concurrència de l'esmentat error no esmenable al PCAP, es proposa acordar el desistiment d'aquest lot.

**LOT 3 – SERVEI DE DISSENY GRÀFIC FESTIVAL INTERNACIONAL DE TEATRE I ANIMACIÓ AL CARRER**

**Licitador núm. 1**  
**Nom licitador: E2S CREATIVA, S.L.**  
**Puntuació total (sobre B): 20 punts**

Avaluació de la proposta:

**CRITERIS AMB JUDICI DE VALOR**

**1. Continguts del disseny. Fins a 25 punts. Proposta de puntuació: 10 punts**

L'empresa E2S CREATIVA S,L presenta 5 Case Study de diferents projectes. Aquests Case Study aporten les mostres demanades. Podem realitzar una valoració dels criteris avaluable fonamentats **en** judici de valor de forma correcta. Presenta diversos treballs amb difusió cultural o festivals culturals i a l'aire lliure. Tenint en compte la Fira de Sant Isidre, Mon San Benet, la setmana bio perquè es du a terme a l'aire lliure, i la comunicació de la súper festa.

**2. Qualitat i adequació dels dissenys i aplicacions. Fins a 15 punts**

**a. Bon ús de la combinació dels elements de disseny que permetin una bona jerarquització de la informació. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 5 punts.**

En general, el disseny presenta una jerarquització clara, amb elements destacats com els títols i subtítols ben diferenciats, la qual cosa facilita la navegació i comprensió de la informació. No obstant això, en alguns casos, hi ha una saturació d'elements visuals, com ara imatges i gràfics, que pot distreure el lector de la informació clau. Els cartells i altres materials per a esdeveniments com la Fira de Sant Isidre presenten una bona organització, però en alguns altres, com les promocions turístiques de Món Sant Benet, l'excés d'informació pot fer difícil la seva lectura ràpida.

**b. Ús i varietat d'il·lustracions utilitzades que s'adeqüin a la finalitat del disseny. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 3 punts**



En els diferents projectes utilitza una varietat adequada d'il·lustracions, fotografies i gràfics, especialment en campanyes com la Setmana Bio o la promoció del Mont Sant Benet i la super festa.

Les imatges són visuals i estan ben seleccionades per transmetre el missatge de manera eficaç, tot i que en alguns casos, com en els flyers més petits o en els banners, l'ús excessiu d'elements visuals pot dificultar que l'usuari se centri en el missatge principal.

La varietat d'il·lustracions està ben ajustada als diferents públics objectiu, tot i que en algunes campanyes més formals, la selecció no es refinada per mantenir una estètica coherent amb l'objectiu institucional.

**c. Varietat i l'adequació de les tipografies utilitzades. Un punt per cada tipografia diferent, llegible i que s'adeqüi a l'objectiu global del disseny. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 2 punts.**

En l'aspecte tipogràfic, s'observa una selecció adequada de fonts en general, però amb una certa manca de varietat que podria aportar més dinamisme als projectes. Per exemple, a la campanya de Joviat, es fa servir una tipografia que s'alinea bé amb la formalitat i la professionalitat de la institució educativa, destacant per la seva llegibilitat en materials promocionals i senyalització.

D'altra banda, la campanya de Setmana Bio utilitza tipografies molt similars a d'altres projectes, cosa que pot donar una sensació de continuïtat, però també de falta d'innovació. Això suggereix una oportunitat per diversificar més l'ús de fonts que s'adeqüin a la identitat específica de cada projecte, permetent que cada campanya tingui una personalitat tipogràfica més marcada i diferenciada.

**Licitador núm. 2**

**Nom licitador: Maria Berga Bolaños**

**Puntuació total (sobre B): 17 punts**

Avaluació de la proposta:

**CRITERIS AMB JUDICI DE VALOR**

**2. Continguts del disseny. Fins a 25 punts. Proposta de puntuació: 3 punts**

Maria Berga Bolaños presenta un dossier amb set feines diferents per a la valoració dels criteris avaluable fonamentats en judici de valor. Aquest dossier presenta cadascuna de les feines separades per campanyes, afegint una petita explicació de cada campanya que contextualitza les necessitats de l'encàrrec i l'enfoc creatiu per cadascuna de les feines. El dossier s'ajusta amb el demanat, encara que només trobem una feina que coincideixi amb les diferents àrees que demanem en el lot 3. Ens aporta varies aplicacions diferents per cada projecte, i ajudarà a la valoració en profunditat de l'apartat 2.

Amb aquesta organització del dossier es pot realitzar la valoració, aportant tota la informació necessària tant de context com amb mostres dels resultats finals.

**2. Qualitat i adequació dels dissenys i aplicacions. Fins a 15 punts**

**a. Bon ús de la combinació dels elements de disseny que permetin una bona jerarquització de la informació. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 5 punts.**

El portafoli té un ús excel·lent de la combinació d'elements de disseny per garantir una jerarquització clara i efectiva de la informació. En projectes com Sons de l'Era, es destaca un equilibri ben aconseguit entre el text, les imatges i els elements gràfics que asseguren que la informació principal es percebi ràpidament. L'ús de colors vius per destacar seccions clau i la col·locació estratègica dels titulars aconsegueix guiar l'usuari fàcilment a través del contingut visual.

A més, en la campanya per a Ander Lizaso Studio, la disposició gràfica utilitza de manera eficaç diferents pesos tipogràfics per donar protagonisme a la informació rellevant sense comprometre la llegibilitat. Aquest ús harmoniós dels elements visuals crea una jerarquització clara i un disseny molt ben estructurat, especialment en peces de comunicació digitals com newsletters i targetes de visita. En general, els projectes mostren una comprensió sòlida de com jerarquitzar la informació de manera fluida i visualment atractiva.

**b. Ús i varietat d'il·lustracions utilitzades que s'adeqüin a la finalitat del disseny. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 4 punts**

Destaca per l'ús acurat i variat d'il·lustracions, que estan perfectament alineades amb l'objectiu de cada projecte. Per exemple, al projecte La Ferme Elizaldia, les il·lustracions inspirades en gravats tradicionals aporten un toc artesanal i de proximitat que s'adapta perfectament a l'estètica del producte alimentari local, reforçant el concepte de qualitat i tradició. Aquestes il·lustracions no només són visuals agradables, sinó que també ajuden a transmetre valors essencials de la marca.

D'altra banda, al projecte Teia Licors i cremes, les il·lustracions i icones creades per a cada licor són úniques i aporten una identitat pròpia a cada producte dins de la mateixa gamma. Aquesta versatilitat en l'ús d'elements assegura que el disseny visual sigui coherent, alhora que s'adapta perfectament a les necessitats específiques de cada licor o ampolla. Així, les il·lustracions tenen un paper fonamental en la diferenciació dels productes i en la creació d'un vincle amb el consumidor. Ara aquí planeta ens sembla una bona elecció d'il·lustracions al igual que Ander-lizaso, exposa clarament l'objectiu de mostrar la capacitat de l'estudi de disseny industrial.

**c. Varietat i l'adequació de les tipografies utilitzades. Un punt per cada tipografia diferent, llegible i que s'adeqüi a l'objectiu global del disseny. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 5 punts.**

Pel que fa a les tipografies, el portafoli mostra una excel·lent varietat que s'adapta molt bé a l'objectiu de cada projecte. A Sons de l'Era, l'ús de tipografies variables amb animació per a les comunicacions digitals és un toc original i innovador que aporta dinamisme a la campanya, captant l'atenció del públic jove. Aquesta elecció de fonts moderns amb animació enforteix la connexió amb un públic orientat a la música i la natura.

En el projecte per a Ander Lizaso Studio, la selecció de la tipografia és una elecció molt encertada, ja que la senzillesa aparent de la font està perfectament equilibrada amb la personalitat subtil que es reflecteix en els detalls. Aquesta elecció transmet meticulositat i professionalitat, característiques clau per a un estudi de disseny de producte.

Cada tipografia utilitzada al portafoli està pensada per reflectir els valors clau del projecte, assegurant al mateix temps una excel·lent llegibilitat.

**Licitador núm. 3**  
**Nom licitador: ATIPUS S.L.**  
**Puntuació total (sobre B): 18 punts**

Avaluació de la proposta:

## **CRITERIS AMB JUDICI DE VALOR**

### **1. Continguts del disseny. Fins a 25 punts. Proposta de puntuació: 3 punts**

L'empresa ATIPUS, S.L, presenta un dossier amb 12 feines diferents per a la valoració dels criteris avaluable fonamentats en judici de valor. Aquest dossier presenta cadascuna de les feines separades per campanyes, però sense index ni sense explicació clara, al menys a vista directa, el que fa que costi distingir una capanya d'una altra. No explica tipus de campanya, ni públics. Una feina de les feines presentades coincideixen amb les composicions de temàtica requerida: Foment de cultura. La resta de feines presentades no coincideixen amb les diferents àrees d'interès.

### **2. Qualitat i adequació dels dissenys i aplicacions. Fins a 15 punts**

#### **a. Bon ús de la combinació dels elements de disseny que permetin una bona jerarquització de la informació. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 5 punts.**

El document mostra un ús efectiu dels elements de disseny per a establir una jerarquització clara de la informació. Es fa ús de mides de text diferenciades per a títols, subtítols i el cos del text, facilitant la identificació ràpida de les seccions principals. A més, les imatges i gràfics estan ben distribuïts, creant una estructura visual clara que no satura l'espai. El color s'utilitza per destacar elements importants sense sobrecarregar el disseny, aportant un equilibri entre el text i els elements visuals que milloren la comprensió del contingut.

#### **b. Ús i varietat d'il·lustracions utilitzades que s'adeqüin a la finalitat del disseny. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 5 punts**

Les il·lustracions i fotografies utilitzades són variades i s'ajusten bé a la finalitat de cada projecte. Per exemple, a les campanyes del Teatre Nacional de Catalunya i altres projectes com Premi Margarita Salas, es combinen imatges impactants amb gràfics simples que complementen l'objectiu comunicatiu. Aquesta varietat d'il·lustracions, tant conceptuals com fotogràfiques, no només és estèticament atractiva sinó que reforça el missatge de manera efectiva, adaptant-se a les necessitats de cada projecte, ja sigui cultural, corporatiu o social.

#### **c. Varietat i l'adequació de les tipografies utilitzades. Un punt per cada tipografia diferent, llegible i que s'adeqüi a l'objectiu global del disseny. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 5 punts.**

Hi ha una bona diversitat de tipografies en ús, que s'ajusten bé als objectius de cada projecte:

1. Tipografia per a grans titulars: En projectes com el de Teatre Nacional de Catalunya, es fa servir una tipografia moderna i clara que atreu l'atenció sobre els esdeveniments i obres, alineada amb l'impacte visual que es busca en una campanya cultural.
2. Tipografia per a cossos de text: Els textos descriptius utilitzen una tipografia llegible i elegant, que s'adapta bé als dissenys editorials i digitals, com els materials per al Consell Provincial de València i la Alpargatera.
3. Tipografia personalitzada: També hi ha exemples de tipografies customitzades, com en el projecte per Diputació de València, on la tipografia reflecteix la identitat visual del client.

En conjunt, la varietat de tipografies utilitzades es manté coherent amb l'objectiu general dels dissenys, assegurant la llegibilitat i el suport visual al missatge principal.

Aquestes tres àrees del disseny estan ben resoltes i reforcen la comunicació visual global del document.

**Licitador núm. 4**

**Nom licitador: Guillermo Longhini**

**Puntuació total (sobre B): 21 punts**

Avaluació de la proposta:

## **CRITERIS AMB JUDICI DE VALOR**

### **1. Continguts del disseny. Fins a 25 punts. Proposta de puntuació: 6 punts**

El portafoli presenta més de 5 projectes treballats relacionats amb la cultura. El portafoli té un total de 73 pàgines, nosaltres demanàvem no més de 30, per lo que només avaluarem fins la pàgina 30. La varietat de projectes, i cada un d'ells està disposat de manera que les diferències de mida del text, les imatges, i la distribució donen protagonisme a cada apartat. Això facilita que el lector identifiqui fàcilment els diferents tipus de treballs realitzats (branding, disseny gràfic, senyalització, etc.) i els seus respectius objectius.

Per altra banda, fins la pàgina 30 presenta dos projectes que valen 3 punts cada un relacionat amb el foment de la cultura.

### **2. Qualitat i adequació dels dissenys i aplicacions. Fins a 15 punts**

#### **a. Bon ús de la combinació dels elements de disseny que permetin una bona jerarquització de la informació. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 5 punts.**

En general, el portafoli mostra un ús consistent i ben estructurat dels elements de disseny per establir una jerarquització clara de la informació. En projectes com "Somiant els Clàssics", s'observa una excel·lent jerarquia visual, on els titulars i les imatges ocupen un espai destacat, permetent al lector captar la informació principal ràpidament. Els subtítols i textos complementaris es presenten de manera que no s'interfereixen amb la

lectura i ajuden a seguir el flux de la informació. A més, l'ús de diferents estils visuals, com el collage contemporani i els gravats, contribueix a una jerarquització natural dels elements, evitant que la composició sigui confusa.

No obstant això, en alguns projectes com Prisma, la jerarquització és més uniforme i es podria haver aplicat una diferenciació més marcada entre les seccions per destacar millor la informació clau. La retícula modular utilitzada, tot i que visualment coherent, fa que la informació es percebi en alguns moments massa estàtica, i no aprofita tot el potencial per guiar l'ull de l'espectador de manera més dinàmica. Això crea una jerarquització que és funcional però que podria millorar-se amb més contrast i variació en la distribució de text i imatges.

**b. Ús i varietat d'il·lustracions utilitzades que s'adeqüin a la finalitat del disseny. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 5 punts**

Pel que fa a l'ús d'il·lustracions, el portfoli mostra una bona varietat d'estils, ben adaptats a la finalitat de cada projecte. En el projecte Infinite Potential, s'utilitzen diferents tons de negre per crear una atmosfera profunda i enigmàtica, en línia amb la temàtica del petroli i la sostenibilitat. Les il·lustracions en aquest cas reforcen l'objectiu de la campanya, fent ús d'una única tinta d'origen fòssil per connectar visualment amb el tema.

En canvi, en altres projectes com A Sip of Rebellion, tot i la tècnica creativa utilitzada (lleixiu sobre suports tintats de negre), les il·lustracions podrien ser més innovadores i atrevides per captar millor l'atenció i generar un impacte més gran. El concepte visual és adequat, però les il·lustracions es podrien haver explorat amb més profunditat per aconseguir una estètica visual més memorable.

En conjunt, el portafoli demostra una gran capacitat per adaptar les il·lustracions a la finalitat del projecte, aconseguint un equilibri entre impacte visual i missatge adequat..

**c. Varietat i l'adequació de les tipografies utilitzades. Un punt per cada tipografia diferent, llegible i que s'adeqüi a l'objectiu global del disseny. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 5 punts.**

La selecció tipogràfica del portafoli és adequada i mostra una gran cura per trobar fonts que encaixin perfectament amb l'essència de cada campanya. A projectes com "Hola 50", la tipografia escollida transmet elegància i sofisticació, combinant-se de manera excel·lent amb les tintes irisades utilitzades per celebrar el 50è aniversari d'Arco Això proporciona un sentit de festa i celebració que s'alinea amb l'objectiu del projecte, alhora que manté una imatge moderna i atractiva.

A més, en projectes com Prisma, les tipografies escollides es complementen perfectament amb el concepte de "nova òptica", aportant un aire fresc i renovat als clàssics del teatre, i fent ús de fonts que ofereixen un contrast visual interessant sense sacrificar la llegibilitat. En conjunt, la varietat de fonts utilitzades al llarg del portfoli no només garanteix una bona llegibilitat, sinó que també contribueix a reforçar la identitat única de cada projecte, ajudant a crear campanyes visualment memorables.

En general, el portfoli demostra un ús molt encertat dels elements de disseny per a la jerarquització de la informació, aconseguint que cada

projecte tingui una estructura clara i atractiva. Les il·lustracions són variades i estan ben adaptades a la finalitat de cada campanya, aportant un valor afegit a la comunicació visual. Les tipografies estan seleccionades amb cura, sempre amb una atenció especial a la coherència i el missatge que cada projecte vol transmetre. En conjunt, el treball és visualment potent i destaca per la seva capacitat d'innovar sense perdre el focus en la claredat i la funcionalitat.

**Licitador núm. 5**

**Nom licitador: AQUELLS NOIS TAN SIMPATICS, S.L.**

**Puntuació total (sobre B): 33 punts**

Avaluació de la proposta:

**CRITERIS AMB JUDICI DE VALOR**

**1. Continguts del disseny. Fins a 25 punts. Proposta de puntuació: 18 punts**

L'empresa Aquells nois tan simpàtics, presenta un dossier amb 8 feines diferents per a la valoració dels criteris avaluable fonamentats en judici de valor. Aquest dossier presenta cadascuna de les feines separades perfectament i amb el nom de client, públic destí i objectius demanats. També presenta les variacions gràfiques demanades en 6 dels 8 projectes. Si que cal esmentar que no presenta índex. Presenta de forma clara tots els treballs relacionats amb el món cultural.

La presentació de les feines compleix perfectament amb els requeriments, afegint una explicació de cada campanya que contextualitza les necessitats de l'encàrrec i l'enfoc creatiu per cadascuna de les feines, detallant també les necessitats d'aplicacions per la comunicació.

Amb aquesta organització del dossier es pot realitzar la valoració de forma adient, aportant tota la informació necessària tant de context com amb mostres dels resultats finals.

Ens presenten tres projectes dins el foment de la cultura amb les 6 aplicacions gràfiques de disseny els projectes de Festa Major de Vilafranca del Penedès i dos anys de dissenys de Fires de Maig de Vilafranca del Penedès

També ens presenten dins el format de festivals/festes a l'aire lliure dos edicions del riu de vins. A més a festivals culturals i musicals trobem les nits d'estiu.

**2. Qualitat i adequació dels dissenys i aplicacions. Fins a 15 punts**

**a. Bon ús de la combinació dels elements de disseny que permetin una bona jerarquització de la informació. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 5 punts.**

En els materials revisats, es fa un bon ús de la jerarquització mitjançant diferents elements de disseny com el color, la mida de la tipografia, i l'ús d'imatges. Els titulars, subtítols i el cos del text estan ben diferenciats, el que facilita la comprensió immediata del contingut més rellevant. Per exemple, els eslògans es destaquen clarament i són fàcils d'identificar, com a "Enamora't" o "Vine a fer història", que estan acompanyats d'imatges o gràfics que complementen la informació visual.

En el cas de les nits d'estiu al museu, el disseny fa ús d'imatges en blanc i negre d'artistes de jazz, cosa que evoca l'atmosfera històrica i clàssica del jazz, d'acord amb el títol "Un segle d'història". Les imatges són netes i destacades, amb el cercle groc de fons que les emmarca, creant una connexió visual forta amb el tema del jazz.

**b. Ús i varietat d'il·lustracions utilitzades que s'adeqüin a la finalitat del disseny. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 5 punts**

Hi ha una bona varietat d'il·lustracions i fotografies que s'ajusten a l'objectiu de cada projecte. Per exemple, en el cas de la Festa Major de Vilafranca, es fa servir una combinació d'imatges històriques i elements gràfics que evocuen la tradició, com les samarretes amb frases populars o els pòsters amb històries enviades pels ciutadans. Això no només afegeix valor estètic, sinó que també connecta amb l'audiència a un nivell emocional i cultural. A més, la campanya de La Passió d'Olesa de Montserrat utilitza il·lustracions minimalistes i provocatives que són coherents amb l'objectiu de captar l'atenció d'un públic més jove i trencar amb la imatge tradicional.

Totes les feines analitzades compleixen amb una molt bona utilització dels elements per oferir un correcte accés a la informació rellevant i d'utilitat. La pròpia concepció de les campanyes ja diferencia correctament l'ús de les diferents aplicacions, i les seves solucions de disseny, per oferir el missatge de manera diferent, aprofundint en la informació rellevant i d'utilitat en les aplicacions com els díptics o les pròpiament digitals.

**c. Varietat i l'adequació de les tipografies utilitzades. Un punt per cada tipografia diferent, llegible i que s'adeqüi a l'objectiu global del disseny. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 5 punts.**

S'observa l'ús de diverses tipografies ben escollides i adaptades a la finalitat del projecte. Cada tipografia es manté llegible i adequada per al context comunicatiu. Per exemple, en la imatge de les Fires de Maig, es fa servir una tipografia moderna i geomètrica que reflecteix un esdeveniment fresc i dinàmic. Per contra, en la campanya de la Festa Major de Vilafranca, es fa ús d'una tipografia més tradicional per evocar la història i la tradició local, sense comprometre la seva llegibilitat. Aquesta varietat de tipografies afavoreix l'adequació del disseny a l'objectiu global de cada peça.

En conjunt, es fa un bon ús dels recursos visuals per transmetre de manera eficaç els missatges, amb il·lustracions i tipografies ben integrades al disseny global.

**Licitador núm. 7**

**Nom licitador: Linkemann Ventures, S.L.**

**Puntuació total (sobre B): 16 punts**

Avaluació de la proposta:

**CRITERIS AMB JUDICI DE VALOR**

**1. Continguts del disseny. Fins a 25 punts. Proposta de puntuació: 1 punt**

L'empresa Linkemann Ventures presenta un dossier amb cinc feines diferents per a la valoració dels criteris avaluable fonamentats en judici de valor. Aquest dossier presenta cadascuna de les feines separades per campanyes, afegint una petita explicació de cada campanya que contextualitza les necessitats de l'encàrrec i l'enfoc creatiu per cadascuna de les feines. El dossier s'ajusta amb el

demanat, però amb feines que no cobreixen les diferents àrees de negoci. En trobem una que val 1 punt que està relacionada amb festivals a l'aire lliure. Amb aquesta organització del dossier es pot realitzar la valoració del punt 2, aportant tota la informació necessària tant de context com amb mostres dels resultats finals.

## **2. Qualitat i adequació dels dissenys i aplicacions. Fins a 15 punts**

### **a. Bon ús de la combinació dels elements de disseny que permetin una bona jerarquització de la informació. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 5 punts.**

El portafoli utilitza una combinació encertada d'elements de disseny per establir una clara jerarquia de la informació. Les seccions estan ben diferenciades amb l'ús de títols grans i destacats, que permeten al lector navegar fàcilment pel contingut. Les imatges i els blocs de text estan organitzats de manera que no sobrecarreguen la pàgina, creant un flux de lectura suau i clar.

La utilització d'espais en blanc entre les diferents seccions i blocs de contingut és apropiada, ja que facilita la distinció de la informació i evita que el disseny sembli atapeït. A més, la distribució de les il·lustracions i el text contribueix a un equilibri visual, fent que la informació més rellevant estigui fàcilment accessible sense perdre's entre altres elements visuals.

En conjunt, la jerarquia visual del portafoli és efectiva, utilitzant recursos senzills com la mida del text i l'alineació per guiar el lector de manera clara i lògica.

### **b. Ús i varietat d'il·lustracions utilitzades que s'adeqüin a la finalitat del disseny. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 5 punts**

Les il·lustracions utilitzades al document són adequades, inspiradores i reflecteixen correctament la finalitat de cada projecte (sueldo Nescafé, i la combinació d'imatges evocadores del cava tast). Les imatges estan alineades amb els objectius de cada projecte presentat, com ara promocions culturals o esdeveniments esportius. A més, aquestes il·lustracions ajuden a millorar la comprensió visual del contingut i a captar l'atenció del lector.

Hi ha una bona varietat d'il·lustracions que contribueix a fer el portafoli atractiu i interessant, sense perdre coherència visual. Les imatges seleccionades s'adeqüen a la temàtica de cada secció i afegeixen valor al missatge que es vol comunicar. Destaquem la loteria en aquest punt. Es nota un equilibri adequat entre fotografies i gràfics que afavoreixen el propòsit de cada campanya.

### **c. Varietat i l'adequació de les tipografies utilitzades. Un punt per cada tipografia diferent, llegible i que s'adeqüi a l'objectiu global del disseny. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 5 punts.**

Pel que fa a les tipografies, el portafoli presenta una bona selecció de fonts que compleixen amb la seva funció de manera efectiva. Les tipografies utilitzades són llegibles i adequades al context de cadascun dels projectes presentats. En particular, els títols utilitzen tipografies més grans i amb



caràcter, que ajuden a destacar la informació important, mentre que els textos de cos mantenen una tipografia clara i fàcil de llegir.

La varietat tipogràfica no és excessiva, però s'utilitza de manera intel·ligent per marcar les diferents jerarquies de text, la qual cosa afavoreix una lectura agradable (títol del cava tast es excel·lent) i sense distraccions. Això fa que el disseny mantingui una imatge professional i consistent, cosa que és essencial en un portafoli d'aquest tipus.

En conjunt, el portafoli presenta un bon ús dels elements de disseny, amb una jerarquització clara de la informació, un ús adequat i divers d'il·lustracions, i una elecció encertada de tipografies.

**Licitador núm. 8**  
**Nom licitador: Cristina Camacho Villanueva**  
**Puntuació total (sobre B): 8 punts**

Avaluació de la proposta:

## **CRITERIS AMB JUDICI DE VALOR**

### **1. Continguts del disseny. Fins a 25 punts. Proposta de puntuació: 0 punts**

L'empresa CRISTINA CAMACHO presenta un dossier amb 5 feines avaluables de les 7 presentades degut a que dues són caràtules de vídeos i no ho podem avaluar. No presenta índex i no hi ha la varietat de feines diferents per a la valoració dels criteris avaluables fonamentats en judici de valor.

El dossier presentat per Cristina Camacho només aporta una mostra de cadascuna de les campanyes, fet que no permet una valoració respecte a una única aplicació en un suport. Faltarien més mostres per poder valorar la implementació en diferents suports, formats i aplicacions dels originals correctament. De totes formes, valorarem les feines aportades en el punt 2.

El dossier no s'ajusta amb el demanat, i les feines presentades no coincideixen amb les diferents àrees de negoci de la SPM Viladecans Qualitat dins el lot 3.

### **2. Qualitat i adequació dels dissenys i aplicacions. Fins a 15 punts**

#### **a. Bon ús de la combinació dels elements de disseny que permetin una bona jerarquització de la informació. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 3 punts.**

Dins dels exemples que tenim, que són pocs per poder avaluar bé els apartats, es fa un bon ús de la jerarquització de la informació mitjançant l'ús de diferents mides de tipografia per a títols, subtítols i paràgrafs. Els títols són clars i destacats, permetent al lector identificar fàcilment les seccions importants com els projectes i serveis oferts. Els colors s'utilitzen per ressaltar els encapçalaments i mantenir un equilibri visual, ajudant a guiar l'ull del lector cap als punts més rellevants. Els dissenys, però, són d'una distribució massa senzilla.

#### **b. Ús i varietat d'il·lustracions utilitzades que s'adeqüin a la finalitat del disseny. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 2 punts**

Les imatges i gràfics utilitzats en el portafoli encara que no son adequades per als nostres objectius, son pobres i molt bàsiques. Els exemples de treball, com els flyers i pòsters dissenyats per a projectes locals com "Compra08840" o "Ciència en Viladecans", encara que mostren un ús coherent de les il·lustracions, son molt senzilles i no aprofiten la oportunitat d'arribar al sentiment. Compleixen la seva funció informativa. No podem entrar a valorar els vídeos ja que no estan mostrats amb frames o tires d'imatges per veure si acompanyen elements gràfics.

**c. Varietat i l'adequació de les tipografies utilitzades. Un punt per cada tipografia diferent, llegible i que s'adeqüi a l'objectiu global del disseny. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 3 punt.**

Es fa ús de diverses tipografies al llarg del document:

**Tipografia per a títols principals:** Es fa servir una tipografia destacada que delimita les diferents seccions del document. Aquesta tipografia és fàcilment llegible i encaixa amb l'estètica moderna del portafoli. Falta varietat dins de les aplicacions.

**Tipografia per als subtítols i descripcions de projectes:** Per a les descripcions i projectes, es fa servir una tipografia més petita però molt llegible, que afavoreix la lectura fluida sense resultar massa densa.

**Licitador núm. 11**  
**Nom licitador: Avanti & Opisso**  
**Puntuació total (sobre B): 18 punts**

Avaluació de la proposta:

## **CRITERIS AMB JUDICI DE VALOR**

### **1. Continguts del disseny. Fins a 25 punts. Proposta de puntuació: 3 punts**

L'empresa Avanti & Oppiso presenta un dossier amb 5 feines diferents per a la valoració dels criteris avaluable fonamentats en judici de valor. Aquest dossier presenta un índex a l'inici. Presenta cadascuna de les feines separades per campanyes, afegint una explicació de cada campanya que contextualitza les necessitats de l'encàrrec i l'enfoc creatiu per cadascuna de les feines. El dossier s'ajusta amb el demanat, amb les diferents aplicacions requerides. Només una de les feines presentades coincideix amb l'objectiu del lot, el projecte de la Gerra Civil al MNAC.

Amb aquesta organització del dossier, encara que només coincideix un projecte amb els nostres objectius, es pot realitzar la valoració, aportant tota la informació necessària tant de context com amb mostres dels resultats finals.

### **2. Qualitat i adequació dels dissenys i aplicacions. Fins a 15 punts**

**a. Bon ús de la combinació dels elements de disseny que permetin una bona jerarquització de la informació. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 5 punts.**

En general, les campanyes mostren un ús eficient dels elements de disseny per garantir una jerarquització clara de la informació. Per exemple, en el projecte Public Space per al CCCB, es fa un bon ús de la tipografia i de l'espai per establir una jerarquia visual clara entre el logotip, els títols i el contingut textual. Aquestes decisions permeten que els missatges clau es captin fàcilment, sense que l'espectador es senti saturat d'informació.

Tanmateix, en alguns projectes, com el de la campanya Fixing the Future, tot i que l'estructura és dinàmica, la jerarquització no sempre és òptima, ja que els elements visuals i text poden arribar a competir per l'atenció. L'ús de diferents estils gràfics i tipografies podria haver estat més coherent per establir millor una progressió visual clara entre els elements.

**b. Ús i varietat d'il·lustracions utilitzades que s'adeqüin a la finalitat del disseny. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 5 punts**

L'ús d'il·lustracions i elements visuals és, en la majoria de casos, adequat i s'ajusta bé a la finalitat de cada projecte. A la campanya "**MNAC Guerra Civil**", les imatges i gràfics utilitzats estan fortament influenciats per l'estètica de la propaganda bèl·lica, la qual cosa encaixa perfectament amb la temàtica de l'exposició i reforça la idea de conflicte i memòria. Això permet que l'audiència connecti ràpidament amb el context històric.

En altres projectes, com "**Fixing the Future**", les il·lustracions són més modernes i orgàniques, donant una sensació de futur i innovació, aspectes clau per a la temàtica d'aquest festival. Tot i així, en alguns casos, l'ús d'imatges pot semblar una mica genèric, i es podria haver fet un esforç més gran per generar un impacte visual més fort, especialment en campanyes orientades a públics més amplis

**c. Varietat i l'adequació de les tipografies utilitzades. Un punt per cada tipografia diferent, llegible i que s'adeqüi a l'objectiu global del disseny. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 5 punts.**

Pel que fa a les tipografies, s'observa una bona selecció en la majoria dels projectes. En el projecte "Public Space", la tipografia Neue Haas Grotesk es presenta com una elecció excel·lent, ja que proporciona claredat i modernitat, a més de reforçar l'estètica institucional i professional del premi. Aquesta elecció de fonts encaixa perfectament amb el to i el públic objectiu d'arquitectes i urbanistes.

A la campanya "**Fixing the Future**", es nota una varietat de tipografies que intenta transmetre dinamisme i creativitat, adequades per al públic del festival. No obstant això, en alguns moments, aquesta varietat pot resultar una mica desordenada, fent que el disseny perdi coherència. Tot i això, en general, les tipografies seleccionades són llegibles i funcionals per a cada projecte, amb un equilibri adequat entre modernitat i claredat.

En resum, mostren un ús sòlid dels elements de disseny per garantir una jerarquització clara i funcional. Les il·lustracions, en general, estan ben alineades amb les temàtiques de cada projecte, tot i que en alguns casos podrien ser més atrevides per captar millor l'atenció del públic. Les tipografies escollides són apropiades i sovint contribueixen a crear una identitat visual forta, tot i que en alguns projectes es podria haver buscat una major coherència. En conjunt, és un treball sòlid, ben pensat, però amb

oportunitats per millorar la coherència visual i l'impacte gràfic en determinades campanyes.

**Licitador núm. 12**  
**Nom licitador: Domingo Recreativos SCCL**  
**Puntuació total (sobre B): 19 punts**

Avaluació de la proposta:

## **CRITERIS AMB JUDICI DE VALOR**

### **1. Continguts del disseny. Fins a 25 punts. Proposta de puntuació: 12 punts**

L'empresa DOMINGO RECREATIVOS, SCCL presenta un dossier amb 5 feines diferents per a la valoració dels criteris avaluable fonamentats en judici de valor. Aquest dossier presenta cadascuna de les feines separades per campanyes, afegint una explicació de cada campanya que contextualitza les necessitats de l'encàrrec i l'enfoc creatiu per cadascuna de les feines. No incorpora índex.

El dossier s'ajusta amb el demanat, varies obres presentades de les quals quatre coincideixen amb les diferents àrees d'interès (Maig en Dansa, festa major i els festivals de Nadal)

Amb aquesta organització del dossier es pot realitzar la valoració de forma adient, aportant tota la informació necessària tant de context com amb mostres dels resultats finals.

### **2. Qualitat i adequació dels dissenys i aplicacions. Fins a 15 punts**

#### **a. Bon ús de la combinació dels elements de disseny que permetin una bona jerarquitzaació de la informació. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 2 punts.**

Tot i que en general hi ha un esforç evident per establir una jerarquia de la informació, en alguns casos aquesta no és prou clara o efectiva. Per exemple, a la campanya de Festa Major, tot i que els títols i subtítols són visibles, hi ha seccions on la informació sembla compacta i manca d'un ús més acurat de l'espai blanc per permetre que el contingut respiri millor. Aquesta densitat pot dificultar la lectura i fa que el missatge principal no destaquí com hauria de fer-ho. El text a vegades competeix amb els elements visuals, i això crea una certa confusió en lloc de guiar l'usuari de manera fluida per les diferents seccions.

En altres projectes, com Maig en Dansa, encara que la informació està organitzada, el disseny podria haver estat més dinàmic i atractiu. S'observa una distribució massa previsible, amb una jerarquia que no genera un impacte immediat, fet que pot limitar l'eficàcia a l'hora de captar l'atenció d'un públic ampli. La falta d'innovació en la disposició dels elements fa que el disseny sembli estàtic, i es podria haver explorat més opcions per fer que la informació clau destaqués de manera més clara i impactant.

En resum, encara que els conceptes de jerarquitzaació s'apliquen correctament, s'ha trobat a faltar més creativitat i una millor gestió dels espais per donar protagonisme als elements més importants i fer el disseny més atractiu visualment i fàcil de seguir.

**b. Ús i varietat d'il·lustracions utilitzades que s'adeqüin a la finalitat del disseny. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 2 punts**

Les il·lustracions utilitzades són adequades a les finalitats de les campanyes. En projectes com Nadal al Prat, les il·lustracions segueixen els estereotips visuals típics de campanyes nadalenques, però no aporten res innovador que pugui fer que la campanya destaquí respecte d'altres iniciatives similars. Aquestes imatges festives són eficaces, però previsibles i, per tant, no aconsegueixen generar una connexió memorable amb l'audiència. S'hagués pogut explorar un estil més singular per donar una identitat visual pròpia a la campanya.

No obstant, en algunes campanyes com la de Maig en Dansa, les il·lustracions són mínimes, i es podria haver afegit més diversitat visual per crear un impacte visual més fort i atreure millor l'atenció del públic general.

Ricarda Shopping, tot i que es fan servir fotografies de bona qualitat, el seu ús és massa convencional i no afegeix un valor diferencial al disseny. En general, les il·lustracions tendeixen a ser funcionals, però no exploren tot el seu potencial creatiu, deixant espai per a una presentació més innovadora i memorable que podria haver tingut un major impacte en l'audiència.

**c. Varietat i l'adequació de les tipografies utilitzades. Un punt per cada tipografia diferent, llegible i que s'adeqüi a l'objectiu global del disseny. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 3 punts.**

La selecció tipogràfica, tot i ser funcional, és en general massa conservadora i manca de varietat. En campanyes com Festa Major, la tipografia utilitzada és clarament llegible, però no aporta cap element diferenciador que ajudi a destacar el caràcter festiu o cultural de l'esdeveniment. L'ús de fonts convencionals genera un disseny que pot semblar poc atrevit i estàtic. La tipografia té un gran poder per transmetre emocions o reforçar la identitat d'una campanya, i aquí es troba a faltar aquest aspecte.

En altres projectes, com Maig en Dansa, s'hauria pogut experimentar més amb tipografies que evoquessin moviment o creativitat, adequades per a un festival de dansa. No obstant això, la font seleccionada és segura, però no aconsegueix transmetre l'energia o el dinamisme que un esdeveniment d'aquest tipus requereix. Això redueix l'impacte visual global i deixa la campanya amb una sensació de monotonia.

A més, en general, la varietat tipogràfica és mínima i segueix una línia massa homogènia en la majoria dels projectes, fet que limita la capacitat de les campanyes per diferenciar-se entre elles. Cada projecte hauria d'aprofitar la selecció tipogràfica per crear una identitat única, però la manca d'exploració en aquest camp fa que les campanyes siguin visualment similars i no tinguin prou força per captar l'atenció del públic.

**Licitador núm. 14**  
**Nom licitador: Assai Cover Comunicació, S.L.**  
**Puntuació total (sobre B): 15 punts**

Avaluació de la proposta:

## CRITERIS AMB JUDICI DE VALOR

### 1. Continguts del disseny. Fins a 25 punts. Proposta de puntuació: 0 punts

L'empresa licitadora ASSAI COVER aporta una varietat de dissenys en cada feina que mostra la seva versatilitat per adaptar la creativitat a les necessitats de cada campanya. No presenta índex de feines. A més, dintre de cada campanya es desenvolupa una solució de disseny que equilibra el contingut amb un impacte visual i de notorietat, mantenint un equilibri entre la part creativa i d'utilitat molt bo. Dins de cada campanya hi ha 6 aplicacions de disseny.

Presenta un total de 5 feines, lamentablement cap emmarcada dins de les composicions de temàtica que demanem en aquest lot. El dossier s'ajusta amb el demanat, però no trobem cap feina que coincideixi amb les diferents àrees dins el Lot 3.

Amb tot, l'organització del dossier es pot realitzar la valoració de l'apartat 2, aportant tota la informació necessària tant de context com amb mostres dels resultats finals.

### 2. Qualitat i adequació dels dissenys i aplicacions. Fins a 15 punts

#### a. Bon ús de la combinació dels elements de disseny que permetin una bona jerarquització de la informació. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 5 punts.

Les campanyes presentades fan un ús consistent dels elements de disseny per jerarquitzar la informació de manera clara i efectiva. En projectes com "**Believe**" per Barcelona Activa, es pot observar una estructura organitzada, on els titulars són ben visibles, els subtítols complementen la informació principal i els blocs de text estan ben distribuïts. Aquesta jerarquització facilita una lectura ràpida i clara per al públic, especialment en campanyes dirigides a joves, on l'impacte inicial és clau. A la campanya "**Orgull de ciutat**" de Sant Joan Despi, el disseny aconsegueix transmetre el missatge amb una clara diferenciació dels àmbits d'actuació, com l'esport i la cultura. Els colors utilitzats ajuden a guiar l'usuari, fent que cada secció sigui fàcilment identificable i comprensible.

Tot i que en alguns casos es podria haver utilitzat una mica més de dinamisme en la disposició dels elements, la jerarquia general és funcional i ben estructurada, assegurant que els usuaris poden accedir a la informació clau sense complicacions.

#### b. Ús i varietat d'il·lustracions utilitzades que s'adeqüin a la finalitat del disseny. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 5 punts

L'ús d'il·lustracions en les campanyes és adequat i en la majoria dels casos respon a la finalitat del projecte. A la campanya "**Más claro, agua**" del Ministerio para la Transición Ecológica, es fa un ús coherent de gràfics i imatges que evocuen la importància de la conservació de l'aigua, amb un estil visual que reforça el missatge central. Les il·lustracions són clares i

fàcilment comprensibles, assegurant que el públic entén el missatge ambiental.

Pel que fa a altres campanyes com la de **concienciació per cadells** d'Elanco, les il·lustracions són atractives i es percep un esforç per adaptar-se a un públic més familiar i emocionalment vinculat a les mascotes. Els colors vius i els gràfics divertits fan que el contingut sigui accessible i càlid per als propietaris de cadells. Tot i que algunes campanyes podrien beneficiar-se d'un estil més distintiu, les il·lustracions generalment s'adapten bé a l'objectiu de cada projecte i compleixen amb la seva funció comunicativa.

**c. Varietat i l'adequació de les tipografies utilitzades. Un punt per cada tipografia diferent, llegible i que s'adeqüi a l'objectiu global del disseny. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 5 punts.**

Pel que fa a les tipografies, es nota una clara preocupació per la llegibilitat, especialment en materials publicitaris i senyalització de gran format. A la campanya "**Believe**" per a joves, s'utilitza una tipografia moderna i senzilla que encaixa bé amb el to juvenil del projecte, i facilita que els joves identifiquin ràpidament el missatge principal. La selecció de fonts és sòlida, especialment en campanyes com "**Orgull de ciutat**", on es fa servir una tipografia clara i de fàcil lectura, adaptada a un ampli ventall de formats (premsa, xarxes socials, etc.).

Tot i que s'ha prioritzat la simplicitat i la claredat en les tipografies, la qual cosa és positiva per assegurar una bona comunicació visual, hi ha marge per experimentar més amb fonts que aportin caràcter a les campanyes, sense comprometre la llegibilitat. Això podria donar a algunes campanyes una identitat més única i atrevida, que ajudés a reforçar el missatge visual de manera més memorable.

En conjunt, les campanyes presentades mostren un bon ús dels elements de disseny per estructurar i jerarquitzar la informació de manera clara i efectiva. Les il·lustracions són coherents amb els objectius de cada projecte i, tot i que podrien ser més innovadores en alguns casos, compleixen amb la seva funció de comunicar visualment. La selecció tipogràfica és sòlida, prioritzant la llegibilitat, fet que és clau en campanyes dirigides a públics amplis i diversos.

**Licitador núm. 16**

**Nom licitador: ALEJANDRA DIOS MÁRQUEZ**

**Puntuació total (sobre B): 14 punts**

Avaluació de la proposta:

## **CRITERIS AMB JUDICI DE VALOR**

### **1. Continguts del disseny. Fins a 25 punts. Proposta de puntuació: 0 punts**

La dissenyadora ALEJANDRA DIOS MÁRQUEZ presenta un dossier amb 80 pàgines, al plec de condicions s'especifica que el màxim ha de ser de 30, per lo que lamentablement revisarem les feines fins la pàgina 30.

Presenta feines diferents per a la valoració dels criteris avaluable fonamentats en judici de valor. Aquest dossier presenta cadascuna de les feines separades per campanyes, amb índex inicial i afegint una explicació de cada campanya que contextualitza les necessitats de l'encàrrec i l'enfoc creatiu per cadascuna de les

feines. El dossier s'ajusta amb el demanat, però cap de les feines està dins de l'àmbit demanat al lot 3.

Amb aquesta organització del dossier es pot realitzar la valoració de forma adient, aportant tota la informació necessària tant de context com amb mostres dels resultats finals.

## **2. Qualitat i adequació dels dissenys i aplicacions. Fins a 15 punts**

### **a. Bon ús de la combinació dels elements de disseny que permetin una bona jerarquització de la informació. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 5 punts.**

El document fa un ús efectiu dels elements de disseny per establir una clara jerarquia visual. Els títols principals, subtítols i el cos del text estan ben diferenciats, amb tipografies i mides de lletra adequades per a guiar el lector. A més, els espais blancs i la distribució de continguts visuals (com les il·lustracions o els diagrames) ajuden a mantenir un flux de lectura natural. Un exemple destacable és la Memoria Anual on els gràfics i les infografies es combinen de manera que complementen la informació escrita sense sobrecarregar l'espai

### **b. Ús i varietat d'il·lustracions utilitzades que s'adeqüin a la finalitat del disseny. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 4 punts**

El document mostra una varietat d'il·lustracions que estan ben alineades amb els objectius de les diferents campanyes. Per exemple, a la campanya de la "Jornada por una economia circular y competitiva," s'utilitzen gràfics i imatges que reforcen la idea d'una economia sostenible, alhora que resulten atractives per a un públic professional. En altres casos, com la campanya "El Plat Harvard," s'utilitzen imatges molt visuals, entretingudes i dinàmiques. La campanya Innova dona les imatges utilitzades reforcen el missatge d'empoderament femení. En general, les il·lustracions compleixen amb la seva funció de comunicar i captar l'atenció de manera efectiva.

### **c. Varietat i l'adequació de les tipografies utilitzades. Un punt per cada tipografia diferent, llegible i que s'adeqüi a l'objectiu global del disseny. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 5 punts.**

S'observa una correcta varietat de tipografies al llarg del document, amb una adaptació acurada a l'objectiu de cada campanya. Es fa un ús predominant de tipografies de pal sec, que són llegibles i modernes, com es pot veure a la campanya de "Innova Dona" i en la "Jornada por una economia circular y competitiva," on es requereix una tipografia neta i directa per a un públic professional i emprenedor. A la campanya "Pla de Reactivació Local," les tipografies tenen un to més seriós però mantenen la llegibilitat, amb un bon contrast entre els titulars i el cos del text, fet que facilita la lectura.

En conclusió, les campanyes mostren una bona combinació d'elements visuals i tipogràfics, amb un ús coherent d'il·lustracions i una jerarquització clara que permet transmetre els missatges de manera efectiva i atractiva. La varietat tipogràfica està ben equilibrada, contribuint a la funcionalitat i estètica de cada disseny.



**Nom licitador: PASEO DE GRACIA COMUNICACION / ESIETE**  
**Puntuació total (sobre B): 24 punts**

Avaluació de la proposta:

## **CRITERIS AMB JUDICI DE VALOR**

### **1. Continguts del disseny. Fins a 25 punts. Proposta de puntuació: 9 punts**

L'empresa PASEO DE GRACIA PRODUCCIONES presenta un dossier amb dues feines diferents per a la valoració dels criteris avaluable fonamentats en judici de valor. Veien que una d'elles té diferents edicions. Aquest dossier presenta cadascuna de les feines separades per campanyes, afegint una petita explicació de cada campanya que contextualitza les necessitats de l'encàrrec i l'enfoc creatiu per cadascuna de les feines. El dossier s'ajusta amb el demanat, i adjunten varies adaptacions de disseny per al seu estudi.

Com a foment cultural trobem la fira de circ al carrer en diferents anys i amb un ventall de combinacions que ens deixa veure el treball i les adaptacions realitzades amb profunditat.

Amb aquesta organització del dossier es pot realitzar la valoració, aportant tota la informació necessària tant de context com amb mostres dels resultats finals.

### **2. Qualitat i adequació dels dissenys i aplicacions. Fins a 15 punts**

#### **a. Bon ús de la combinació dels elements de disseny que permetin una bona jerarquització de la informació. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 5 punts.**

El portafoli demostra una excel·lent capacitat per utilitzar els elements de disseny de manera que facilitin una jerarquització clara i eficaç de la informació. En campanyes com la de la Fira de Circ al Carrer, es pot apreciar una estructura visual ben definida, on els titulars són immediatament identificables i les seccions estan separades amb claredat. Això permet que l'usuari pugui navegar fàcilment per les diferents peces gràfiques, captant els missatges clau sense esforç.

L'ús de diferents mides de text, colors contrastats i elements visuals destacats aconseguix que les jerarquies siguin molt clares. En el cas de la campanya Hotel Tapa Tour, la combinació d'imatges icòniques com la mà amb elements més subtils aconseguix establir un bon equilibri entre l'impacte visual i la informació necessària per captar l'atenció del públic i guiar-lo a través de la comunicació. La jerarquització visual està ben executada, i cada element té la seva funció ben definida dins del conjunt.

#### **b. Ús i varietat d'il·lustracions utilitzades que s'adeqüin a la finalitat del disseny. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 5 punts**

L'ús d'il·lustracions en el portafoli és notable per la seva capacitat d'adaptar-se a l'objectiu de cada campanya, oferint varietat i creativitat en cada projecte. En la campanya de la Fira de Circ al Carrer, les il·lustracions transmeten perfectament l'esperit dinàmic i creatiu del circ contemporani, amb figures que evoquen moviment i expressivitat. L'ús d'elements gràfics com la ceràmica de la Bisbal (un dels símbols locals) integrat en dissenys

geomètrics demostra sensibilitat cultural, aconseguint que les il·lustracions no només siguin visuals atractius, sinó també del context.

Al projecte Hotel Tapa Tour, s'utilitzen il·lustracions que juguen amb elements de la gastronomia d'alta cuina, com l'escuradents, que es converteix en un símbol central de la campanya. L'ús de la intel·ligència artificial (tal com ens comenten) en aquesta campanya aporta un component innovador que s'alinea amb l'objectiu de promoure la gastronomia de manera fresca i moderna.

**c. Varietat i l'adequació de les tipografies utilitzades. Un punt per cada tipografia diferent, llegible i que s'adeqüi a l'objectiu global del disseny. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 5 punts.**

Destaca per l'ús acurat i variat de tipografies, sempre ben adaptades a l'objectiu de cada projecte. A la campanya de la Fira de Circ al Carrer, s'utilitzen tipografies dinàmiques i expressives que reforcen la temàtica del circ, aportant moviment i energia al disseny. Les fonts seleccionades són molt adequades per captar l'atenció i comunicar l'essència festiva i artística de l'esdeveniment.

Pel que fa al Hotel Tapa Tour, les tipografies utilitzades són més subtils i elegants, la qual cosa encaixa amb la sofisticació de la temàtica gastronòmica. En aquesta campanya es prioritza una tipografia de pal neta i minimalista. Cada elecció tipogràfica està ben pensada per adaptar-se a l'objectiu de comunicació i crear una identitat visual coherent i atractiva.

En resum, les tipografies utilitzades estan molt ben seleccionades, garantint tant la llegibilitat com la coherència amb els valors i missatges de cada projecte. El conjunt de la feina presentada és sòlid i visualment potent, amb una gran capacitat d'adaptar-se a diferents contextos i necessitats.

**Licitador núm. 18**

**Nom licitador: LA GRAFICA CREATIVE EXPERIENCE, S.L.**

**Puntuació total (sobre B): 19 punts**

Avaluació de la proposta:

## **CRITERIS AMB JUDICI DE VALOR**

### **1. Continguts del disseny. Fins a 25 punts. Proposta de puntuació: 12 punts**

L'empresa La Grafica Creative Experience S.L presenta un dossier amb tretze feines diferents per a la valoració dels criteris avaluable fonamentats en judici de valor. Aquest dossier presenta cadascuna de les feines separades per campanyes, sense afegir cap explicació de cada campanya que contextualitzi les necessitats de l'encàrrec i l'enfoc creatiu per cadascuna de les feines. Les feines presentades cobreixen part de les àrees de negoci. Encara que l'empresa especifica com considera la composició, no s'ajusta a la realitat. No aporten el mínim de 6 variacions gràfiques requerides per cada projecte. Només en molts casos 1 cartell. Dins de la temàtica relacionada amb el foment de la cultura trobem el consell comarcal del Segrià, literatura a la fresca i primavera a l'espai.

Per altra banda, com a festivals culturals i/o musicals trobem Els concert d'Aro. No considerem Musica sota les estrelles degut a que no es un festival, es un cicle (hem estudiat el lloc web parcastronomic.cat).

Mirarem fins la pàgina 30 de les 33 que te, tal com vam anunciar al plec.

Amb aquesta organització del dossier es pot realitzar la valoració, aportant tota la informació necessària tant de context com amb mostres dels resultats finals.

## **2. Qualitat i adequació dels dissenys i aplicacions. Fins a 15 punts**

### **a. Bon ús de la combinació dels elements de disseny que permetin una bona jerarquització de la informació. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 2 punts.**

En general, el document demostra una certa consistència en l'ús dels elements de disseny, però hi ha àrees on es podria millorar la jerarquització de la informació. En campanyes com les d'activitats culturals de dels concerts d'Aro o les del Consell Comarcal del Segrià, es percep una estructura bàsica on els titulars tenen una presència destacada, però el text sovint es presenta de manera massa compacta i amb poc espai blanc, cosa que pot dificultar la lectura i la comprensió ràpida. Aquesta falta d'espai respirable entre seccions fa que la informació es presenti de manera poc jeràrquica, i no facilita que l'usuari identifiqui els punts clau de manera immediata.

D'altra banda, en campanyes com les de l'Observatori Astronòmic del Montsec, s'observa un millor ús dels contrastos entre text i imatges, amb una jerarquització més clara dels continguts gràcies a l'ús de diferents mides de text i espais ben gestionats. Tot i així, hi ha una oportunitat perduda en el disseny per generar més dinamisme, ja que la distribució dels elements resulta, en alguns casos, massa previsible i estàtica. Es podria haver optat per una organització més atrevida que aconseguís destacar la informació de manera més efectiva i visualment atractiva.

### **b. Ús i varietat d'il·lustracions utilitzades que s'adeqüin a la finalitat del disseny. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 2 punts**

L'ús d'il·lustracions és adequat, però sovint es queda en un pla funcional més que creatiu. En projectes com l'Observatori Astronòmic del Montsec, es fa ús de fotografies i gràfics senzills que s'ajusten al context i la finalitat del disseny, però no ofereixen un impacte visual significatiu. Les il·lustracions podrien haver tingut un paper més destacat en la diferenciació de les campanyes, on la creativitat gràfica podria haver reforçat l'atractiu de la campanya i fet que aquestes fossin més impactants.

En general, les imatges i il·lustracions utilitzades manquen de personalitat i no aconsegueixen transmetre l'essència única de cada campanya. Tot i que compleixen la seva funció bàsica de complementar el text, es podrien haver explorat estils més atrevits o conceptuals per captar millor l'atenció del públic i aconseguir una major connexió emocional amb l'audiència.

### **c. Varietat i adequació de les tipografies utilitzades. Un punt per cada tipografia diferent, llegible i que s'adeqüi a l'objectiu global del disseny. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 3 punts.**

Pel que fa a les tipografies, hi ha una elecció adequada de fonts que assegurin la llegibilitat, però, de nou, hi ha una manca d'exploració i risc que podria haver fet que les campanyes fossin més atractives. En projectes

com primavera a l'espai s'utilitzen fonts clàssiques i sense ornaments que prioritzen la funcionalitat.

Una major diversificació de les tipografies hauria permès una personalització més gran per a cada projecte. Per exemple, en els Concerts d'Aro, l'ús de tipografies més diferenciades destacaria millor l'ambient festiu i cultural de l'esdeveniment. En definitiva, les tipografies utilitzades són llegibles, però manca una exploració més creativa que aporti més dinamisme i caràcter a les campanyes.

**Llicitador núm. 19**  
**Nom licitador: Alba Calderón Martínez**  
**Puntuació total (sobre B): 8 punts**

## **CRITERIS DE JUDICI DE VALOR**

### Avaluació de la proposta:

#### **1. Continguts del disseny. Fins a 25 punts. Proposta de puntuació: 0 punts**

L'empresa Alba Calderon presenta un dossier amb 8 feines diferents per a la valoració dels criteris avaluable fonamentats en judici de valor. Aquest dossier no presenta l'índex, ni tampoc les sis aplicacions gràfiques de cada disseny que es demanaven. Tampoc especifica en tots els projectes el nom de l'administració o empresa de l'encàrrec, no especifica el públic a qui va dirigit.

El dossier d'Alba Calderon no aporta cap feina referent al demanat al lot 3. No presenta les feines amb les aplicacions (lones, díptics, vinils, banners web, etc.), fet que dificulta bastant valorar les campanyes d'una manera més unitària, fet important per poder entendre el concepte general de la campanya i les aplicacions que es poden generar en elles.

#### **2. Qualitat i adequació dels dissenys i aplicacions. Fins a 15 punts**

##### **a. Bon ús de la combinació dels elements de disseny que permetin una bona jerarquització de la informació. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 3 punts.**

Les vuit feines analitzades són d'empreses de sectors molt diferents, amb necessitats de disseny i creativitat variades. Els treballs d'Alba Calderon destaquen per una correcta jerarquització dels elements, utilitzant imatges i il·lustracions per reforçar la part emocional del missatge i complementant els textos informatius de cada campanya. Tot i això, en casi tots els casos, no hi ha prou elements per valorar clarament com jerarquitzava la informació en diferents suports gràfics com es demanava, les mostres no mostren suficientment la jerarquització en el disseny.

##### **b. Ús i varietat d'il·lustracions utilitzades que s'adeqüin a la finalitat del disseny. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 2 punts**

Les vuit feines analitzades són variades. En general, i pel que permet analitzar el dossier presentat, els elements il·lustratius permeten un accés correcte a la informació rellevant i d'utilitat, tot i que les poques aplicacions gràfiques presentades per treball, no facilita aprofundir en una anàlisi de la campanya en la seva globalitat.

**c. Varietat i l'adequació de les tipografies utilitzades. Un punt per cada tipografia diferent, llegible i que s'adeqüi a l'objectiu global del disseny. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 3 punts.**

Les feines de Can Calderon, es la que que ofereixen més possibilitats per l'avaluació. Tot i això, la resta de feines també donen una visió de com aquest licitador treballa les tipografies per fer arribar els textos i missatges. Can Calderon, Apialia, i Ahorraluz són les que aporten solucions més adients i clares dintre de la creativitat general. La jerarquitització de textos i l'ús de les mides i tipologia de les tipografies és molt correcta en aquests casos. En la resta de feines, no es pot valorar amb profunditat, però la línia és similar, i per tant correcta.

**Licitador núm. 20**  
**Nom licitador: Producciones MIC, S.L.**  
**Puntuació total (sobre B): 18 punts**

Avaluació de la proposta:

## **CRITERIS AMB JUDICI DE VALOR**

### **1. Continguts del disseny. Fins a 25 punts. Proposta de puntuació: 12 punts**

L'empresa PRODUCCIONES MIC SL presenta un dossier amb vuit feines diferents per a la valoració dels criteris avaluable fonamentats en judici de valor. Aquest dossier presenta cadascuna de les feines separades per campanyes, afegint una petita explicació de cada campanya que contextualitza les necessitats de l'encàrrec i l'enfoc creatiu per cadascuna de les feines. Com a festivals podem trobar calidoscopi i Mon de llibre festival literari. Dins de foment cultural trobem Filoteca de Catalunya i Ludivers. No totes presenten diferents peces i aplicacions com demanem.

Amb aquesta organització del dossier es pot realitzar la valoració, aportant tota la informació necessària tant de context com amb mostres dels resultats finals.

### **2. Qualitat i adequació dels dissenys i aplicacions. Fins a 15 punts**

#### **a. Bon ús de la combinació dels elements de disseny que permetin una bona jerarquitització de la informació. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 3 punts.**

El document mostra un esforç evident per establir una jerarquitització de la informació, però hi ha alguns punts que podrien millorar-se. En projectes com "Ludivers", la jerarquia visual és clara, gràcies a l'ús de diferents mides de text i colors que separen els titulars del cos del text. Això facilita una comprensió ràpida del contingut i permet que l'usuari identifiqui fàcilment la informació més important. No obstant això, en altres projectes, com "Món Llibre", la informació està massa concentrada en certs elements gràfics i la manca d'espai blanc fa que el disseny es percebi una mica atapeït. Aquest fet pot dificultar la lectura i fa que el missatge clau no destaquï tant com podria.

Un altre punt fort és l'ús de colors per jerarquitzar la informació, com es veu a la 15a Festa de la Ciència, on l'estructura de la informació permet una navegació intuïtiva i clara, destacant els diferents esdeveniments i activitats d'una manera ordenada i fàcil de seguir. Tot i això, en alguns casos, el disseny visual tendeix a ser massa homogeni i no crea prou contrast entre els elements clau i secundaris, la qual cosa podria millorar-se amb una diferenciació més forta entre seccions i elements visuals.

**b. Ús i varietat d'il·lustracions utilitzades que s'adeqüin a la finalitat del disseny. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 1 punt**

L'ús d'il·lustracions és adequat, però en alguns casos falta una mica més d'originalitat o diversitat per fer que les campanyes tinguin més personalitat. A la campanya "Fira de Circ al Carrer" a la Bisbal d'Empordà, per exemple, les il·lustracions transmeten perfectament l'esperit dinàmic i creatiu del circ. Aquest tipus d'il·lustracions reforcen la temàtica i ajuden a captar l'atenció de l'audiència, especialment amb l'ús d'elements gràfics com la ceràmica local que aporten un vincle cultural i visual. Aquest tipus de disseny és molt encertat i adequat a la finalitat de la campanya.

En canvi, altres projectes, com "Món Llibre", tot i comptar amb un bon nombre d'elements visuals, podrien haver explorat més opcions creatives per fer que les il·lustracions fossin més impactants i memorables. Les imatges compleixen amb la seva funció bàsica de suportar el missatge, però manquen d'un toc distintiu que les faci destacar clarament. Les il·lustracions són sovint segures i poc innovadores, i es podria haver fet un ús més atrevit de les formes visuals per captivar millor l'audiència

**c. Varietat i l'adequació de les tipografies utilitzades. Un punt per cada tipografia diferent, llegible i que s'adeqüi a l'objectiu global del disseny. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 2 punts.**

La selecció de tipografies és funcional, però en alguns casos es troba a faltar més diversitat o creativitat. Per exemple, en projectes com la **15a Festa de la Ciència**, s'utilitza una tipografia de pal sec que és molt llegible i coherent amb la finalitat educativa i informativa de l'esdeveniment. Això ajuda a mantenir l'atenció del lector i assegura que la informació sigui fàcil de digerir.

No obstant això, en altres campanyes, com "**Ludivers**", l'ús de tipografies podria haver estat més divers i creatiu per reflectir millor l'essència del festival, que és dinàmic i dirigit a un públic familiar. L'elecció de fonts és segura, però no aconsegueix aportar la personalitat necessària per captar l'atenció en esdeveniments d'aquest tipus. A més, en algunes peces com els flyers o cartells de la **Filmoteca de Catalunya**, la tipografia, tot i ser funcional, és massa estàndard i no s'exploren fonts més atrevides que podrien haver ajudat a reforçar la identitat visual de la campanya.

**Licitador núm. 21**  
**Nom licitador: Estudi Jordi Caralt, S.L.**  
**Puntuació total (sobre B): 35 punts**

Avaluació de la proposta:

## CRITERIS AMB JUDICI DE VALOR

### 1. Continguts del disseny. Fins a 25 punts. Proposta de puntuació: 20 punts

El portafoli presenta una varietat de projectes, més dels demanats, i cada un d'ells està disposat de manera que les diferències de mida del text, les imatges, i la distribució donen protagonisme a cada apartat.

Cada projecte està acompanyat de l'objectiu, públic a qui va dirigit i nom de l'administració o empresa privada. Això facilita la fàcil identificació dels diferents tipus de treballs realitzats (branding, disseny gràfic, senyalització, etc.) i els seus respectius objectius. Aquesta organització impecable demostra un alt nivell d'expertesa en el control dels elements de disseny per a una bona comunicació visual.

Dotze treballs presentats, estan directament relacionats amb les composicions de temàtica relacionada amb el Lot 3. Degut a la limitació per categories, obté els 20 punts dels 25 màxims ( Rec, Santa Tecla, infocultura arts escènques...)

### 2. Qualitat i adequació dels dissenys i aplicacions. Fins a 15 punts

#### a. Bon ús de la combinació dels elements de disseny que permetin una bona jerarquització de la informació. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 5 punts.

El portafoli destaca per l'ús excel·lent dels elements de disseny per jerarquitzar la informació. El disseny aconsegueix equilibrar perfectament la distribució del text, les imatges i els espais en blanc, creant una estructura clara i atractiva que guia fàcilment el lector. Cada secció està ben definida, amb un ús consistent de titulars grans i destacats per a cada projecte, facilitant l'exploració del contingut. A més, l'ús de colors per separar seccions o remarcar certs elements visuals és molt eficaç. Els tons seleccionats són agradables a la vista i contribueixen a una experiència de lectura fluida i organitzada. Les imatges i els textos estan ben intercalats, evitant una saturació visual, cosa que facilita la lectura i fa que sigui còmode navegar per tot el document. Per exemple, en els projectes de branding i senyalització, com la senyalització de la Via Augusta o el projecte "Museus del Vendrell" i "Prosceni", s'observa com el color i la mida dels elements visuals afavoreixen una presentació clara i ordenada.

#### b. Ús i varietat d'il·lustracions utilitzades que s'adeqüin a la finalitat del disseny. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 5 punts

Un dels punts forts d'aquest portafoli és l'ús magistral d'il·lustracions i imatges. Es percep una gran varietat de recursos visuals, des de fotografies fins a gràfics, icones i il·lustracions conceptuals. Aquesta varietat no només fa que el portafoli sigui visualment atractiu, sinó que també s'ajusta de manera precisa a l'objectiu de cada projecte presentat i als objectus. Els visuals seleccionats per cada projecte reforcen el missatge i el fan més impactant.

Per exemple, en els projectes culturals com el INCAVI, Prosceni el Vendrell o el Festival Internacional de música Pau Casals, les imatges d'obres d'art, escultures i espais culturals són altament evocadores i adequades al públic objectiu, transmetent a la perfecció l'experiència que s'ofereix. Aquestes imatges ajuden a donar una idea clara de l'atmosfera i la qualitat dels esdeveniments culturals promoguts. En altres projectes, com el branding per a

esdeveniments esportius es fa un ús intel·ligent d'imatges icòniques i il·lustracions minimalistes que encaixen amb l'estètica de cada marca.

Aquesta flexibilitat en l'ús de diferents estils d'il·lustració i fotografia demostra la capacitat d'adaptabilitat a diverses necessitats i generar impacte segons la finalitat del projecte. Des de campanyes més formals i institucionals fins a esdeveniments culturals o esportius, totes les imatges i gràfics estan alineats amb la finalitat del disseny.

**c. Varietat i l'adequació de les tipografies utilitzades. Un punt per cada tipografia diferent, llegible i que s'adeqüi a l'objectiu global del disseny. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 5 punts.**

Cada projecte inclou tipografies seleccionades amb cura per reflectir l'estil, la personalitat i els valors de la marca o esdeveniment. Aquesta atenció al detall permet que cada projecte tingui la seva pròpia identitat visual única sense perdre coherència en el conjunt del portafoli.

Es poden apreciar diferents tipus de fonts utilitzades amb un gran sentit de la proporcionalitat i la llegibilitat. Per exemple, en projectes institucionals com el de Museus del Vendrell o la Ruta i audigües, s'utilitzen tipografies clares i formals que responen perfectament a les necessitats d'informació d'aquest tipus de projecte cultural. Aquestes tipografies ajuden a transmetre una imatge seriosa i confiable, adequada per a institucions culturals amb història.

D'altra banda, en projectes més dinàmics i contemporanis com les Festes de Santa Tecla o els esdeveniments esportius, s'utilitzen fonts més modernes i atrevides, que aporten una sensació de frescor i modernitat. La combinació de tipografies sans-serif amb fonts més decoratives en alguns cartells crea una estètica visual molt atractiva i adequada per als esdeveniments de caire lúdic i cultural.

Cada tipografia escollida no només és llegible, sinó que també s'ajusta a l'estil general del projecte, reforçant-ne l'objectiu comunicatiu. La varietat de tipografies utilitzades demostra una gran versatilitat i un domini perfecte de la tipografia en el disseny gràfic.

**LOT 4 – SERVEI DE CREATIVITAT I ELABORACIÓ D'ORIGINALS D'OBRES, APARCAMENTS I MOBILITAT**

**Licitador núm. 8**

**Nom licitador: Cristina Camacho Villanueva**

**Puntuació total (sobre B): 8 punts**

Avaluació de la proposta:

**CRITERIS AMB JUDICI DE VALOR**

**1. Continguts del disseny. Fins a 25 punts. Proposta de puntuació: 0 punts**

La dissenyadora CRISTINA CAMACHO presenta un dossier amb 5 feines avaluable de les 7 presentades. No presenta índex i no hi ha la varietat feines diferents per a la valoració dels criteris avaluable fonamentats en judici de valor.



El dossier presentat per Cristina Camacho només aporta una mostra de cadascuna de les campanyes, fet que no permet una valoració respecte a una única aplicació en un suport. Faltarien més mostres per poder valorar la implementació en diferents suports, formats i aplicacions dels originals correctament. De totes formes, valorarem les feines aportades en el punt 2.

El dossier no s'ajusta amb el demanat, i les feines presentades no coincideixen amb les diferents àrees de negoci demanades al lot 4, per lo que hem de valorar amb 0 punts aquest apartat.

## **2. Qualitat i adequació dels dissenys i aplicacions. Fins a 15 punts**

### **a. Bon ús de la combinació dels elements de disseny que permetin una bona jerarquització de la informació. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 3 punts.**

Dins dels exemples que tenim, que son pocs per poder avaluar bé els apartats, es fa un bon ús de la jerarquització de la informació mitjançant l'ús de diferents mides de tipografia per a títols, subtítols i paràgrafs. Els títols són clars i destacats, permetent al lector identificar fàcilment les seccions importants com els projectes i serveis oferts. Els colors s'utilitzen per ressaltar els encapçalaments i mantenir un equilibri visual, ajudant a guiar l'ull del lector cap als punts més rellevants. Els dissenys, però, son d'una distribució massa senzilla.

### **b. Ús i varietat d'il·lustracions utilitzades que s'adeqüin a la finalitat del disseny. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 2 punts**

Les imatges i gràfics utilitzats en el portfoli encara que no son adequades per als nostres objectius, son pobres i molt bàsiques. Els exemples de treball, com els flyers i pòsters dissenyats per a projectes locals com "Compra08840" o "Ciencia en Viladecans", encara que mostren un ús coherent de les il·lustracions, son molt senzilles i no aprofiten la oportunitat d'arribar al sentiment. Compleixen la seva funció informativa. No podem entrar a valorar els vídeos ja que no estan mostrats amb frames o tires d'imatges per veure si acompanyen elements gràfics.

### **c. Varietat i l'adequació de les tipografies utilitzades. Un punt per cada tipografia diferent, llegible i que s'adeqüi a l'objectiu global del disseny. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 3 punt.**

Es fa ús de diverses tipografies al llarg del document:

**Tipografia per a títols principals:** Es fa servir una tipografia destacada que delimita les diferents seccions del document. Aquesta tipografia és fàcilment llegible i encaixa amb l'estètica moderna del portafoli. Falta varietat dins de les aplicacions.

**Tipografia per als subtítols i descripcions de projectes:** Per a les descripcions i projectes, es fa servir una tipografia més petita però molt llegible, que afavoreix la lectura fluida sense resultar massa densa.

**Licitador núm. 11**  
**Nom licitador: Avanti & Opisso**  
**Puntuació total (sobre B): 30 punts**

## **CRITERIS AMB JUDICI DE VALOR**

### **1. Continguts del disseny. Fins a 25 punts. Proposta de puntuació: 15 punts**

L'empresa Avanti & Oppiso presenta un dossier amb 6 feines diferents per a la valoració dels criteris avaluables fonamentats en judici de valor. Aquest dossier presenta un índex a l'inici. Presenta cadascuna de les feines separades per campanyes, afegint una explicació de cada campanya que contextualitza les necessitats de l'encàrrec i l'enfoc creatiu per cadascuna de les feines. El dossier s'ajusta amb el demanat, amb les diferents aplicacions requerides. Totes les feines presentades coincideixen amb part les diferents àrees de negoci d'SPM Viladecans Qualitat.

Amb aquesta organització del dossier es pot realitzar la valoració de forma adient, aportant tota la informació necessària tant de context com amb mostres dels resultats finals. Obté el màxim de puntuació amb el número de feines presentades. (Atenció escoles, senyalització sagrada família, museu Tarragona i Madrid)

### **2. Qualitat i adequació dels dissenys i aplicacions. Fins a 15 punts**

#### **a. Bon ús de la combinació dels elements de disseny que permetin una bona jerarquització de la informació. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 5 punts.**

El document mostra una bona organització visual i una jerarquització clara dels elements. Cada projecte inclou un títol prominent, un subtítol que explica l'objectiu i el públic objectiu, i després els detalls del disseny. Aquest enfocament ofereix una estructura fàcil de seguir, especialment en projectes com "Atenció Escoles Barcelona" i "EMT Tarragona," on la informació es presenta de manera clara i ben jerarquitzada. L'ús d'elements com icones i gràfics per a les senyalitzacions, especialment en projectes com "Leer Madrid," facilita que l'usuari entengui ràpidament l'objectiu de cada iniciativa.

#### **b. Ús i varietat d'il·lustracions utilitzades que s'adeqüin a la finalitat del disseny. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 5 punts**

Les il·lustracions utilitzades en aquest document són coherents i adequades per a la seva finalitat. A "Basílica de la Sagrada Família," es fa un bon ús d'infografies i mapes per guiar els visitants, facilitant la comprensió del recorregut. Les campanyes de "Atenció Escoles Barcelona" i "Leer Madrid" també utilitzen una il·lustració efectiva per transmetre el missatge de seguretat i sostenibilitat a través de sistemes de senyalització clars i accessibles. Aquests dissenys no només són visuals, sinó que s'adapten bé a l'espai físic i al públic, fet que millora la comprensió i la interacció dels usuaris amb el sistema.

#### **c. Varietat i l'adequació de les tipografies utilitzades. Un punt per cada tipografia diferent, llegible i que s'adeqüi a l'objectiu global del disseny. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 5 punts.**

El document fa un ús consistent de diverses tipografies segons el projecte i el seu objectiu. En projectes com "Museu Història Tarragona," es fa servir una tipografia clara i llegible per a la senyalització, que és essencial en espais públics. En altres projectes com "EMT Tarragona," la tipografia utilitzada és moderna i funcional, assegurant que els usuaris puguin accedir ràpidament a la informació del transport públic. La coherència en l'ús de tipografies facilita la identificació visual i la llegibilitat en cada projecte, adequant-se perfectament a les necessitats comunicatives dels usuaris.

Les campanyes descrites en aquest document demostren un bon ús dels elements de disseny, amb una jerarquització clara, il·lustracions efectives i una varietat de tipografies ben seleccionades. Els dissenys s'adapten correctament a les necessitats del públic i dels espais físics on s'implementen, mantenint un equilibri entre funcionalitat i estètica.

**Licitador núm. 12**

**Nom licitador: Domingo Recreativos SCCL**

**Puntuació total (sobre B): 12 punts**

Avaluació de la proposta:

## **CRITERIS AMB JUDICI DE VALOR**

### **1. Continguts del disseny. Fins a 25 punts. Proposta de puntuació: 5 punts**

L'empresa DOMINGO RECREATIVOS, SCCL presenta un dossier amb 5 feines diferents per a la valoració dels criteris avaluable fonamentats en judici de valor. Aquest dossier presenta cadascuna de les feines separades per campanyes, afegint una explicació de cada campanya que contextualitza les necessitats de l'encàrrec i l'enfoc creatiu per cadascuna de les feines. No incorpora índex.

El dossier s'ajusta amb el demanat, 2 de les quals quatre coincideixen amb les diferents àrees.

Amb aquesta organització del dossier es pot realitzar la valoració de forma adient, aportant tota la informació necessària tant de context com amb mostres dels resultats finals.

### **2. Qualitat i adequació dels dissenys i aplicacions. Fins a 15 punts**

#### **a. Bon ús de la combinació dels elements de disseny que permetin una bona jerarquització de la informació. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 2 punts.**

Tot i que el disseny presenta una jerarquia bàsica de la informació, en alguns casos resulta massa previsible i poc creatiu. L'ús excessiu d'espais blancs en alguns dissenys o de falta de respirar en d'altres, junt amb la repetició de formats limita l'impacte visual i fa que alguns projectes semblin poc treballats. Per exemple, la campanya dels "Pressupostos Participatius" veiem que no s'ha aprofitat millor l'espai per donar més dinamisme al missatge. La manca de variació en la distribució de text i imatges crea un cert efecte de monotonia que no afavoreix l'atenció continuada del lector. A més, en alguns casos, la informació podria haver-se destacat millor amb diferents nivells de text o amb l'ús de diferents estils tipogràfics.

#### **b. Ús i varietat d'il·lustracions utilitzades que s'adeqüin a la finalitat del disseny. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 2 punts**

Si bé les il·lustracions compleixen una funció comunicativa, es podria haver fet un ús més innovador d'aquestes. Les imatges són sovint poc inspiradores o genèriques, sense aportar un valor diferenciador al disseny. En la campanya "Ara més que mai," les il·lustracions són funcionals, però manquen d'impacte visual, i en altres casos, com Arts en Viu, està molt "emborratxat" el disseny en general, creant caos visual.

**c. Varietat i l'adequació de les tipografies utilitzades. Un punt per cada tipografia diferent, llegible i que s'adeqüi a l'objectiu global del disseny. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 3 punts.**

En l'aspecte tipogràfic les tipografies utilitzades són, en general, llegibles, especialment per als títols i els textos destacats. S'aprecien diverses tipografies, totes d'estil modern i llegible, que s'adeqüen als objectius comunicatius de cada campanya. Per exemple, s'utilitza la tipografia que és geomètrica i contundent en el logotip de "Ara més que mai". Per als textos generals, es recorre a una tipografia de pal sec amb diferents variacions, que assegura una lectura fàcil tant per a títols com per a cossos de text. En alguns casos s'afebleix la coherència visual amb tanta lletra en segons quins documents aportats, i donant una sensació d' "agobio" quan es posa tanta tipografia en una sola pàgina.

**Licitador núm. 14**  
**Nom licitador: Assai Cover Comunicació, S.L.**  
**Puntuació total (sobre B): 27,5 punts**

Avaluació de la proposta:

**CRITERIS AMB JUDICI DE VALOR**

**1. Continguts del disseny. Fins a 25 punts. Proposta de puntuació: 12.5 punts**

L'empresa licitadora ASSAI COVER aporta una varietat de dissenys en cada feina que mostra la seva versatilitat per adaptar la creativitat a les necessitats de cada campanya. No presenta índex de feines. A més, dintre de cada campanya es desenvolupa una solució de disseny que equilibra el contingut amb un impacte visual i de notorietat, mantenint un equilibri entre la part creativa i d'utilitat molt bo. Dins de cada campanya hi ha 6 aplicacions de disseny.

Presenta un total de 5 feines, i en trobem totes relacionades amb les temàtiques requerides per al lot 4. El dossier s'ajusta amb el demanat. No obté tota la puntuació pel número de composicions presentades.

**2. Qualitat i adequació dels dissenys i aplicacions. Fins a 15 punts**

**a. Bon ús de la combinació dels elements de disseny que permetin una bona jerarquització de la informació. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 5 punts.**

El document demostra un bon ús de la combinació dels elements de disseny per crear una jerarquia clara i coherent. Les campanyes, com la de

"Viladecans Soluciona," fan ús d'elements visuals com icones, imatges i blocs de text estructurats per guiar l'usuari a través de l'aplicació amb facilitat. Els títols destacats en negreta, acompanyats d'instruccions numerades, ofereixen una experiència visual ordenada i intuïtiva. Així mateix, el "Balanz de gestió" presenta un bon ús de l'espai, amb una organització que facilita la identificació de les fites i missatges clau. En general, es manté una estructura que potencia la llegibilitat i la comprensió dels continguts.

**b. Ús i varietat d'il·lustracions utilitzades que s'adeqüin a la finalitat del disseny. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 5 punts**

El document utilitza il·lustracions adequades a cada campanya, amb una varietat suficient per a diferents públics. En la campanya "Viladecans Soluciona," les il·lustracions i les icones juguen un paper clau per guiar l'usuari a través dels passos per comunicar incidències a l'app, fent servir visuals senzills però efectius per millorar la comprensió. La campanya de sensibilització sobre l'ús dels patinets elèctrics també fa ús de visuals atractius orientats als joves, amb imatges dinàmiques i de colors vius que s'adaptin al seu públic objectiu. L'ús d'infografies a l'espai "Mobilitat Sostenible" de la Fira de Sant Isidre és un altre exemple d'il·lustracions ben integrades que reforcen el missatge de sostenibilitat..

**c. Varietat i l'adequació de les tipografies utilitzades. Un punt per cada tipografia diferent, llegible i que s'adeqüi a l'objectiu global del disseny. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 5 punts.**

El document fa un ús divers de tipografies, amb un enfocament adequat a cada projecte. Es fa ús predominant de tipografies de pal sec, llegibles i modernes, com en la campanya "Viladecans Soluciona," on la tipografia clara i neta facilita la navegació i la comprensió del missatge. En el "Balanz de gestió," es combinen titulars destacats amb textos secundaris en tipografies més petites, creant contrast i jerarquia visual. La tipografia escollida és sempre funcional, aportant coherència visual sense comprometre la llegibilitat, especialment en formats digitals i impresos.

En conjunt, el document mostra un ús efectiu i variat de tipografies i il·lustracions que s'adaptin bé als objectius de cada campanya, aconseguint una jerarquia visual clara i un disseny funcional.

**Licitador núm. 16**  
**Nom licitador: ALEJANDRA DIOS MÁRQUEZ**  
**Puntuació total (sobre B): 20 punts**

Avaluació de la proposta:

**CRITERIS AMB JUDICI DE VALOR**

**1. Continguts del disseny. Fins a 25 punts. Proposta de puntuació: 5 punts**

La dissenyadora ALEJANDRA DIOS MÁRQUEZ presenta un dossier amb 80 pàgines, al plec de condicions s'especifica que el màxim ha de ser de 30, per lo que lamentablement revisarem les feines fins la pàgina 30.

Presenta feines diferents per a la valoració dels criteris avaluable fonamentats en judici de valor. Aquest dossier presenta cadascuna de les feines separades per campanyes, amb índex inicial i afegint una explicació de cada campanya que contextualitza les necessitats de l'encàrrec i l'enfoc creatiu per cadascuna de les feines. El dossier s'ajusta amb el demanat, però només dues feines dins de l'àmbit de medi ambient presentades coincideix amb les demanades amb el lot 4.

Amb aquesta organització del dossier es pot realitzar la valoració de forma adient, aportant tota la informació necessària tant de context com amb mostres dels resultats finals.

## **2. Qualitat i adequació dels dissenys i aplicacions. Fins a 15 punts**

### **a. Bon ús de la combinació dels elements de disseny que permetin una bona jerarquització de la informació. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 5 punts.**

El document fa un ús efectiu dels elements de disseny per establir una clara jerarquia visual. Els títols principals, subtítols i el cos del text estan ben diferenciats, amb tipografies i mides de lletra adequades per a guiar el lector. A més, els espais blancs i la distribució de continguts visuals (com les il·lustracions o els diagrames) ajuden a mantenir un flux de lectura natural. Un exemple destacable és la Memòria Anual on els gràfics i les infografies es combinen de manera que complementen la informació escrita sense sobrecarregar l'espai

### **b. Ús i varietat d'il·lustracions utilitzades que s'adeqüin a la finalitat del disseny. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 5 punts**

El document mostra una varietat d'il·lustracions que estan ben alineades amb els objectius de les diferents campanyes. Per exemple, a la campanya de la "Jornada por una economia circular y competitiva," s'utilitzen gràfics i imatges que reforcen la idea d'una economia sostenible, alhora que resulten atractives per a un públic professional. En altres casos, com la campanya "El Plat Harvard," s'utilitzen imatges molt visuals, entretingudes i dinàmiques. La campanya Innova dona les imatges utilitzades reforcen el missatge d'empoderament femení. En general, les il·lustracions compleixen amb la seva funció de comunicar i captar l'atenció de manera efectiva.

### **c. Varietat i l'adequació de les tipografies utilitzades. Un punt per cada tipografia diferent, llegible i que s'adeqüi a l'objectiu global del disseny. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 5 punts.**

S'observa una correcta varietat de tipografies al llarg del document, amb una adaptació acurada a l'objectiu de cada campanya. Es fa un ús predominant de tipografies de pal sec, que són llegibles i modernes, com es pot veure a la campanya de "Innova Dona" i en la "Jornada por una economia circular y competitiva," on es requereix una tipografia neta i directa per a un públic professional i emprenedor. A la campanya "Pla de Reactivació Local," les tipografies tenen un to més seriós però mantenen la llegibilitat, amb un bon contrast entre els titulars i el cos del text, fet que facilita la lectura.

En conclusió, les campanyes mostren una bona combinació d'elements visuals i tipogràfics, amb un ús coherent d'il·lustracions i una jerarquització clara que permet transmetre els missatges de manera efectiva i atractiva. La varietat tipogràfica està ben equilibrada, contribuint a la funcionalitat i estètica de cada disseny.

**Licitador núm. 18**  
**Nom licitador: LA GRAFICA CREATIVE EXPERIENCE, S.L.**  
**Puntuació total (sobre B): 28,5 punts**

Avaluació de la proposta:

## **CRITERIS AMB JUDICI DE VALOR**

### **1. Continguts del disseny. Fins a 25 punts. Proposta de puntuació: 22,5 punts**

L'empresa La Grafica Creative Experience S.L presenta un dossier amb onze feines diferents per a la valoració dels criteris avaluable fonamentats en judici de valor. Aquest dossier presenta cadascuna de les feines separades per campanyes, sense afegir cap explicació de cada campanya que contextualitzi les necessitats de l'encàrrec i l'enfoc creatiu per cadascuna de les feines. Les feines presentades cobreixen part de les àrees. No aporten el mínim de 6 variacions gràfiques requerides per cada projecte, cosa que dificulta l'avaluació.

Trobem feines de tots els àmbits demanats. En serveis urbans trobem EMAU, Lleida en verd per serveis urbans, inauguració d'obres i medi ambient amb Lleida en verd. En medi ambient trobem ajuntament Castelldefels. La comunicació d'obres amb ajuntament de Lleida. Per últim mobilitat tenim ajuntament de Lleida amb dos projectes diferenciats.

Amb aquesta organització del dossier es pot realitzar la valoració, aportant tota la informació necessària tant de context com amb mostres dels resultats finals.

### **2. Qualitat i adequació dels dissenys i aplicacions. Fins a 15 punts**

#### **a. Bon ús de la combinació dels elements de disseny que permetin una bona jerarquització de la informació. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 2 punts.**

Tot i que les campanyes presentades utilitzen elements de disseny per crear una certa jerarquització de la informació, en molts casos, aquesta no està ben resolta i no disposem de la varietat que hem demanat al plec per tal de poder fer una valoració com cal. Per exemple, en la campanya de "Lleida en verd", tot i que hi ha titulars i seccions clarament diferenciades, la falta de contrast en alguns blocs de text i el disseny excessivament carregat de les pàgines generen confusió. En alguns apartats, la informació no destaca de manera òptima, fet que complica la lectura i pot resultar en una experiència poc fluida per a l'usuari. A més, es nota un cert desordre en l'ús d'elements visuals, on els gràfics i les imatges no sempre es col·loquen de manera eficient per guiar l'ull del lector. En lloc de crear un flux d'informació clar i progressiu, algunes campanyes semblen sobrecarregades, perdent l'oportunitat de facilitar la comprensió immediata.

#### **b. Ús i varietat d'il·lustracions utilitzades que s'adeqüin a la finalitat del disseny. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 2 punts**

Es presenta una gran quantitat d'il·lustracions, però moltes d'elles no aconsegueixen aportar el valor esperat i falta contextualitzar. En el cartell de del Turó de la Seu Vella, per exemple, la il·lustració es poc original i manca d'impacte visual. Això es nota especialment en els elements de

senyalització, on s'utilitzen elements genèrics i poc treballats. En altres campanyes com la de "Efecte Boomerang", les il·lustracions són adequades per a una campanya de sensibilització mediambiental, però segueixen una estètica massa conservadora, poc innovadora i que no destaca suficientment.

**c. Varietat i l'adequació de les tipografies utilitzades. Un punt per cada tipografia diferent, llegible i que s'adeqüi a l'objectiu global del disseny. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 2 punt.**

Tot i que les tipografies utilitzades en aquestes campanyes són, en general, llegibles, es detecta una manca de varietat i risc en la seva selecció. La majoria de les campanyes opten per fonts de pal sec, com és habitual en projectes institucionals, però aquest ús repetitiu provoca una uniformitat que no s'adapta a les necessitats específiques de cada campanya. A més, no hi ha cap ús significatiu de tipografies més atrevides o creatives que podrien haver donat més caràcter a les campanyes.

En general, les campanyes presentades mostren deficiències importants en la jerarquització de la informació i l'ús de disseny gràfic per crear una narrativa visual clara i atractiva. Les il·lustracions, tot i ser funcionals, manquen d'originalitat i no sempre s'adapten a la finalitat del disseny. Finalment, les tipografies són llegibles però poc variades, fet que contribueix a una uniformitat poc dinàmica en el conjunt del material. Això limita l'impacte visual i comunicatiu de les campanyes, especialment en entorns competitiu on la diferenciació és clau.

**Licitador núm. 19**

**Nom licitador: Alba Calderón Martínez**

**Puntuació total (sobre B): 15.5 punts**

## **CRITERIS DE JUDICI DE VALOR**

### Avaluació de la proposta:

**1. Continguts del disseny. Fins a 25 punts. Proposta de puntuació: 7.5 punts**

L'empresa Alba Calderon presenta un dossier amb 8 feines diferents per a la valoració dels criteris avaluable fonamentats en judici de valor. Aquest dossier no presenta l'índex, ni tampoc les sis aplicacions gràfiques de cada disseny que es demanaven. Tampoc especifica en tots els projectes el nom de l'administració o empresa de l'encàrrec, no especifica el públic a qui va dirigit.

El dossier d'Alba Calderon però, no presenta les feines amb les aplicacions (lones, díptics, vinils, banners web, etc.), fet que dificulta bastant valorar les campanyes d'una manera més unitària, fet important per poder entendre el concepte general de la campanya i les aplicacions que es poden generar en elles.

Tres de les feines presentades s'adapten al requerit al lot 4.

**2. Qualitat i adequació dels dissenys i aplicacions. Fins a 15 punts**

**a. Bon ús de la combinació dels elements de disseny que permetin una bona jerarquització de la informació. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 3 punts.**



Les vuit feines analitzades són d'empreses de sectors molt diferents, amb necessitats de disseny i creativitat variades. Els treballs d'Alba Calderon destaquen per una correcta jerarquització dels elements, utilitzant imatges i il·lustracions per reforçar la part emocional del missatge i complementant els textos informatius de cada campanya. Tot i això, en casi tots els casos, no hi ha prou elements per valorar clarament com jerarquitzava la informació en diferents suports gràfics com es demanava, les mostres no mostren suficientment la jerarquització en el disseny.

**b. Ús i varietat d'il·lustracions utilitzades que s'adeqüin a la finalitat del disseny. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 2 punts**

Les vuit feines analitzades són variades. En general, i pel que permet analitzar el dossier presentat, els elements il·lustratius permeten un accés correcte a la informació rellevant i d'utilitat, tot i que les poques aplicacions gràfiques presentades per treball, no facilita aprofundir en una anàlisi de la campanya en la seva globalitat.

**c. Varietat i l'adequació de les tipografies utilitzades. Un punt per cada tipografia diferent, llegible i que s'adeqüi a l'objectiu global del disseny. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 3 punts.**

Les feines de Can Calderon, es la que ofereixen més possibilitats per l'avaluació. Tot i això, la resta de feines també donen una visió de com aquest licitador treballa les tipografies per fer arribar els textos i missatges. Can Calderon, Apialia, i Ahorraluz són les que aporten solucions més adients i clares dintre de la creativitat general. La jerarquització de textos i l'ús de les mides i tipologia de les tipografies és molt correcta en aquests casos. En la resta de feines, no es pot valorar amb profunditat, però la línia és similar, i per tant correcta.

**Licitador núm. 20**  
**Nom licitador: Producciones MIC, S.L.**  
**Puntuació total (sobre B): 17,5 punts**

Avaluació de la proposta:

## **CRITERIS AMB JUDICI DE VALOR**

**1. Continguts del disseny. Fins a 25 punts. Proposta de puntuació: 12,5 punts**

L'empresa PRODUCCIONES MIC SL presenta un dossier amb cinc feines diferents per a la valoració dels criteris avaluable fonamentats en judici de valor. Aquest dossier presenta cadascuna de les feines separades per campanyes, afegint una petita explicació de cada campanya que contextualitza les necessitats de l'encàrrec i l'enfoc creatiu per cadascuna de les feines. No presenta en cap campanya les 6 aplicacions demanades per poder fer una bona valoració del punt 2.

Sants-Montjuïc en participació ciutadana i senyalització d'obres i manteniment. També sants Montjuïc té campanya de medi ambient. Sant Vicenç de Castellet disposa una campanya de mobilitat.

**2. Qualitat i adequació dels dissenys i aplicacions. Fins a 15 punts**

**a. Bon ús de la combinació dels elements de disseny que permetin una bona jerarquització de la informació. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 1 punts.**

En termes generals, les campanyes presentades mostren una jerarquització de la informació que és funcional, però que es podria millorar significativament. Per exemple, en la campanya de la Setmana del Medi Ambient, es fa servir una paleta de colors adient, però no s'utilitza amb suficient força per establir una jerarquia visual clara. Tot i que els titulars i els elements principals es distingeixen, el disseny és massa pla, sense contrastos visuals que guiïn l'ull de l'espectador de manera efectiva. No disposem de gaire més informació ja que només tenim una adaptació. Senyals d'obres al Districte de Sants-Montjuïc, on els elements visuals són minimalistes i poc impactant, no denoten una obra, la qual cosa fa que la informació important es perdi en l'estructura general.

**b. Ús i varietat d'il·lustracions utilitzades que s'adeqüin a la finalitat del disseny. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 2 punts**

Pel que fa a les il·lustracions, aquestes tendeixen a ser senzilles i genèriques, complint la seva funció bàsica però sense destacar visualment ni crear cap impacte memorable. A la campanya de la **Setmana de la Mobilitat a Sant Vicenç del Castellet**, per exemple, el disseny utilitzat esn apropiat per a la temàtica, però són força bàsics, venen molt guiats per la campanya europea, mancant d'originalitat i creativitat. Les il·lustracions no aconsegueixen capturar l'atenció del públic, especialment en campanyes que podrien beneficiar-se d'una presentació visual més dinàmica i atractiva. En resum, l'ús d'imatges és funcional, però es podria haver fet molt més per innovar i destacar, especialment en campanyes destinades a sensibilitzar o educar un públic ampli.

**c. Varietat i l'adequació de les tipografies utilitzades. Un punt per cada tipografia diferent, llegible i que s'adeqüi a l'objectiu global del disseny. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 2 punt.**

Pel que fa a les tipografies, s'observa un ús adequat, però poc diversificat. En la campanya de participació ciutadana al Districte de Sants-Montjuïc, es destaca que s'utilitzen tipografies llegibles, la qual cosa és crucial en aquest tipus de campanyes. No obstant això, les fonts utilitzades són extremadament conservadores, mancant d'una identitat pròpia que ajudi a diferenciar les campanyes entre elles. Això limita la capacitat de les campanyes per transmetre una sensació única o per captar millor l'atenció del públic, especialment quan s'utilitza la mateixa tipografia en diferents projectes sense adaptar-la a les necessitats concretes de cada un. Aquesta manca de varietat pot fer que les campanyes es percebin com poc distintives o monòtones.

En conjunt, les campanyes mostren deficiències clares en l'ús dels elements de disseny per jerarquitzar la informació de manera efectiva. Les il·lustracions, tot i complir amb la seva funció bàsica, són genèriques i manquen d'impacte visual, fet que limita l'atractiu de les campanyes. A més, la tipografia, tot i ser llegible, és poc variada i massa conservadora, la qual cosa redueix la capacitat de les campanyes per diferenciar-se i captar l'atenció del públic.

**Licitador núm. 21**  
**Nom licitador: Estudi Jordi Caralt, S.L.**  
**Puntuació total (sobre B): 25 punts**

Avaluació de la proposta:

## **CRITERIS AMB JUDICI DE VALOR**

### **1. Continguts del disseny. Fins a 25 punts. Proposta de puntuació: 10 punts**

El portafoli presenta una varietat de projectes (15 en total), i cada un d'ells està dispostat de manera que les diferències de mida del text, les imatges, i la distribució donen protagonisme a cada apartat.

Cada projecte està acompanyat de l'objectiu, públic a qui va dirigit i nom de l'administració o empresa privada. Això facilita la fàcil identificació dels diferents tipus de treballs realitzats (branding, disseny gràfic, senyalització, etc.) i els seus respectius objectius. Aquesta organització impecable demostra un alt nivell d'expertesa en el control dels elements de disseny per a una bona comunicació visual.

Dins el demanat, els treballs s'ajusten a les temàtiques de manteniment i medi ambient, obtenint el màxim de puntuació dins el demanat en aquestes àrees. La resta de treballs no estan dins el demanat al lot 4.

### **2. Qualitat i adequació dels dissenys i aplicacions. Fins a 15 punts**

#### **a. Bon ús de la combinació dels elements de disseny que permetin una bona jerarquització de la informació. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 5 punts.**

Les feines mostren un ús consistent i ben pensat dels elements de disseny per establir una jerarquització clara de la informació. Cada campanya aconsegueix comunicar el missatge de manera eficaç, diferenciant clarament entre els títols, subtítols i cos del text. Això es veu clarament en la campanya de "Museus del Vendrell", on els elements visuals com tòtems, senyalització i tríptics estan ben estructurats. Els titulars tenen una presència destacada, facilitant que l'usuari identifiqui ràpidament la informació essencial. Això crea una experiència de lectura intuïtiva i agradable per a l'usuari final.

En altres projectes com la campanya de "Gestió de residus" o "Via Augusta", també es fa un bon ús de la combinació de textos, gràfics i espais per mantenir una estructura organitzada que facilita la navegació visual. Les imatges o gràfics mai competeixen amb els textos, sinó que els complementen, creant una fluïdesa en la presentació de la informació. Aquest enfocament és especialment rellevant en projectes destinats al públic general, on la claredat és essencial per captar l'atenció del receptor i transmetre missatges importants.

#### **b. Ús i varietat d'il·lustracions utilitzades que s'adeqüin a la finalitat del disseny. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 5 punts**

Les il·lustracions en les diferents campanyes estan ben alineades amb els objectius de cada projecte i ajuden a reforçar el missatge visualment. En campanyes com la de "Espai Natura Les Madrigueres" i "Museus del Vendrell", les il·lustracions juguen un paper clau en crear una connexió emocional amb el públic, utilitzant elements gràfics que evoquen la natura o el patrimoni cultural. Això afavoreix no només la comprensió dels continguts, sinó també la identificació amb la campanya, augmentant-ne l'impacte.

Pel que fa a la varietat, el document demostra una capacitat per adaptar el tipus d'il·lustració segons l'objectiu de cada projecte. En la campanya de "Pressupostos Participatius" es fa ús d'infografies i icones simples que resulten molt útils per comunicar processos complexos de manera visualment atractiva i accessible. Això demostra que, tot i mantenir un estil gràfic cohesionat, s'ha sabut adaptar el to i la intensitat visual a cada projecte per tal de fer-lo més eficient i proper a la seva audiència. Aquest ús d'il·lustracions reforça la claredat i ajuda a explicar els conceptes d'una manera senzilla però potent.

**c. Varietat i l'adequació de les tipografies utilitzades. Un punt per cada tipografia diferent, llegible i que s'adeqüi a l'objectiu global del disseny. Fins a 5 punts. Proposta de puntuació: 5 punts.**

Un punt fort en la majoria de les campanyes presentades és l'ús acurat i adequat de les tipografies. En les campanyes com "Gestió de residus", les tipografies de pal sec garanteixen una bona llegibilitat i transmeten modernitat, netedat i claredat. Aquestes fonts són molt adequades per a campanyes institucionals, on la llegibilitat i la simplicitat són essencials per arribar a una audiència àmplia i diversa.

En general, la varietat de tipografies utilitzades és suficient per aportar dinamisme a les campanyes, però sense comprometre la coherència visual. Cada tipografia ha estat escollida per adaptar-se al to de la campanya i al públic objectiu. Per exemple, en la campanya de "Museus del Vendrell", la tipografia utilitzada per als títols és elegant i clàssica, en sintonia amb el context cultural de la campanya, mentre que en projectes més informatius com la "Senyalització Via Augusta", s'utilitzen tipografies molt llegibles per a garantir una fàcil comprensió en senyalitzacions destinades a visitants.

En conjunt, les campanyes presentades en el document demostren un domini excel·lent de la jerarquització de la informació, amb una combinació intel·ligent d'elements de disseny que faciliten una lectura fluida i atractiva. Les il·lustracions utilitzades s'adapten bé a les necessitats de cada projecte, aconseguint un equilibri entre funcionalitat i atractiu visual. Finalment, la selecció de tipografies és variada i adequada, assegurant una bona llegibilitat i mantenint la coherència visual. Això fa que el disseny global sigui efectiu, cohesionat i capaç de transmetre els missatges clau de manera clara i impactant.

Ateses totes les valoracions, els quadres resums de cada lot són els següents:

**RESUM VALORACIONS OFERTES SOBRE B PER ORDRE DE REGISTRE**

	<b>LOT 1 – PROGRAMACIÓ ESTABLE TEATRE ATRIUM I CAMPANYES DELS POLIESPORTIUS ATRIUM I PODIUM</b>	<b>Contingut del disseny (fins a 25 punts)</b>	<b>Qualitat i adequació dels dissenys i aplicacions (fins a 15 punts)</b>	<b>TOTAL VALORACIÓ SOBRE B (màx. 40 punts)</b>
1	E2S Creativa	5	13	18
3	Atipus SL	15	15	30
5	Aquells nois tan simpatics	15	15	30
6	MKVILAX	2,5	12	14,5
7	Linkemann Ventures	0	15	15
8	Cristina Camacho	0	8	8
9	Font-Rovira Associats	0	0	0
11	Avanti & Opisso	15	15	30
12	Domingo Recreativos SCCL	10	6	16
13	Iniciatives Events	5	7	12
14	Assai Cover Com	0	15	15
17	Paseo de Gracia Comunicaciones	5	15	20
18	La Grafica Creative	20	8	28
19	Alba Calderon	2,5	8	10,5
20	Producciones MIC	12,5	5	17,5
21	Estudi Jordi Caralt	25	15	40

	<b>LOT 3 –FESTIVAL INTERNACIONAL TEATRE AL CARRER</b>	<b>Contingut del disseny (fins a 25 punts)</b>	<b>Qualitat i adequació dels dissenys i aplicacions (fins a 15 punts)</b>	<b>TOTAL VALORACIÓ SOBRE B (màx. 40 punts)</b>
1	E2S Creativa	10	10	20
2	Maria Berga Bolaños	3	14	17
3	Atipus SL	3	15	18
4	Guillermo Longhini	6	15	21
5	Aquells nois tan simpatics	18	15	33
7	Linkemann Ventures	1	15	16
8	Cristina Camacho	0	8	8
11	Avanti & Opisso	3	15	18
12	Domingo Recreativos	12	7	19
14	Assai Cover	0	15	15
16	Alejandra Dios	0	14	14
17	Paseo de Gracia Comunicaciones	9	15	24
18	La Grafica Creative	12	7	19
19	Alba Calderon	0	8	8
20	Producciones MIC	12	6	18
21	Estudi Jordi Caralt	20	15	35

	<b>LOT 4 – ACTIVITATS D'OBRES, APARCAMENTS I MOBILITAT</b>	<b>Contingut del disseny (fins a 25 punts)</b>	<b>Qualitat i adequació dels dissenys i aplicacions (fins a 15 punts)</b>	<b>TOTAL VALORACIÓ SOBRE B (màx. 40 punts)</b>
8	Cristina Camacho	0	8	8
11	Avanti & Opisso	15	15	30
12	Domingo Recreativos	5	7	12
14	Assai Cover comunicació	12,5	15	27,5
16	Alejandra Dios	5	15	20
18	La Grafica Creative	22,5	6	28,5
19	Alba Calderon	7,5	8	15,5
20	Producciones MIC	12,5	5	17,5
21	Estudi Jordi Caralt	10	15	25

Vista la documentació presentada al sobre B pels licitadors admesos al procediment obert per a l'adjudicació del contracte de **serveis de creativitat, disseny gràfic i imatge corporativa del grup d'empreses municipals de Viladecans (Exp. 24/167)**, a la vista de l'informe tècnic de data 31 d'octubre de 2024, i en base a tot l'anteriorment exposat la Mesa de contractació pren els següents

#### **ACORDS**

**PRIMER.- APROVAR** la següent puntuació dels criteris avaluable mitjançant judici de valor obtinguda pels licitadors presentats i admesos, que s'adjunta desglossada en el quadre següent, i de la que s'extreu que en ordre decreixent la puntuació dels licitadors en criteris avaluable en judici de valor és la següent per a cada lot

	<b>LOT 1 – PROGRAMACIÓ ESTABLE TEATRE ATRIUM I CAMPANYES DELS POLIESPORTIUS ATRIUM I PODIUM</b>	<b>Contingut del disseny (fins a 25 punts)</b>	<b>Qualitat i adequació dels dissenys i aplicacions (fins a 15 punts)</b>	<b>TOTAL VALORACIÓ SOBRE B (màx. 40 punts)</b>
21	Estudi Jordi Caralt	25	15	40
3	Atipus SL	15	15	30
5	Aquells nois tan simpatics	15	15	30
11	Avanti & Opisso	15	15	30
18	La Grafica Creative	20	8	28
17	Paseo de Gracia Comunicaciones	5	15	20
1	E2S Creativa	5	13	18
20	Producciones MIC	12,5	5	17,5
12	Domingo Recreativos SCCL	10	6	16
7	Linkemann Ventures	0	15	15
14	Assai Cover Com	0	15	15
6	MKVILAX	2,5	12	14,5
13	Iniciatives Events	5	7	12
19	Alba Calderon	2,5	8	10,5
8	Cristina Camacho	0	8	8
9	Font-Rovira Associats	0	0	0

	<b>LOT 3 – FESTIVAL INTERNACIONAL TEATRE AL CARRER</b>	<b>Contingut del disseny (fins a 25 punts)</b>	<b>Qualitat i adequació dels dissenys i aplicacions (fins a 15 punts)</b>	<b>TOTAL VALORACIÓ SOBRE B (màx. 40 punts)</b>
21	Estudi Jordi Caralt	20	15	35
5	Aquells nois tan simpatics	18	15	33
17	Paseo de Gracia Comunicaciones	9	15	24
4	Guillermo Longhini	6	15	21
1	E2S Creativa	10	10	20
18	La Grafica Creative	12	7	19
12	Domingo Recreativos	12	7	19
3	Atipus SL	3	15	18
11	Avanti & Opisso	3	15	18
20	Producciones MIC	12	6	18
2	Maria Berga Bolaños	3	14	17
7	Linkemann Ventures	1	15	16
14	Assai Cover	0	15	15
16	Alejandra Dios	0	14	14
8	Cristina Camacho	0	8	8
19	Alba Calderon	0	8	8

	<b>LOT 4 – ACTIVITATS D'OBRES, APARCAMENTS I MOBILITAT</b>	<b>Contingut del disseny (fins a 25 punts)</b>	<b>Qualitat i adequació dels dissenys i aplicacions (fins a 15 punts)</b>	<b>TOTAL VALORACIÓ SOBRE B (màx. 40 punts)</b>
11	Avanti & Opisso	15	15	30
18	La Grafica Creative	22,5	6	28,5
14	Assai Cover comunicació	12,5	15	27,5
21	Estudi Jordi Caralt	10	15	25
16	Alejandra Dios	5	15	20
20	Producciones MIC	12,5	5	17,5
19	Alba Calderon	7,5	8	15,5
12	Domingo Recreativos	5	7	12
8	Cristina Camacho	0	8	8

**SEGON.- ELEVAR A L'ÒRGAN DE CONTRACTACIÓ LA PROPOSTA DE PUNTUACIÓ DELS CRITERIS AVALUABLES MITJANÇANT JUDICI DE VALOR** obtinguda pels licitadors admesos al procediment obert per a l'adjudicació dels serveis de creativitat, disseny gràfic i imatge corporativa (Exp. 24/167)

**TERCER.- APROVAR** el desistiment del procediment de contractació relatiu al LOT 2 - SERVEI D'ACTUALITZACIÓ DE LA IMATGE CORPORATIVA DEL GRUP D'EMPRESES MUNICIPALS (VIGEM, VIMED I VIQUAL).

**QUART.- ELEVAR A L'ÒRGAN DE CONTRACTACIÓ LA PROPOSTA** de desistiment del procediment de contractació relatiu al LOT 2 - SERVEI D'ACTUALITZACIÓ DE LA IMATGE CORPORATIVA DEL GRUP D'EMPRESSES MUNICIPALS (VIGEM, VIMED I VIQUAL) per a la seva ratificació.

**CINQUÈ.- PROCEDIR** a convocar l'obertura pública del sobre C relatiu a la proposta econòmica i altres criteris automàtics, i previ a aquell acte, publicar el resum de puntuació tècnica obtinguda pels licitadors en el sobre B en relació als criteris avaluables mitjançant judici de valor; i procedir posteriorment a la valoració de les pliques pel que fa als criteris objectius d'aplicació automàtica i en definitiva, a la valoració conjunta que en farà la Mesa de Contractació i de la qual en resultarà el licitador que ha obtingut més puntuació de l'aplicació de tots els criteris de puntuació determinats en el plec.

Un cop finalitzat l'acte, el president el dona per acabat i signa aquesta acta juntament amb els vocals i la secretària.

<b>Sr. Joan Carles López Méndez</b> President	<b>Sr. Jose Antonio Molina Flores</b> Vocal	<b>Sr. Emili Galisteo Rodríguez</b> Vocal	<b>Sr. Albert Díaz Menéndez</b> Vocal
<b>Sra. Gemma Duran Porti</b> Vocal	<b>Sra. Carolina Ceba Vallverdú</b> Secretària		