

INFORME TÈCNIC DE PROPOSTA D'ADJUDICACIÓ . JUDICIS DE VALOR

**CONTRACTACIÓ BASADA EN L'ACORD MARC- EXP. PX AM 36_23 (2024/00009566K)
LOT 1 - PER A LA PRESTACIÓ DEL SERVEI DE DISSENY I ASSESSORAMENT GRÀFIC
DE LA IMATGE GRAFICA I LES APLICACIONS DE UNA CAMPANYA DE CIVISME DE
L'AJUNTAMENT DE GAVÀ**

NÚM. D'EXPEDIENT: 202500020413P CB2 LOT 1 – CAMPANYA DE CIVISME

D'acord amb el procediment previst a la clàusula 38 del PCAP de l'acord marc per a l'homologació de proveïdors per a la prestació del servei de disseny i assessorament gràfic de l'Ajuntament de Gavà i l'empresa municipal Prestació de Serveis a la Ciutadania, S.A. (PRESEC, SA), d'ara en endavant acord marc disseny PX AM 36_23 (2024/00009566K), que regula l'adjudicació mitjançant nova licitació dels contractes basats corresponents al **LOT 1:** Grans campanyes: Temps d'Espàrrecs, Festa Major de Sant Pere, Festa de Sant Nicasi, Nadal i Reis.

En data 26 de setembre de 2025, es va convidar les següents persones que van resultar homologades al LOT 1 a presentar de conformitat amb les característiques definides al document de concreció de condicions de l'oferta de disseny, a través del Perfil del Contractant de l'Ajuntament de Gavà, les propostes creatives per a la contractació basada del disseny i assessorament gràfic de la imatge gràfica i les aplicacions d'una campanya de civisme de l'Ajuntament de Gavà..

- 2015 LEMON SL
- SEBASTIÁN AYXELÀ FERNÁNDEZ
- CAPITAL DESIGN 2011, SL.
- IMAGINA COMUNICACIÓ, SA
- EL GUATEQUE AGENCIA DE COMUNICACION, SL.

Han presentat dins de termini i en la forma escaient el número de propostes en funció del compromís assolit en el procés d'habilitació en l'acord marc totes les empreses convidades, a excepció de l'empresa IMAGINA COMUNICACIÓ, SA.

VALORACIÓ DE LES PROPOSTES

La clàusula 37 estableix els criteris de valoració per a l'adjudicació de contractes basats del serveis de disseny corresponent al LOT 1, que inclou grans campanyes:, estableix que es procedirà a la posterior adjudicació mitjançant un nou procés de licitació d'acord a criteris d'adjudicació automàtics i qualitatius en funció al preu i la qualitat del servei on la puntuació màxima a obtenir serà de 100 punts.

La clàusula 37.1 recull els **criteris d'adjudicació vinculats a l'objecte de contracte que depenen d'un judici de valor** (proposta creativa).

La màxima puntuació a obtenir en l'avaluació de la proposta creativa mitjançant judicis de valor serà de **49 punts**, distribuïts de la següent manera:

Es valorarà la qualitat de la proposta creativa de la següent manera:

- 1) Disseny (Fins a un màxim de 30 punts)

Ajuntament de Gavà



- Atractiu: fins a 6 punts
- Originalitat: fins a 6 punts
- Claredat: fins a 6 punts
- Expressivitat: fins a 6 punts
- Correlació amb la línia gràfica de la institució: fins a 6 punts

2) Valor (Fins a un màxim de 13 punts)

- Artístic: fins a 4,40 punts
- Comunicatiu: fins a 4,30 punts
- Simbòlic: fins a 4,30 punts

3) Adequació al target (Fins a un màxim de 6 punts)

- Molt: 6 punts
- Adequada: 4 punts
- Bàsica: 2 punts

Les empreses hauran de presentar les opcions de propostes creatives (una, dues o tres) que hagin ofertat a procés d'homologació de l'acord marc, es valoraran cadascuna d'elles individualment d'acord amb els criteris anteriors i es tindrà en compte a efectes de puntuació aquella que obtingui la puntuació més alta fins al màxim de 49 punts.

Atenent els criteris abans esmentats, s'ha procedit a la **valoració** de les quatre empreses homologades que han presentat les seves propostes

INFORME PROPOSTES CAMPANYA CIVISME

1. 2015 LEMON SL

Proposen dues línies de propostes: "No siguis gos" i "Ser cívic no costa res".

La primera, "No siguis gos", tot i que és un disseny atractiu i divertit, amb imatges de gossos vestits, no acaba d'agradar el missatge per la connotació negativa cap al gos, quan l'animal no té la culpa de que la ciutat estigui bruta, no es deixin les escombraries on toqui, etc. Ja que n'és la persona la responsable.

La segona proposta "Ser cívic no costa res", apel·la a la responsabilitat i fa un joc entre el cost de ser incívic (molts diners) i cívic (cap cost). El missatge és directe, però el to és potser massa contundent.

Quant al disseny, si bé és clar, no ens acabar d'encaixar els fons tan plans i unicolors, i els protagonistes no els acabem de veure naturals. La puntuació obtinguda és la següent:

2015 LEMON SL	PROPOSTES CREATIVES	
	1	2
	No siguis gos	Ser cívic no costa res
DISSENY (Màx. 30 punts)	22 punts	20 punts

Atractiu (fins a 6)	5 punts	4 punts
Originalitat (fins a 6)	5 punts	4 punts
Claredat (fins a 6)	4 punts	6 punts
Expressivitat (fins a 6)	5 punts	3 punts
Correlació amb línia gràfica (fins a 6)	3 punts	3 punts
VALOR (Màx. 13 punts)	10 punts	8 punts
Artístic (fins a 4,40 punts)	3,50 punts	2 punts
Comunicatiu (fins a 4,30 punts)	4 punts	3 punts
Simbòlic (fins a 4,30 punts)	2,50 punts	3 punts
AD. AL TARGET (Màx 6 punts)	4 punts	2 punts
Molt (6 punts)		
Adequada (4 punts)	4 punts	
Bàsica (2 punts)		2 punts
TOTAL puntuació	36 punts	30 punts

2. SEBASTIÁN AYXELÀ FERNÁNDEZ

Presenta tres propostes.

La primera, "A GAVÀ VIGILEM QUE TOT FUNCIONI", mostra tres línies gràfiques amb tonalitats molt cridaneres i missatges a la part de dalt amb mirada fixa dels protagonistes.

Els missatges, formats principalment en negatiu i en format pregunta, no s'adeqüen a allò que la campanya vol transmetre.

Entenem que el missatge de "vigilar" queda diluït, donant més protagonisme a la pregunta.

A més de cara a fer servir testimonis reals, per buscar una major implicació de la ciutadania, aquests quedarien "assenyalats" per una conducta incívica.

A la segona de les propostes, "CIVISMAN", trobem a faltar, més enllà de la imatge de fons, un missatge clar que apel·li al civisme. També es considera que el cartell és una mica infantilitzat, i això fa que no es prengui seriosament allò que es vol transmetre. Recordem a més una campanya dels anys 90 protagonitzada per "Supercívic".

La tercera proposta "Junts, guanya Gavà", d'entrada, recorda a un partit i eslògan de campanya política. Tot i la varietat d'aplicacions que es podrien considerar per l'ús de persones testimonials, no acaba de quedar clar l'incivisme, sinó més el treball d'una persona i l'altra que el respecta. És més un agraïment per la feina ben feta.

La puntuació obtinguda és la següent:

SEBASTIÁN AYXELÀ FERNÁNDEZ	PROPOSTES CREATIVES		
	1	2	3
	Vigilem tot funcioni	Civisman	Junts, guanya Gavà
DISSENY (Màx. 30 punts)	14 punts	9 punts	13 punts
Atractiu (fins a 6)	3 punts	2 punts	3 punts
Originalitat (fins a 6)	2 punts	3 punts	1 punts
Claredat (fins a 6)	3 punts	1 punt	3 punts
Expressivitat (fins a 6)	3 punts	1 punt	2 punts

Correlació amb línia gràfica (fins a 6)	3 punts	2 punts	4 punts
VALOR (Màx. 13 punts)	7 punts	5 punts	7 punts
Artístic (fins a 4,40 punts)	2 punts	1 punt	2 punts
Comunicatiu (fins a 4,30 punts)	3 punts	2 punts	4 punts
Simbòlic (fins a 4,30 punts)	2 punts	2 punts	1 punt
AD. AL TARGET (Màx 6 punts)	4 punts	2 punts	4 punts
Molt (6 punts)			
Adequada (4 punts)	4 punts		4 punts
Bàsica (2 punts)		2 punts	
TOTAL puntuació	25 punts	16 punts	24 punts

3. CAPITAL DESIGN, SL

Presenta tres opcions molt originals i amb molta versatilitat, amb l'element de la tisora com a eix vertebrador de tota la campanya.

El claim "Tallem amb l'incivisme" pot aplicar-se a diferents ambients, esdeveniments, espais i persones. La tisora és real i talla la paraula incivisme, amb un joc de tres propostes que es poden complementar.

A la primera proposta (Opció A "Lluiten contra l'incivisme") presenta dues imatges incíviques (escombreries fora dels containers i mobles fora del seu lloc), tallades per fer al·lusió al claim que ens presenten, amb la sanció corresponent.

La segona proposta (Opció B "Incivisme al carrer") mostra dues imatges on s'incorpora el factor humà i animal (un noi fent una pintada i un gos defecant), per mostrar dues accions incíviques amb les quals cal tallar.

La tercera proposta (Opció C "Sumat al civisme") dona protagonisme a persones fent amb la mà el símbol de la tisora. Amb una imatge que crida a sumar esforços per evitar conductes incíviques en diferents àmbits. Un fet que es valora positivament ja que es podria comptar com a testimonis gent i col·lectius de la ciutat.

Una campanya que dona molt de joc i que permet combinar les tres propostes als diferents canals de difusió i materials que proposa, com la gran varietat d'aplicacions de merchandising complementàries per reforçar el missatge.

La puntuació obtinguda és la següent:

CAPITAL DISSENY	PROPOSTES CREATIVES		
	1	2	3
	Opció A "Lluiten contra l'incivisme"	Opció B "Incivisme al carrer"	Opció C "Sumat al civisme"
DISSENY (Màx. 30 punts)	25 punts	28 punts	30 punts
Atractiu (fins a 6)	5 punts	5 punts	6 punts
Originalitat (fins a 6)	5 punts	6 punts	6 punts
Claredat (fins a 6)	5 punts	6 punts	6 punts
Expressivitat (fins a 6)	5 punts	5 punts	6 punts
Correlació amb línia gràfica (fins a 6)	5 punts	6 punts	6 punts
VALOR (Màx. 13 punts)	11,80 punts	11,80 punts	11,80 punts
Artístic (fins a 4,40 punts)	3,50 punts	3,50 punts	3,50 punts
Comunicatiu (fins a 4,30 punts)	4,30 punts	4,30 punts	4,30 punts

Simbòlic (fins a 4,30 punts)	4 punts	4 punts	4 punts
AD. AL TARGET (Màx 6 punts)	6 punts	6 punts	6 punts
Molt (6 punts)	6 punts	6 punts	6 punts
Adequada (4 punts)			
Bàsica (2 punts)			
TOTAL puntuació	42,80 punts	45,80 punts	47,80 punts

4. EL GUATEQUE AGENCIA DE COMUNICACION, SL

Proposen tres línies de propostes:

La primera, “A Gavà, ser cívica no costa res”. Els colors de la proposta recorden a la bandera d'Ucraïna. A més, fa ús d'elements una mica arcaics, com el bitllet o la paperera o també les tipografies, amb remat tipus Times New Roman. També incideix massa en les sancions.

La segona, “A Gavà juguem net”, fa una simbologia entre regles del joc de diferents esport amb missatges cívics, com per exemple “Practica tirs lliures a la paperera”.

Tot i que el to és clar i pot resultar atractiu, és un llenguatge esportiu amb què part de la ciutadania no es pot arribar a sentir identificada.

Quant al disseny, algunes declinacions ens resulten massa fosques.

Respecte a la tercera proposta, “Per una vegada, sí que passa”, es descarta perquè mostra una línia gràfica amb il·lustracions massa bàsiques i minimalistes, amb només dos colors principals. No transmet expressivitat.

A més, els missatges són massa extensos. Tampoc s'entén l'ús d'una segona frase com “Gavà et mira, i tu, mires per Gavà?”, perquè ja hi ha una frase principal “Per una vegada, sí que passa”. Això dispersa al públic.

EL GUATEQUE	PROPOSTES CREATIVES		
	1	2	3
	A Gavà ser cívica no costa res	A Gavà juguem net	Per una vegada, sí que passa
DISSENY (Màx. 30 punts)	6 punts	20 punts	2 punts
Atractiu (fins a 6)	0 punts	4 punts	0 punts
Originalitat (fins a 6)	1 punt	4 punts	1 punt
Claredat (fins a 6)	3 punts	5 punts	1 punt
Expressivitat (fins a 6)	0 punts	3 punts	0 punts
Correlació amb línia gràfica (fins a 6)	2 punts	4 punts	0 punts
VALOR (Màx. 13 punts)	3 punts	7 punts	4 punts
Artístic (fins a 4,40 punts)	0 punts	2 punts	0 punts
Comunicatiu (fins a 4,30 punts)	2 punts	4 punts	2 punts
Simbòlic (fins a 4,30 punts)	1 punt	1 punt	2 punts
AD. AL TARGET (Màx 6 punts)	2 punts	4 punts	6 punts
Molt (6 punts)			6 punts
Adequada (4 punts)		4 punts	
Bàsica (2 punts)	2 punts		
TOTAL puntuació	11 punts	31 punts	12 punts



RESUM VALORACIÓ PROPOSTES IMATGE GRAFICA I LES APLICACIONS DE UNA CAMpanyA DE CIVISME DE AJUNTAMENT DE GAVÀ	LEMON		SEBASTIÀ AYXELÀ			CAPITAL DESIGN			EL GUATEQUE		
	1	2	1	2	3	1	2	3	1	2	3
	No siguis gos	Ser cívic no costa res	Vigilem tot funcioni	Civisman	Junts, guanya Gavà	Opció A "Lluitem contra l'incivisme"	Opció B "Incivisme al carrer"	Opció C "Sumat al civisme"	A Gavà ser cívic no costa res	A Gavà juguem net	Per una vegada, sí que passa
DISENY (Màx. 30 punts)	22 punts	20 punts	14 punts	9 punts	13 punts	25 punts	28 punts	30 punts	20 punts	2 punts	6 punts
Actiu	5 punts	4 punts	3 punts	2 punts	3 punts	5 punts	5 punts	6 punts	4 punts	0 punts	0 punts
Originalitat	5 punts	4 punts	2 punts	3 punts	1 punts	5 punts	6 punts	6 punts	4 punts	1 punt	1 punt
Claredat	4 punts	6 punts	3 punts	1 punt	3 punts	5 punts	6 punts	6 punts	5 punts	1 punt	3 punts
Expressivitat	5 punts	3 punts	3 punts	1 punt	2 punts	5 punts	5 punts	6 punts	3 punts	0 punts	0 punts
Correlació	3 punts	3 punts	3 punts	2 punts	4 punts	5 punts	6 punts	6 punts	4 punts	0 punts	2 punts
VALOR (Màx. 13 punts)	10 punts	8 punts	7 punts	5 punts	7 punts	11,80 punts	11,80 punts	11,80 punts	7 punts	4 punts	3 punts
Acústic	3,50 punts	2 punts	2 punts	1 punt	2 punts	3,50 punts	3,50 punts	3,50 punts	2 punts	0 punts	0 punts
Comunicatiu	4 punts	3 punts	3 punts	2 punts	4 punts	4,30 punts	4,30 punts	4,30 punts	4 punts	2 punts	2 punts
Simbòlic	2,50 punts	3 punts	2 punts	2 punts	1 punt	4 punts	4 punts	4 punts	1 punt	2 punts	1 punt
AL TARGET (Màx 6 punts)	4 punts	2 punts	4 punts	2 punts	4 punts	6 punts	6 punts	6 punts	4 punts	6 punts	2 punts
Mit						6 punts	6 punts	6 punts		6 punts	
Adequada	4 punts		4 punts		4 punts				4 punts		
Bèlica		2 punts		2 punts							2 punts
TOTAL puntuació	36 punts	30 punts	25 punts	16 punts	24 punts	42,80 punts	45,80 punts	47,80 punts	31 punts	12 punts	11 punts

Tal com disposa la clàusula 37 del PCAP un cop valorades individualment les opcions de propostes creatives presentades per les empreses homologades a aquests procediment mitjançant criteris de judicis de valor previstos al PCAP, a efectes de puntuació obtinguda es tindrà en compte aquella que obtingui la puntuació més alta fins al màxim de 49 punts.

Així doncs, la puntuació obtinguda en la valoració mitjançant judici de valor, de les propostes de les persones homologades presentades per a la contractació basada en l'acord marc-exp. PX AM 36_23 (2024/00009566K) LOT 1 - Per a la prestació del servei de disseny i assessorament gràfic de la imatge gràfica i les aplicacions d'una campanya de civisme de l'Ajuntament de Gavà, és la següent:

EMPRESSES	Proposta creativa	Puntuació Obtinguda Judicis de Valor (Fins a 49 punts)
CAPITAL DESIGN 2011, SL	Opció C "Sumat al civisme"	47,80 punts
2015 LEMON SL	No siguis gos	36 punts
EL GUATEQUE AGENCIA DE COMUNICACION, SL	A Gavà ser cívic no costa res	31 punts
SEBASTIÁN AYXELÀ FERNÁNDEZ	Vigilem tot funcioni	24 punts

La cap de la Unitat de Premsa i Comunicació