

INFORME DE VALORACIÓ DELS SOBRES B DE LA CONTRACTACIÓ DE LA CONCESSIÓ DE L'EXPLOTACIÓ DELS SERVEIS DE RESTAURACIÓ EN EL MUSEU NACIONAL D'ART DE CATALUNYA PER AL PERÍODE DE 3 ANYS

Es valoren les ofertes de les 4 empreses admeses en la licitació: CATERING ARCASA, SL, amb NIF B08465601 (en endavant ARCASA), SODEXO IBERIA, SA, amb NIF A08427296 (en endavant SODEXO), EUREST CATALUNYA, SL, amb NIF B58062027 (en endavant EUREST) i SERUNION, SAU, (SINGULARIS) amb NIF A59376574 (en endavant SINGULARIS).

CRITERIS AVALUABLES MITJANÇANT JUDICI DE VALOR (49 punts)

1.- PROJECTE D'EXPLOTACIÓ (49 punts)

OFERTA GASTRONÒMICA (fins a 15 punts) *detallada per a cada espai. Per tal definir l'estil, qualitat i condicions de com es prestarà el servei, ha d'incloure, com a mínim, el llistat de productes, els seus preus (PVP), menús, carta de temporada.*

Cal indicar la rotació de les cartes i els menús i presentar com a mínim un exemple de menú per temporada.

En relació al pack de la cafeteria d'esmorzar per al personal que presta serveis al Museu: definir en què consistirà i el seu preu de venda (IVA inclòs). El seu preu de venda no pot superar els 2€, IVA inclòs.*

**El preu de venda no serà objecte de valoració.*

La valoració es farà de forma integral, a partir de l'especificitat de cada espai, en base a criteris de qualitat, varietat, rotació, relació preu/qualitat. Es valorarà la proposta que millor garanteixi l'excel·lència del servei, l'adequació a les necessitats del Museu i l'accessibilitat de tots els públics.

Totes les ofertes són correctes, però cap es considera que respongui de forma completa amb els objectius perseguits en el plec. Per exemple, no s'han presentat propostes al restaurant per atraure públic local que trenqui amb l'exclusivitat de l'espai, tal com es demana en els plecs.

Ara bé, l'oferta gastronòmica d'**EUREST** és la que es considera que en el seu conjunt s'adequa millor als valors i necessitats gastronòmiques del Museu i que presenta la proposta que millor garanteix, de forma integral, la qualitat, la varietat, la rotació, la relació preu/qualitat i l'accessibilitat de tots els públics.

En aquest sentit, s'ha considerat el següent:

Com aspectes positius: s'extreu de la proposta que es vol oferir un producte d'alta qualitat, de proximitat, on el producte local té una presència destacada. De totes les propostes, és la que clarament el producte local es visualitza amb més intensitat (per exemple, hi ha moltes DOP) i es nota que és l'eix central de la cuina. Aquesta presència és molt més forta i clara en el restaurant que en la cafeteria. Aquesta aposta per al producte d'alta qualitat, local de qualitat, proximitat i temporada, es recolza amb l'assessorament d'un cuiner de prestigi que "treballa

amb principis d'ètica ambiental i social tant en la seva producció com en l'elecció dels seus proveïdors i col·laboradors" i és "membre destacat de l'associació Slow Food Barcelona" i practica una "cuina sostenible i saludable, amb ingredients de proximitat, de temporada, ecològics i de comerç just". Aquesta fórmula s'acompanya també de la voluntat sòlida de potenciar la cuina d'origen vegetal i vegana.

També s'ha considerat com a positiu per refermar la qualitat i varietat del producte, la vinculació del projecte d'EUREST amb *"un dels pastissers més reconegut a nivell mundial"*. Aquesta fórmula es consolida amb la selecció rigorosa i amb exemples de proveïdors locals, de proximitat. La defensa de valors de responsabilitat social del projecte gastronòmic presentat, és també valorat positivament, tenint en compte la sensibilitat del Museu en aquests temes.

EUREST és l'única proposta que busca una certa complicitat amb la col·lecció del Museu, quan diu que *"a petició del MNAC es podran crear postres especials (del restaurant) fent un gest de complicitat amb les col·leccions del museu"*.

La varietat de l'oferta a la cafeteria està garantida amb productes adreçats al públic que vol fer un menjar ràpid (bagels i una àmplia oferta d'entrepans).

El pack per al personal: Suc de taronja natural, entrepà fred o calent i cafè (cafè amb llet, caputxino o infusió) és el més complet dels presentats, i per tant, és el millor valorat.

Com aspectes negatius: es troba a faltar un esforç, com amb la resta d'ofertes, de *"trobar fórmules per atraure al visitant i al públic local"* i fer del restaurant un lloc no excloent. També, com aspectes millorables, tot i que es presenta un producte d'última tendència, el Poke Bowl.

En relació a la terrassa, no presenta una opció específica per aquest espai, i per tant, no garanteix que es pugui generar un espai amb caràcter i personalitat pròpia.

En conclusió, de forma integral, és la proposta gastronòmica que millor garanteix els valors de qualitat, producte local de proximitat, manté una correcta relació preu/qualitat. Per tot això, se li atorguen **12,5 punts**.

A nivell de valoració, a continuació es troba l'opció de **SINGULARIS**, on s'aprecia l'esforç en l'originalitat en la proposta gastronòmica de la terrassa, i la qualitat de l'oferta.

En relació al restaurant, la imatge que vol transmetre la carta té una aire de museu d'art, tot i que no hi ha plats, ni cap proposta, per vincular-se amb les col·leccions. La presència de producte local està garantida, però no amb la solidesa d'EUREST. Només es presenta una carta, sense indicar temporada, tot i que deixen clar que *"La carta tindrà una rotació de 2 vegades a l'any"*.

Per a la terrassa presenta una proposta específica, aspecte que es valora positivament, amb ànim de crear un espai singular, de referència, que pugui atraure el públic local, tal com es desprèn dels plecs. No obstant això, la proposta està molt

vinculada a la imatge d'un altre restaurant de la ciutat de Barcelona i en els plecs es diu la *"ubicació privilegiada, ha de permetre oferir un servei de bar i cafeteria amb caràcter i personalitat pròpia"*. La identificació de l'espai de la terrassa amb aquest restaurant no ajuda a oferir un servei amb caràcter i personalitat pròpia. Tot i això, es valora positivament que es presenti una fórmula diferenciada, amb una carta amb una imatge fresca i divertida, que incorpora conserves, vermut, tal com es demana en els plecs *"tradicions locals (aperitius, vermut, etc.) amb noves tendències internacionals"*.

Pel que fa a la cafeteria, plantegen establir rotacions setmanals, reduir minves mitjançant la implantació de descomptes promocionals (Packs to go) i oferir packs *"adaptats a la franja horària"*, tot i que es troba a falta una major concreció d'aquestes opcions.

També tenen com a positiu l'opció de bufet d'amanides a un preu assequible.

A la cafeteria presenten una molt bona oferta de suc vegetals amb una bona relació preu/qualitat.

No és tant correcte a criteri del Museu que per *"picar saludable"* ofereixen productes envasats.

El pack per al personal inclou suc o cafè + brioxeria, entrepà o torrada.

La proposta de menús a la cafeteria és àmplia i variada i amb una bona rotació, i combina una cuina saborosa i senzilla amb plats elaborats.

La relació preu/qualitat es troba correcte en general, tot i que es detecten certs desequilibris, com per exemple, el preu alt d'alguns sandvitxos, o el preu excessivament baixos dels dolços a la cafeteria.

Per tant, de forma integral, la seva proposta gastronòmica és correcta, amb una bona varietat i rotació, de qualitat, amb una bona oferta de dinars, amanides i entrepans a la cafeteria, i una proposta específica a la terrassa, tot i que falta una carta amb connexió amb les col·leccions, i tampoc s'aprofundeix amb prou solidesa en els valors de producte local i de proximitat. Per tot això, se li atorguen **9,65 punts**.

La següent opció és la de **SODEXO**, amb una proposta molt variada a la cafeteria i a la terrassa, amb moltes opcions adaptades a diferents públics.

En aquest sentit, cal destacar:

En relació a la cafeteria, l'oferta és per franges horàries, matí, migdia, i tarda, i es nota un esforç pel producte de cafeteria saludable i bio. Pel matí destaca l'oferta de brunchs (mediterrani, anglès i ibèric), i una bona oferta de dolços, entrepans i iogurts. En aquesta oferta, però, es troba a faltar una presència ferma del producte local. Fins i tot es fa referència explícita a productes clarament no locals. Pel que fa a la proposta dels migdia, presenta una bona oferta d'amanides (buda bowls), plats combinats, woks, pizzes és a dir, alternatives al menú, amb diferents preus, per tant, fórmules que poden ser atractives per a diferents públics. Els únics productes locals

són embotits. En relació al servei a taula, es diu que les receptes no necessiten una preparació in situ. No queda clar, però, si això significa que aquests plats ja vénen precuinats i envasats, o no.

L'oferta dels migdies es complementa amb l'oferta de menús diaris, amb una bona rotació i varietat, però es troba a faltar el producte local i no queda clar que es disposi d'un menú vegetarià complet, tal com es demana en els plecs. L'oferta de menjar s'acompanya d'un bon ventall de pans (*"integral, blanco, alcachofa, cereales, tostadas integrales y normal"*).

També presenten una proposta de tarda, *"fórmula merienda"*.

No ha presentat un pack d'esmorzar per al personal del Museu, amb la qual cosa no es pot comparar amb la resta de propostes i es considera una omisió dels plecs rellevant.

A la terrassa presenten una oferta que, tot i ser específica per a aquest espai, és molt estàndard, tot i que variada, i molt adreçada al públic turista.

Pel que fa al restaurant, la qualitat queda garantida perquè la carta és una creació d'un cuiner de renom. Tot i això, no hi ha cap mena de vincle amb les col·leccions; es mostren dues cartes per temporada que són correctes, però amb poques referències de producte local i de proximitat (a la carta de vins no n'hi ha cap de català). Es proposa la fórmula de plats elaborats davant el client, però sense explicar-ho amb prou detall. No disposa d'un menú complet vegetarià.

Tampoc es fa referència a cafè de comerç just. De fet, en la cafeteria i restaurant s'ofereix cafè Nespresso, entre altres opcions.

En conclusió, la proposta de SODEXO és correcta, però li manca una aposta pel producte local, a banda d'altres omissions com les descrites en els paràgrafs anteriors. Tot i això, es valora positivament el model d'una cafeteria amb una oferta molt variada, amb múltiples combinacions de preus i fórmules, i una alta rotació. Per tot això, se li atorguen **8,25 punts**.

La proposta d'**ARCASA** presenta a més de l'oferta gastronòmica per als tres espais, una per a serveis de càterin, que no es valora ja que no forma part de l'objecte d'aquesta licitació.

Pel que fa al restaurant, es proposa una cuina de mercat, basada en la dieta mediterrània, amb productes frescos de temporada. El menú executiu es basa en el concepte *"cuina de mercat regional"* i té una bona rotació i presenta l'opció del mig menú i del menú infantil. No obstant això, no hi ha un menú complet vegetarià i en els menús no s'aposta amb prou solidesa pel producte local i de proximitat. La carta tampoc manté una connexió amb les col·leccions del Museu.

Sobre la cafeteria, la proposta de menús té una rotació moderada ja que els postres sempre són els mateixos durant la setmana. Presenta una àmplia varietat de productes de bar-cafeteria: tapes, montaditos, entrepans de diferents dimensions.

També diu que promocionarà el casual food, però no s'acaba d'explicar en què consisteix aquesta proposta.

En la cafeteria es disposa d'un menú vegetarià complet, en el restaurant no.

El pack d'esmorzar pel personal estarà compostat per una entrepà mitjà del dia, aigua o varietat de cafès (cafè amb llet, expresso...) o infusions.

En relació a la terrassa, es presenta una proposta poc elaborada, que es basa en l'oferta de productes definits en la cafeteria.

En general és una oferta molt homogènia, amb poques diferències entre els espais.

En conclusió, la proposta d'ARCASA posa l'èmfasi en la dieta mediterrània, amb una atenció especial a qüestions dietètiques i nutricionals. Tot i que es parla de cuina de mercat, en les propostes de carta i menús no queda prou reflectit la rellevància en el producte local i de proximitat buscat en els plecs. En relació a les propostes per a diferents col·lectius a la cafeteria, si bé s'esmenten, no estan prou desenvolupades. Per tot això, s'atorguen **7,25 punts**.

TAST (fins a 5 punts): *El tast ha de ser representatiu de la oferta gastronòmica presentada per a cada espai.*

El tast de **SINGULARIS** destaca per la qualitat de la seva cuina, amb una molt bona representació i recreació dels diferents espais. La proposta d'**EUREST** també és d'alta qualitat, en especial la del restaurant, amb una bona representació de la cuina de proximitat i exigent amb el producte local. Pel que fa a la proposta de la cafeteria és essencialment de continuïtat. **SODEXO**, per la seva part, també presenta una proposta de cuina per al restaurant d'alta qualitat, però per a la cafeteria és més estàndard. Per últim, l'opció d'**ARCASA** és correcta, variada, però és la proposta que transmet amb menys solidesa els valors del plec.

Per tot això, la puntuació atorgada és la següent: **SINGULARIS: 4,66 punts; EUREST: 4,45 punts; SODEXO: 4,10 punts; ARCASA: 3,05 punts.**

PLA COMERCIAL (fins a 10 punts): *Detall anual i pel període del contracte, de les accions de publicitat i de màrqueting previstes.*

L'empresa haurà d'especificar l'import d'inversió previst pels tres anys del contracte. L'execució d'aquest import s'haurà de certificar. En cas de no executar-se la inversió, el 90% del pressupost presentat s'haurà de pagar al Museu anualment. Es valorarà la propostes que millor garanteixin el posicionament del servei en el Museu, i la captació de clients.

La proposta de **SINGULARIS** és la que millor garanteix que es puguin complir els objectius de posicionament i captació de clients. És una proposta sòlida, solvent i factible, que reflecteix el seu coneixement i capacitat en aquest àmbit.

Proposa reforçar l'equip comercial, per a la captació dels operadors turístics i nous clients (empreses, agències...) aprofitant les sinèrgies del grup empresarial del que forma part, i amb el suport d'una agència pròpia de màrqueting i publicitat.

Proposa accions concretes factibles i viables d'acord amb el pressupost econòmic que les acompanya, amb un pla de difusió potent i molt detallat, amb objectius, calendari, i "targets" molt clars, focalitzat a diferents públics i amb accions especials d'impacte. En aquest sentit, presenta acords amb tercers, amb agències i operadors turístics, amb mitjans de comunicació d'àmbit nacional i específics de l'àmbit turístic, així com diferents accions i activitats amb consonància amb les noves tendències.

En conclusió, es considera aquesta proposta com a la que aporta més millores respecte el plec, i per tant se li adjudica la màxima puntuació de **10 punts**.

ARCASA defineix un pla comercial amb l'objectiu de millorar el posicionament del museu, captar nous clients i millorar la satisfacció dels visitants en base a accions molt concretes i "*orientat a dos tipus de públics complementaris, l'intern (treballador del museu) i extern (visitants)*." Es considera en el seu conjunt una proposta ben elaborada, viable i coherent segons l'import pressupostat, amb acords amb operadors turístics, amb una clara intenció d'integrar-se al Parc de Montjuïc. Es troba a faltar, però, un pla de difusió que garanteixi la seva presència als mitjans de comunicació especialitzats. Per tant, la proposta, tot i que bona, no es considera que sigui la que millor pot posicionar la marca i captar més clients: **6 punts**.

La proposta d'**EUREST** s'emmarca en cinc grans grups: xarxes socials; fotografia i vídeo; gabinet de premsa i relacions públiques; creació d'una pàgina web. Es complementa afegint-se a l'app MIEurest de Compass. El seu projecte està focalitzat en promocionar el restaurant com a nou espai gastronòmic referent de la ciutat i donar a "*conèixer una nova cuina amb arrels locals, producte sostenible, ecològic i de proximitat*". Es troba a faltar, però, accions concretes d'impacte, promocions, acords amb tercers, i un pla de difusió concret, que garanteixi la presència als mitjans de comunicació especialitzats per a la captació de nous públics i pel posicionament dels espais del Museu. Tot i que compta amb el suport d'una agència de màrqueting i un gabinet de premsa, no hi ha al darrera un pla executiu de difusió amb accions concretes, ni calendari definit. Per tot això, se li atorguen **5,5 punts**.

La proposta de **SODEXO** és la més ambiciosa econòmicament, però no està poc elaborada i per tant no es pot valorar la seva factibilitat i capacitat d'incidència. A més, una bona part del seu pla comercial es sustenta utilitzant els canals de difusió propis del museu. Per tant, es considera una opció bàsica, sense un desplegament i detall suficient que no garanteixi el posicionament del servei, i la captació de clients. Per aquest motiu, se li atorga una puntuació de **5 punts**.

PROJECTE DE MILLORA I ADEQUACIÓ DELS ESPAIS, I DE DISSENY EN LA PRESENTACIÓ DEL SERVEI (fins a 12 punts): *Disseny decoratiu i mobiliari (distribució dels espais, il·luminació, senyalística); disseny de cartes i menús, estètica dels uniformes, etc.*

Es valorarà la creativitat, originalitat, accessibilitat i estètica afí a l'entorn. En relació a l'uniforme, es valorarà que tingui una línia moderna i afí a la imatge del Museu.

En relació a les possibles propostes de millora i adequació dels espais, l'empresa haurà d'especificar l'import previst d'inversió anual i pel període del contracte (tres anys). L'execució d'aquest import s'haurà de certificar. En cas de no executar-se la inversió, el 90% del pressupost presentat s'haurà de pagar al Museu anualment. Qualsevol projecte de millora, ha d'anar acompanyat, si s'escau, d'un calendari d'obres que minimitzi l'afectació en el servei.

Proposta de disseny decoratiu i mobiliari:

RESTAURANT: cap proposta ha contemplat com es pot transformar l'espai per a esdeveniments.

En el cas de **SINGULARIS**, és l'opció més ambiciosa i fa una aposta per un canvi profund de la imatge del restaurant. Intervé en els revestiments de fusta dels pladurs; el mobiliari proposat és modern; canvia les mampares i introdueix una porta corredissa i amb un aire modern i funcional, es creen nous espais-racons, nova il·luminació i nous elements decoratius, com la moqueta. La durada de les obres seria de 12 dies amb opció de "treballar en horari nocturn per no interferir l'activitat diària del Museu". Les reformes es consideren factibles i viables dintre del pressupost global presentat. Per tot això, és l'opció millor valorada per aquest espai.

La proposta d'**EUREST**, en canvi, es limita a introduir millores subtils. S'adjunten els pressupostos de les actuacions previstes: canvi de fundes de cadires, de coixins, entapissat del sofà i pintura, entre altres. Es tracta d'una proposta bàsicament continuïsta i poc ambiciosa.

La proposta d'**ARCASA** es basa en la substitució de cadires i taules.

SODEXO no presenta cap proposta de reforma del restaurant.

CAFETERIA: Cap proposta no explica la retirada del mobiliari quan hi hagi lloguers d'espais

La proposta de **SINGULARIS** és molt atrevida, creant un ambient de confort amb ús de fustes i plantes ornamentals, i un espai diferenciat a la part exterior-sala oval, amb uns separadors. El mobiliari es substitueix totalment, i la nova proposta té com element central la fusta. La proposta es considera funcional, viable i que s'ajusta a la imatge del Museu.

La proposta d'**EUREST** suposa una millora en confort, llum, i una renovació moderada de l'estètica de l'espai interior de la cafeteria. Es proposa l'obertura de manera alterna dels panells de vidre. S'introdueixen a l'espai exterior-sala oval jardineres i catifes. Es manté el mobiliari existent canviant els sobres de vidre per taules de fusta i entapissant les cadires. Pel que fa al menjador interior, les actuacions previstes són la pintura de les parets i les ja explicades sobre el mobiliari. És, per tot això, una proposta viable, però poc ambiciosa i creativa.

La proposta d'**ARCASA** es basa en la substitució de cadires i taules i inclou una botiga gourmet que no encaixa amb la imatge i la filosofia del Museu.

SODEXO presenta una opció molt creativa i suggestiva, però sense un pressupost d'inversió, per la qual cosa no es pot valorar.

TERRASSA: Cap proposta no explica la retirada del mobiliari quan hi hagi lloguers d'espais.

SINGULARIS renova el quiosc exterior, i tot el mobiliari, amb un aire original, modern, desenfadat, i que suposa un canvi radical de la proposta actual. Introdueix jardineres per delimitar l'espai, i una barana davant el quiosc. És una proposta d'acord amb el pressupost presentat.

EUREST renova el mobiliari i aposta per una coberta tèxtil que, tot i que no queda clar la seva viabilitat per la convivència amb altres activitats i elements de comunicació, es valora positivament; no s'intervé en la imatge del quiosc. És una proposta d'acord amb el pressupost presentat.

SODEXO presenta una opció molt creativa i suggestiva, però sense un pressupost d'inversió, per la qual cosa no es pot valorar.

La proposta d'**ARCASA** presenta noves cadlres, taules i para-sols, i una nova vitrina i un forn de cocció.

Pel que fa al DISSENY DE CARTES I MENÚS, és molt correcte en els casos d'**EUREST**, **SINGULARIS** i **SODEXO**, aportant creativitat i una imatge afí a la del Museu; el disseny d'**ARCASA**, en canvi, no s'ajusta a la imatge del Museu, és uniforme i a més presenta alguns errors tipogràfics.

Pel que fa als UNIFORMES, tots són correctes; a més, **EUREST** i **SINGULARIS**, presenten uniformes diferents per cada espai, cosa que es valora positivament.

També es valora positivament les propostes de VAIXELLES I COBERTERIA d'**EUREST**, **SODEXO** i **SINGULARIS**, per la seva línia orgànica i moderna.

Per tot l'exposat, s'atorguen les següents puntuacions: SINGULARIS: 10,75 punts; EUREST: 7,50 punts; ARCASA: 3,50 punts; i SODEXO 1,25 punts.

PLA D'ORGANITZACIÓ DEL SERVEI (fins a 5 punts): *Ha de recollir, com a mínim:*

1. *Pla de posada en marxa del servei: S'han d'indicar les tasques i el calendari per a la seva plena implementació i posada en marxa (s'ha de garantir al màxim la continuïtat del servei). En aquest apartat, no s'ha de parlar de calendari d'obres*
2. *Dimensionament i organització del personal i proposta d'adscripció als diferents serveis*
3. *Procediments d'atenció al clients i protocols de resolucions d'incidències (pics de treball, neteja entorn, etc.)*
4. *Gestió dels residus i política ambiental, amb les instruccions de treball i els procediments que es duen a terme en el servei de cuina.*
5. *Pla de manteniment de les instal·lacions.*

Les propostes que presenten la proposta que millor garanteixin l'excel·lència del servei, i l'accessibilitat de tots els públics i la bona atenció al visitant.

1. PLA DE POSADA EN MARXA DEL SERVEI:

Totes les ofertes garanteixen una posada en marxa del servei en ple rendiment per al dia 1 d'octubre. D'**ARCASA** es valora positivament que per a la posada en marxa del servei crea un "equip d'implantació específic i multi disciplinar de treball compost per persones de llocs de treball de diverses disciplines que permet desenvolupar la posada en marxa del servei amb les màximes garanties d'eficiència i qualitat."

2. DIMENSIONAMENT I ORGANITZACIÓ DEL PERSONAL I PROPOSTA D'ADSCRIPCIÓ ALS DIFERENTS SERVEIS:

La proposta més clara de millora del servei és la d'**EUREST**. Reforça el servei amb tres posicions. A la cafeteria amb un cambrer de 12:30 a 16:30 de dimarts a dissabte, i un altre de 9:00 a 16:30 de dimarts a dissabte, i un cuiner de 8 a 16h tots els dies de la setmana, per a l'elaboració de l'oferta artesana. A la terrassa, amb un cambrer de dilluns a diumenge de 12 a 20:00, i un cambrer de 18 a 23h els dies que funcionen les fonts. També es valora positivament que la figura del coordinador està clarament definida. Per tant, és la proposta que detecta amb claredat les necessitats del servei.

La proposta de **SINGULARIS** presenta un quadrant d'estiu i hivern per a cada espai, d'on es pot desprendre un dimensionament i a on queda garantit que el servei en qualsevol dels espais en les hores de màxim afluència, la dotació a la cuina i el servei és suficient. Assigna la figura del coordinador a la del Gerent del centre, a banda d'un responsable comercial, un xef executiu i un responsable de maitres.

La proposta d'**ARCASA**, presenta un quadrant horari per l'estiu, que és confús i presenta alguna incongruència. Per exemple, els diumenges i festius només assignen en l'horari d'estiu a la cafeteria un cuiner i un cambrer, dotacions insuficients. Es barreja també cafeteria i restaurant, amb dos caps de cuina. I a la terrassa consta la figura del cuiner, quan a la terrassa no hi ha cuina.

SODEXO també presenta figures de Gerent del centre, Jefe de cocina, Jefe de Sala, Jefe de Retail, i un equip de suport, però no presenta propostes concretes, ni del dimensionament, ni un quadrant, que permeti valorar millores respecte els plecs.

3. PROCEDIMENTS D'ATENCIÓ AL CLIENTS I PROTOCOLS DE RESOLUCIONS D'INCIDÈNCIES (PICS DE TREBALL, NETEJA ENTORN, ETC.):

SINGULARIS presenta un protocol d'atenció al client per a cada espai, detallat, que fa especial èmfasi en el servei de neteja de l'entorn; també s'indica normes d'higiene i neteja del personal i un protocol específic de resolució d'incidències i gestió de reclamacions. Incorpora una breu descripció de com actuar en cada cas; pel que fa al tractament de pics de feina, parla d'incorporacions de personal, tot i que no especifica com ni a on.

SODEXO presenta un procediment d'atenció al client, amb quatre punts: "Acogida y acomodo"; "Servicio"; "Facturación y despedida" i "Gestión de quejas y sugerencias". La proposta és correcta, però sense fer èmfasi en la neteja de l'entorn.

ARCASA anomena propostes genèriques, sense una descripció en detall dels procediments i no es fa èmfasi en la neteja de l'entorn.

EUREST, per la seva banda, fa una proposta molt bàsica i genèrica sense una descripció al detall dels procediments.

4. GESTIÓ DELS RESIDUS I POLÍTICA AMBIENTAL, AMB LES INSTRUCCIONS DE TREBALL I ELS PROCEDIMENTS QUE ES DUEN A TERME EN EL SERVEI DE CUINA:

Totes les propostes són correctes, tot i que molt genèriques, i tenen en comú que fan una bona descripció dels residus de l'activitat i de mesures per minimitzar la generació de residus, però en cap cas reflecteixen l'especificitat del Museu.

L'opció d'**EUREST** destaca presentant uns protocols d'actuació més elaborats, que inclou la periodicitat de retirada de residus; **SODEXO** presenta una proposta generalista però inclou accions concretes de reducció de residus; **ARCASA** parla de formació i de polítiques de conscienciació, però no s'entra en la definició de procediments de treball; **SINGULARIS**, que presenta una proposta molt generalista en el que s'inclouen equipaments que no estan dintre de l'objecte del contracte.

5. PLA DE MANTENIMENT DE LES INSTAL·LACIONS:

SODEXO proposa com a millora la implantació d'un software específic de gestió de manteniment, que es valora positivament, perquè facilita la gestió des del Museu; i **ARCASA** ofereix una eina personalitzada de gestió de manteniment, i un equip de servei d'atenció tècnica format per tècnics especialistes externs que es valora positivament com element de millora. Les propostes de **SINGULARIS** i **EUREST** són correctes, però sense aportar cap millora rellevant.

D'acord amb tot l'exposat en els cinc apartats precedents, la puntuació resultant és **EUREST: 3,70 punts; SINGULARIS: 3,30 punts; SODEXO: 2,80 punts, i ARCASA: 2,60 punts.**

SISTEMES D'INFORMACIÓ (fins a 2 punts): *L'empresa posarà a disposició del Museu per a retiment de comptes i seguiment de l'explotació del servei. Per a l'atorgament d'aquesta puntuació es tindrà en compte la qualitat de la informació, la seva presentació, transparència, periodicitat i l'accessibilitat per part del Museu.*

La proposta d'**ARCASA** és la que garanteix una qualitat més alta de la informació a reportar, que va més enllà de l'estrictament econòmic incorporant indicadors de seguiment de l'explotació del servei, un control de check list, i una memòria anual. L'accessibilitat, transparència i periodicitat també queden garantits amb l'accés on-line al seu sistema d'informació. Per tot això, se li atorguen **1,75 punts**.

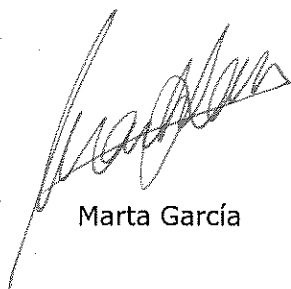
SINGULARIS també presenta una opció molt completa i focalitzada en l'àmbit econòmic. La qualitat de la informació es garanteix amb un programari potent que ofereix un gran ventall d'informes i d'accés directe, i per aquest motiu se li atorguen **1,5 punts**.

Les propostes d'**EUREST** i **SODEXO** es valoren de la mateixa manera, **amb 1,25 punts**. Es tracta d'opcions correctes, menys elaborades, que es basen en l'accés als seus respectius programes de gestió.

QUADRE RESUM DE PUNTUACIONS:

	puntuació màxima	ARCASA	EUREST	SINGULARIS	SODEXO
Oferta gastronòmica	15,00	7,25	12,50	9,65	8,25
Tast	5,00	3,05	4,45	4,66	4,10
Pla Comercial	10,00	6,00	5,50	10,00	5,00
Millora espais i disseny i presentació servei	12,00	3,50	7,50	10,75	1,25
Pla organització	5,00	2,60	3,70	3,30	2,80
Sistemes informació	2,00	1,75	1,25	1,50	1,25
TOTAL	49,00	24,15	34,90	39,86	22,65

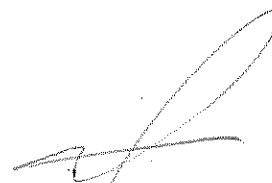
Barcelona, a 5 de juliol de 2019



Marta García



Joan Cirilo



Anna Bernadàs



Cristina Arellano



Elisabet Pueyo



Xavier Abelló

