



Fundació Museu Picasso de Barcelona
C/Montcada,15-23
08003 Barcelona
EXP. E240000166

Codi expedient: E240000166 Tramitació: ordinària	Contractació de la “concessió de serveis per a l' explotació de la llibreria-botiga del Museu Picasso de Barcelona”
--	--

INFORME VALORACIÓ TÈCNICA (SOBRE B) RELATIU ALS CRITERIS DE VALORACIÓ QUE DEPENEN D'UN JUDICI DE VALOR DE LES OFERTES REBUDES PER LA CONTRACTACIÓ DE LA CONCESSIÓ DE SERVEIS PER A L'EXPLOTACIÓ DE LA LLIBRERIA-BOTIGA DEL MUSEU PICASSO DE BARCELONA

1. Empreses que han presentat oferta i admeses per a la valoració de la memòria tècnica i organitzativa (sobre B)

EMPRESA	NIF/CIF
PALACIOS Y MUSEOS, SLU	B85810331
LAIETANA DE LLIBRETERIA, SL	B08549784

2. Procés de valoració

CRITERIS D'ADJUDICACIÓ

1 CRITERIS D'ADJUDICACIÓ AVALUABLES MITJANÇANT JUDICI DE VALOR (Fins a 49 punts):

1.1 Descripció de la proposta d'oferta servei de llibreria especialitzada. Fins a 9 punts

En atenció al punt 2.a, del Plec de Prescripcions tècniques (PPT), aquesta proposta ha de contemplar de les publicacions vinculades a Pablo Picasso i la seva obra, d'altres creadors i moviments artístics vinculats a l'artista, i assaigs relacionats amb les línies de treball del museu (sense tenir en compte els llibres, catàlegs i llibres infantils publicats o coeditats pel museu i les guies turístiques). S'haurà d'acompanyar amb el seu preu de venda al públic (PVP).

Es valorarà la varietat, idoneïtat, qualitat, els PVP ajustats a mercat, afinitat amb les col·leccions, programació i línies de treball del museu i la seva contribució a una bona imatge de la Fundació Museu Picasso Barcelona (FMPB) davant del públic i que estigui alineada amb la seva identitat, també que inclogui publicacions adreçades a públic familiar.

Valoració tècnica:

Puntuació



	LAIETANA DE LLIBRETERIA, SL	PALACIOS Y MUSEOS, SLU
Descripció de la proposta d'oferta servei de llibreria especialitzada de Màx 9 punts	7	4

LAIETANA DE LLIBRETERIA, SL

La selecció bibliogràfica que es presenta a l'annex I és pertinent en tant que inclou publicacions entorn a Picasso, artistes coetanis, assaig sobre art del s. XX i museologia. Supera els 200 títols demanats (inclou més de 600 registres bibliogràfiques) i els apartats segueixen els enumerats en la Memòria.

Es valora positivament la presentació acurada de les fitxes bibliogràfiques.

En l'anàlisi dels criteris demanats de varietat, idoneïtat i qualitat, ressaltam:

1. Tant els apartats com la selecció bibliogràfica compleixen criteris de qualitat i d'idoneïtat.
2. Absències remarcables de bibliografia bàsica.
3. Absències notables d'obres sobre els diferents períodes i tècniques de l'artista.
4. Cura en la selecció de novetats editorials, per exemple, en les publicacions generades durant l'any Picasso (2023).
5. Destaca la qualitat de l'apartat 4. Edicions especials i la pertinença dels subapartats proposats.
6. Destaca la cura en donar el màxim de versions de cada títol referenciat.
7. Pel que fa a la qualitat de la selecció, es valora el coneixement de l'especialitat, el rigor i el fet d'evitar la selecció estrictament per data de publicació (novetat editorial).
8. La secció 11. Llibres infantils i juvenils, té en compte la separació de llibres de coneixements i llibres d'activitats.
9. Destaca la qualitat en la proposta de bibliografies selectives de les exposicions temporals organitzades pel Museu.

La proposta es valora amb 7 punts

PALACIOS Y MUSEOS, SLU

La selecció bibliogràfica que es presenta a l'annex I és pertinent en tant que inclou publicacions entorn a Picasso, artistes coetanis, assaig sobre art del s. XX i museologia. Tot i ser molt extensa (1.143 registres bibliogràfics) esdevé una llista acumulativa, que no segueix els encapçalaments temàtics anunciats en la Memòria, i amb problemes de barreja de criteris documentals a l'hora d'organitzar la informació. Per exemple, els apartats 1.6 Monografies i 1.7 Catàlegs d'exposicions, fan referència a criteris de tipologia documental, mentre que els apartats anteriors responen a criteris temàtics.

Confusió entre quantitat i exhaustivitat; amb falta de criteri de selecció.

Es valora la voluntat d'alinejar-se amb la programació del Museu, però hi ha una manca d'expertesa en l'especialitat sobre Picasso i el Museu Picasso de Barcelona, en el resultat de la proposta.

En l'anàlisi dels criteris demanats de varietat, idoneïtat i qualitat ressaltam:

1. Absències notables de referències bibliogràfiques d'especialistes en Picasso de prestigi reconegut (per exemple, catàleg raonat de Josep Palau i Fabre).
2. Absències notables en la bibliografia picassiana bàsica.



3. Absències d'alguns catàlegs raonats (obra gràfica, ceràmica, escultura, etc).
4. Errors en la informació editorial donada. Per exemple, dues publicacions del Museu Picasso de Barcelona com són el catàleg d'exposició Pablo Picasso, Fernande Olivier i els seus amics, Daniel-Henry Kahnweiler, marxant i editor, consten com editades pel Museu Picasso de Màlaga. O el llibre de Claustre Rafart, Picasso i Barcelona. Una cartografia, hi figura editat per Tenov, quan és una obra coeditada amb el Museu Picasso de Barcelona. El mateix passa amb el catàleg Picasso. La mirada del fotògraf, on només hi consta el coeditor, La Fàbrica.
5. Desenfocament i desajustos en els continguts d'alguns apartats com per exemple l'aparat 3. Context històric, o l'aparat 10.1. Història del Museu Picasso de Barcelona.
6. Pel que fa a l'aparat 11. Antiquària, hi ha falta de criteris de selecció i es barregen llibres de segona mà amb obres de bibliofília.
7. L'aparat 6. Audiovisuals, respon a un criteri de classificació basat en el suport, no és un criteri temàtic.
8. La informació de les fitxes bibliogràfiques, contenen errades ortogràfiques i d'informació, i els resums es donen en la llengua sense traduir.
9. No s'ha tingut prou cura alhora de seleccionar les edicions existents en català i castellà, com a edicions preferents.
10. L'aparat 5. Infantil/Juvenil barreja llibres de coneixements i llibres d'activitats.

La proposta es valora amb 4 punts

1.2 Descripció de la proposta de productes que no siguin publicacions. Fins a 5 punts

Productes, elements impresos, objectes de regal i complements afins a la temàtica artística del museu. La selecció de productes haurà de tenir afinitat amb la col·lecció i la programació del Museu i contribuir al prestigi del mateix. S'haurà d'acompanyar amb el seu preu de venda al públic (PVP).

La proposta d'oferta comercial ha de contemplar criteris ecològics (eco-disseny, ús de productes reciclats, mínim embalatge, etc.) i/o socials (comerç just, comerç local i de proximitat, que fomentin la inserció social, etc.), així com la informació sobre les característiques ecològiques i socials d'aquests productes.

Els 5 punts màxims totals es puntuaran segons:

- *Per una oferta de productes de qualitat, **fins a 3 punts**.*
- *Per la inclusió de, com a mínim, un 15% d'articles que fomentin comportaments sostenibles com la reutilització, **fins a 2 punts**.*

Valoració tècnica:

Puntuació

Descripció de la proposta de productes que no siguin publicacions. Fins a 5 punts	LAIETANA DE LLIBRETERIA, SL	PALACIOS Y MUSEOS, SLU
Per una oferta de productes de qualitat. Màx 3	3	2



Per la inclusió de, com a mínim, un 15% d'articles que fomentin comportaments sostenibles com la reutilització. Màx 2	2	2
TOTAL PUNTUACIÓ Màx 5	5	2

LAIETANA DE LLIBRETERIA, SL

Per una oferta de productes de qualitat (Màx 3 punts)

La proposta destaca per la seva capacitat de promoure la identitat del Museu i oferir una experiència prolongada als visitants, tot posant un èmfasi clar en la sostenibilitat.

La selecció de productes, inspirats tant en les obres de la col·lecció del museu com en altres creacions de Picasso, reflecteix una reflexió sobre la creativitat, la inspiració i la curiositat de l'autor.

Els criteris de qualitat, que inclouen la proximitat, l'artesania i un fort compromís social, són especialment valorats, ja que busquen generar un impacte positiu en la comunitat. La proposta aposta fermament per treballar amb proveïdors locals i de proximitat (Km 0), així com per fomentar la inclusió social. Aquest compromís amb la producció local i responsable contribueix a un valor afegit que no només beneficia la comunitat, sinó que també enforteix la identitat del projecte.

Els productes es presenten en temàtiques que responen a l'obra de Picasso i a la realitat del barri del museu, amb una oferta que abasta una àmplia gamma d'articles, des de tèxtils fins a objectes de la llar i decoració. Aquesta proposta posa un èmfasi destacat en el disseny i l'artesania local, mostrant el disseny barceloní com un element fonamental de la identitat de la ciutat.

La inclusió de productes exclusius de marques de luxe i dissenyadors locals i internacionals, amb una clara aposta per l'ecodisseny i la fabricació responsable, aporta una dimensió de qualitat i sostenibilitat a l'oferta. A més, la proposta inclou reproduccions d'obres en tèxtil així com a reproduccions en paper, avalades per l'Administració Picasso. Inclou també joieria artesanal, afegint una gran varietat a l'oferta.

És important destacar també els objectes artístics amb fins solidaris i inclusius, així com els productes infantils relacionats amb la creativitat. La col·laboració amb una entitat solidària per recollir fons per a la salut infantil és una mostra clara de l'impacte social que busca generar la proposta. A més, la possibilitat de comprar obra gràfica original complementa perfectament l'oferta.

En resum, la proposta es valora molt positivament per la seva coherència amb els criteris socials, mediambientals i culturals, així com per la seva adaptació a la imatge del museu i a la ciutat de Barcelona. La seva capacitat per integrar disseny local, compromís social i sostenibilitat la converteix en una iniciativa d'alt valor per la comunitat i els visitants.

La proposta es valora amb 3 punts

Per la inclusió de, com a mínim, un 15% d'articles que fomentin comportaments sostenibles com la reutilització (Màx 2 punts)

Gairebé la totalitat de productes ofertats estan produïts amb materials naturals, respectuosos amb el medi ambient, reciclats. Molts d'ells produïts en empreses de proximitat i d'economia social.

La proposta es valora amb 2 punts

Puntuació total del criteri: 5 punts



PALACIOS Y MUSEOS, SLU

Per una oferta de productes de qualitat. (Màx 3 punts)

L'objectiu d'oferir qualitat, exclusivitat i una connexió directa amb l'art de Picasso és clar i coherent amb la imatge del museu. La proposta de productes inspirats en les obres de la col·lecció i altres treballs de l'autor reflecteix una intenció de creació atractiva i ben definida.

Els criteris de qualitat exposats són adequats i busquen enriquir l'experiència del visitant, amb una oferta variada que inclou objectes de la llar, decoració, tèxtils i papereria. No obstant això, un aspecte que caldria millorar és la presència de disseny local. La majoria dels productes estan associats a marques de disseny multinacionals, amb només algunes col·laboracions amb estudis de disseny català i espanyol. Això redueix l'impacte que podria tenir la proposta en la comunitat local i minva la sensació d'autenticitat que es podria esperar d'una iniciativa vinculada a l'art de Picasso i a la ciutat de Barcelona. Un major enfocament en el disseny local podria enriquir molt més la proposta i crear una connexió més profunda amb la cultura i la comunitat de la ciutat.

Per altra banda, la diversitat d'objectes infantils, bijuteria i joieria, així com les reproduccions en tèxtil, aporten una interessant varietat a l'oferta. La col·laboració amb proveïdors avalats per l'Administració Picasso per a reproduccions d'obra en tèxtil i objectes de decoració garanteix un bon tractament dels materials i colors, oferint un producte de qualitat.

En resum, la conceptualització general de la proposta és molt positiva i els criteris utilitzats són adequats. Així mateix, la diversitat de preus i productes exclusius ofereixen una bona gamma. Tot i això, seria beneficiós un major compromís amb el disseny local per tal d'ampliar l'impacte en la comunitat i reforçar l'autenticitat de la proposta.

La proposta es valora amb 2 punts

Per la inclusió de, com a mínim, un 15% d'articles que fomentin comportaments sostenibles com la reutilització (Màx 2 punts)

Més del 15% dels productes presenten algun element realitzat amb productes reciclats o en el propi producte o en l'embalatge. Es compromet amb la sostenibilitat, utilitza l'ecodisseny i s'associa amb projectes d'inclusió social

La proposta es valora amb 2 punts

Puntuació total del criteri: 4 punts

1.3. Descripció de la proposta de disseny i desenvolupament d'una línia de marxandatge de la Fundació Museu Picasso de Barcelona. Fins a 8 punts.

Descripció de la línia específica de marxandatge de promoció comercial de la marca del Museu que podrà mostrar el logotip, així com de productes de promoció comercial específics de les exposicions, tant de la col·lecció permanent com de les temporals.

Es valorarà la varietat, idoneïtat, qualitat, i la seva contribució a una bona imatge de la Fundació Museu Picasso Barcelona (FMPB) davant del públic i que estigui alineada amb la seva identitat.

S'haurà d'acompanyar amb el seu preu de venda al públic (PVP).

La proposta de la línia de marxandatge haurà d'anar acompanyada d'una metodologia de treball en col·laboració amb el museu que garanteixi una comunicació fluïda i bidireccional.

Els 8 punts màxims totals es puntuaran segons:



- a) L'existència d'una línia de productes amb una clara orientació de promoció comercial de les exposicions temporals i de la col·lecció permanent del museu, **fins a 4 punts**.
- b) L'existència d'una línia de productes amb una clara orientació de promoció comercial de la marca FMPB, **fins a 4 punts**.

Valoració tècnica

Puntuació

Descripció de la proposta de disseny i desenvolupament d'una línia de marxandatge de la Fundació Museu Picasso de Barcelona. Fins a 8 punts	LAIETANA DE LLIBRETERIA, SL	PALACIOS Y MUSEOS, SLU
Per l'existència d'una línia de productes amb una clara orientació de promoció comercial de les exposicions temporals i de la col·lecció permanent del museu. Màx 4	4	3
Per l'existència d'una línia de productes amb una clara orientació de promoció comercial de la marca FMPB. Màx 4	4	2
TOTAL PUNTUACIÓ Màx 8	8	5

LAIETANA DE LLIBRETERIA, SL

Per l'existència d'una línia de productes amb una clara orientació de promoció comercial de les exposicions temporals i de la col·lecció permanent del museu (Màx. 4 punts)

La proposta es presenta com una iniciativa ben estructurada, organitzada en diversos àmbits temàtics que estan adequadament descrits i justificats. Aquesta organització busca garantir una coherència amb el contingut de la col·lecció del museu i amb les diferents etapes del recorregut creatiu de Pablo Picasso, aportant un valor afegit a tota la gamma de productes oferts.

Per a cada àmbit temàtic, la proposta inclou una àmplia varietat de productes que van des de la ceràmica fins a productes per a la llar, tèxtils, papereria, complements, perfumeria natural, làmines emmarcades i productes infantils, entre d'altres. A més, s'ofereixen materials i estris de pintura i creació artística, fomentant la connexió amb el procés creatiu de Picasso i l'estímul de la creativitat.

El rang de preus és també un aspecte destacable, ja que incorpora opcions per a tots els pressupostos, des de productes més accessibles fins a opcions més exclusives. A més, es valora positivament la inclusió de productes d'artistes nacionals i marques de disseny internacional, aportant una combinació d'originalitat i reconeixement internacional que enriqueix l'oferta.

Els productes estan elaborats amb materials reciclats, la qual cosa reforça el compromís amb la sostenibilitat. La majoria de la producció prové de fonts locals, incloent tallers d'artesanía local i projectes d'inclusió social i promoció de la igualtat. Aquest enfocament no només contribueix a la sostenibilitat, sinó que també dona suport a la comunitat i fomenta la responsabilitat social.

En resum, la proposta es valora de manera molt positiva per la seva capacitat de fusionar creativitat, diversitat i qualitat, tot mantenint una connexió clara amb la història i



Fundació Museu Picasso de Barcelona
C/Montcada,15-23
08003 Barcelona
EXP. E240000166

l'evolució artística de Picasso i de la col·lecció del museu, incorporant valors socials i ambientals que enriqueiran l'experiència del visitant.

La proposta es valora amb 4 punts

Per l'existència d'una línia de productes amb una clara orientació de promoció comercial de la marca FMPB (Màx. 4 punts)

La proposta destaca per la seva coherència amb la imatge corporativa del museu, oferint productes de qualitat, moderns, elegants i respectuosos amb el medi ambient. La gamma de productes és àmplia i inclou opcions fetes amb materials sostenibles i producció local, en la seva majoria artesanal. La línia de moda tèxtil s'associa a un projecte ecològic i solidari de la ciutat. A més, s'inclouen productes amb cites de Picasso, que enriqueixen el caràcter divulgatiu del marxandatge, així com una línia relacionada amb l'edifici patrimonial del museu i la ciutat de Barcelona. També s'ofereix una línia infantil, ampliant l'oferta per a totes les edats. En resum, la proposta és molt positiva per la seva integració amb els valors del museu, la sostenibilitat i el suport a la comunitat local.

La proposta es valora amb 4 punts

Puntuació total del criteri: 8 punts

PALACIOS Y MUSEOS, SLU

Per l'existència d'una línia de productes amb una clara orientació de promoció comercial de les exposicions temporals i de la col·lecció permanent del museu (Màx. 4 punts)

La proposta es presenta de manera ben estructurada, amb diferents temàtiques que es relacionen de manera coherent amb les obres del fons del museu, les exposicions temporals i la ciutat de Barcelona.

Les imatges de les obres seleccionades s'apliquen sobre una varietat d'objectes, com tèxtils, papereria, articles per a la llar i joieria, restant potser, originalitat a la proposta. Incorpora productes associats principalment a marques multinacionals i productors internacionals, i tot i que exhibeixen etiquetes ecològiques i inclouen objectius socials, la qual cosa aporta una dimensió de sostenibilitat i responsabilitat social a l'oferta, queda poc vinculada a la ciutat.

El rang de preus és ampli, oferint diverses opcions que s'adapten a diferents pressupostos, fet que amplia l'accessibilitat dels productes.

Inclou una selecció de productes de gamma infantil, la qual cosa amplia l'atractiu de l'oferta a un públic més jove i familiar.

També cal destacar la inclusió de làmines i cartelleria amb obra impresa, una opció interessant per aquells que busquen una connexió més directa amb les obres de Picasso.

Tanmateix, en referència als productes vinculats a la temàtica de Barcelona i el barri del Born, no es perceben elements d'identificació diferenciadora que connectin més profundament amb la identitat d'aquest barri tan característic de la ciutat. Potser una major incorporació de l'especificitat del Born hauria pogut enriquir l'oferta i enfortir la seva relació amb la comunitat local.

En resum, la proposta es valora molt positivament per la seva varietat, la coherència amb les temàtiques de l'obra de Picasso, i la inclusió de productes responsables. No obstant això, la falta de personalització en els productes del Born i la ciutat podria limita el seu impacte respecte la identitat del museu.

La proposta es valora amb 3 punts

Per l'existència d'una línia de productes amb una clara orientació de promoció comercial de la marca FMPB (Màx. 4 punts)

En l'oferta presentada, el logotip del museu es veu aplicat a diversos objectes com papereria, articles d'escriptori, tèxtils i altres productes d'ús quotidià. Si bé alguns dels productes són de qualitat, amb dissenys sobris i elegants, la varietat no sempre reflecteix

una gran originalitat. Es valora positivament l'esforç per utilitzar materials reciclats en alguns productes i els seus embalatges, La proposta, en general, compleix amb els estàndards, però no aconsegueix destacar de manera significativa en la imatge del museu.

La proposta es valora amb 2 punts

Puntuació total del criteri: 5 punts

1.4 Pla de comunicació i pla de màrqueting orientat a la venda, tant física com online, que asseguri tràfic i conversió, tant física com online. Fins a 4 punts.

Es tindrà en compte el disseny i la definició de l'estratègia on i off line (web de venda on line, xarxes socials, newsletters, blogs i altres accions promocionals) de comunicació i difusió de la botiga i de les línies de producte, d'acord amb la missió i objectius del museu, i a la programació prevista. Haurà d'incloure la descripció dels canals i de les accions promocionals en especial atenció a la venda online.

Els 4 punts es desglossen de la següent manera:

- a) Per la definició de la proposta i viabilitat de les propostes de l'estratègia offline (fins a 2 punts).*
- b) Per la definició de la proposta i viabilitat de les propostes de l'estratègia on line (fins a 2 punts).*

Valoració tècnica

Puntuació

Pla de comunicació i pla de màrqueting orientat a la venda, tant física com online, que asseguri tràfic i conversió, tant física com online. Fins a 4 punts	LAJETANA DE LLIBRETERIA, SL	PALACIOS Y MUSEOS, SLU
Per la definició de la proposta i viabilitat de les propostes de l'estratègia offline. Max 2	1,5	1
Per la definició de la proposta i viabilitat de les propostes de l'estratègia on line. Max 2	1,5	0,5
TOTAL PUNTUACIÓ Màx 4	3	1,5

LAJETANA DE LLIBRETERIA, SL

Per la definició de la proposta i viabilitat de les propostes de l'estratègia offline. Max 2

La proposta presenta uns objectius clars, coherents i adequats que van més enllà de la venda de llibre i objecte i es centren en objectius per reforçar la Marca Museu Picasso i possibilitar, mitjançant les diverses accions de comunicació, una experiència completa de visita al Museu Picasso que no descuida el nou restaurant del Museu. És una proposta ben plantejada perquè es basa en l'anàlisi de dades, és omnicanal i té present una segmentació de públics coherent. La proposta d'accions en botiga és molt concreta i més enllà de promocionar la venda busca millorar experiència de l'usuari incloent tant informació pràctica com contingut relacionat. Inclou propostes viables, coherents i



Fundació Museu Picasso de Barcelona
C/Montcada,15-23
08003 Barcelona
EXP. E240000166

adequades com les caixes de llums, la incorporació de pantalles i la millora de senyalística exterior. És interessant com l'estratègia d'accions en botiga és redirigida a una experiència digital, facilitant tràfic a la web del Museu. Les campanyes de producte i per festivitats concretes són adequades, així com la proposta de venda creuada amb el restaurant del Museu tot i què alguna de les accions / activitats proposades podria arribar competir amb l'activitat del Museu fent-les doncs, no adequades per a l'activitat general. En resum, és una proposta coherent i concreta que respon als objectius plantejats.

La proposta es valora amb 1,5 punts

Per la definició de la proposta i viabilitat de les propostes de l'estratègia on line. Max 2

Proposen una web de venda en línia que sigui una extensió de la web del Museu amb l'objectiu de ser una referència especialitzada en Picasso. Inclou una bona proposta de home i incideix en l'experiència de l'usuari tant en el procés de compra com en el de consumidor de continguts. Essent, per tant, una proposta molt correcta i diferenciada. Inclou, a més, una estratègia coherent de millora de tràfic i posicionament amb una eina d'anàlisi així com d'elaboració de continguts concrets en coordinació amb el Museu. L'estratègia de màrqueting digital és concreta i adequada i inclou una ampliació de continguts orgànics interessant. La proposta també descriu els canals de xarxes socials emprats amb públic diferenciat i objectius concrets amb la novetat de la incorporació de la nova xarxa Tik Tok i amb accions concretes de microinfluencers per atraure seguidors i fidelitzar-los. Incorpora l'estratègia pels butlletins amb calendari i contingut propi i una proposta interessant de producció de vídeos per a xarxes pensant en nous públics. L'anàlisi inclou mesurar venda i tràfic, així com grau d'interacció i experiència de l'usuari.

La proposta es valora amb 1,5 punts

Puntuació total del criteri: 3 punts

PALACIOS Y MUSEOS, SLU

Per la definició de la proposta i viabilitat de les propostes de l'estratègia offline. Max 2

La proposta identifica uns objectius generals adreçats principalment a la venda i a la fidelització amb una proposta de segmentació de públic adequada al públic de la botiga-llibreria Museu Picasso. L'estratègia però, és poc concreta en alguns aspectes i alguna de les propostes presentades, com la de la presència de "pop up stores", és poc viable, fet que demostra una valoració poc acurada del funcionament i de l'espai físic del Museu. En general, l'estratègia off-line està poc desenvolupada i li manca concreció.

La proposta es valora amb 1 punt

Per la definició de la proposta i viabilitat de les propostes de l'estratègia on line. Max 2

Proposen una web de venda en línia d'una plataforma externa que mantindrà el disseny corporatiu digital del Museu, serà responsive i atendrà a les necessitats de l'usuari, però que és en definitiva molt estàndard i poc personalitzada. A la vegada, la proposta estratègica per als canals de les xarxes socials és massa generalista. Pel que fa a la campanya de publicitat digital, aquesta no especifica la funció del butlletí ni les campanyes de subscripcions. La proposta de calendari i d'avaluació d'impacte de les accions dutes a terme és també genèrica i descuida una concreció necessària en un pla estratègic.

La proposta es valora amb 0,5 punts

Puntuació total del criteri: 1,5 punts

1.5 Projecte de distribució i adequació de l'espai a les necessitats del servei de llibreria.
Fins a 6 punts.



Es valoraran les propostes d'actuacions i adequació i redistribució d'espais i proposta d'aparadorisme i presentació del producte, tenint en compte que s'ha de diferenciar un espai de llibreria i un espai de venda d'altres productes:

Els 6 punts es desglossen de la següent manera:

- Per una proposta que inclogui una espai singular i visible de la part de llibreria amb el fons concentrat i no dispers en l'espai que inclogui novetats, fons històric i apartat de bibliofília. **(fins a 2 punts)**.
- Per un projecte inclogui una descripció i imatge del disseny decoratiu i del mobiliari (aparadorisme, distribució de l'espai, il·luminació, etc.) **(fins a 2 punts)**.
- Per una descripció de les estratègies i solucions pensades per a la captació de vendes de les publicacions del museu als visitants. **(fins a 2 punts)**

Valoració tècnica:

Puntuació

Projecte de distribució i adequació de l'espai a les necessitats del servei de llibreria. Fins a 6 punts	LAJETANA DE LLIBRETERIA, SL	PALACIOS Y MUSEOS, SLU
Per proposta que inclogui una espai singular i visible de la part de llibreria amb el fons concentrat i no dispers en l'espai que inclogui novetats, fons històric i apartat de bibliofília. Max 2	2	0
Per projecte que inclogui una descripció i imatge del disseny decoratiu i del mobiliari (aparadorisme, distribució de l'espai, il·luminació, etc.). Max 2	2	2
Per descripció de les estratègies i solucions pensades per a la captació de vendes de les publicacions del museu als visitants. Max 2	2	2
TOTAL PUNTUACIÓ Màx 6	6	4

LAJETANA DE LLIBRETERIA, SL

Per una proposta que inclogui una espai singular i visible de la part de llibreria amb el fons concentrat i no dispers en l'espai que inclogui novetats, fons històric i apartat de bibliofília. Max 2

Presenta una proposta excel·lent de distribució i classificació dels diferents continguts de la llibreria, amb una organització molt completa i de gran qualitat. Les col·leccions i temàtiques estan disposades de manera atractiva, ordenada i clarament estructurada, oferint una visibilitat òptima dels llibres. Aquesta classificació destaca per la seva amplitud i per cobrir amb detall una àmplia varietat d'interessos vinculats a l'art, millorant



significativament l'experiència dels usuaris.

La proposta es valora amb 2 punts

Per un projecte que inclogui una descripció i imatge del disseny decoratiu i del mobiliari (aparadorisme, distribució de l'espai, il·luminació, etc.). Max 2

La proposta és molt correcta, millora l'actual distribució cercant solucions pràctiques a les necessitats de l'espai. Incorpora també millores en la senyalística interior i fa propostes de senyalística i elements d'atracció a altres espais del museu.

La proposta es valora amb 2 punts

Per la descripció de les estratègies i solucions pensades per a la captació de vendes de les publicacions del museu als visitants. Max 2

Presenta bones propostes per incrementar les vendes de les publicacions del museu, potenciant la seva visibilitat.

La proposta es valora amb 2 punts

Puntuació total del criteri: 6 punts

PALACIOS Y MUSEOS, SLU

Per una proposta que inclogui una espai singular i visible de la part de llibreria amb el fons concentrat i no dispers en l'espai que inclogui novetats, fons històric i apartat de bibliofília. Max 2

La proposta descriu l'espai destinat a llibreria, però no especifica la ubicació i distribució de les diferents col·leccions.

La proposta es valora amb 0 punts

Per un projecte que inclogui una descripció i imatge del disseny decoratiu i del mobiliari (aparadorisme, distribució de l'espai, il·luminació, etc.). Max 2

Proposta molt correcta, basada en principis de marxandatge i aparadorisme cercant visibilitat dels productes amb un mobiliari acurat i funcional.

La proposta es valora amb 2 punts

Per la descripció de les estratègies i solucions pensades per a la captació de vendes de les publicacions del museu als visitants. Max 2

Detalla una bateria molt complerta de solucions per als problemes detectats per aconseguir un increment en la venda de publicacions del museu

La proposta es valora amb 2 punts

Puntuació total del criteri: 4 punts

1.6 Pla d'organització del servei. Fins a 7 punts.

Els 7 punts es desglossen de la següent manera:

a) S'haurà de presentar una proposta que reculli la posada en marxa del servei indicant les tasques de cadascun dels membres de l'equip, el calendari per a la seva plena implementació i posada en marxa, el seu dimensionament, els protocols de resolucions d'incidències, els horaris, el sistema de reposició d'estocs i la seva cura un cop exposats a la botiga, i altres millores en la prestació del servei. **(fins a 4 punts)**.

b) Descripció del pla de formació del personal assignat a la botiga i llibreria que contempli aspectes relacionats amb l'atenció al client i molt especialment a matèries vinculades amb l'art, humanitats i Picasso. Així com actualització cultural de la ciutat de Barcelona, orientat a aconseguir l'excel·lència en el servei **(fins a 3 punts)**.

Valoració tècnica

Puntuació

Pla d'organització del servei. Fins a 7 punts.	LAIETANA DE LLIBRETERIA, SL	PALACIOS Y MUSEOS, SLU
Proposta que reculli la posada en marxa del servei indicant les tasques de cadascun del membres de l'equip, el calendari per a la seva plena implementació i posada en marxa, el seu dimensionament, els protocols de resolucions d'incidències, els horaris, el sistema de reposició d'estocs i la seva cura un cop exposats a la botiga, i altres millores en la prestació del servei. Max 4	3,5	3
Pla de formació del personal assignat a la botiga i llibreria que contempli aspectes relacionats amb l'atenció al client i molt especialment a matèries vinculades amb l'art, humanitats i Picasso. Així com actualització cultural de la ciutat de Barcelona, orientat a aconseguir l'excel·lència en el servei. Max 3	3	1
TOTAL PUNTUACIÓ Màx 7	6,5	4

LAIETANA DE LLIBRETERIA, SL

Proposta que reculli la posada en marxa del servei indicant les tasques de cadascun dels membres de l'equip, el calendari per a la seva plena implementació i posada en marxa, el seu dimensionament, els protocols de resolucions d'incidències, els horaris, el sistema de reposició d'estocs i la seva cura un cop exposats a la botiga, i altres millores en la prestació del servei. (fins a 4 punts).

La planificació és molt detallada i inclou totes les accions destinades a implantar la llibreria-botiga, en tots els aspectes necessaris, des de l'espai, el producte, mobiliari, millores, senyalística, comunicació, plataforma de reporting, etc.

S'expliciten molt clarament les funcions de les diferents posicions de personal, orientades a acompanyar el visitant en el seu procés de compra, i es valora molt positivament la descripció de la figura de responsable de la secció de llibres. Presenta un sistema d'horaris adequat. El protocol d'incidències se centra en l'atenció al client, però no detalla altres incidències en el servei.

Utilitza una metodologia de control i de reposició d'estocs molt sofisticada, amb utilització de tecnologia avançada i magatzems a Barcelona o en les proximitats. Es proposa també un sistema de control de l'estoc òptim a la botiga.

Presenta una bateria de serveis de valor afegit pel client molt completa: des de prescripcions i assessoraments especialitzats en llibreria fins a serveis de transport i acompanyament.

La proposta es valora amb 3,5 punts



Pla de formació del personal assignat a la botiga i llibreria que contempli aspectes relacionats amb l'atenció al client i molt especialment a matèries vinculades amb l'art, humanitats i Picasso. Així com actualització cultural de la ciutat de Barcelona, orientat a aconseguir l'excel·lència en el servei (fins a 3 punts).

Presenta una proposta molt detallada del Pla de formació, amb exposició dels continguts i metodologia, i aportant també experiències enriquidores per als professionals respecte a l'agenda cultural i museística de la ciutat.

La proposta es valora amb 3 punts

Puntuació total del criteri: 6,5 punts

PALACIOS Y MUSEOS, SLU

Proposta que reculli la posada en marxa del servei indicant les tasques de cadascun dels membres de l'equip, el calendari per a la seva plena implementació i posada en marxa, el seu dimensionament, els protocols de resolucions d'incidències, els horaris, el sistema de reposició d'estocs i la seva cura un cop exposats a la botiga, i altres millores en la prestació del servei. (fins a 4 punts).

Presenta una planificació genèrica, de la implantació sense especificar les accions concretes.

Presenta una detallada bateria de detecció i resolució d'incidències de tots els aspectes del servei.

Utilitza una metodologia de control i de reposició d'estocs molt sofisticada, amb utilització de tecnologia avançada. i magatzems a Barcelona o en les proximitats

La proposta es valora amb 3 punts

Pla de formació del personal assignat a la botiga i llibreria que contempli aspectes relacionats amb l'atenció al client i molt especialment a matèries vinculades amb l'art, humanitats i Picasso. Així com actualització cultural de la ciutat de Barcelona, orientat a aconseguir l'excel·lència en el servei (fins a 3 punts).

Presenta de forma molt general la proposta de pla de formació.

La proposta es valora amb 1 punt

Puntuació total del criteri: 4 punts

1.7 Sistemes d'informació, coordinació, i seguiment. Fins a 7 punts.

Presentació dels sistemes de informació que l'empresa posarà a disposició del museu per a rendiment de comptes i seguiment de l'explotació del servei.

Els 7 punts es desglossen de la següent manera:

a) La proposta ha de contenir els sistemes d'informació que l'empresa posarà a disposició del museu per tal de fer seguiment del rendiment de comptes i de l'explotació del servei. Es valorarà la qualitat i presentació de la informació, així com la transparència, periodicitat i accessibilitat a la informació per part del Museu. **(fins a 4 punts).**

b) Es valorarà l'establiment d'un sistema d'indicadors qualitius d'avaluació permanent per assegurar la millora contínua. **(fins a 3 punts).**

Valoració tècnica

Puntuació

Sistemes d'informació, coordinació, i seguiment. Fins a 7 punts	LAJETANA DE LLIBRETERIA, SL	PALACIOS Y MUSEOS, SLU
La proposta ha de contenir els sistemes d'informació que l'empresa posarà a disposició del museu per tal de fer seguiment del rendiment de comptes i de l'explotació del servei. Es valorarà la qualitat i presentació de la informació, així com la transparència, periodicitat i accessibilitat a la informació per part del Museu Max 4	4	4
Per l'establiment d'un sistema d'indicadors qualitatius d'avaluació permanent per assegurar la millora contínua. Max 3	3	2
TOTAL PUNTUACIÓ Màx 7	7	6

LAJETANA DE LLIBRETERIA, SL

La proposta ha de contenir els sistemes d'informació que l'empresa posarà a disposició del museu per tal de fer seguiment del rendiment de comptes i de l'explotació del servei. Es valorarà la qualitat i presentació de la informació, així com la transparència, periodicitat i accessibilitat a la informació per part del Museu Max 4

En el Pla de Sistemes de l'empresa, s'utilitzen els models estadístics, algoritmes d'intel·ligència artificial i tecnologies innovadores per analitzar la informació i oferir quadres de comandament amb els KPI's definits per fer seguiment, a temps real, de l'evolució del servei. Presenta exemples concrets amb Dashedboards de seguiment molt aclaridors.

La proposta es valora amb 4 punts

Per l'establiment d'un sistema d'indicadors qualitatius d'avaluació permanent per assegurar la millora contínua. Max 3

Presenta una definició d'objectius qualitatius molt coherent orientats a la valoració del servei en la seva globalitat. Utilitza sistemes de recollida de diversa metodologia per una recollida àmplia i detecció de punts de millora. Es planteja com una part de l'estructura de Millora Contínua, presentant un Pla de seguiment d'indicadors

La proposta es valora amb 3 punts

Puntuació total del criteri: 7 punts

PALACIOS Y MUSEOS, SLU

La proposta ha de contenir els sistemes d'informació que l'empresa posarà a disposició del museu per tal de fer seguiment del rendiment de comptes i de l'explotació del servei. Es valorarà la qualitat i presentació de la informació, així com la transparència, periodicitat i accessibilitat a la informació per part del Museu Max 4

Proposa la utilització d'una plataforma de Bussines Intelligence que permet la monitorització a temps real per part del museu dels paràmetres respecte les dades de la visita i la gestió del servei. Es complementa amb una sistemàtica d'informes de diferent periodicitat en funció de la temàtica d'anàlisi.

La proposta es valora amb 4 punts



Per l'establiment d'un sistema d'indicadors qualitius d'avaluació permanent per assegurar la millora contínua. Max 3

Estableix un sistema d'indicadors qualitius basat en la recollida i anàlisi de dades del servei i satisfacció/opinió de l'usuari, a més de la realització d'auditories externes anònimes Es descriu de forma general.

La proposta es valora amb 2 punts

Puntuació total del criteri: 6 punts

1.8 Uniformitat i identificació. Fins a 3 punts.

Es valorarà que l'empresa adjudicatària presenti una proposta d'uniforme i identificació pels treballadors que han d'ocupar totes les posicions del servei. Fins a 3 punts.

Valoració tècnica

Puntuació

	LAJETANA DE LLIBRETERIA, SL	PALACIOS Y MUSEOS, SLU
Per una proposta d'uniforme i identificació pels treballadors que han d'ocupar totes les posicions del servei Max 3	3	

LAJETANA DE LLIBRETERIA, SL

Producció local garantint l'impacte mediambiental i social de tota la cadena de valor del producte, basat en la ètica i la responsabilitat, tant pel vestuari com pel calçat. Sense abandonar la comoditat i funcionalitat, es proposa un disseny atractiu i modern, justificat en relació a la feina al taller del pintor. S'ha buscat la identificació diferencial segons les funcions del personal. Es realitza també una proposta d'identificadors personals en la pròpia prenda, visuals i intuïtius que inciten al client a la interacció. El calçat és d'alta qualitat, tant en els materials com en l'estètica, alhora que proporciona un alt nivell de comoditat. La proposta es complementa amb un Lanyard específic per a cada uniforme.

La proposta es valora amb 3 punts

PALACIOS Y MUSEOS, SLU

Uniformitat acorde amb la imatge corporativa del museu i incorporant el logotip del museu i la identificació del personal. Amb tallatges diversos per a tots els cossos, unisex, d'estiu i d'hivern. No es proposen sabates.

Compromís de producció local i sostenible i respectuosa amb el medi ambient.

La proposta es valora amb 1 punt



Fundació Museu Picasso de Barcelona
C/Montcada,15-23
08003 Barcelona
EXP. E240000166

PUNTUACIONS SOBRE B

Licitació Botiga-Llibreria FMPB Exp. E240000166

Judici de Valor	PUNTUACIÓ MÀXIMA	LAIETANA DE LLIBRETERIA S.L.	PALACIOS Y MUSEOS S.L.U.
1. Descripció de la proposta d'oferta servei de llibreria especialitzada, fins a 9 punts.	9	7	4
2. Descripció de la proposta de productes que no siguin publicacions, fins a 5 punts	5	5	4
3. Descripció de la proposta de disseny i desenvolupament d'una línia de marxandatge de la	8	8	5
4. Pla de comunicació i pla de màrqueting orientat a la venda, tant física com online, que assegurí tràfic i	4	3	1,5
5. Projecte de distribució i adequació de l'espai a les necessitats del servei de llibreria, fins a 6 punts	6	6	4
6. Pla d'organització del servei, fins a 7 punts.	7	6,5	4
7. Sistemes d'informació, coordinació, i seguiment, fins a 7	7	7	6
8. Uniformitat	3	3	1
TOTAL	49	45,5	29,5

Barcelona, a 9 de gener de 2025

Cristina Vila
Cap de Publicacions

Maria Choya
Cap de Relacions Institucionals i Comunicació

Maria Vilasó
Gerent
v.i.p.