

**Informe de valoració dels criteris subjectes a un judici de valor del concurs del servei
de Gestió i Explotació del KRTR de Circuits de Catalunya S.L**

S'emet el present informe per procedir a la valoració dels criteris sol·licitats al punt 5 del plec de prescripcions tècniques del concurs indicat. Atès que només s'ha presentat una sola oferta en temps i forma, que ha estat la de l'empresa Rocco's Track S.L, es procedeix a avaluar la seva proposta com s'indica a continuació:

Resum executiu fins a 10 punts:

- Idea de negoci: S'especifica les condicions i característiques pròpies del KRTR i s'explica que: *"Es vol oferir, per tant, unes instal·lacions favorables a la pràctica del motor aprofitant el ventall tant ampli de possibilitats que ofereix la zona geogràfica en que es troba i les bones connexions logístiques del voltant. A més, té el suport directe del Circuit de Barcelona Catalunya, un dels millors circuits del món i amb unes infraestructures úniques."* Tot i que no acaba de quedar clara la idea de la seva exclusivitat respecte a altres productes/serveis ja existents en el mercat.
- Públic objectiu, principals característiques. Es detalla breument els diferents perfils de client que té la instal·lació en l'actualitat però no s'indica quin seria el públic objectiu al que principalment estaria enfocada l'activitat i que es pretén atreure amb la mateixa. Entenent com a públic objectiu o target la mostra demogràfica, socioeconòmica i comportamental d'un grup compost pels futurs consumidors de l'empresa que seria necessari d'identificar. Tot i que durant tot el pla de negoci, es fa especial èmfasi en els nens, i la voluntat de captar-los com a clients potencials així com en el com per exemple en el punt 3.6.1 s'indica que el públic que majoritàriament segueix a l'empresa a Instagram és masculí i d'entre 25 i 34 anys. Així com també s'indica la procedència del mateix en el punt 3.6.2.
- Valor del producte/servei per a aquest públic objectiu, respecte d'aquest punt s'indica que: *"es disposa de quatre vies de negoci directe i una cinquena que està en procés. Les primeres quatre són: lloguer d'espais de les instal·lacions, formació (Escoles de motociclisme), creació d'experiències, i organització d'esdeveniments, tant d'empresa com carreres federades i/o amateurs. secció de formació es divideix en quatre apartats diferents: Escola de Motociclisme (FlatTack, MX, Trail), Monitor Privat, Cursos per grups-*

Masterclass, Campus.” Queda ben definit el valor que ofereix el producte al seu públic objectiu que es divideix en la seva varietat de serveis, el potencial i la projecció que té la seva vessant formativa i finalment l’experiència que s’ofereix als clients.

- Grandària de mercat, creixement potencial i creixement esperat: No es fa cap referència concreta a la grandària del mercat en el que opera l’empresa però s’indica en el punt 3.5 que la mateixa espera tenir un creixement percentual determinat basant-se en el l’augment esperat de les seves àrees clau de negoci. Malgrat tot, no s’indica el creixement esperat en relació al mercat en el que opera l’empresa ni tampoc quin percentatge representa aquesta (aproximadament) en el mercat.
- Entorn i possibles sinèrgies amb el territori: En aquest cas s’indica que: *“El que volem aconseguir és treballar conjuntament amb el Circuit de Barcelona Catalunya aprofitant les infinites sinèrgies que té amb el Rocco’s Ranch, així com amb els Ajuntaments de Parets del Vallès i Montmeló i potencialment el RACC”*. Així doncs, malgrat s’identifiquen les possibles sinèrgies de forma genèrica no es concreta com es canalitzarien o, dit d’una altra manera, en que es podrien traduir les mateixes. En termes de col·laboració amb els diferents agents del territori i que podrien aportar-se mútuament els mateixos i Rocco’s Track S.L.
- Descripció d’activitats previstes (formatives, competicions, jornades i etc...), hi ha una àmplia explicació sobre les activitats formatives, competicions i jornades de tot tipus que s’han previst. S’identifiquen: Rocco’s Experience, Mini GP, Lloguer de motos, esdeveniments d’empresa (Yamaha MX Pro-Tour, 24MX: Teambuilding), Curses (TT Series, Rocco’s cup, copa Rodi).
- Fites i objectius fonamentals durant el funcionament del negoci s’identifiquen clarament quatre objectius: Educació – Motorsport, Innovació – Empreses, Sostenibilitat – Societat i Entreteniment – Noves generacions. Tots ells molt ben identificats i explicats amb molt de detall.

Pla de RRHH de l'activitat fins a 10 punts

- Forma d'organització de l'empresa mitjançant un organigrama: S'identifica al punt 2.3 l'organització de l'empresa mitjançant un organigrama on figuren les posicions que componen l'empresa i resten explicades les funcions de cadascun.
- Determinació de l'equip directiu, tenint en compte les seves habilitats i experiència per a dirigir activitats esportives i del món del Motor: S'identifica als punts 2.1 i 2.2. àmpliament als socis així com les seves habilitats i experiència per a dirigir activitats esportives i del món del motor.
- Determinació dels llocs de treball que són precisos per al desenvolupament de l'activitat, amb les seves funcions i qualitats necessàries per a cada lloc de treball: S'identifiquen i es descriuen en el punt 2.3 els diferents llocs de treball que són necessaris per al desenvolupament de l'activitat plantejada.
- Estimació de la forma de contractació i salaris i el número de plantilla que necessita l'empresa: S'identifiquen en el punt 2.3.5 tres llocs de treball que s'indica que seran contractats amb caràcter indefinit i dels quals se'n identifica també el salari tot fent referència la previsió de diversos contractes temporals per a l'àrea de restauració.
- Formació continua del personal (cursos programats): S'indica en el punt 2.3.6 que: *“És per això que estarem al dia dels cursos de formació contínua disponibles en l'àmbit de l'esport i gestió d'empreses esportives i per tal d'oferir, també, la màxima professionalitat i coneixement de causa en totes les activitats i serveis que plantegem.”*
En aquest apartat trobem més una declaració d'intencions que una relació de cursos o formació que poguessin ser d'interès per a un òptim desenvolupament de l'activitat de l'empresa per part dels seus membres.
- Integració de personal en risc d'exclusió si fos el cas: No es fa referència a aquesta qüestió en el pla de negoci.

Pla de Màrqueting de l'activitat: fins a 10 punts

- Anàlisi de la situació actual del mercat mitjançant anàlisi DAFO (Debilitats, Amenaces, Fortaleses, Oportunitats): S'indica en el punt 3.1.3 un complet anàlisi DAFO amb tots els elements a tenir en compte en cadascun dels apartats.
- Anàlisi de la competència (operativa, preus i perfil de clients): S'indica en el punt 3.2 una àmplia referència sobre les instal·lacions i activitats de la competència a nivell local, estatal i europeu. Si bé no s'ha determinat la operativa de la competència s'ha indicat tots aquells factors que diferencien l'activitat que du a terme Rocco's Track S.L, de la resta d'instal·lacions similars.
- Estratègia de determinació de preus i descomptes: S'indica en el punt 3.3 que el rang de preus en el que es mou la competència (entre 20€ i 30€) així com el preu del servei de Rocco's Track S.L que està en la franja alta d'aquest rang. S'incorpora en l'annex 5 una taula amb els preus de les diferents instal·lacions de la competència.
- Estratègia de comunicació (mitjans, xarxes socials, premsa etc): S'indica en el punt 3.4 una explicació de com ha format Rocco's Track S.L la seva base de dades de clients així de com impacten en els seus clients: newsletter, XXSS, plataformes d'experiències (Smartbox, la vida es bella i Dakotabox), esponsorització de pilots i merchandising. En els respectius apartats s'explica amb detall quina és la operativa que segueix Rocco's Track S.L en cadascun d'aquests apartats. També s'inclou un estudi dels seguidors de les xarxes socials de la competència de Rocco's Track S.L en la taula l'annex 5.
- Objectius de ventes (específics, mesurables, realistes) S'identifiquen una sèrie d'objectius amb la metodologia SMART en el punt 3.5, que, tot i especificar cadascun dels punts de la metodologia, no hi ha massa aprofundiment en els mateixos i no estan gaire desenvolupats.
- Estratègies de fidelització de clients: S'indica en el punt 3.2.4 una sèrie d'estratègies per a fidelitzar clients, entre les que destaquen: Creació d'un motoclub, creació d'un bonus de 10 tandes, la creació d'un bonus anual i l'oferta de descomptes en dates assenyalades (Black Friday, nadal, rebaixes i etc...).

Pla financer i d'inversions: fins a 10 punts

- Descripció del finançament i les fonts del mateix que s'estima necessari per a dur a terme projecte: Malgrat s'identifiquen les fonts de finançament de les inversions concretes a realitzar, no s'identifiquen les fonts de finançament per al desenvolupament del dia a dia del projecte, de manera que es desconeix si l'empresa opera amb fons propis o amb finançament extern, tot i que en totes les previsions s'identifiquen despeses financeres, del que es dedueix que existeixen fonts de finançament externes.
- Previsió d'ingressos anuals: S'identifica en el punt 4.3.3 una previsió d'ingressos de l'any 2021 al 2028, en el benentès de que s'executin totes les pròrroques possibles. En aquesta previsió s'identifiquen el volum total d'ingressos, malgrat no es desglossen en atenció a la provenença de cada part del total.
- Previsió de costos anuals S'identifica en el punt 4.3.3 una previsió de costos de l'any 2021 al 2028, en el benentès de que s'executin totes les pròrroques possibles. En aquesta previsió s'identifiquen els diferents costos anuals desglossats per partides.
- Previsió del període temporal per a arribar al punt d'equilibri: S'identifica en el punt 4.3.4 que, atès que l'empresa i el projecte ja ha arribat al seu punt d'equilibri perquè en l'actualitat és aquesta empresa la que explota la instal·lació. Es procedeix a fer una previsió de l'evolució dels ingressos i les despeses del projecte en els pròxims 4 i 8 anys, que s'indica en el punt següent.
- Detall d'inversions de millora de la instal·lació i equipaments existents a les que es comprometrà l'adjudicatari: S'identifica en el punt 4.2 una sèrie d'inversions de millora de la instal·lació on també s'inclou un pressupost estimat per a cadascuna d'elles així com la previsió de la font de finançament a utilitzar. Totes les inversions consten detalladament descrites respecte del seu abast i finalitat.

Resum valoració	
Part del Pla de Negoci	Puntuació obtinguda
Resum Executiu	6,3
Pla de RRHH	7.5
Pla de Màrqueting	8.8
Pla Financer	8
Total	30.6

Montmeló, a 11 de gener de 2020

**Marius
Garcia Miró -
DNI
39894019J
(AUT)**

Firmado
digitalmente por
Marius Garcia Miró
- DNI 39894019J
(AUT)
Fecha: 2021.01.11
17:22:07 +01'00'

Secretari de la mesa de contractació