

# ARCO EVENTOS, COMUNICACIÓN INTEGRAL



*“Cubrimos unha necesidade, a carencia de tempo dos pais”  
Inmaculada Arteta Torres*

## Datos básicos

<b>Actividade:</b>	Organización de eventos
<b>Sector de actividade</b>	Actividade de asesoría, consultoría e investigación
<b>Nº empregados</b>	2
<b>Inversión inicial</b>	7.000 €
<b>Financiamento inicial:</b>	O investimento inicial foi financiado por un socio capitalista
<b>Web:</b>	
<b>Municipio:</b>	Vigo, Pontevedra
<b>Ano creación:</b>	2007

## Descrición do proxecto

- Dedicámonos a organizar eventos, tanto propios (de promoción da propia empresa) como alleos. Ofrecemos un servizo integral no que organizamos, asesoramos e coordinamos todo tipo de actos. Proporcionamos información completa e actualizada referente a todos os provedores e servizos que poidan ser necesarios no evento:
- Selección de espazos de todos os tamaños: predios, recintos, hoteis, restaurantes, etc.
- Carpas
- Escenarios e estruturas
- Pantallas e proxectores, iluminación, son, grupos xeradores e efectos especiais
- Azafatas
- Catering
- Música, espectáculos, amenizacións
- Aluguer de material
- Axencia de viaxes
- Fotografía e vídeo
- Transportes, etc.



## Descripción do proxecto

Estamos orientados, sobre todo, a eventos infantís, culturais e deportivos. A nosa oferta inclúe campus deportivos, campionatos e maratones, festas para colexios (paiaos, festas de espuma), festas temáticas e actividades en clubs e asociacións.

Cando un cliente nos demanda a organización dun acto, o primeiro que facemos é un proxecto integral e coherente cos obxectivos do cliente, os medios, etc. Unha vez contrastado, materializámolo nun programa que terá encaixe nunha data e lugar determinados. Un dos aspectos clave do proceso consiste en facer un balance e unha previsión do custo do evento para comezar inmediatamente a busca de patrocinio e colaboracións, que realizarán as súas colaboracións tanto a través de achegas monetarias como materiais. □

## Datos empresa

### Claves do éxito

Penso que a clave fundamental é o trato aos clientes. Preocuparte polo caso que estás levando, chamarlles e manterlles informados sobre o desenvolvemento do mesmo e demostrarlles interese. Transmitirlles que tes a situación baixo control e, por suposto, estar dispoñible as 24 horas. Canto á aportación de elementos innovadores, en avogacía está todo inventado. A única fórmula de competir no mercado é prestar o mellor servizo posible e defender os casos o mellor que poidas.

En todo caso, trato de mellorar os meus sistemas de busca de clientes recorrendo a colectivos como por exemplo promotoras que necesitan xestionar comunidades de propietarios ou resolver cuestións legais da propia obra. Tamén oriento o meu labor comercial a asesorías de empresas que ofrecen servizos de xestión fiscal, laboral e contable.

### Situación actual

Na actualidade, preocúpome sobre todo de ampliar a miña carteira de clientes e estou vendo os resultados. Teño unha boa carteira de clientes e creo que existen posibilidades que me permitirán continuar e consolidarme.

### Perfil cliente

Non existe un patrón concreto. Os meus clientes son persoas ou empresas que teñen problemas legais. O perfil é inimaxinable; desde nenos a xente moi maior, inmigrantes, parellas, etc.





## Idea inicial

Levaba algún tempo traballando en prácticas en despachos de avogados e non me convencía. Comecei sentir ganas de independizarme e un compañeiro meu acababa de montar unha empresa e estaba no viveiro de empresas da Cámara de Comercio de Vigo.

Decidinme a desenvolver o proxecto e puxen en marcha o meu despacho. Ao principio traballei soa e, máis tarde, asocíeme cunha compañeira e posteriormente con dous compañeiros máis. En todo caso, traballamos de forma totalmente autónoma; cada un ten os seus clientes.

Creo que para o caso dun avogado que queira exercer a súa profesión, a saída máis interesante é ter un despacho propio. É máis difícil e máis escravo que o traballo por conta allea, pero tamén é moito máis gratificante.

## Principales dificultades y amenazas futuras

Unha das dificultades ás que me tiven que enfrontar foi non ser de Vigo. Empezar aquí sen que te coñeza ninguén é moi duro e dificulta moitísimo o labor de facerte cunha carteira de clientes. Aínda que teño coñecidos e amigos que me axudaron, a entrada no mercado foi moi complicada.

Os primeiros clientes foron asesorías ás que me presentei persoalmente e amigos que tiñan problemas laborais nas súas empresas. A partires de aí, creo que o que funcionou foi o boca – ouvido. A maior parte dos meus clientes novos son coñecidos de clientes que xa tiña.

No que fai ás ameazas, enfrontámonos ás de calquera mercado. Quizais haberá que ter en conta que existen moitos despachos de avogados e que se trata dun mercado moi competitivo.

## Perfil promotores

A promotora é licenciada en Dereito pola Universidade de Salamanca e aporta experiencia profesional no Dpto. de Responsabilidade Patrimonial do Concello de Vigo, así como en varios despachos de avogados. Traballou ademais na asociación MADRO (Asociación de Nais en Defensa de Mozos Drogodependientes).



## Aptitudes necesarias

Penso que é fundamental ser extrovertida e ter unha grande capacidade de empatía. Tamén es necesario ter paciencia.

## Guía de Actividad

**Despachos profesionais** ([www.guias.bicgalicia.es](http://www.guias.bicgalicia.es))

## Motivacións

**A independencia que proporciona**  
**Dedicarme ao que me gusta**

**O reto que supón**  
**Ser o meu propio xefe**

## Formación

### **¿Recibiu información específica sobre a creación de empresas?**

Realicei numerosos cursos e me especialicei en dereito laboral. Ademáis, na carreira, estudei fiscal.

### **¿Considera importante recibir formación específica sobre creación de empresas para desenvolver con éxito un proxecto empresarial?**

É necesario ter unha base, pero a partires de aí, existen moitas axudas por parte de organismos públicos coma o IGAPE. Hoxe en día hai multitude de institucións, programas e ferramentas de axuda para crear unha empresa.

## Anecdotario

Non dispoñible.

