

# MULTISPORTS GALICIA, S.L.



**“Observamos que existían carencias na organización de eventos deportivos en Galicia”**

*José Sánchez del Valle Fernández*

## Datos básicos

<b>Actividade:</b>	Organización integral de eventos deportivos
<b>Sector de actividade</b>	Servizos de ocio, diversión e cultura
<b>Nº empregados</b>	3
<b>Inversión inicial</b>	100.000 €
<b>Financiamento inicial:</b>	O investimento inicial foi financiado con fondos propios (15%), subvencións (15%) e un préstamo bancario (70%).
<b>Web:</b>	
<b>Municipio:</b>	Lugo, Lugo
<b>Ano creación:</b>	2001

## Descrición do proxecto

Trátase dunha empresa de servizos deportivos especializada en promover, comercializar e organizar eventos deportivos ao aire libre. Tamén canalizamos patrocinadores e publicidade para o deporte.

Organizamos pequenos e grandes eventos deportivos de forma integral, deseñamos proxectos propios, prestamos asesoramento e realizamos proxectos alleos sobre todo en atletismo (carreiras populares, maratóns, milla urbana, cross), ciclismo (competicións de bicicletas de montaña, ciclismo en ruta e marchas cicloturistas), triatlón e deporte popular (tetra-maratóns, eventos deportivos 3x3, baloncesto, fútbol, voleibol, atraccións inchables e actividades deportivas e recreativas).

Facilitamos útiles e equipamentos coma os arcos de saída e meta, carpas, cronómetros xigantes de dobre cara, valos de carreira, podios, megafonía con micrófono libre, estruturas, boxes para triatlón, sinalizacións, inchables e cronometraxe informático con championship, do que somos distribuidores oficiais para a metade norte de España e que consiste nunha cronometraxe automática coa obtención de resultados inmediatos sen intervención manual.

Ademais, ofrecemos servizos para orientar na busca de patrocinador. Deseñamos e xestionamos o plano e dossier de patrocinio para eventos deportivos, entidades deportivas e deportistas.



## Datos empresa

### Claves do éxito

Sobre todo, a calidade do servizo que ofrecemos. Non nos preocupamos dos nosos competidores senón de prestar o mellor servizo posible, e por suposto, non competimos en prezo porque consideramos que é unha práctica daniña para todos.

Tamén supón unha clave fundamental ofrecer un servizo integral. Non nos limitamos a prestar a mellor cronometraxe que existe neste momento senón que facemos a montaxe completa (instalación de placas de patrocinio, publicidade, etc.)

Incorporamos aos nosos servizos todas as innovacións potenciais, por exemplo, cando un corredor chega á meta, envíaselle automaticamente un sms coa súa marca, tickets e resultados, que se publican en Internet no momento, etc. En definitiva, tratamos de nos diferenciar dos demais ofrecendo un valor engadido, e esa é a forma en que fidelizamos os nosos clientes e logramos ampliar o noso mercado sen necesidade de desenvolver un labor puramente comercial.

### Situación actual

Estamos presentes en toda España. Prestamos os nosos servizos ás carreiras máis importantes do norte e somos distribuidores oficiais de "championchip" na metade norte de España.

Temos proxectos de acometer novos investimentos en equipamentos para poder afrontar as demandas dos nosos clientes nos vindeiros anos. Cremos que é fundamental ser previsor e planificar con tempo para seguir de preto a evolución do mercado e adiantármolos ás demandas.

### Perfil cliente

Os nosos clientes son maioritariamente institucións (a Xunta de Galicia, Concellos, Deputacións), clubs deportivos e tamén empresas organizadoras de eventos deportivos que nos subcontratan algúns servizos que non teñen internalizados.



## Idea inicial

Observamos carencias a nivel de eventos deportivos en Galicia e detectamos unha oportunidade de negocio que estaba implantado noutras Comunidades Autónomas.

Como practicante de triatlón e carreiras populares, vía que á hora de organizar probas, faltaba un toque profesional e un servizo de calidade. Ademais, ao participar en eventos fóra de Galicia, coñecín empresas que ofrecían unha serie de servizos para este tipo de probas.

Comecei a buscar ideas e sobre todo importalas doutros mercados onde se estaban a ofrecer servizos innovadores (como o caso da cronometraxe).

Despois analizamos os servizos que necesitabamos para organizar un evento deportivo e tratamos de prestar un servizo integral. E todos aqueles servizos que non podemos prestar directamente, subcontratámoslos.

## Principales dificultades y amenazas futuras

A principal dificultade foi entrar nun mercado novo. Por unha banda, non temos competidores, pero por outra, non existe mercado e haino que crear, introducir un produto novo e crear unha necesidade. Isto supón un importante esforzo comercial. Canto á posibilidade dalgunha ameaza, existe o risco de competencia doutras empresas. No entanto, coidamos ao máximo a calidade nos nosos procesos e servizos, existen produtos máis baratos no mercado pero non son tan precisos e eficaces.

## Perfil promotores

José Sánchez del Valle é diplomado en Educación Física e traballou en empresas de servizos deportivos.

A empresa ten dous socios máis.

## Aptitudes necesarias

Perseveranza, traballo e constancia.

En definitiva, a idea ten que ser boa, ten que gustarache o que fas e contar con boas aptitudes emprendedoras.



## Guía de Actividad

**Organización de reunións** ([www.guias.bicgalicia.es](http://www.guias.bicgalicia.es))

### Motivacións

**Dedicarme ao que me gusta**  
**Gañar cartos**

**A independencia que proporciona**  
**Ser o meu propio xefe**

### Formación

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

Non, mais recibín asesoramento por parte dos técnicos de emprego da Fundación CEL.

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

Creo que é importante, aínda que non imprescindible. Se tivese máis formación a nivel empresarial, se cadra tería evitado dificultades.

### Anecdótico

O primeiro ano, realizamos un intenso labor comercial e, no entanto, o retorno foi escaso. Esa foi a maior dificultade, introducir no mercado un produto novo.

A partir dese momento, o labor comercial non foi necesario e o feito de estarmos presentes no mercado, traballando segundo os nosos estándares de calidade, está resultando ser a ferramenta máis eficaz para fidelizar aos nosos clientes e gañar mercado grazas ao efecto positivo do “boca-oído”.

