

EQUIPAMIENTO

El fundador de Win Sports lanza un portal de descuentos para eventos deportivos

Luis Genero, que abandonó la dirección de la organizadora de competiciones a finales de 2017, quiere replicar el modelo de portales como Atrápalo ante el boom de pruebas deportivas en España.

M.M.A.
10 may 2018 - 04:58

El fundador de Win Sports lanza un portal de descuentos para eventos deportivos

Luis Genero quiere capitalizar el *boom* que se ha producido de pruebas deportivas en España con un nuevo proyecto. El cofundador de Win Sport Factory, empresa que gestiona citas como las Santander Triathlon Series o la Polar Gran Fondo La Mussara, ha puesto en marcha Racetick, un portal de descuentos en la inscripción para este tipo de eventos. Se trata de un proyecto totalmente independiente al anterior, y en este es el único accionista. La inversión inicial con la que arranca la propuesta no se ha hecho pública.

“Hace dos años que le daba vueltas a esta idea, porque el mercado está cambiando”, explica a *Palco23* el ejecutivo, que a finales de 2017 dejó la gestión diaria de Win en manos de Mauro Llorens. “Cada vez la oferta es mayor y los participantes reaccionan de manera diferente a la hora de decidir dónde compiten”, ahonda, sobre el por qué cree que el modelo que ha aupado a compañías como Atrápalo, Booking o El Tenedor puede tener sentido en el deporte.

El empresario confía en que podrán cerrar el año con el 70% de los eventos que se celebran en España ya trabajando con la plataforma. De entrada, en la web ya figuran descuentos para competiciones organizadas por Win, pero también por Challenge-Spain o Neda el Món. En su opinión, “hay organizadores a los que les cuesta llenar a veces el cupo de inscripciones, y nosotros somos una tercera para dar salida a promociones puntuales”.

Racetick confía en que el 70% de las

competiciones deportivas de participación masiva en España se sumen al portal

La plataforma se focalizará en competiciones y eventos deportivos en los que el usuario sea practicante y no espectador, sobre todo en modalidades al alza como **running**, ciclismo, MTB, triatlón, *trail run* o natación. “Pese a que ha crecido mucho el número de practicantes, también ha avanzado de forma más rápida la oferta y en algunos casos los precios; el público se diluye y no todos van a todo”, recuerda Genero, sobre otro de los factores que espera que hagan crecer el número de usuarios de la Racetick.

Una vez consoliden esa base de usuarios, la empresa asegura que “el objetivo es mucho más amplio que una web de descuentos para eventos deportivos”. Pese a que prefiere no dar más detalles por el momento, Genero avanza que su intención es lanzar una ronda de financiación entre **business angels** dentro de un año, cuando hayan cumplido sus expectativas de tráfico y tengan una cartera más amplia de clientes.

Genero ha creado un equipo de cuatro personas, incluido él, para el lanzamiento del portal. Se trata de Laura Pujals, que llega como director de operaciones procedente de la empresa de ingeniería Anem Group; Alberto Pérez, que se encargará del área de marketing y ha trabajado en Grupo Itnet y Scanloterías, entre otros, y Martí Milla como responsable de diseño.