

EQUIPAMIENTO

RaceTick mira a Europa: reforzará su equipo para llevar su 'marketplace' a Francia e Italia

El portal de eventos deportivos de participación masiva acaba de cerrar una ronda de financiación de 600.000 euros para mejorar su sistema y reforzar el equipo de ventas con vistas a incorporar carreras populares de países del sur de Europa.

P. López
14 oct 2019 - 04:59



RaceTick prepara su primera *zancada* fuera de España. Un año después de su puesta en marcha, el *marketplace* de carreras populares espera iniciar la carrera de la internacionalización con la incorporación de eventos deportivos de Francia e Italia a la plataforma. A ese fin destinará parte de los 600.000 euros de la ronda de financiación que acaba de cerrar, según ha podido saber *Palco23*.

La *start up* espera dar el salto al sur de Europa a mediados de 2020, y para ello planea reforzar su equipo de ventas con profesionales sobre el terreno que consigan firmar acuerdos con las principales carreras de *running*, triatlón, ciclismo o natación de estos países. En la actualidad, la compañía sólo opera en España, donde ya ha incorporado

más de 5.360 eventos, como las Triathlon Series o el Maratón de Barcelona.

La hoja de ruta para abrir mercado en otros países es ampliar el departamento de ventas, que continuará trabajando desde la oficina de Barcelona, que se encuentra en el *hub* de aceleración de empresas Barcelona Activa. “Desde nuestra sede, trabajaremos con gente del país en cuestión en el que queremos crecer nuestro objetivo es tener todas las pruebas importantes”, afirma Luis Genero, impulsor de este proyecto y cofundador de Win Sports.

RaceTick acaba de levantar 600.000 euros en una ronda en la que han participado el fundador de EITenedor y Doctoralia

Creada en 2018, RaceTick aspira a ser la referencia que usen los deportistas para inscribirse en carreras populares. “De mismo modo que para la reserva de hoteles los usuarios acuden a Booking, nosotros queremos ser el *marketplace* de los atletas que quieren inscribirse a una prueba”, explica Genero.

Otro de los valores añadidos que la compañía ofrece al usuario es que le asegura un dorsal en algunas de las pruebas más concurridas y conocidas, en las que la inscripción no está asegurada por la elevada demanda de corredores. La plataforma también permite filtrar las pruebas por ubicación, fecha, distancia y deporte, y se ofrecen descuentos a los clientes.

En el proceso de internacionalización y de crecimiento en España, el directivo confía en que los eventos se sumen al portal por la visibilidad que les ofrece y el hecho de que la empresa se convierta en un generador de ventas de dorsales. Hasta el momento, a través de RaceTick se han vendido más de 65.000 inscripciones y la previsión es cerrar 2019 con más de dos millones de euros con la compra de dorsales. De este importe, la aplicación se queda una comisión.

Además de la expansión fuera de España, la compañía prevé destinar parte del capital que levantó a desarrollar el producto y mejorar el servicio. Entre los inversores que participaron en la operación se encuentran Albert Armengol, fundador de Doctoralia; Marcos Alvéz, fundador de EITenedor; Nico Bour, creador de Uvinum; Carles Combarros de Xarxa Capital, y los vehículos de inversión BStartup de Banco Sabadell, Ona Capital y Reus Capital Partners.