

GALICIA

Jim Sports exporta el 23% y lleva su marca Softee a USA

ACUERDO INMINENTE/ El operador de material deportivo negocia con un distribuidor de Miami. En 2018 creció un 4% en facturación, hasta 18,6 millones de euros.

Javier de Francisco. Ourense
Con el doble objetivo de seguir creciendo en facturación y en posicionamiento exterior, Jim Sports Technology ha optado dentro de su modelo de negocio por concentrar sus marcas propias, frente a la estrategia comercial de años anteriores basada en especializar y asociar cada una a un deporte. Varias enseñanzas de distintas disciplinas deportivas han sido absorbidas por Softee, la abanderada de Jim Sports junto con Rox por volumen de negocio. La empresa mantiene su apuesta por sus líneas más específicas (Runaway Jim, Superjim y Squba).

Softee es la marca elegida para lanzarse al mercado de Estados Unidos a partir del tercer trimestre del año. La empresa de Palas de Rei (Lugo) está a punto de cerrar un importante acuerdo con un distribuidor con sede en Miami para establecerse en las principales plazas comerciales de todo el país. En el mercado norteamericano aplicará su modelo de éxito en España y también en exportación, basado en combinar la venta a grandes grupos de compra y a tiendas minoristas, para abarcar más cartera. Para el ejercicio de su estreno en USA, ha



Jesús Manuel Graña, fundador y CEO de Jim Sports.

presupuestado unos ingresos de 200.000 euros. "Serán pocos meses de actividad en 2019 y esa es la cantidad prevista para el primer año", afirma Jesús Manuel Graña, fundador y gerente de la empresa. La estimación para 2020 es superar el medio millón de euros.

Este año otros hitos en exportación serán el inicio de operaciones en Rumanía y Guinea Conakry, que se suman al listado de 32 países en los que ya ha logrado posicionarse. En Francia y República Dominicana dispone de es-

tructura propia de logística y distribución. Para reforzar el negocio exterior, que genera el 23% de sus ingresos totales, también busca consolidar implantación en Italia, Alemania y Latinoamérica.

La cifra de negocio global creció casi el 4% en 2018, al pasar de 17,91 a 18,58 millones de euros. "Las empresas del grupo están en continuo crecimiento y la previsión para 2019 es seguir creciendo y mantenernos como líderes dentro del mercado deportivo al que nos dirigimos", formado por los grandes grupos de compra y por unas 3.000 tiendas de deporte, señala el CEO de Jim Sports.

El fundador y presidente elogia la constante ampliación de departamentos -la plantilla total supera los 90 empleados-. De hecho, tiene en marcha un ambicioso plan de inversión para ampliar sus instalaciones en 3.000 metros cuadrados y antes de la apertura de un despacho aduanero, que ya está en fase de estudio el tipo de construcción, y que estará orientado a equipamiento deportivo y también a prestar servicio a empresas de otros sectores. Entre ambas actuaciones, la inversión total superará los 5 millones de euros.

Quiere convertir Estados Unidos en un mercado principal a partir del tercer trimestre de 2019

Suma más de 90 trabajadores en Palas de Rei y generará más con la ampliación

ENTORNO EMPRENDEDOR

SigueTuLiga extiende su modelo a otros deportes y países de habla hispana

A. Chas. Vigo
SigueTuLiga es la red social de clubes deportivos no profesionales de mayor dimensión, con más de 12.000 entidades registradas y más de 3 millones de usuarios al año, según mantiene su cofundador y CEO, Diego López. Su software permite que los clubes de fútbol amateur eliminen los procesos manuales y ganen eficiencia a la hora de controlar gastos e ingresos y de captar socios y patrocinadores. "En los últimos cinco meses hemos cruzado Galicia

visitando clubes", contó López en la *pitch competition* de LaLiga la semana pasada en la sede del Celta. Además de sumar nuevas entidades, su objetivo es extender la red a las personas vinculadas al club, como jugadores y familiares de los futbolistas.

Su modelo de negocio se

Prevé cerrar su segunda ronda de financiación en la segunda mitad del año

asienta en cobrar al club una cuota por cada módulo (patrocinadores, socios y padres) y una comisión por cada transmisión, que es inferior a la que cobra una entidad financiera, igual que la retención.

La *start up* ahora amplía el foco y pone las miras en otros deportes de equipo y países de habla hispana. López señala que eso exigirá algún cambio en su software, por ejemplo, en lo referido a las clasificaciones.

Para ampliar su proyecto y

replicarlo en otros mercados y deportes, la empresa está inmersa en su segunda ronda de financiación por importe de, aproximadamente, medio millón de euros. Diego López calcula que la podrán tener cerrada en el segundo semestre del año. Reinvertirán los socios que apoyaron la primera ronda en 2017: Diego Mariño (fundador de Ducksboard y Abiquo), David Bello (Fundador de IPGlobal), Ramón Pombo (Fundador de Asubio Media) y Lanai Partners, que aglutina a varios.



OPINIÓN

José Manuel Pazo Paniagua

Cambio climático

El planeta está enfermo, ayúdanos a protegerlo. Con este lema sencillo, directo y veraz se sumaron niños gallegos a las movilizaciones de jóvenes de todo el mundo en favor de la lucha contra el cambio climático, que se celebraron el viernes pasado. Todas las capas de la sociedad, excepto algunos incrédulos y renuentes, ya tienen conciencia de que nuestro mundo se agota, tal como señalan científicos de todas partes y tendencias.

La llamada transición energética o descarbonización de la economía es un hecho que, en Galicia, podemos afrontar con valentía y liderazgo o quedarnos atrás. Tenemos las mejores condiciones ambientales, las inversiones necesarias y la tecnología más avanzada para hacer realidad una Galicia sostenible, y más verde que su territorio, con la instalación y consumo de fuentes limpias y renovables.

La energía eólica ha iniciado una etapa de nuevo desarrollo con la instalación en marcha de nuevos parques, cuyos aerogeneradores serán diez veces más potentes que los primeros que instalamos hace veinte años. Algunos antiguos están ya en fase de repotenciación, es decir, donde antes había setenta máquinas, ahora habrá siete.

El año pasado la eólica cubrió el 42 por ciento de la demanda eléctrica de Galicia, cuya tendencia al alza será imparable contando con las nuevas turbinas previstas. Y en cuestión de cinco años llegaremos al cien por cien de generación renovable, porcentaje que incluye también la hidráulica. Ese es el objetivo para el que conviene dar los pasos correctos, atendiendo a los acuerdos de la UE, así como a las directrices del reciente Plan Nacional del Clima. Está en nuestras manos.

Presidente de la Asociación Eólica de Galicia

Galicia lidera en la 'Seafood' de Boston

Expansión. Vigo.

De las 27 entidades españolas que participan en la *Seafood Expo North America* de Boston, 21 son gallegas y más de la mitad lo hacen con la Xunta. En su expositor de 165 m² alberga a compañías como Fesba, Pescados Hermanos Lijó, Cassua, Frigoríficos Botana, Congelados Noribérica, Pasteurizados Cies, Congelados Videmar, Isidro 1952, Nageen Group, Salgado Congelados y Oversea Atlantic Fish.

Los grandes líderes pesqueros, como Nueva Pescanova, tienen espacio propio.

El grupo que dirige Ignacio González ha aprovechado el certamen para presentar tres nuevos productos de langostino argentino de su gama Seafood Tapas, lanzada para el *retail* de Estados Unidos, uno de sus mercados prioritarios. Sus propuestas de langostino listo para cocinar incluye tres salsas: mantequilla y ajo, toques cítricos y sal marina de chipotle; las bandejas de Mahi *Easy Prep* para microondas y las brochetas de langostino con Mahi Mahi (Lampuga) cocinadas y acompañadas de 3 sabores.

Guía de Código Ético y Buen Gobierno

CEPESCA La Confederación Española de Pesca ha agrupado las pautas de conducta y valores que guían su actuación, así como la de las 37 asociaciones que la integran, en un Código Ético y de Buen Gobierno, aprobado por su junta directiva y su asamblea. Para velar por su cumplimiento ha creado un comité integrado por cuatro miembros.

Buscan nuevos usos de la madera y granito

CIS MADERA/FCTG/UVIGO El acuerdo marco firmado ayer entre los dos centros tecnológicos y la Universidad busca el desarrollo de nuevos empleos, técnicas y tratamientos de la madera y la piedra natural en la construcción mediante la colaboración.