

PROPOSTA ESTRATÉXICA · DOCUMENTO DE DEBATE

ón. GALAIX SUPERLEAGUE 2027

A gran competición galega de clubs

FOUNDING SEASON · 8-10 CLUBS

15 OUT - 20 DEC 2027

“O xadrez galego merece un gran escenario.”

Proposta de Asociación Galega de Clubs de Xadrez (AGCX) · competición, gobernanza, marketing, patrocinio e retorno aos clubs.

BORRADOR CONCEPTUAL · CIFRAS ORIENTATIVAS · SUXEITO A VALIDACIÓN COS CLUBS

EXECUTIVE SUMMARY

Un proxecto para facer máis grande o valor dos clubs

GALAIX SUPERLEAGUE nace como unha proposta de traballo: crear unha co-creación económica e gobernanza compartida, validada primeiro cunha Founding Story.



A tese

Se os clubs unen marca, audiencia, calendario e capacidade comercial, poden crear máis valor do que xeran illadamente.

01 · Produto

Competición curta, intensa, cunha gran final e narrativa semanal.

02 · Clubs

Servizos de marketing, patrocinio, visibilidade e participación na gobernanza.

03 · Mercado

Marca vendible a patrocinadores, concellos e medios, con activos claros.

8-10

CLUBS FUNDADORES

edición inicial

6

TABOLEIROS

modelo de referencia

7-9

XORNADAS

segundo formato

1

GRAN FINAL

Final Four / Final Event

Idea central: a primeira tempada serve para demostrar o produto. Despois, a Asemblea decide como escalar.

POR QUE AGORA

Hai un espazo entre competir e crear produto

A proposta non busca substituír estruturas existentes. Busca explorar unha competición complementaria, cun calendario propio



Oportunidade 1

Moitos clubs producen actividade, pero a súa visibilidade está fragmentada. Unha marca conxunta concentra atención.

Oportunidade 2

O patrocinio privado necesita activos: audiencia, contido, eventos, historias e retorno medible.

Oportunidade 3

Un calendario curto de outono pode facilitar unha narrativa clara, unha fase final e unha campaña de comunicación concentrada.

Oportunidade 4

Os clubs poden compartir ferramentas de marketing e comercialización que individualmente serían caras ou difíciles de producir.

Non se trata de xogar máis partidas. Trátase de facer que cada partida xere máis valor.

VISIÓN

Unha liga que a xente queira seguir

ón.



GALAIX debe ser recoñecible nunha captura de pantalla: clubs, emoción, identidade galega e calidade de produción.

CLUBS

PERSOAS

GALICIA

FUTURO

Marca institucional: proposta de Asociación Galega de Clubs de Xadrez (AGCX).
Marca pública: GALAIX.
Produto principal: GALAIX SUPERLEAGUE.

“Unha terra.
Moitos clubs.
Unha soa paixón.”

EDICIÓN 2027

8-10 clubs fundadores: primeiro demostrar, despois medrar

A tempada fundacional non se presenta como unha versión pequena dunha liga futura. Preséntase como o grupo que proba, mide e axuda a deseñar o produto que pode escalar.

1 SELECCIÓN

8-10 clubs que acepten traballar nun produto común.

2 COMPETICIÓN

Calendario curto, atractivo e medible.

3 FINAL

Evento final con sede, contido e patrocinadores.

4 INFORME

Resultados: audiencia, custos, retorno e satisfacción.

5 DECISIÓN

A Asemblea valida o modelo 2028.



Founding Club non significa simplemente “primeiro equipo inscrito”. Significa participar na construción: feedback, sesión final de avaliación e prioridade no relato histórico da primeira tempada.

PROPOSTA DE VALOR

Que recibe un club ademais de partidas?

O estándar debe ser claro: o club ten que sentir que a Superleague lle entrega capacidades, exposición e oportunidades que por si só custaría máis producir.

VISIBILIDADE

Perfil, calendario, clasificacións, cobertura e historias.

CONTIDO

Cartel de encontro, gráficos, reels, entrevistas e highlights.

PATROCINIO

Dossier comercial, activos de marca e apoio á captación.

RETORNO

Premios, incentivos, fondos ou servizos segundo o escenario.

ESCOLA

Promoción de canteira, feminino, familias e captación.

GOBERNANZA

Voz, voto, propostas e control da evolución da competición.

DATOS

Indicadores de audiencia, actividade e impacto para presentar a terceiros.

PERTENZA

Unha marca colectiva que reforza o prestixio e a narrativa do club.

Principio: canto máis medre comercialmente GALAIX, máis debe medrar o retorno visible aos clubs.

COMPETICIÓN

Intensa, comprensible e con final clara

O formato exacto debe pecharse co número real de clubs fundadores. O documento propón unha arquitectura, non unha camisa de forza.

8-10

EQUIPOS
Founding Season

6

TABOLEIROS
por encontro

7-9

XORNADAS
segundo inscritos

4

FINALISTAS
modelo Final Four

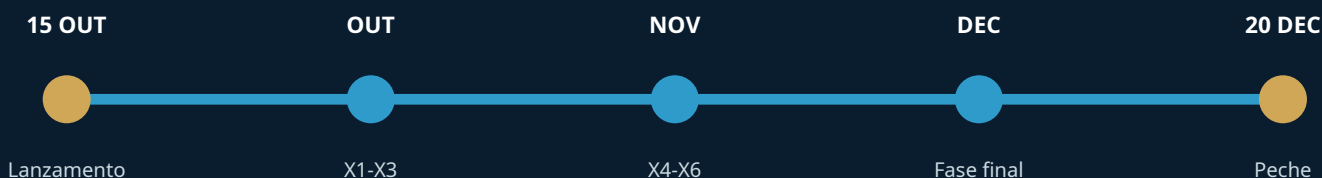
Equipos	Fase regular	Clasifican	Observación
8	7 xornadas	Top 4	Liga a unha volta + Final Four
Principios deportivos • calendario de outono concentrado • sede local do club sempre que cumpra estándar • orde de forza transparente • resultados e estatísticas rápidas • regulamento de desempates aprobado antes do inicio		Principios de produto • un Match of the Week por xornada • calendario de contidos • narrativa de MVP e mellores xogadas • historias de clubs e canteira • final como gran acontecemento	

A competición debe ser doada de entender por quen non é xogador federado. Esa simplicidade axuda ao patrocinio e á audiencia.

SEASON JOURNEY

15 de outubro - 20 de decembro de 2027

Unha campaña curta permite concentrar comunicación e patrocinio, deixar espazo á competición federativa e culminar antes do Nadal.



Ritmo semanal recomendado

Luns: clasificación e datos da xornada
Martes: Top Moves / análise
Mércores: Club Story / canteira
Xoves: previa e duelo destacado
Venres: line-up / peza comercial
Fin de semana: encontro, foto, vídeo, resultado e MVP

O valor non se concentra só nas dúas horas de xogo. A competición debe xerar conversación durante toda a semana.

MATCHDAY

Cada xornada debe parecer importante



Saber que se xoga, quen xoga, que está en xogo e onde pode

PREVIA

cartel + historia

LINE-UP

alineacións

DIRECTO

resultado /
streaming

MVP

protagonista

TOP MOVES

mellores xogadas

CLUB STORY

persoas e
identidade

Estándar mínimo por club e xornada

1 cartel do encontro · 1 peza de resultado · 1 peza de clasificación · banco fotográfico compartido · estatísticas básicas · contido reutilizable polo propio club.

Meta: que un patrocinador local poida compartir contido de calidade sen ter que producir nada pola súa conta.

FINAL EVENT

Unha final que unha cidade queira acoller



A final debe converter resultados deportivos en evento: público, patrocinadores, institucións, familias, canteira e contido.

DEPORTE

semifinais + final

FAN ZONE

simultáneas + base

MEDIA

streaming +
entrevistas

GALA

premios + clubs

Sede: proposta inicial dunha achega mínima de 3.000 € en recursos económicos e/ou servizos, xunto cunha instalación axeitada. A selección da sede debe facerse con criterios publicados.

MARKETING

Un círculo que transforma actividade en audiencia e audiencia en recursos

O obxectivo non é “estar en redes”. É crear un sistema repetible que xere atención, datos, patrocinio e máis capacidade para os clubs.



Contidos que poden converterse en activos comerciais

Match of the Week · MVP · Top Moves · Club Story · Cantera · Xadrez Feminino · Rankings · Final Four · Premios · Datos de audiencia · Entrevistas · Eventos locais.

ARQUITECTURA COMERCIAL

Non vender logos: vender activos

Cada nivel de patrocinio debe asociarse a inventario concreto, exclusividade definida, contido, hospitalidade, datos e dereitos de activación.



O modelo debe protexer ao patrocinador central sen impedir que cada club siga desenvolvendo a súa propia economía.

INGRESOS BASE

Cotas claras; promesas prudentes

As cotas permiten crear unha base operativa, pero a ambición de premios e produción depende de patrocinio, sede final e outros ingresos. Esta distinción debe ser explícita desde o primeiro día.

Concepto	Proposta	Nota
1º equipo dun club	1.000 €	Founding Season
2º equipo do mesmo club	750 €	se o formato o admite
3º equipo do mesmo club	500 €	se o formato o admite
Ficha interna adulto	10 €	non substitúe licenza federativa
Ficha interna menor	5 €	non substitúe licenza federativa
3		
Regra de credibilidade Os premios garantidos só deben anunciarse cando exista financiamento pechado. Antes diso: “obxectivo”, “escenario” ou “bolsa prevista”.		Regra de retorno A Asemblea debe recibir un informe anual: ingresos, gastos, premios, produción, reservas e retorno directo/indirecto aos clubs.

O importante non é cobrar 1.000 €. O importante é que o club poida explicar que recibe un produto e un retorno que xustifican esa participación.

TRES ESCENARIOS

O premio debe seguir ao financiamento, non ao revés

Exemplo de traballo para unha Founding Season con 10 equipos. Non é un orzamento definitivo; serve para mostrar a disciplina financeira que debería ter o proxecto.

BASE		OBXECTIVO		PREMIUM	
Cotas aprox.	10k €	Cotas aprox.	10k €	Cotas aprox.	10k €
Patrocinio	10k €	Patrocinio	25k €	Patrocinio	50k €
Bolsa premios	5k €	Bolsa premios	15k €	Bolsa premios	30k €
					

Prioridade de asignación recomendada

1. custos mínimos de competición e seguro/servizos necesarios
2. produción e tecnoloxía comprometidas
3. premios garantidos
4. retorno/programas para clubs
5. reserva prudencial
6. investimento en crecemento

Un proxecto que sobrepromete premios antes de pechar ingresos perde credibilidade. Un proxecto que escala premios ao ritmo do patrocinio gaña confianza.

PREMIOS

Un horizonte atractivo para mobilizar interese

Este cadro reproduce unha ambición de referencia. Debe presentarse como escenario premium e activarse só cando o financiamento o permita.

Premios por equipos	Escenario premium
Campión	8.000 €
Subcampión	4.000 €
3º clasificado	2.000 €
4º clasificado	1.000 €

Premios individuais	Escenario premium
Mellor taboleiro 1-6	300 € cada un
MVP GALAIX	500 €
Mellor xogadora	400 €
Mellor Sub-18	300 €
Mellor Sub-14	250 €
Mellor veterano	250 €
Condición: estes importes non deben figurar como obrigação contractual ata que a Asemblea aprobe o orzamento e os ingresos necesarios estean asegurados.	

GOBERNANZA

A marca pode ser ambiciosa; a institución debe ser prudente

A asociación necesita regras que permitan crecer sen concentrar poder, separar decisión política e execución operativa, e manter a confianza dos clubs.



SEPARACIÓN

Asemblea decide; dirección executa.

TRANSPARENCIA

Contas, conflitos e acordos documentados.

CONTRAPESOS

Comisións e maiorías reforzadas en materias sensibles.

SERVIZO

Os órganos existen para servir aos clubs e á competición.

REPRESENTACIÓN

Un modelo a validar xuridicamente e cos clubs

A idea inicial é unha proporcionalidade degressiva: quen sostén máis equipos ten algo máis de peso, pero ningún club pode dominar por tamaño. A fórmula definitiva debe revisarse xuridicamente antes de incorporala aos estatutos.

Equipos inscritos	Votos propostos
1 equipo	2 votos
Dobre maioría Para estatutos, grandes cambios de competición ou materias estruturais: maioría de votos + maioría de clubs representados.	3
	4
	n
	Protección de minorías Dereito a información, proposta, impugnación interna, acceso a actas e regras claras de conflito de interese.

Asemblea mínima Unha sesión ordinaria anual + extraordinarias cando o solicite a presidencia ou unha porcentaxe relevante dos clubs (por exemplo 25 %). Convocatoria, orde do día e documentación con antelación suficiente.
--

EXECUTIVO

Liderado forte, pero limitado



require

Presidencia

Representación · convocatoria · impulso estratéxico · supervisión · firma institucional.

Xunta Directiva

Vicepresidencia · Secretaría · Tesouraría · vogalías/áreas. Responsabilidade colexiada.

Boas prácticas

Mandato de 4 anos · máximo 2 mandatos consecutivos para presidencia · declaración de conflitos · incompatibilidades básicas · avaliación anual.

Comisións

Competición · Clubs · Marketing e Patrocinio · Cantera e Feminino · Transparencia e Bo Goberno.

CONSTITUCIÓN

Do grupo promotor á entidade

1 GRUPO PROMOTOR

Clubs interesados e mesa inicial.

2 BORRADOR

Finalidade, socios, órganos, dereitos, economía.

3 ACORDOS

Cada club adopta os acordos internos necesarios.

4 ACTA FUNDACIONAL

Promotores, vontade de constituír e cargos provisionais.

5 ESTATUTOS

Texto final revisado legalmente.

6 REXISTRO

Presentación ante o rexistro competente.

7 POSTA EN MARCHA

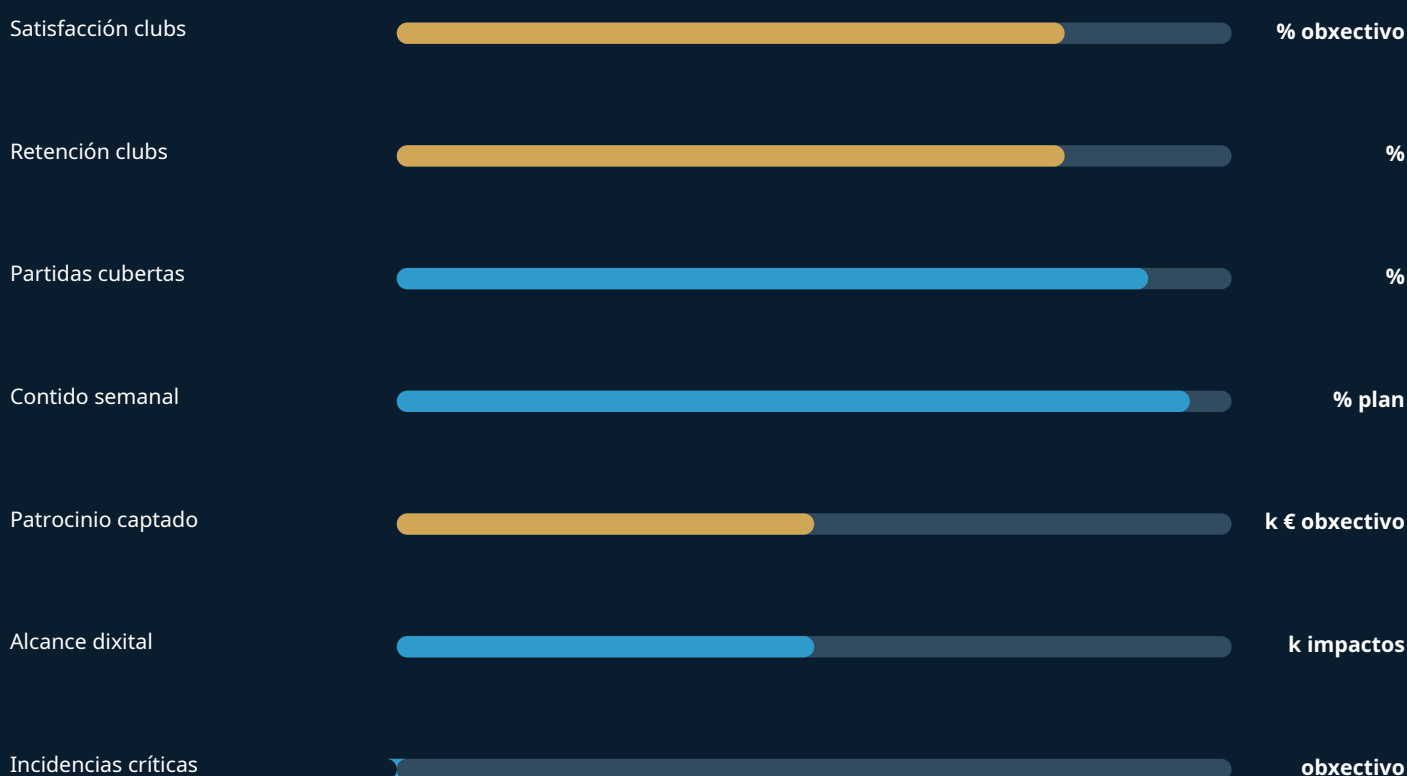
Conta, fiscalidade, seguros, contratos e operativa.

Antes de competir: revisar cobertura de seguros, protección de menores, protección de datos, responsabilidade organizativa, fiscalidade, contratos de patrocinio e relación coa normativa deportiva aplicable.

PROOF OF CONCEPT

Que debe demostrar 2027?

A Founding Season é exitosa se proba que o modelo crea valor e se os clubs queren repetilo, non simplemente porque se complete o calendario.



Informe GALAIX 2027

Ao finalizar: participación, ingresos, gastos, audiencia, patrocinio, retorno, incidencias, satisfacción, recomendacións e decisión 2028.

ESCALAR CON DISCIPLINA

2027 valida. 2028 consolida. Depois expande.

A ambição de longo prazo é grande, pero cada salto debe estar apoiado por demanda real, capacidade operativa e financiamento.

2027

FOUNDING

8-10 clubs

validar

2028

CONSOLIDACIÓN

12-16 clubs

optimizar

2029+

EXPANSIÓN

16-24 clubs / novos produtos

diversificar

Posibles produtos futuros

GALAIX Superleague · GALAIX Cup · GALAIX Junior · GALAIX Women · GALAIX Masters · GALAIX Awards · circuito de eventos e contidos. Ningún produto debe lanzarse antes de existir capacidade para facelo ben.

Principio estratéxico: a marca medra só se a experiencia dos clubs medra con ela.

RISCOS

Un bo proxecto tamén explica que pode fallar

Identificar riscos antes do lanzamento é unha fortaleza, non unha debilidade.

Risco	Impacto	Resposta proposta
Baixa adhesión inicial	Alto	Founding Season pequena e contacto directo
Patrocinio insuficiente	Alto	premios variables por escenario
Sobrecarga organizativa	Alto	equipo técnico e calendario realista
Conflito institucional	Medio	diálogo e posicionamento complementario
Custos audiovisuais	Medio	Match of the Week + produción escalable

Tres non negociables

1. Credibilidade financeira. Non prometer o que non está financiado.
2. Calidade mínima. É mellor facer 8 clubs moi ben que 20 regular.
3. Confianza. Actas, contas, criterios e conflitos de interese deben estar documentados.

AGORA TOCA ESCOITAR

As preguntas correctas valen máis ca un regulamento prematuro

O primeiro obxectivo público é conseguir conversación de calidade e identificar clubs dispostos a formar un grupo promotor.

01

¿Participaría o teu club nunha Founding Season de 8-10 equipos?

02

¿Que tería que recibir para considerar razoable unha cota de participación?

03

¿Preferides liga curta + gran final ou outro formato?

04

¿Que premios e incentivos deberían priorizarse?

05

¿Como debería repartirse a representación na Asemblea?

06

¿Que contidos valorarían máis os vossos xogadores e familias?

07

¿Que patrocinadores ou institucións poderían ter encaixe?

08

¿Que cambiarías desta proposta antes de avanzar?

PRÓXIMOS PASOS

Da ilusión ao proxecto executable



01 PUBLICAR

Abrir debate e recibir reaccións.

02 CONTACTAR

5-10 clubs con interese real.

03 GRUPO PROMOTOR

Reunión de traballo e prioridades.

04 PROXECTO 1.0

Estatutos, regulamento, orzamento, patrocinio.

05 COMPROMISOS

Clubs, sedes, partners e calendario.

06 LANZAMIENTO

Founding Season 2027.

Meta inmediata: non “vender” a liga, senón conseguir un núcleo de clubs que queira axudar a construíla.

SEDE ANFITRIOA

Converter a final nun activo para unha cidade

O criterio económico é importante, pero a sede debe avaliarse como paquete: instalación, produción, hotelaría, accesibilidade,



Mínimo de referencia

3.000 € en achega económica e/ou servizos. Non se formula como peaxe, senón como compromiso de produción do evento.

Criterios

instalación · conectividade · hotelaría · apoio do Concello · promoción · voluntariado · proposta audiovisual.

Dereitos da sede

Denominación de “Sede Final GALAIX 2027” · presenza institucional · activación de patrocinadores locais · Fan Zone · contido turístico · entrega de premios · hospitalidade.

CLUB PACK

Facer tanxible o valor

O club debe recibir entregables identificables. Isto axuda a que a súa directiva explique a participación a socios, patrocinadores

IDENTIDADE

kit dixital e guías

MATCHDAY

cartel + resultado + MVP

MEDIA

fotografía e vídeo compartido

COMERCIAL

dossier editable e inventario

DATOS

resumo de impacto e estatísticas

CLUB STORY

pezas de historia e escola

FORMACIÓN

sesións de marketing/patrocinio

REDE

contactos, alianzas e boas prácticas

Unha parte da proposta pode ser servizo, non só diñeiro. Para moitos clubs, un bo dossier, contido profesional ou apoio comercial pode ter máis valor ca unha pequena devolución en efectivo.

ÓRGANOS

Quen decide que

A claridade de funcións evita que todo dependa da presidencia e reduce conflitos cando o proxecto creza.

Órgano	Función principal	Control
Asemblea	estatutos, contas, eleccións, grandes decisións	clubs asociados
Presidencia	representación e impulso	Asemblea
Xunta Directiva	dirección colexiada	Asemblea
Dirección GALAIX	operación diaria da competición	Xunta / orzamento
Comisión Competición	regulamento e incidencias deportivas	procedemento

Decisións sensíbles

Reforma de estatutos · modificación substantiva de dereitos de voto · venda de dereitos plurianuais · débeda relevante · disolución · operacións con partes vinculadas. Deben requirir maiorías reforzadas e información previa suficiente.

DASHBOARD

Medir o que importa

Unha propiedade deportiva debe demostrar valor con datos deportivos, comerciais e de comunidade.

CLUBS

clubs activos **10**

retención **80%+**

satisfacción **8/10**

AUDIENCIA

alcance **250k+**

vídeo **100k+**

engagement **meta anual**

COMERCIAL

partners **5+**

patrocinio **25k€+**

sede **3k€+**

DEPORTE

partidas **200+**

incidencias **<2%**

final **1 evento**

Os obxectivos deben aprobarse antes da tempada e publicarse no informe final, incluso cando non se cumbran.

GO / ADAPT / STOP

A validación debe conducir a unha decisión real

O piloto perde sentido se a conclusión está decidida antes de empezar. O informe 2027 debe permitir tres respostas.

GO

Repetir e escalar:
satisfacción, demanda e
financiamento suficientes.

1

ADAPT

Continuar, pero cambiando
cotas, formato, produción
ou gobernanza.

2

STOP

Non continuar se o valor
entregado non xustifica
custos e complexidade.

3

A pregunta final

¿Queren os clubs repetir? ¿Queren os patrocinadores renovar? ¿É sostible economicamente? ¿A organización pode entregar máis calidade ao crecer? Se a resposta global é si, a Superleague ten base real.

Non vimos crear outra liga. Vimos crear algo que os clubs queiran sentir como seu.

O seguinte paso non é aprobar un regulamento. É sentar cos clubs interesados, escoitar, medir a demanda e construír un Proxecto 1.0 con base real.

ABRIR DEBATE

FORMAR GRUPO PROMOTOR

VALIDAR 2027

Unha terra. Moitos clubs. Unha soa paixón.

Proposta promovida para debate por Club Creacciona Cum Laude

Asociación Galega de Clubs de Xadrez (AGCX): denominación e estrutura propostas, suxeitas a constitución e revisión.