

EQUIPAMIENTO

Iris Córdoba (GSIC): "Sin duda el 'Big Data' es la revolución más importante en el deporte"

M.Menchén
25 may 2015 - 04:58

Iris Córdoba atiende a *Palco23* por teléfono pocos días después de la inauguración del Global Sports Innovation Center (GSIC) que Microsoft ha impulsado en Madrid. Es media mañana y apenas tres días después de su puesta en marcha ya hay emprendedores que se acercan a las oficinas del Barclaycard Center para recabar información. "Queremos que esto sea un punto de encuentro y de debate en torno al deporte para todo el público", explica la directora del centro.

La directiva, procedente de la red de clústers Madrid Network, confía en que la treintena de empresas que se han adherido sean capaces de poner conocimientos en común para dar un impulso y dar paso a nuevos proyectos. Con treinta socios iniciales, ocho de ellos *start up* con ganas de provocar un cambio en la industria del deporte, el GSIC ya aspira a alcanzar el medio centenar de asociados y colaborar con 200 empresas innovadoras. La inversión inicial no es menor: 17 millones de euros sólo para arrancar.



Iris Córdoba, directora del GSIC, durante la presentación del centro.

¿Cómo reaccionó cuando Microsoft le propuso liderar este proyecto?

Para mí es todo un desafío. Ellos eran socios del anterior clúster donde yo trabajaba y ahí pudieron ver de primera mano cómo en un escenario similar se puede trabajar de forma colaborativa incluso con competidores como Google y Amazon, y otros cuarenta socios.

¿Por qué se escogió España para este centro y no otro país? ¿La influencia del Real Madrid?

No es la primera vez que Microsoft apuesta por España para uno de sus centros mundiales en innovación; en Baleares, por ejemplo, está el destinado al turismo. Además, la compañía ya decidió a finales de año que su división de deportes a nivel global tendría su sede en Madrid. La valoración de la experiencia española en el mundo del deporte y su ascendencia en Europa ha sido decisiva para la elección, así como el respaldo de la Comunidad de Madrid, que ha cedido las instalaciones del Barclaycard Center.

¿Qué podemos esperar del GSIC a medio plazo?

Microsoft ha demostrado que tiene un fuerte compromiso con la innovación y es pionera en ayudar a empresas y personas de todo el mundo a desarrollar su potencial. GSIC es un paso firme en apostar por la cadena de valor del deporte a través del uso

de la tecnología y ayudar a desarrollarla. El deporte es un espacio que ofrece grandes oportunidades de empleo y bienestar. Hay que desarrollar la parte tecnológica, que ya no es el futuro, sino un presente que ha cambiado la forma de consumir y practicar el deporte.

Y los emprendedores, ¿con qué propuesta tratarán de convencerlos?

Aquí pueden incubar su iniciativa y utilizar el centro como lugar de reuniones para hablar con inversores. También trabajaremos para que los proyectos puedan optar a fondos de programas nacionales e internacionales [se habla de cuatro millones en cinco años] y se dará apoyos para gestionar la solicitud de ayuda a Microsoft Bizspark. [Se trata de un programa por el que las *start up* reciben cursos y la opción de utilizar tecnología de la multinacional a precios reducidos]

¿Tener de socios a grandes marcas como Adidas, Real Madrid o IDC es un aliciente más? ¿Hay algún compromiso para que testen los productos de las 'start up'?

Más que ser un gancho, para el centro son un valor. Es muy importante que tengan esta voluntad de poder trabajar de manera conjunta y conocer las iniciativas del centro. Si después hay algo más, veremos.

¿Microsoft se plantea tomar participaciones en estos proyectos a cambio de que estén en el GSIC?

En principio no está dentro del proyecto. Lo que sí queremos facilitar es el *screening* de las empresas ante posibles inversores e instituciones; que el GSIC sea una ventana más a la que puedan sumarse aceleradoras, incubadoras... queremos sumar y ofrecer información a los emprendedores para sacar adelante sus proyectos.

Arrancan con más de veinte socios y quieren alcanzar el medio centenar, ¿han definido el perfil que deberían tener?

El centro es una asociación sin ánimo de lucro. La idea es crear una masa de socios para generar el debate, apoyar ideas innovadoras y empresas de base tecnológica. En esa línea, hay socios de todos los tamaños y de las principales cadenas de valor del deporte. El centro está abierto a cualquier empresa o institución que quiera formar parte y quiera fomentar proyectos. No hacemos una selección de las empresas que deben formar parte del GSIC.



La planta baja del centro, en el Barclaycard Center, está abierta al público para probar productos.

¿Existe entre ellos cierto consenso en que el Big Data es la revolución más importante que vivirá la industria del deporte?

Sin duda. Realmente no solamente es algo que vaya a pasar, sino que ya está sucediendo. En el centro hay algunas iniciativas que, por ejemplo, permiten saber el estado del terreno de juego, las necesidades que va tener según el clima, el riego... Ya no es el futuro, ¡es el presente!

¿Perciben resistencia o disposición por parte de los agentes deportivos a aplicar estas innovaciones?

No veo una resistencia, cada vez son más conscientes en los clubes de la oportunidad que tienen enfrente. Muchas veces las buscan los propios deportistas. Los clubes van de la mano de ese cambio y de la realidad.

¿Dónde pueden surgir más tecnologías disruptivas? ¿En el ámbito de la experiencia del usuario o en el de la gestión de un club/equipo?

No me atrevo a decir... la cadena entera está creciendo; hay oportunidades a lo largo de la cadena de valor si hay empresas que están dispuestas a invertir e innovar. La salud genera una oportunidad en sí muy grande, pero también el entender cómo los fans quieren consumir la experiencia del deporte. Hay una oportunidad en general. Es

lo que intentaremos dar cabida en el centro.

¿Que el centro esté abierto al público también servirá para testar las ideas?

Buscamos un doble objetivo: facilitar a los emprendedores que den a conocer su producto y tener la validación del público, y acercar más información a la sociedad de la tecnología que hay detrás del deporte y que muchas veces no conocemos. Aquí podrán probar y tocar nuevos productos, por lo que les mostraremos las posibilidades que ofrece la tecnología para cambiar las cosas.