

## EQUIPAMIENTO

# FirstV1sion busca 5 millones entre inversores tras fallar en la campaña de 'crowdfunding'

M.Menchén  
12 jun 2015 - 12:49

FirstV1sion deberá recurrir a las vías tradicionales de captación de recursos. La empresa, que ha desarrollado una cámara subjetiva que se integra en la camiseta de los deportistas, ha abierto una ronda de financiación para lograr entre tres millones y cinco millones de euros con las que financiar su modelo de negocio y perfeccionar un producto que ya utiliza la Euroliga.



Jose Ildefonso, fundador de FirstV1sion, junto a su equipo.

La *start up*, acelerada por Wayra, confiaba en obtener entre un millón y 2,5 millones de euros a través de la campaña de *crowdfunding* que inició en el portal BNK To The Future . No obstante, el proceso se ha cerrado con algo más de 325.000 euros, "sin completar el objetivo mínimo" de la ronda de inversión, que suponía valorar FirstV1sion en 25 millones de euros.

El objetivo mínimo era captar un millón, por lo que la compañía ya ha comunicado a las personas que invirtieron que "recibirán en breve un mail explicándole cómo recuperarán

su dinero de forma automática e inmediata". Eso sí, agradecen el apoyo de estos inversores: "nunca olvidaremos que fuisteis nuestros valientes", enfatizan.

Un total de 351 personas apoyaron económicamente el proyecto a través del *crowdfunding*, muchas de ellas seducidas por la posibilidad de recibir camisetas firmadas por Andrés Iniesta y Serge Ibaka. El jugador del FC Barcelona y el de los Oklahoma Thunders se sumaron al proyecto con un 6,75% del capital, a cambio de ceder su imagen para la campaña de captación de recursos.

La compañía fundada por Jose Idefonso ha decidido "no extender el plazo" para obtener dinero a través del *crowdfunding*, como sí hicieron hace unas semanas. "Son varios los inversores que actualmente se muestran interesados en participar en la compañía, por lo que a muy seguro, en breve tendremos buenas noticias al respecto", aseguran desde FirstV1sion.

La intención de la tecnológica es trasladar a deportes de equipo como fútbol o baloncesto una aplicación que ya está disponible en otras disciplinas, como la Fórmula 1 o MotoGP. "El objetivo de FirstV1sion es hacer que la experiencia de los espectadores sea aún más emocionante y entretenida de lo que es hasta ahora", señalan. En el caso de la Euroliga, y tras una experiencia previa con los árbitros, también se ha instalado en las camisetas de algunos jugadores y se emitieron imágenes en directo desde este punto de vista subjetivo.

En el caso del principal campeonato europeo de baloncesto, se ha integrado una lente óptica en el pecho y una red de sensores biométricos distribuidos por la camiseta. El sistema se completa con un micrófono, una microcámara con una autonomía de 90 minutos y todo integrado en un miniarnés con un peso total de 270 gramos. Todo ello permite que la transmisión en directo de las imágenes en alta definición.

La prueba piloto que realizaron con el Córdoba, ahora descendido a Segunda División, también le ha servido de aval para cerrar acuerdos con la Soccer League de Egipto y el campeonato de Segunda División de Brasil. FirstV1sion se embolsará unos tres millones de euros con estos acuerdos, aunque en su presentación asegura que el mercado al que se dirige genera 431 millones de euros anuales. Antes de lanzarse a buscar acuerdos con grandes torneos como la NBA o la LFP, su intención para 2015 y 2016 es firmar alianzas en América Latina y Oriente Medio, donde "las competiciones están menos reguladas".