

CLUBES

El Valencia CF busca ocho 'start ups' que acelerar en la segunda edición del Innovation Hub

El club de LaLiga da un nuevo impulso a su proyecto de apoyo a emprendedores con los que mejorar e innovar las diferentes áreas del club.

Javier Trullols
18 mar 2021 - 04:47



El Valencia CF busca más *start ups* innovadoras. Entre el 22 de marzo y el 30 de abril, en la segunda edición del Innovation Hub del club, las *start ups* que dispongan de un producto finalizado y un plan de negocio tendrán la oportunidad de presentarlo al club de LaLiga y a su socio en este proyecto, Startup Valencia, con el objetivo de convertirse en una de las ocho compañías que formarán parte del programa en la temporada 2021-2022.

“El Valencia CF quiere ser una referencia en innovación dentro del sector del fútbol”, detalla el presidente del club, Anil Murthy, a Palco23. “En los últimos cuatro años hemos sido líderes en transformación digital en el fútbol español y ahora VCF Media, un proyecto joven, también es una referencia en la comunicación a nivel digital”, añade. “Estamos convencidos de que la innovación transformará el crecimiento de los clubes de fútbol en la nueva economía post-Covid

”, destaca. El club pretende liderar esta tendencia a través del Innovation Hub.

El proyecto de innovación del Valencia CF nació con el objetivo de convertirse en catalizador de las iniciativas de los emprendedores en el ámbito tecnológico y digital para impulsar su proyección global y aumentar su impacto. “Tenemos la responsabilidad de impulsar y apoyar a los empresarios y emprendedores valencianos”, sostiene Jorge García, director de marketing del club, uniendo “al tejido empresarial vinculado con el club y buscando la ayuda mutua y la cooperación para crecer conjuntamente”.

Está enfocado a innovar en cuatro áreas: deportiva, médica, **smart stadium** y **fan engagement**. Unos sectores que ofrecen amplias posibilidades, desde la prevención de lesiones hasta la mejora de la experiencia en día de partido, pasando por el **fan engagement**, la realidad aumentada o la gamificación.

“No somos expertos en tecnologías”, reconoce Franco Segarra, director de Innovación Digital del club, a Palco23. El Innovation Hub permite “llegar en profundidad a donde no podemos llegar” como club de fútbol, reconociendo, apoyándose en las ideas de jóvenes emprendedores a los que se pretende apoyar en el desarrollo de sus negocios a través del paraguas de este programa, abriéndoles las puertas del fútbol profesional. “Hay **start ups** que no son conscientes de que hay ideas adaptables al mundo del fútbol”, advierte.

El Valencia CF prepara el lanzamiento de la segunda edición del Innovation Hub con el que pretende acelerar ocho *start ups*

“La primera edición fue la manera de ponernos en el mapa”, explica. El club ha desarrollado el proyecto desde entonces, aprendiendo de la experiencia previa. En esta ocasión, el proceso de selección constará incluso de un *pitch day* en el que las empresas visitarán el estadio de Mestalla para presentar sus propuestas.

Hasta el momento, diez **start ups** que han participado en el programa se han integrado en el ecosistema del club. La última de ellas es una compañía de origen canadiense por la que la realidad aumentada ha pasado a ser protagonista en la aplicación del club, en una acción pionera, “algo que aumenta nuestras posibilidades de interacción y cercanía”, destaca Javier Latorre, director de VCF Media.

Las compañías que pasan a formar parte del **hub** reciben los beneficios de trabajar con un club como el Valencia CF, con lo que eso representa en términos de visibilidad y

patrocinio, al disponer de presencia de marca en eventos o la U televisiva, además de representar un efecto llamada dando a conocer sus servicios a otros clubes. El club no aporta financiación directa a los proyectos aunque destina recursos internos, con un coste de activos que en algunos casos supera los 70.000 euros, aunque abre la puerta a que pasen a formar parte de su Business Club una vez acabada la etapa de mentorización, como ha pasado con cuatro o cinco empresas.

“Desde VCF Innovation Hub pretendemos que surjan proyectos que reviertan a través del Valencia CF en el beneficio de las empresas y en el aficionado, objetivo central de cualquier estrategia comercial y de marketing”, señala García.

“Estamos convencidos de que la innovación transformará el crecimiento de los clubes de fútbol en la nueva economía post-Covid”, dice Anil Murthy

La tecnología “por sí sola no aporta valor”, explica Segarra. “Hay que transformarla para que cambie los procesos”, destaca al tiempo que advierte de la confusión entre digitalización y transformación digital. La implementación de la tecnología debe “aportar valor”, en ahorro de costes, ventajas competitivas, nuevos ingresos o flexibilidad. Y todo ello junto al reto de transformar procesos sin olvidar a las personas que no deseen formar parte de la evolución, dando respuesta a las demandas de los adolescentes al mismo tiempo que a los seguidores de mayor edad. La “tecnología debe ser inclusiva, todo tiene que sumar”, “poniendo a todo el mundo en el centro”.

“En un momento como el actual, donde la situación sanitaria mundial impide a los aficionados estar cerca de su equipo y sentir el contacto piel con piel con sus ídolos, la innovación nos permite acercárselos por la vía de los contenidos y el entretenimiento”, sentencia el directivo del club.