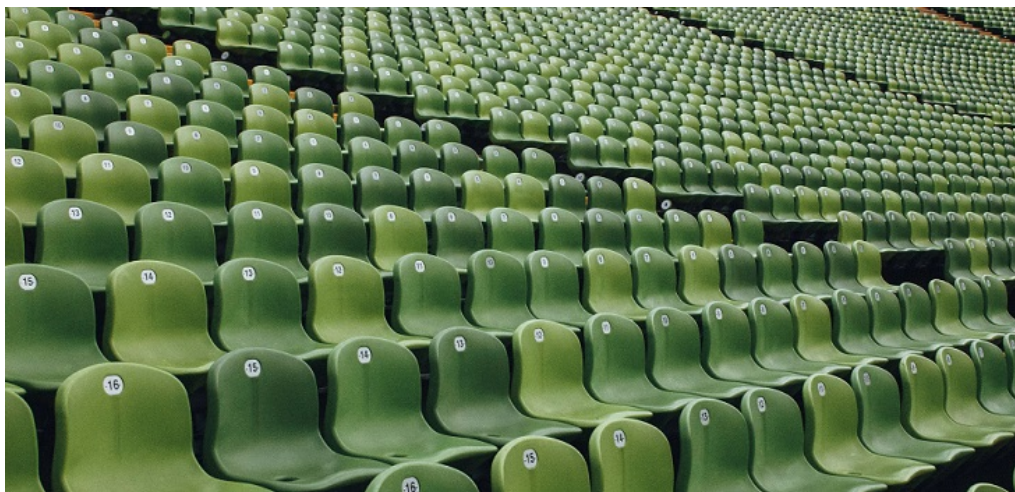


ENTORNO

Sports Industry Research sale al mercado: estadios como activos inmobiliarios

La empresa inicia operaciones en el mercado español y portugués y prevé dar el salto a las principales ligas europeas y al mercado americano en cinco años.

M. L-E.
7 jun 2021 - 04:48



Sports Industry Research salta al césped. La empresa, fundada en 2020 tras dos años de desarrollo del proyecto, está especializada en recopilar datos de rendimiento y rentabilidad de estadios deportivos, estructurarlos utilizando parámetros de datos unificados y transformarlos en KPIs y datos accionables para que clubes deportivos y operadores de estadios deportivos puedan gestionar mejor sus estadios, con el fin de maximizar su rendimiento tanto en días de partido como en días de no partido.

La empresa estima una facturación de 2,2 millones en su quinto año de negocio. En 2021, Sports Industry Research busca acuerdos en el mercado español y portugués en fútbol y baloncesto, tanto masculino y femenino. Este año prevé una facturación de 240.000 euros, cuando alcanzará el *break even*.

En 2022 y 2023 prevé crecer en el mercado español y portugués y extenderse en las cinco principales ligas europeas, alcanzando un total de 78 clubes de fútbol masculino.

También quiere extender su negocio a balonmano, tenis y circuitos de velocidad . La facturación prevista para esos años es de 450.000 euros y de 830.000 euros respectivamente.

Sports Industry Research prevé expandirse a balonmanos, tenis y motor

En los dos años siguientes, el club prevé seguir su expansión en los mercados nacionales y europeos y dar el salto al mercado estadounidense, con acuerdos en la NHL, NFL, NBA, MLB y MLS, además de dar el salto también al rugby. La facturación prevista en el cuarto año de negocio es de 1,1 millón de euros, cifra que prevé doblar al año siguiente.

La empresa está fundada por Javier Serrano, empresario con experiencia en la industria hotelera, habiendo sido director general de STR en España, Portugal y Andorra. El directivo es especializado en *revenue management* por la Universidad Cornell de Nueva York, ha cursado un MBA en gestión global de negocios y estrategia corporativa por la EOI Business School, y una licenciatura en gestión hotelera y de negocios por la Leeds Beckett University. Con sede en Madrid, la inversión inicial fue de 30.000 euros y el capital social de la compañía es de 10.000 euros. La empresa actualmente cuenta con cinco trabajadores.

Con el objetivo de considerar los estadios como activos inmobiliarios, la empresa ofrece datos y análisis para mejorar no sólo el rendimiento del estadio, sino el *fan engagement*, la venta de *merchandising*, los contratos de patrocinio del estadio, los derechos de televisiones y busca reducir costes oficiales, recopilando, estructurando, transformando y mostrando datos de rendimiento de estadios deportivos.