

EQUIPAMIENTO

El director de innovación del Team USA elige Barcelona para abrir una consultora tecnológica

Mounir Zok, que durante casi seis años dirigió el departamento de innovación y tecnología del Comité Olímpico de EEUU, ha puesto en marcha junto a otros socios N3XT Sports, consultora especializada en estos ámbitos aplicados al deporte.

M.Menchén
18 sep 2018 - 05:00

El director de innovación del Team USA elige Barcelona para crear una aceleradora de 's

Barcelona acostumbra a ser una de las ciudades preferidas por los emprendedores y las grandes tecnológicas que ponen un pie en España. También es la ciudad que ha elegido para su nuevo proyecto el hasta ahora director de innovación y tecnología del Comité Olímpico de Estados Unidos, según ha podido saber *Palco23*. Mounir Zok se ha unido a dos socios más para poner en marcha N3XT Sports, una consultora especializada en estos dos ámbitos aplicados al deporte y que también acelerará a las *start ups* que confíen en ellos.

Tras poner fin a su ciclo de casi seis años en el *Team USA*, Zok se ha unido en este proyecto con Xavi Cortadellas, responsable de innovación y diseño de la marca de bebidas isotónicas Gatorade y que continuará trabajando en la multinacional estadounidense. El tercer miembro del equipo fundador es Jordi Ferré, un emprendedor catalán que ha trabajado en los equipos de investigación de clubes profesionales de fútbol y ciclismo.

El ejecutivo, de origen libanés y que ha vivido en Reino Unido e Italia, explica que la sede se ubicará en el centro de *coworking* WeWork del distrito tecnológico 22@, pues buena parte de sus clientes están en el extranjero. "Nuestra idea es tener en Barcelona una sede operativa con ocho personas para fin de año, empezando a abrir mercado en Europa y Oriente Medio", comenta.

Mounir Zok es el cofundador de N3XT Sports junto a Xavi Cortadellas, director de innovación de Gatorade, y el emprendedor Jordi Ferré

La actividad de la consultora se centrará en tres aspectos: asesorar sobre oportunidades de negocio a fondos de inversión, propiedades deportivas y marcas; aceleración de tecnológicas con productos viables, y hacer de puente entre proyectos de innovación aplicada al deporte que surjan en Europa y Estados Unidos. Por el momento, ya han firmado proyectos con el Comité Olímpico de Guatemala y con la 3Ball USA, primera liga de baloncesto 3x3 profesional en EEUU. Además, para crecer en Medio Oeste la compañía ha contratado al exdirector de Sports Intelligence del Comité Olímpico Internacional, Hisham Shehabi, que liderará el proyecto en esa región.

Zok considera que una de sus ventajas competitivas es que “nuestro *know how* es clarísimo, y tenemos experiencia sobre cómo estructurar una organización o un departamento para que trabajen estos temas”. Él se encargó de las negociaciones con firmas que proponían aplicar innovaciones que mejoraban el rendimiento de los atletas en uno de los países más laureados del mundo, mientras que Cortadellas está al frente del grupo que trabaja con deportistas y clubes para dar con soluciones específicas a sus necesidades.

Sobre la elección de Barcelona, los promotores de la consultora indican que “en España hay mucha calidad, pero es difícil expandirse. Necesitan procesos para desarrollar ese talento y hay que ayudarles para que entren en el ecosistema”. En este sentido, Zok apunta otro de los contratiempos habituales: “El problema común de las *start ups* de deporte es no comprobar que su producto funciona”, valora. Su idea es aprovechar los contactos establecidos en Silicon Valley durante estos años para cumplir con ese objetivo.

La consultora se instalará en el WeWork del distrito 22@ de Barcelona y confía en dar empleo a ocho personas este año

La mejora del rendimiento y de la experiencia del aficionado son los dos focos más frecuentes en las nuevas compañías que surgen. De ahí que, en su opinión, haya “oportunidades en todos los deportes”, si bien, “el verdadero reto es cómo sacar de verdad la información que generan los datos en el terreno de juego; hoy sólo se utiliza entre el 2% y el 5% de esta información”, estima Zok. Y ahí, nuevamente, hará valer su experiencia sobre qué necesita realmente un atleta de élite.

El ejecutivo sabe de lo que habla, pues ha sido durante años el responsable de defender, establecer y ejecutar programas de tecnología de alto rendimiento que aumentan las posibilidades de medalla. Por ejemplo, experimentó el uso de tecnología portátil, textiles y tejidos inteligentes, la aplicación del Internet de las Cosas, la inteligencia artificial e informática cognitiva.

Se trata de la segunda iniciativa que la capital catalana alberga en torno al deporte y la tecnología, después de que el FC Barcelona creara el Barça Innovation Hub. Este programa pretende aglutinar todo el conocimiento que se desarrolla dentro del club para compartirlo a través de cursos o con empresas que quieran colaborar en el desarrollo de un producto. De ese ecosistema surgió la ronda de financiación de Real Track Systems con una firma de inversión vinculada a la familia Grifols. En paralelo, se trabaja con el Massachusetts Institute of Technology (MIT) en un sistema de análisis sobre cómo atacan el resto de participantes de LaLiga a partir de la inteligencia artificial.

Barcelona intenta posicionarse como capital emprendedora

Barcelona se ha convertido en el *hub* tecnológico más destacado de España y uno de los más relevantes de Europa, aunque aún no ha conseguido situarse entre las veinte ciudades más importantes a nivel global. En esta clasificación sí que se encuentran urbes europeas como Londres, que ocupa la tercera posición del ránking mundial por detrás de Silicon Valley y Nueva York; Berlín ocupa el séptimo lugar y París el undécimo.

La ciudad española tiene a más de mil *start ups* afincadas, pero los expertos consultados por Startup Genome en su informe *The Barcelona Startup Ecosystem Report* señalan la necesidad de que estas eleven aún más sus miras al mercado global, especialmente más allá de Europa. Los emprendedores no sólo necesitan relacionarse con el resto de *hubs* internacionales, sino también tener la ambición de apuntar a los mercados globales.