

EQUIPAMIENTO

Firstvision busca otros 500.000 euros para su cámara subjetiva tras la entrada de Shorai

La compañía, que quiere convertirse en un proveedor de hardware, ha oficializado la entrada del fondo liderado por Borja Larragán, exjugador de ACB y que ha aportado 150.000 euros de los 300.000 captados en la última operación.

M.M.A.
25 abr 2018 - 10:09

Firstvision vuelve a salir al mercado. El fabricante de cámaras subjetivas para retransmisiones deportivas ha puesto en marcha una nueva ronda de financiación por 500.000 euros para completar su transformación en un proveedor de *hardware* y acelerar la firma de contratos con competiciones. Este objetivo ha supuesto una remodelación del consejo de administración, que ahora presidirá el accionista Carlos Martínez para liderar la negociación con potenciales inversores.

Roger Antúnez, que deja su puesto en el consejo de administración, seguirá como director general y se volcará en la mejora técnica del producto; además, junto al resto de fundadores, incluido José Ildfonso, mantienen la mayoría accionarial. “El proyecto va muy bien, pero debe dar un salto; por eso buscamos un consejo más institucional que se encargue de maximizar el valor de la compañía con esta nueva ronda”, explica Martínez a *Palco23*.

En el máximo órgano de gobierno también estará Borja Larragán, exjugador de baloncesto que llegó a militar en equipos de la ACB y que lidera el club de inversión Shorai. Tal y como adelantó este diario, la firma comprometió 100.000 euros que finalmente han ascendido a 150.000 euros. El resto de recursos han sido aportados por Sinan Güler, jugador del Galatasaray de baloncesto, con 50.000 euros; Wayra, la aceleradora de Telefónica que ha compensado créditos por 74.000 euros, y diversos *business angels*.

Antúnez explica que la primera ronda, con la que captaron 150.000 euros y en la que participaron atletas como Andrés Iniesta y Serge Ibaka, “estuvo centrada en producto para poder estar en cualquier estadio”. Ahora, en cambio, la financiación servirá para poner “el foco en que los clientes puedan operar nuestro producto sin necesidad de operadores nuestros

PALCO23

; se trata de acabar de asumir al 100% modelo de negocio de *software as a service* (Saas)".

La compañía basa su modelo de negocio en el alquiler de estas cámaras que se incorporan en las camisetas y ofrecen una visión subjetiva del jugador o el árbitro durante un encuentro. Su modelo se basa en el alquiler del equipamiento de forma puntual y no en la venta de los dispositivos, una fórmula que le ha permitido trabajar estrechamente con la Euroliga y con otras competiciones como la Bundesliga y la Champions League de balonmano. En 2017, su facturación fue de 180.000 euros (el 92% fuera de España) y este año podrían alcanzar el **break even**.