

EQUIPAMIENTO

NBN23, al ritmo de la YMCA: prevé equipar un centenar de centros en EEUU con su tecnología Nagi

La tecnológica valenciana, que en verano recibió la validación de la NBA para su *software* especializado en básquet, ha puesto el foco en las piscinas norteamericanas y no descarta dar el salto al fútbol y al voleibol a medio plazo.

Álvaro Carretero
22 nov 2019 - 04:59



“Y-M-C-A”... Seguramente, nada más leer estas siglas el primer instinto es tararear la famosa canción. Pero no, NBN23 no ha entrado en Estados Unidos bailando con los Village People. La tecnológica valenciana, que hace dos meses recibió el sello de la NBA para comercializar su *software* de baloncesto, ha dado un paso más en su expansión norteamericana de la mano de Nagi, especializado en natación. Gracias a un acuerdo alcanzado con los centros de la Young Men Christian Association (YMCA), la empresa prevé equipar, al menos, un centenar de piscinas en 2020 y espera que sea la antesala para dar el salto a otros mercados y deportes.

“En los últimos meses hemos empujado Nagi para crecer en Estados Unidos”, asegura

a *Palco23* Miguel Bullón, presidente ejecutivo de la compañía. Los contactos comenzaron en verano, cuando acudieron a la convención anual de la YMCA para establecer las primeras negociaciones. “Comenzamos a instalar en algunos de sus centros y fuimos acelerando”, explica.

Meses más tarde, una delegación de NBN23 se desplazó hasta Indiana para acudir a una nueva convención, donde se hizo una presentación oficial ante la mayor parte de los directivos de estos centros. Desde entonces, el despegue ha sido meteórico. Ya se han instalado los sistemas de Nagi en diferentes complejos de Nueva York y California, y otras empresas que trabajan de la mano de YMCA ya se han interesado por incorporar el *software* a sus instalaciones.

NBN23 prevé instalar Nagi en más de un centenar de centros de la Ymca y dar el salto a nuevos mercados

Por ahora cuentan con un equipo de cinco personas en este territorio, entre las que se encuentran el expresidente de Spalding Ed Dvorak y el exjugador del Estudiantes Rafa Vidaurreta. La previsión es que en los próximos meses se incorporen dos nuevos embajadores para cubrir las necesidades de expansión.

Pero, ¿cómo se explica el repentino éxito de Nagi? Inicialmente nació como un *software* especializado en seguridad para la práctica de la natación, pero “ha sufrido una profunda transformación”, explica. “Hemos derivado hacia la gamificación porque nos dimos cuenta que el producto gustaba, pero costaba convencer de realizar una inversión fuerte justificada únicamente en la seguridad”, subraya el ejecutivo.

Ahora Nagi se especializa en la monitorización del rendimiento, adaptado a las necesidades de cada deportista, y compite con dispositivos como los *smartwatch*. En lugar de que cada persona invierta en su propio reloj inteligente, es el centro el que ofrece un servicio extra a sus usuarios.

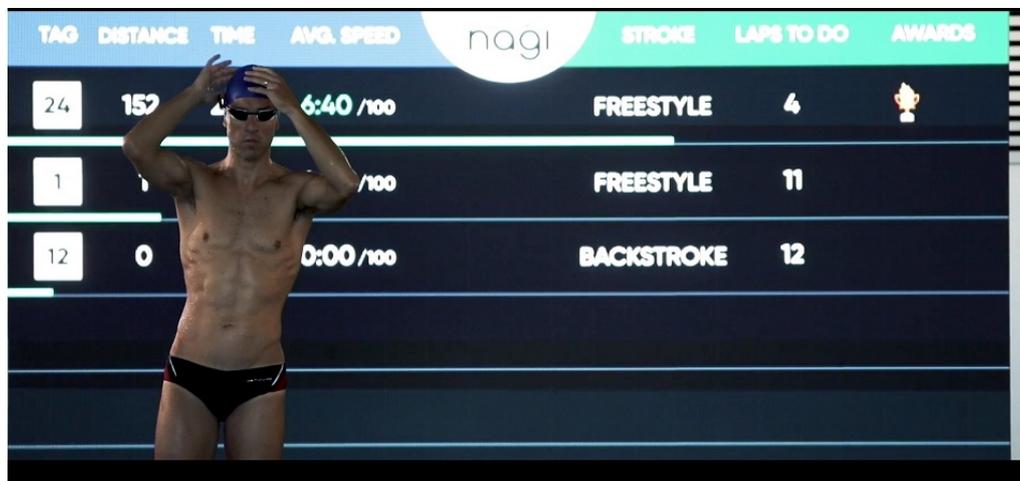
Ed Dvorak y el exjugador Rafa Vidaurreta están liderando la expansión en EEUU de NBN23

Es un proceso complejo, pues cada centro tiene sus propias características, y ha de adecuarse a las necesidades de cada uno, lo que ha obligado, en parte, “a repensar nuestro modelo de negocio e ir adaptándolo”. Para realizar la instalación de esta tecnología, NBN23 ha sellado un acuerdo con una empresa local, que se encarga de la parte logística. “Nosotros no podíamos asumir esa labor desde España y con la estructura que tenemos, así que buscamos la mejor alternativa para garantizar el servicio”, indica Bullón.

Ahora bien, ¿qué son los centros YMCA? Se trata de una red de centros deportivos de carácter público, pero que se financian con fondos propios, obtenidos a través de las aportaciones de los socios, las donaciones y los patrocinios de diferentes empresas. Se trata de complejos de grandes dimensiones que suelen contar con piscinas, pistas para diferentes deportes, gimnasios... Y que suelen estar plenamente equipados tecnológicamente. Sólo en Estados Unidos hay más de 3.500 instalaciones asociadas, y a nivel mundial ascienden a 7.000.

“Es un avance tremendo, porque no sólo supone entrar de lleno en Estados Unidos, sino expandirnos hacia nuevos mercados”, afirma. Una de las prioridades es dar el salto a Francia, donde ya hay negociaciones en marcha, al igual que en Bélgica y Sudáfrica, a los que considera “mercados muy fuertes”. En otros países, como Australia, ya se ha alcanzado un acuerdo con tres *partners* para cubrir todo el territorio, mientras que en Japón también se ha realizado la primera instalación.

También en España se han sucedido diferentes conversaciones, aunque por ahora el empresario prefiere no desvelar los proyectos en marcha. Lo que sí confirma es que las principales zonas de influencia son “Madrid, Barcelona, la zona del Levante y el norte de España”, aunque asegura que “va mucho más lento que en EEUU porque son modelos diferentes y aunque ahora parece que va cogiendo ritmo, ha costado mucho posicionarlo”.



Nagi permite a los deportistas medir su rendimiento sin utilizar dispositivos personales

El despegue de Nagi ha condicionado la evolución de su producto especializado en baloncesto, que ha sido la punta de lanza de NBN23. “Hemos tenido que invertir la mayor parte de nuestros esfuerzos en este proyecto, pero la confirmación de la NBA nos ha servido como ariete para cerrar acuerdos en Europa y Latinoamérica”, asegura. Desde entonces han firmado con las federaciones de Turquía, Suecia, Reino Unido, Italia, Grecia y Suiza para implantar su tecnología de posicionamiento en su estructura.

Al espaldarazo de la NBA se suma la presencia de un histórico del baloncesto como Antoine Ridaudeau, a quien ficharon como embajador este año. “Su papel es fundamental”, afirma Bullón. “Esta misma semana tuvimos una reunión con la federación francesa gracias a él; nos está abriendo muchas puertas en Europa”. Esa repercusión ya ha comenzado a dejarse notar. Esta temporada estarán presentes en el All Star de la VTB rusa: “Nos contactaron ellos y aceptamos porque proyecta nuestra imagen, pero no entraba en las previsiones”, señala.

Las puertas que por ahora no se han abierto son las de la ACB y la de la Federación Española de Baloncesto (FEB). “Hemos realizado muchas acciones conjuntas con la federación, pero tiene otro recorrido y ha tenido que abordar otros frentes, y eso ha provocado que los avances tecnológicos se hayan demorado”, explica.

En España NBN23 sólo ha logrado alcanzar un acuerdo con el Valencia Basket, con quienes colaboran en su ambicioso proyecto de L’Alquería, al que aspiran convertir en un gran *hub* de innovación. “Su foco es el mismo que el nuestro, es una relación natural”, subraya el ejecutivo, quien considera que aún deberán pasar años hasta que

el resto de equipos esté preparado: “es un producto excesivamente pionero para la estructura de canteras que tienen; aún debe pasar un tiempo entre los *early adopters* y su implantación en el *mass market* y estamos justo en ese proceso en el que la tecnología debe madurar y abaratar el coste para que sea asumible”.

Eso sí, la ambición de la tecnológica no se queda ahí. El plan a medio plazo es dar el salto a otros dos deportes estratégicos: el fútbol y el voleibol. “Por ahora tenemos que concentrar esfuerzos con la estructura que tenemos, pero es una demanda que escuchamos a menudo y que está en el radar”, adelanta Bullón. Y ahí es donde está el reto a largo plazo: abordar los distintos nichos para alcanzar una nueva dimensión dentro del deporte.