

MEDIA

El fondo Shorai invierte 100.000 euros en la cámara subjetiva de FirstVision

La tecnológica española, participada por Telefónica, Andrés Iniesta y Serge Ibaka, espera captar otros 400.000 euros en una ronda de financiación para acelerar su crecimiento.

Marc Menchén
10 may 2017 - 04:59

iniesta ibaka firstvision

FirstVision surgió hace tres años en el mercado con el apoyo mediático de Andrés Iniesta y Serge Ibaka. La empresa presentaba una cámara subjetiva que pretendía revolucionar las retransmisiones deportivas, una ambición que mantienen y para la que han vuelto a salir al mercado a por financiación. Tras los 150.000 euros iniciales que levantaron en 2015 a través de dos *business angels*, los fundadores han puesto en marcha una nueva ronda para captar un máximo de 500.000 euros. Por el momento, ya se han asegurado 100.000 euros del club de inversión Shorai, según ha podido saber *Palco23*.

Esta firma, con sede en Valencia, está dirigida por Borja Larragán, exjugador de baloncesto que llegó a militar en equipos de la ACB. El inversor ya había participado anteriormente en rondas de *start ups* vinculadas a la competición, pero ahora ha decidido estructurar su actividad en torno a una comunidad que pretende poner en contacto a exdeportistas y ejecutivos con emprendedores. En su cartera, por ejemplo, ya figuran Glassy, un *wearable* para surfistas que sirve a su vez de comunidad; la plataforma de contratación de entrenadores personales Entrenarme, y el *software* de análisis de baloncesto NBN23.

Roger Antúnez y Jose Ildefonso, cofundadores de la compañía, explican a este diario que sus necesidades financieras ascienden a unos 800.000 euros, pero que los 300.000 euros restantes los buscarán a través de préstamos. Antúnez, que ejerce como consejero delegado, explica que la entrada de Shorai no es casual, ya que se trata del primer fondo español que se ha especializado en la industria del deporte, un *target* que es el que prioriza FirstVision. “Nuestra preferencia es captar inversión de la industria”, explica, sobre unas negociaciones en las que están conversando con deportistas, ejecutivos y empresas.

La empresa facturó 118.000 euros en 2016, el doble que un año antes, y para este 2017 lanzará un producto de realidad virtual

El emprendedor comenta que su intención es “continuar creciendo como empresa independiente al menos durante el próximo año”, aunque admite que “hay interés en el mercado para que nos integremos en un grupo consolidado”. A día de hoy, en su accionariado está presente Telefónica, aunque con una participación minoritaria y que corresponde al intercambio habitual de las empresas que han pasado por la aceleradora Wayra.

Tras el ruido inicial de 2015, FirstVision decidió pasar a un perfil bajo en 2016 para centrarse en la mejora de su *hardware* y la búsqueda de contratos a largo plazo. Antúnez asegura que la facturación se dobló durante el último año hasta los 118.000 euros, y con un cambio importante respecto al uso de su producto. “Dos tercios de los usos de nuestra cámara fue con jugadores y el resto con árbitros, gracias a que hemos priorizado la seguridad y el confort”.

La cámara de FirstVision se adhiere a la camiseta de los deportistas, de forma que se reduce la incomodidad y se afecta menos a los movimientos. No obstante, Ildfonso admite que uno de sus desafíos continúa siendo la estabilidad de la imagen que recogen. “Hemos conseguido estabilizar la imagen de forma electrónica en la versión *recording*, pero ahora tenemos que mejorarlo en el directo”, apunta.

Antúnez admite que uno de los últimos deportes en los que lograrán entrar es en el fútbol, ya que la Fifa aún no ha autorizado su uso. No obstante, consideran que pueden abrir mercado entre los clubes para que utilicen sus cámaras subjetivas en vídeos para compartir en redes sociales; de hecho, Manchester United y Bayern de Múnich la han utilizado en activaciones publicitarias.

Donde sí han conseguido ser utilizados en torneos oficiales es en disciplinas polideportivas, como el baloncesto, el hockey hielo o el balonmano. La Euroliga fue una de las primeras competiciones que apostó por utilizar sus cámaras a través de los árbitros, y con ella han seguido colaborando en distintas acciones. “Tenemos acordados proyectos con ligas europeas para aprobar y homologar a gran escala el uso de las cámaras en partidos oficiales”, avanza, para un 2017 en el que también lanzarán un producto de realidad virtual.