



SPINENT 2.0
MENTOR UP SCALE UP

SportsTECH Buenas Practicas

Featured infographics
Create Infographics

Marketplace
We create cutting edge
infographics.
View our award

contrast

Marketplace
Create Infographics

Marketplace
Create Infographics

Video No- 2543

METABOLIC ENTOGRAPH

73072	20252	32400
50251	71789	43025
49871	23871	72000
71220	9078	70000
75323	17175	43000
10264	11184	38000
76644	10958	24000
50170	19473	42250
48170	44000	27817
60380	54762	27000
40711	77829	20000
27044	18899	20000

1:40:0 2:40



ISO 6400

F 5.6

PLEASE ENTER YOUR E-MAIL ADDRESS

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
Q W E R T Y U I O P
R S D F G H J K L
Z X C V B N M @
DELETE SEND

2020-1-PL01-KA205-081253



Erasmus+

TABLA DE CONTENIDOS

01	ASER VENTURES	aser.com Alessandro Nuccetelli ASOCIADO DE INVERSIÓN Y ESTRATEGIA	08	IREWIND	irewind.com Nico Decurtins JEFE DE DESARROLLO DE NEGOCIOS Y VENTAS
02	SCOUTIUM	scoutium.com Efe Aydın CEO	09	BLAST PREMIER	BLAST PREMIER.net Nikolaj Nyholm CEO & FUNDADOR
03	EDGE	edge.gg Adam Whyte CEO	10	VEO	veo.com Filip Domagala CCO
04	CORAS	coras.io Mark McLaughlin CEO	11	CLUB DEPORTIVO SEVERO OCHOA	severoochoa.net
05	FATMAP	fatmap.com Misha Gopaul FUNDADOR & CEO	12	GADES WELLNESS	gadeswellness.com
06	WEFISH	wefish.app Alberto Manuel López CEO	13	UCAM SPORTS CENTER	sportscenter.ucam.edu
07	PLAYTOMIC	playtomic.io Pedro Clavería CO-CEO Y COFUNDADOR	14	YOHAGOHIIT	yohagohiit.com

TABLA DE CONTENIDOS

15	SELF-EMPLOYED	yohagohiit.com	22	SEVENSIX TENNIS	sevensixtennis.com
16	IGOID SPORTEC	igoidsportec.com	23	CROWD MANAGER	Crowdmanager.io
17	SERGIO MONTES PERSONAL TRAINER	sergiomontes.es	24	SPORTIDEALISTEN	sportidealisten.se
18	CAMELOT AI	Camelot.ai Jesse Zhang Cofundador	25	VIRZOOM	Virzoom.com Eric Janszen CEO
19	PITZ	Pitz.app Fernando Mendivil CEO	26	MAESTRO	info.maestro.io Ari Evans CEO
20	TRUFAN	Trufan.io Swish Goswami CEO	27	REELY	Reely.ai Cullen Gallagher CEO
21	VIMSCORE	vimscore.com	28	RUN AN EMPIRE	runanempire.com Ben Baker CEO

TABLA DE CONTENIDOS

- 29 **KYMIRA** Kymira.co.uk
Tim Brownstone
CEO
- 30 **BEYOND SPORTS** Beyondsports.nl
Sander JSchouten
CEO
- 31 **KLIP DESK** Klipdesk.co
Aaron Tobin
FUNDADOR

01 ASER VENTURES

aser.com

Alessandro Nuccetelli

Investment & Strategy Associate



¿Cuál es la propuesta de valor de su empresa?

No hay escasez de inversiones privadas e institucionales en los sectores del deporte, los medios de comunicación y el entretenimiento, pero Aser Ventures va más allá de proporcionar capital. Combinamos la inversión con un profundo conocimiento del mercado, lo que nos sitúa en una posición única para generar valor para nuestros socios, las empresas de la cartera y sus usuarios finales. Aser Ventures es un centro para las principales oportunidades de inversión. No estamos atados a una etapa o escala de inversión en particular, desde la incubación de nuevas empresas hasta el trabajo con nombres mundialmente conocidos. Invertimos en el potencial.

Nuestro equipo directivo está formado por figuras destacadas de los sectores en los que invertimos. Las empresas de nuestro portafolio se benefician de un profundo conocimiento del mercado, asesoramiento estratégico y la pertenencia a un ecosistema **de organizaciones deportivas y de medios de comunicación innovadoras.**

¿Qué herramientas, técnicas y tecnologías utilizan?

El compromiso con la innovación y las nuevas tecnologías une nuestro enfoque en toda nuestro portafolio. Somos pioneros en nuevas soluciones digitales e invertimos en tecnologías pioneras. La disrupción está en nuestro ADN.

¿Cuál es su enfoque de inversión y cómo consiguió inversión para su empresa?

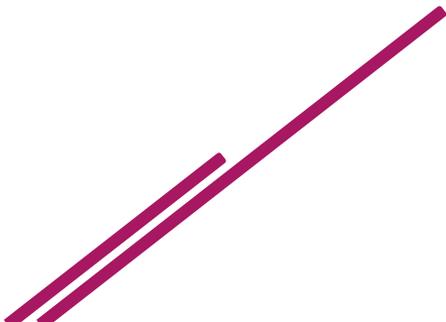
Aser Ventures es una plataforma de inversión global especializada en deportes, medios de comunicación y entretenimiento. Aser combina la inversión con un profundo conocimiento del mercado, lo que la sitúa en una posición única para generar valor para sus socios, empresas y usuarios finales. Aser proporciona a las empresas de su cartera apoyo estratégico, acceso a una red global de contactos y pertenencia a un ecosistema de organizaciones innovadoras. La cartera de Aser incluye al proveedor mundial de deportes Eleven Sports, al club de la Championship Leeds United, a las empresas pioneras de medios digitales Whistle, Hellodi y Epico, y al proveedor de tecnología Sports Data Labs.

¿Cuáles son las tendencias y oportunidades en el sector deportivo europeo para los nuevos empresarios?

Los titulares de derechos y los inversores siguieron respondiendo a los cambios en los hábitos de los consumidores y a la innovación. Esto incluye el lanzamiento de ofertas D2C por parte de los titulares de derechos (por ejemplo, los clubes de fútbol) y nuevas formas de servir a los aficionados de manera flexible y personalizada (por ejemplo, el innovador acuerdo de distribución de Eleven Sports con la aplicación de fútbol Onefootball).

También vemos una mayor inversión en nuevos contenidos verticales (deportes electrónicos, deporte femenino), plataformas que sirven a una nueva generación de aficionados (Minute Media, FloSports) y colaboraciones entre empresas de tecnología deportiva y titulares de derechos (por ejemplo, J.League y WSC Sports o PSA y Sports Data Labs).

Espero que se siga invirtiendo en iniciativas innovadoras y centradas en el aficionado que ayuden a la industria del deporte a servir a una nueva generación de aficionados. Más allá de la inversión financiera, esto significa que las organizaciones deportivas sigan adoptando soluciones tecnológicas y que los titulares de derechos entreguen sus contenidos a los aficionados de la mejor manera posible.



What's your company's value proposition? ✘

- ✘ • **2015** •
 - Se funda Aser Ventures
 - Se lanza la plataforma deportiva global Eleven
 - Eleven SportSports se lanza en Bélgica, Luxemburgo y Polonia
- ✘ • **2016** •
 - Eleven Sports se lanza en Taiwán
 - Adquisición del 50% del Leeds United
- ✘ • **2017** •
 - Se completa la adquisición del Leeds United
 - Adquisición del estadio de Elland Road
 - Eleven Sports adquiere los activos de distribución de One World Sports y se lanza en los Estados Unidos
 - Eleven Sports adquiere Sportube y se lanza en Italia
- ✘ • **2018** •
 - Polsat invierte en Eleven Sports Polonia
 - Inversión en Whistle Sports
 - Lanzamiento de una productora de servicios completos, Easyprod
 - Inversión en Hellodi
 - Eleven Sports se lanza en Portugal, Reino Unido, Irlanda y Myanmar Aser y 49ers Enterprises se asocian estratégicamente
- ✘ • **2019** •
 - Eleven Sports se lanza en Japón
 - Eleven Sports monetiza aún más el negocio polaco de Eleven
 - Creación de una asociación con Onefootball
 - Aser Ventures invierte en Epico
- ✘ • **2020** •
 - Acuerdo de asociación estratégica con Corrum Capital
 - Inversión en OTRO
 - El Leeds United asciende a la Premier League
 - Lanzamiento de la nueva plataforma de streaming y distribución LIVENow



02 SCOUTIUM

scoutium.com

Efe Aydın

CEO

SCOUTIUM

¿Cuál es la propuesta de valor de su empresa?

Scoutium es una plataforma de cazatalentos digital que cuenta con los usuarios para crear un conjunto de datos como expertos en vídeo y cazatalentos evaluando a los jugadores de fútbol. Scoutium cuenta con más de 200 expertos en vídeo que graban vídeos de toda Turquía y de otros 8 países. Los más de 170 ojeadores de Scoutium analizan a los jugadores y crean una enorme base de datos, especialmente sobre las ligas inferiores y la academia.

Los clubes pueden inscribirse en Scoutium de forma gratuita y pueden comprar vídeos de 90 minutos y análisis de jugadores para descubrir los talentos. Los jugadores pueden ver sus partidos y visualizar los análisis para mejorar. Además, pueden recibir una notificación cuando los clubes muestren sus análisis.

¿Qué herramientas, técnicas y tecnologías utilizan?

Scoutium utiliza 31 productos y servicios tecnológicos, incluyendo HTML5, Google Analytics y jQuery, según G2 Stack. Scoutium utiliza activamente 24 tecnologías para su sitio web, según BuiltWith. Estas incluyen Viewport Meta, iPhone / Mobile Compatible, y SPF.

¿Cuál es su enfoque de inversión y cómo consiguió la inversión para su empresa?

Scoutium ha recaudado un total de 3 millones de dólares en financiación en 3 rondas. Su última financiación se obtuvo el 3 de julio de 2020.

¿Qué proceso siguió para convertirse en empresario?

Scoutium fue lanzada por tres socios en el cuarto mes de 2017 dentro del Centro de Incubación de la UIT. El equipo de Scoutium está formado por estudiantes y graduados de escuelas populares como ITU, METU, BOĞAZIÇI. En 2019, se alcanzaron 153.814 usuarios y 246.832 reseñas. En el mismo año, se analizaron 18.785 vídeos. En 2020, 32 clubes diferentes de 3 países distintos, principalmente el Besiktas, realizaron una revisión de análisis desde el sistema. Scoutium se convirtió en la sexta empresa turca más financiada y la única del mundo en el campo de las tecnologías del fútbol en el informe de Sportstechx de 2020. Un total de 12 ojeadores de Scoutium han empezado a trabajar en clubes profesionales. Se han empezado a añadir al sistema vídeos y análisis de 7 países europeos diferentes. El número de ojeadores en el sistema superó los 190, y el número de expertos en vídeo superó los 200.

03 EDGE

edge.gg
Adam Whyte
CEO



¿Cuál es la propuesta de valor de su empresa?

Los deportes electrónicos son una industria enorme (y en crecimiento), llena de gente comprometida y apasionada. También está plagado de falta de infraestructura y regulación. Edge se creó para acabar con el salvaje oeste de los deportes electrónicos. Hacemos que los deportes electrónicos sean fáciles. Nuestra plataforma de pagos basada en datos proporciona a un sector muy desarticulado y sin regulación las herramientas que necesita para crecer. La plataforma Edge es una ventanilla única, creada por jugadores para jugadores. Sólo tienes que conectarte a Edge y obtener pagos automatizados, contratos digitales y datos verificables, todo en una sola plataforma.

¿Cuáles son las fuentes de información y conocimiento para el emprendimiento tecnológico en el sector deportivo?

Edge es una plataforma de pagos basada en datos. Lo que hacemos es asegurarnos de que todos los jugadores reciban el dinero de los premios, los salarios y las tasas de patrocinio que les han prometido los organizadores de los torneos y los equipos, y ayudamos a los organizadores de los torneos, a los editores y a los equipos a gestionar sus contratos, pagos y datos en una sola plataforma.

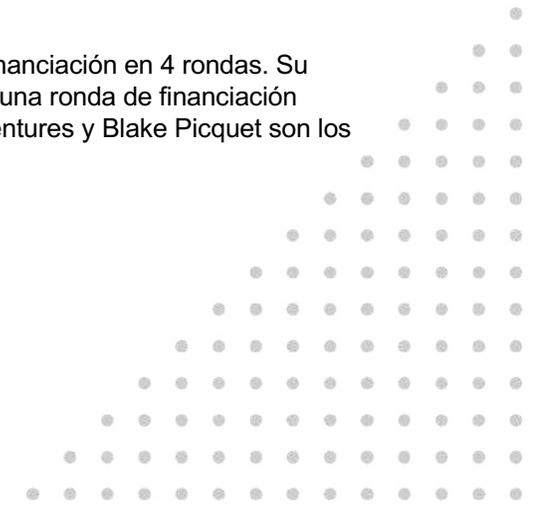
¿Qué herramientas, técnicas y tecnologías utiliza?

Edge utiliza activamente 5 tecnologías para su sitio web, según BuiltWith. Entre ellas, Viewport Meta, iPhone / Mobile Compatible y nginx.

La plataforma de almacenamiento de datos de Edge utiliza una tecnología inmutable similar a la cadena de bloques, lo que significa que todos los datos del contrato quedan registrados y son permanentes. Esto es ideal en aras de la transparencia, de modo que cuando un posible nuevo socio venga a pedir los datos del contrato, las métricas de rendimiento, los ingresos y los gastos, etc., una empresa que utilice la plataforma Edge no tendrá que esforzarse por reunir todo eso.

¿Cuál es su enfoque de inversión y cómo consiguió la inversión para su empresa?

Edge ha recaudado un total de 2,6 millones de dólares en financiación en 4 rondas. Su última financiación se obtuvo el 6 de noviembre de 2020 en una ronda de financiación inicial. Edge está financiado por 4 inversores. Green Egg Ventures y Blake Picquet son los inversores más recientes.



Detalla tres aspectos clave para que tu modelo de negocio sea rentable.

Tenemos tres flujos de ingresos distintos: acuerdos comerciales, servicios legales y creación de PI. Proporcionamos estos servicios a través de nuestra plataforma tecnológica y como consultoría. Con Edge como plataforma, utilizamos contratos inteligentes y nuestra cualificación jurídica para ofrecer a los operadores de torneos y a los equipos profesionales una gestión automatizada de los pagos y los contratos. Y en cuanto a Edge como consultoría, aprovechamos nuestras relaciones con los editores, la industria y las marcas para conectar a los jugadores con los equipos, a los equipos con las marcas y a las marcas con el juego como industria. Hemos ayudado a marcas como ESTARS a crear nuevas IP y a lanzar productos.

1. Sé curioso. Cuando te encuentres con un problema, intenta explorarlo a un nivel más profundo. Así es como Adam descubrió el problema, en torno al cual construyó su empresa Edge, para resolverlo.
2. De hecho, puedes aprender mucho de los videojuegos. Pueden mejorar tus habilidades de comunicación y liderazgo, así como hacer que tu cerebro sea maleable, siempre que lo mantengas en una cantidad saludable, por supuesto.
3. Haz lo que te gusta y rodéate de gente que te guste. "Sólo estás vivo durante un periodo de tiempo tan corto, más vale que seas feliz haciendo lo que haces".

¿Cuáles son las tendencias y oportunidades del sector deportivo europeo para los nuevos empresarios?

Creo que el sector no va a dejar de crecer, sobre todo en una época posterior a COVID-19. Confiar en los procesos analógicos ya no es una opción viable porque todo el mundo se está digitalizando. Incluso enviar cosas por correo postal es más difícil, así que creemos que tener una solución digital, basada en datos, para una industria digital, basada en datos, es el futuro de la misma.

¿Qué proceso siguió para convertirse en empresario?

Yo (CEO-Whyte) trabajé como abogado deportivo entre 2009 y 2015, con clubes de fútbol como el AS Roma, el Manchester City y el Sevilla FC, en asuntos como negociaciones de contratos, acuerdos de traspaso y acuerdos de patrocinio. También defendí unos 25 casos en total ante el Tribunal de Arbitraje Deportivo, la Cámara de Resolución de Disputas de la FIFA y el Comité de Disciplina de la UEFA.

Después me trasladé a Londres, hice un máster en negocios y me metí de lleno en Hearthstone, de Blizzard Entertainment, registrando unas 30.000 partidas y participando en torneos profesionales. Sin embargo, pronto me di cuenta de que competir no era su verdadera vocación en los deportes electrónicos.

Me cansé de perder contra gente que tenía la mitad de mi edad y era el doble de buena que yo, así que empecé a ayudar a los jugadores profesionales. Ayudé a un jugador de Hearthstone del Reino Unido en las negociaciones de su contrato. Me di cuenta de que el contrato que iba a firmar no era muy bueno. A medida que iba incorporando más clientes y más consumidores, me di cuenta de que en todo el sector la estabilidad contractual y la certidumbre comercial eran algo bonito, no lo normal.

Mis esfuerzos iniciales acabaron dando lugar a Edge, que cofundé con el presidente David Yarnton.

04 CORAS

coras.io
Mark McLaughlin
CEO



¿Cuál es la propuesta de valor de su empresa?

Coras permite a las mayores marcas online vender billetes conectando a múltiples API de software de venta de billetes en una única API para que socios de distribución como Ryanair y Frontier Airlines puedan vender billetes. Los clientes reciben los billetes correspondientes a las fechas y el lugar de su viaje y los equipos deportivos pueden acceder a la mayor red de clientes potenciales de Europa y, en el futuro, de Estados Unidos y Asia. Coras gestiona el servicio de atención al cliente y los pagos de los clientes, por lo que es una oportunidad de ingresos "llave en mano" para los socios distribuidores. Ellos traen los clientes y Coras hace todo lo demás.

¿Qué herramientas, técnicas y tecnologías utiliza?

Coras utiliza 17 productos y servicios tecnológicos, incluyendo HTML5, Google Analytics y jQuery, según G2 Stack. Coras utiliza activamente 30 tecnologías para su sitio web, según BuiltWith. Entre ellas se encuentran Viewport Meta, iPhone / Mobile Compatible y SSL by Default. Gran parte de la financiación se ha utilizado para el desarrollo tecnológico, pero tenemos muchas cosas que construir. Diría que el 80% de la empresa se centra en el desarrollo tecnológico en este momento.

¿Cuál es su enfoque de la inversión y cómo consiguió la inversión para su empresa?

Coras ha recaudado un total de 4,4 millones de euros en 3 rondas de financiación. Su última financiación se obtuvo el 1 de julio de 2018 en una ronda de financiación inicial. Coras está financiado por 6 inversores. Hambro Perks Ltd. y Elkstone Capital Partners son los inversores más recientes.

Detalla tres aspectos clave para que tu modelo de negocio sea rentable.

En el mundo de la venta de tiquetes, tienes hotels.com y booking.com para los hoteles, CarTrawler para el alquiler de coches y Amadeus, Sabre y Travelport para las aerolíneas. Todas ellas tienen un modelo de negocio similar, llamado distribución abierta. Pero las plataformas de venta de entradas para eventos apenas están empezando a darse cuenta de que ésta es la dirección que deben tomar. Una de las razones por las que la venta secundaria de entradas está tan extendida (unos 10.000 millones de dólares al año) es que no hay precios dinámicos y las entradas suelen estar en manos de un solo vendedor. Si estas entradas estuvieran disponibles a través de múltiples vendedores, las plataformas conocerían mucho mejor la demanda de una entrada y podrían fijar el precio en consecuencia.

Este es el razonamiento de la empresa irlandesa Coras, que conecta las entradas con los clientes a través de una plataforma de distribución global para que puedan comprarlas en cualquier sitio conectado a Coras.





¿Cuáles son las tendencias y oportunidades en el sector deportivo europeo para los nuevos empresarios?

El director general de Coras, Mark McLaughlin, cree que "la venta de entradas dejará de ser únicamente del dominio de las taquillas tradicionales y se ampliará para abarcar otras marcas líderes del mercado".

¿Qué proceso siguió para convertirse en empresario?

McLaughlin realizó un máster en prácticas de marketing en la Smurfit Business School de la UCD en el año 2000 y después entró a trabajar en Goldman Sachs en Londres como analista tecnológico. Pasó a trabajar en el Banco de Irlanda en Londres antes de crear Ticket ABC, que inicialmente se llamaba Ticket Text.

"La idea de que te enviaran las entradas al móvil era novedosa en aquel momento", explica McLaughlin. "Pero subestimamos las necesidades de capital para crear una marca de consumo. Mientras creábamos Ticket Text, nos dimos cuenta de que la calidad del software de venta de entradas en el mercado era pobre. Teníamos una red de clientes, pero un producto equivocado.

"Nos dimos cuenta de ello unos nueve meses después de lanzar Ticket Text. Tuvimos que reajustar por completo el producto, pasando de ser una marca de consumo a ser una empresa de tecnología, una empresa de software de marca blanca para potenciar los locales y promotores con los que trabajábamos".

McLaughlin y el cofundador James Bailey remodelaron Ticket Text como Ticket ABC, relanzando en 2009. "Con Ticket Text, recaudamos una gran cantidad de dinero; en 2006 era el punto álgido de la locura en Irlanda", recuerda McLaughlin. "En el caso de Ticket ABC, tuvimos que arrancar inicialmente. La gente trabajaba gratis o a cambio de capital hasta que conseguimos una pequeña inversión para arrancar".

Coras empezó como un proyecto paralelo que se desarrolló lentamente. Su inspiración es que los productos de inventario perecedero, como los vuelos, las habitaciones de hotel y el alquiler de coches, han evolucionado hacia un modelo de múltiples distribuidores que venden un inventario común mediante la integración de API.

05 FATMAP

fatmap.com

Misha Gopaul

FUNDADOR & CEO

FATMAP



¿Cuál es la propuesta de valor de su empresa?

FATMAP es la aplicación más completa para los amantes de las actividades al aire libre. Explora miles de rutas de alta calidad para practicar senderismo, ciclismo, esquí, trail running y mucho más. Planifica con detalle utilizando la cartografía global en 3D más completa con herramientas de seguridad y condiciones en directo. Realiza un seguimiento de tu aventura y navega completamente sin conexión. Comparte tu experiencia y conéctate con una comunidad global de entusiastas de las actividades al aire libre para encontrar la inspiración para tu próxima aventura. Únase al Club Explore para obtener funciones más avanzadas y privilegios exclusivos de las principales marcas y centros turísticos.

¿Qué herramientas, técnicas y tecnologías utilizan?

FATMAP utiliza 35 productos y servicios tecnológicos, como Google Analytics, Google Fonts y WordPress, según G2 Stack. FATMAP utiliza activamente 86 tecnologías para su sitio web, según BuiltWith. Entre ellas se encuentran Viewport Meta, iPhone / Mobile Compatible y SPF.

Un nuevo feed de la comunidad permite a los aventureros conectarse entre sí y seguir sus marcas favoritas, atletas de clase mundial y guías de montaña. Los destinos, los viajes y las excursiones facilitan aún más la búsqueda de tu próxima aventura. Y más actualizaciones de nuestra cartografía en 3D y contenidos en todo el mundo, incluyendo nuevas herramientas como el riesgo de avalanchas en directo, la planificación de rutas desde el móvil y la navegación multideporte completa.

¿Cuál es su enfoque de la inversión y cómo consiguió la inversión para su empresa?

FATMAP ha recaudado un total de 6,6 millones de libras esterlinas en financiación en 4 rondas. Su última financiación se levantó el 24 de mayo de 2018 de una ronda no revelada. FATMAP está financiado por 4 inversores. Episode 1 y Capnamic Ventures son los inversores más recientes.

Detalla tres aspectos clave para que su modelo de negocio sea rentable.

Tres consejos principales para los aspirantes a empresarios:

1. Apasíonate por el problema que estás resolviendo
2. Subirse al hombro de los gigantes. Lee el Lean start-up y los blogs de emprendedores que lo han hecho antes.
3. Tu negocio fracasará o tendrá éxito en función de la calidad de la gente con la que te rodeas. Esto se suele pasar por alto en la práctica.



¿Qué herramientas, técnicas y tecnologías utilizas?

FATMAP, fundada por Misha en 2013, es una plataforma de aventura al aire libre y un mapa 3D de alta resolución para la web y el móvil. ¡Ahora ofrece un mapa de cada centímetro de esta tierra! Estaba en una expedición en las altas montañas de Aladag (Turquía). Una feroz tormenta nos llevó a mi cofundador (David) y a mí a quedarnos atrapados en nuestra tienda de campaña durante 7 días. Sin Internet ni teléfono, tuvimos que intentar el valiente acto de socializar. Aunque esto pueda parecer aterrador, lo hicimos.

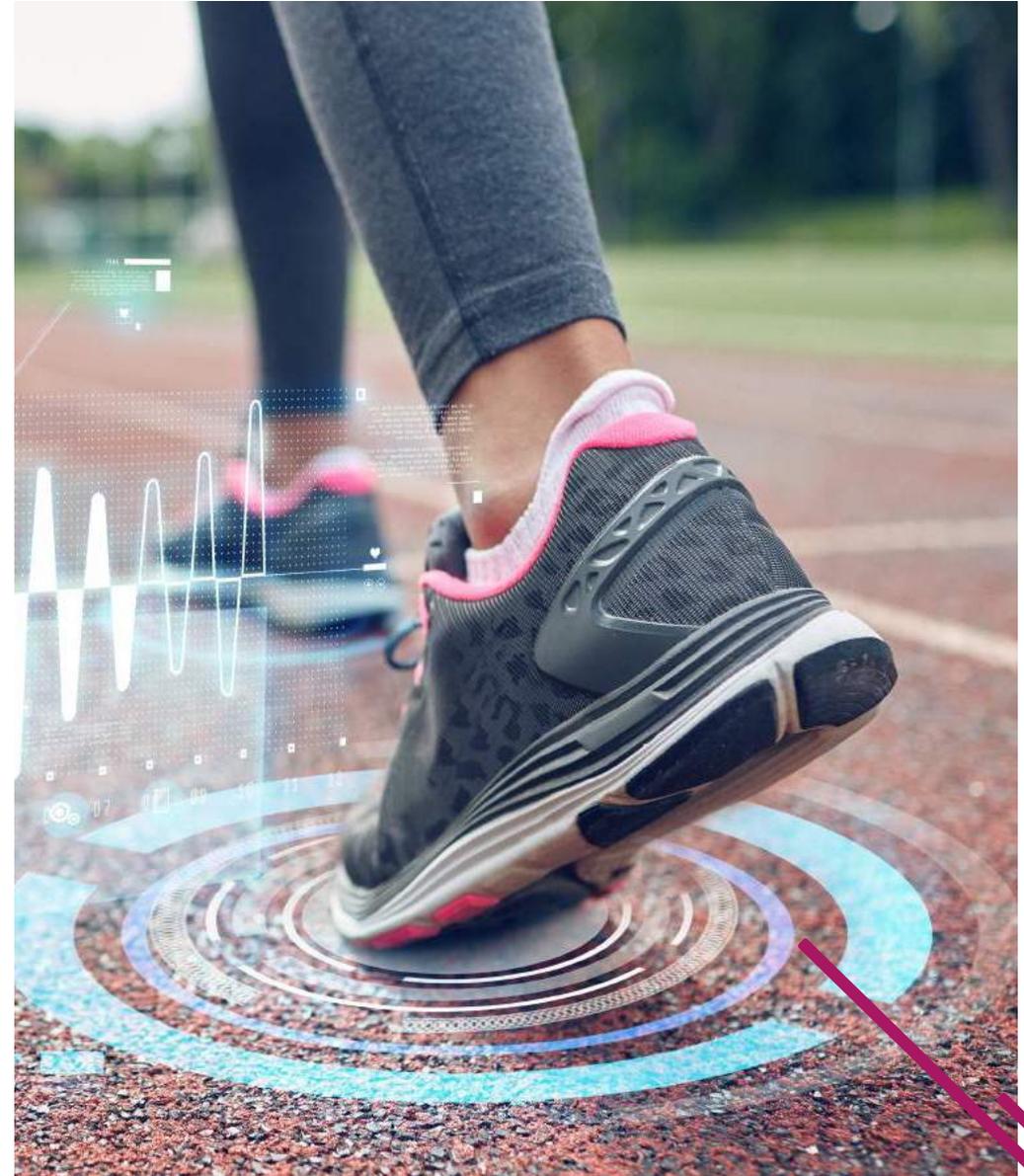
Nuestras discusiones fueron variadas y pronto se desató una conversación sobre cómo los mapas para el aire libre no han evolucionado, todas las grandes empresas como Google, Apple, Nokia y Microsoft han revolucionado la cartografía para las ciudades, pero nadie fue más allá de la digitalización de las grandes llanuras del campo.

David llevaba años con la idea de reinventar la cartografía. En medio de los vientos huracanados, nos sentamos en la estrecha tienda de campaña para darnos cuenta de que Google Maps quedaría en entredicho. Algún tiempo después de trasladarme a Shamany, donde empecé a formarme como guía de montaña, al hacerlo se hizo muy evidente que esto era un problema. La gente simplemente se veía frenada cuando intentaba hacer excursiones en la naturaleza porque no había mapas que les guiaran.

En 2018 lanzamos nuestro mapa global, lo que significa que pasamos de ser una herramienta para los atletas a ser un monstruo global al mapear cada sendero, pico y río tanto para el verano como para el invierno. Esto supuso un gran cambio de juego; el producto se transformó en una plataforma, lo que significa que la gente también podía empezar a compartir sus rutas y, por tanto, construir una comunidad global.

Otro punto de inflexión fue cuando pusimos en marcha nuestra oficina en Berlín.

Era uno de los mejores lugares para crear una empresa de tecnología de consumo, y tuve la suerte de conocer a Michael Halbherr (director general de Nokia Mapping), que ayudó a crear un equipo increíble aquí.



06 WEFISH

wefish.app

Alberto Manuel López

CEO



¿Cuál es la propuesta de valor de su empresa?

WeFish es la principal aplicación de pesca recreativa en español con más de 70k usuarios en más de 180 países. Es la única solución que satisface todas las necesidades de este deporte al contar con un sistema de previsión meteorológica, un diario de pesca donde almacenar todas las capturas con su información relevante (ubicación, condiciones meteorológicas, etc.) y un Marketplace de segunda mano para comprar material. Todo ello construido bajo un proceso de gamificación que hace que los usuarios estén más comprometidos y que además formen parte de la comunidad WeFish.

¿Qué herramientas, técnicas y tecnologías utilizáis?

WeFish - Fishing Diary and Forecast utiliza activamente 42 tecnologías para su sitio web, según BuiltWith. Entre ellas se encuentran Viewport Meta, iPhone / Mobile Compatible y Google Analytics.

WeFish pretende invertir en tecnologías de Machine Learning, Big Data e Inteligencia Artificial que mejoren el producto, buscando dar un salto para diferenciarse en el mercado.

¿Cuáles son las tendencias y oportunidades en el sector deportivo europeo para los nuevos emprendedores?

La ambición de este proyecto se justifica por las cifras del sector pesquero en todo el mundo: sólo en Estados Unidos hay más de 49 millones de pescadores con una cuota de mercado de 135.000 millones de dólares, lo que lo convierte en un sector con enormes posibilidades y en el que todavía no ha existido una solución óptima que se ajuste a las necesidades de los usuarios.

¿Cuál es su enfoque de inversión y cómo consiguió la inversión para su empresa?

WeFish - Fishing Diary and Forecast ha recaudado un total de 250.000 euros en dos rondas de financiación. Su última financiación se obtuvo el 13 de abril de 2020, en una ronda de financiación inicial. WeFish - Fishing Diary and Forecast está financiado por 2 inversores.

Alberto Manuel López, CEO de WeFish asegura que "el éxito de la ronda de inversión ha sido abrumador. Ya no hablamos sólo en términos de apoyo financiero (siempre necesario), sino que ha permitido una increíble visibilidad de nuestra marca, sumando al proyecto más de 100 inversores. Es decir, más de 100 microembajadores dispuestos a apoyar el crecimiento de WeFish a través de sus contactos y su experiencia, nada dice mejor "dinero inteligente" que esto." Añade que "otras startups del ecosistema murciano, agentes del sector de la Pesca Recreativa, business angels nacionales e internacionales, incluyendo actores clave de Glovo y Nestlé, han entrado a formar parte del equipo."

Esta ronda de inversión demuestra la confianza de empresas y expertos en la escalabilidad del proyecto WeFish. Todo ello, después de resultar ganador en la última edición del concurso Venture On the Road, de la aceleradora SeedRocket y ser finalista en los Premios Emprendedor XXI, promovidos por CaixaBank. Detalla tres aspectos clave para que su modelo de negocio sea rentable.

WeFish es una aplicación móvil dedicada a la pesca recreativa. Una de las principales funciones de la app es que los usuarios pueden registrar sus capturas, creando así un "cuaderno de bitácora" personal, en el que pueden ver toda la información meteorológica de cada una de sus capturas y compartir su experiencia con una comunidad de pescadores. También pueden planificar sus salidas de pesca, gracias a la información meteorológica relevante para esta actividad (fase lunar, marea, temperatura, altura de las olas, presión atmosférica, viento, etc.).

07 PLAYTOMIC

playtomic.io

Pedro Clavería

CO-CEO & COFUNDADOR



¿Cuál es la propuesta de valor de su empresa?

Bueno, tenemos un objetivo claro. Queremos que la gente juegue y haga más deporte. La mayoría de la gente que deja el deporte es porque no tiene una pista para jugar o no encuentra gente de su mismo nivel con la que jugar. Así que decidimos ser la herramienta definitiva para conectar ambas cosas: los clubes (con pistas) y los jugadores, todos juntos. Hasta ahora, era más fácil conseguir entradas de cine que encontrar a alguien con quien jugar. Playtomic es una plataforma de reserva de pistas deportivas en línea que pretende convertirse en una red social para jugadores deportivos. Ofrece una plataforma para reservar pistas, encontrar a otros jugadores con niveles de habilidad similares y unirse a una comunidad deportiva social dedicada al aprendizaje que ayuda a los clubes deportivos a optimizar el uso de sus instalaciones y entrar en la era digital. Los usuarios pueden navegar por las pistas deportivas disponibles en función de la fecha, la hora y el tipo de pista. También ayuda a encontrar compañeros de juego para el tenis y torneos o eventos deportivos en su proximidad. Los propietarios de instalaciones deportivas pueden anunciar su espacio en la plataforma. Su aplicación está disponible en las plataformas Android e IOS.

¿Qué herramientas, técnicas y tecnologías utilizan?

También adquirimos Playven, que construyó una app de mercado de pistas de tenis y pádel y una herramienta de gestión de clubes. La vanguardista herramienta CRM de Playven simplifica radicalmente la gestión de los locales deportivos. Así que encaja perfectamente con nosotros. Juntos podremos ofrecer una experiencia aún mejor y más oportunidades interesantes a nuestros clientes -jugadores y clubes- más allá de las reservas. Incorporar su tecnología a la nuestra nos permitirá seguir creciendo para convertirnos en el líder indiscutible. Nuestro equipo está trabajando ahora mismo en la integración paso a paso. Es difícil fusionar todas las plataformas, pero tenemos el mejor equipo.

Playtomic está utilizando activamente 62 tecnologías para su sitio web, según BuiltWith. Entre ellas se encuentran Viewport Meta, iPhone / Mobile Compatible y SPF.

¿Cuál es su planteamiento de inversión y cómo consiguió la inversión para su puesta en marcha?

Nos sentimos honrados por la confianza que nos demuestran nuestros principales propietarios al seguir invirtiendo en Playtomic. Ven un enorme potencial en Playtomic y están convencidos de que a la empresa le esperan tiempos apasionantes. Hemos cerrado una nueva ronda de financiación, aunque Covid-19 pone en pausa muchas actividades deportivas sociales en estos momentos, porque sabemos la gran necesidad que habrá de jugar a los deportes de raqueta cuando esto termine. No sabemos el futuro en cuanto a nuevas rondas de financiación, ya que estamos evolucionando en esta situación inusual, como saben

Playtomic ha recaudado un total de 11,3 millones de euros de financiación en 5 rondas. Su última financiación se obtuvo el 15 de abril de 2020 en una ronda Venture - Series Unknown. Playtomic está financiada por 3 inversores. Optimizer Invest y GP Bullhound son los inversores más recientes. Playtomic ha adquirido 2 organizaciones. Su adquisición más reciente fue PrenotaUnCampo el 23 de julio de 2020.

Detalla tres aspectos clave para que tu modelo de negocio sea rentable.

- Tu producto tiene que estar preparado tecnológicamente para expandirse al exterior.
- Cuidar a sus usuarios. Filosofía centrada en el usuario.
- Paciencia. Tu producto necesita tiempo para adaptarse a los diferentes mercados que has elegido para expandirte.



¿Cuáles son las tendencias y oportunidades del sector deportivo europeo para los nuevos empresarios?

Es difícil predecir el futuro ahora mismo. Tenemos que ayudarnos unos a otros. Tenemos que colaborar. Pero en general. No sólo en estos tiempos difíciles. Por lo tanto, considero que tenemos que estar unidos y hacer pivotar nuestras perspectivas si es necesario para salvar la situación.

En nuestro sector, considero que será todo lo relacionado con la programación de las actividades deportivas. ¿Qué día quieres jugar? ¿Con quién quieres jugar? Partidos sugeridos teniendo en cuenta tus preferencias, ubicación, nivel... Una especie de inteligencia artificial aplicada al mercado deportivo.

Qué proceso has seguido para convertirte en emprendedor?

Playtomic se fundó en 2017 y tiene su sede en Madrid, España. Desde agosto de 2018, Playtomic ha experimentado tasas de crecimiento mensual compuesto del 25% en el número de reservas de espacios deportivos. Más de un millón de jugadores reservaron espacios a través de la plataforma de reservas de Playtomic el año pasado, lo que situó a la aplicación de la empresa en el top 10 entre las apps deportivas de la App Store de Apple. La empresa también incorporó nuevos clubes de alto nivel a su red, incluido el mayor club de tenis de América Latina. En 2020, la adquisición de Playtomic por parte de Playven ayudó a la empresa española a mantenerse a la cabeza en el mercado global de las reservas deportivas. Playtomic ya ha registrado más de 20.000 descargas y cerca de 2.000 reservas.

08 IREWIND

irewind.com

Nico Decurtins

Jefe de Desarrollo Comercial y Ventas



¿Cuál es la propuesta de valor de su empresa?

iRewind transforma momentos memorables en directo en vídeos personalizados y compartibles para diversos sectores. Ayudamos a las empresas a mejorar sus estrategias de activación de marca o a capturar los viajes únicos de los clientes proporcionando soluciones de software y hardware que ofrecen experiencias inolvidables. Combinamos dos megatendencias digitales: el vídeo y la personalización. Juntos, ofrecen a los patrocinadores una oportunidad única de presentarse de una manera moderna, a la vez que hacen medible el ROI de su compromiso de patrocinio.

¿Qué herramientas, técnicas y tecnologías utilizan?

iRewind utiliza 21 productos y servicios tecnológicos, como HTML5, Google Analytics y jQuery, según G2 Stack. iRewind utiliza activamente 46 tecnologías para su sitio web, según BuiltWith. Entre ellas, Viewport Meta, iPhone / Mobile Compatible y Google Analytics.

¿Cuál es su enfoque de inversión y cómo consiguió la inversión para su empresa?

iRewind ha conseguido un total de 1,4 millones de euros de financiación en dos rondas. Su última financiación se recaudó el 1 de mayo de 2014 en una ronda de semillas. iRewind está financiada por 3 inversores. Andrei Pitiş y Florin Lucian Potra son los inversores más recientes.

Detalla tres aspectos clave para que tu modelo de negocio sea rentable.

Nuestro objetivo es ofrecer contenidos más personalizados, más dinámicos y más atractivos que cualquier cosa del mercado, porque cuando los participantes están realmente contentos con el recuerdo de su evento, lo utilizan para contar su historia. El modelo de negocio consiste en proporcionar a cada participante un vídeo estándar con su marca para que lo comparta, de forma gratuita. Después, los participantes pueden optar por comprar una versión premium, con un vídeo completo en HD, sin publicidad y con posibilidad de descarga.

¿Qué proceso has seguido para convertirte en empresario?

iRewind fue fundada en 2013 por seis emprendedores: Bogdan Manoiu, Christian Mauriand, David De Picciotto, Salvador García Zalduegui, Mihai Nicolescu y David Delarive y se convirtió en un "líder global en la industria del vídeo personalizado para eventos deportivos", entregando más de un millón de películas. La empresa obtuvo la atención del público en 2014, cuando ganó tanto el Gran Premio del Salón de la Invención de Ginebra, la mayor feria de invenciones del mundo, como el Premio Suizo a los Recién Llegados de las TIC. iRewind es una empresa tecnológica que desarrolla soluciones de software de vídeo para ofrecer películas personalizadas para la industria del deporte. La start-up fue adquirida en 2017 por la empresa Yoveo, con sede en Zúrich.



09 BLAST PREMIER

blastpremier.com Nikolaj
Nyholm CEO &
FUNDADOR

¿Cuál es la propuesta de valor de su empresa?

Los valores fundamentales de BLAST PREMIER se basan en el fomento de nuestros equipos: Astralis y Origen. Hacemos que los equipos y los jugadores se fortalezcan a través de un modelo de rendimiento efectivo no visto antes en ningún sport. Nos centramos en el físico, la fortaleza mental y la comunicación de los jugadores para maximizar su rendimiento. Dirigimos la serie de torneos globales BLAST Pro Series, en la que damos prioridad a la inclusión no sólo de los principales aficionados, sino también de las personas nuevas en los deportes electrónicos. La participación de los espectadores, tanto dentro como fuera de la arena, es uno de nuestros valores fundamentales más significativos dentro de la marca BLAST Pro Series, y hemos alcanzado índices de audiencia televisiva lineales de hasta el 15%.

¿Qué herramientas, técnicas y tecnologías utilizan?

BLAST PREMIER Entertainment utiliza 9 productos y servicios tecnológicos, como HTML5, Google Analytics y jQuery, según G2 Stack. BLAST PREMIER Entertainment utiliza activamente 7 tecnologías para su sitio web, según BuiltWith. Entre ellas se encuentran SPF, Google Apps for Business y Google Maps.



¿Cuál es su enfoque de inversión y cómo consiguió la inversión para su empresa?

BLAST PREMIER Entertainment ha recaudado un total de 54,9 millones de dólares en financiación en 4 rondas. Su última financiación se levantó el 9 de noviembre de 2018, de una ronda Venture - Series Unknown.

BLAST PREMIER Entertainment está financiado por 7 inversores. Vaekstfonden y Heartcore Capitalson los inversores más recientes. Astralis Group es un pionero y líder del mercado en el sector del entretenimiento de más rápido crecimiento a nivel mundial. Cada vez más marcas globales se involucran en los deportes electrónicos como socios comerciales y vemos un interés creciente por nuestros equipos y medios de comunicación. Hay un mercado masivo sin desarrollar para productos y suscripciones directas a los fans, medios de comunicación y licencias, y hemos invertido significativamente para asegurar una posición fuerte para la esperada consolidación del mercado. Invertir o no en el Grupo Astralis es una decisión individual, pero creemos firmemente en nuestro negocio a corto, medio y largo plazo.

Detallen tres aspectos clave para que su modelo de negocio sea rentable.

Los flujos de ingresos actuales giran en torno a los derechos de los medios de comunicación y las asociaciones comerciales con empresas que desean conceder licencias de nuestras marcas y atraer a nuestros seguidores. Las futuras fuentes de ingresos son los productos digitales directos a los fans y las suscripciones.

Nuestras marcas llegan a un grupo objetivo global de la Generación Z, Y y Millennials que, de otro modo, son muy difíciles de alcanzar a través de la publicidad y los medios de comunicación tradicionales. Nuestros socios comerciales son grandes marcas mundiales como Unibet, Jack&Jones y HP Omen, que explotan la combinación de una fuerte base de fans mundial que podemos entusiasmar a través de un contenido interno único.

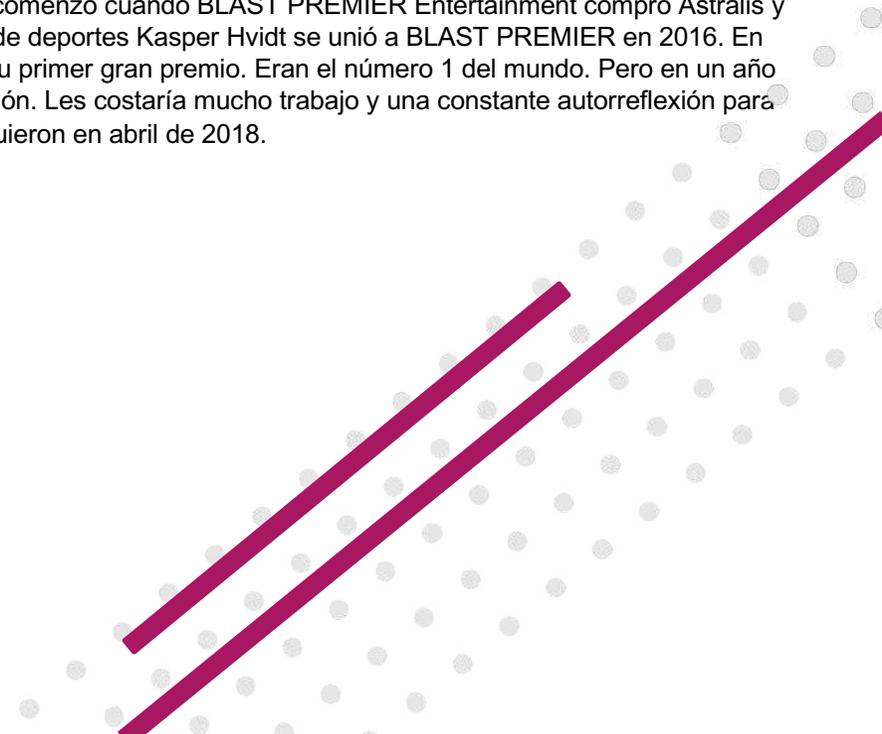
¿Cuáles son las tendencias y oportunidades en el sector de los deportes europeos para los nuevos empresarios?

A escala mundial, los deportes electrónicos son una industria de mil millones de dólares que alcanza a más de 450 millones de aficionados en todo el mundo. Históricamente, la industria ha crecido un +30% anual y se espera que continúe con una tasa de crecimiento del +20% en los próximos años.

Qué proceso siguió para convertirse en empresario?

Cuando Kasper Hvidt se unió a BLAST PREMIER Entertainment como director de deportes en 2016, se encontró en la intersección entre el deporte, la tecnología y el emprendimiento. Ha implementado sus 20 años de experiencia del balonmano profesional en el trabajo diario del mejor equipo de Counter-Strike del mundo, Astralis.

La profesionalidad del equipo comenzó cuando BLAST PREMIER Entertainment compró Astralis y se cimentó cuando el director de deportes Kasper Hvidt se unió a BLAST PREMIER en 2016. En enero de 2017, Astralis ganó su primer gran premio. Eran el número 1 del mundo. Pero en un año habían caído a la octava posición. Les costaría mucho trabajo y una constante autorreflexión para volver a la cima, lo que consiguieron en abril de 2018.



10 VEO

veo.co
Filip Domagala
CCO



¿Cuál es la propuesta de valor de su empresa?

Veo es una cámara de 180° impulsada por la tecnología de IA más avanzada que permite a los equipos de fútbol grabar y analizar sus partidos sin necesidad de un camarógrafo, y crear automáticamente una vista de transmisión del juego. Hacer que la grabación de fútbol sea fácil y esté al alcance de todos.

Hoy en día, más del 99% de los partidos no se graban, y los entrenadores afirman que disponer de un análisis de vídeo les ayudaría a desarrollar a sus jugadores de forma más eficaz y eficiente con una retroalimentación visual. Los jugadores son aprendices visuales, verlos jugar en lugar de que se les diga es más probable que produzca resultados.



¿Qué herramientas, técnicas y tecnologías utilizan?

Queremos ser la empresa que ponga la tecnología en todos los equipos y clubes del mundo. Queremos hacerlo, especialmente en lo que se refiere al vídeo, porque creemos que el vídeo es el núcleo del desarrollo del talento. Los jugadores pueden verse a sí mismos en vídeo, entienden lo que están haciendo bien y mal, mientras que los entrenadores quieren utilizar el vídeo para desarrollar el talento y dar un mejor feedback colaborativo.

Veo propone llevar la inteligencia artificial a los equipos de fútbol amateur para ayudarles a desarrollar su análisis táctico, ofreciéndoles la posibilidad de grabar las sesiones de entrenamiento y los partidos. El sistema de Veo incluye dos cámaras 4K en un contenedor impreso en 3D, que graban imágenes panorámicas de 180 grados de todo el campo desde una posición elevada, lo que significa que no es necesario un operador de cámara. La tecnología de inteligencia artificial se utiliza para seguir la acción y el paso del juego a través de la panorámica virtual y el zoom en el archivo de vídeo resultante, con la grabación en 4K que ofrece un producto final de alta resolución para un análisis óptimo. La tecnología de Veo puede seguir automáticamente el juego de forma muy parecida a la de un operador de cámara, lo que, según su director general, Henrik Teisbæk, ha llevado "casi dos años" de desarrollo e implementación.

Veo utiliza 28 productos y servicios tecnológicos, como HTML5, Google Analytics y jQuery, según G2 Stack. Veo utiliza activamente 93 tecnologías para su sitio web, según BuiltWith. Entre ellas se encuentran Viewport Meta, iPhone / Mobile Compatible y SPF.

¿Cuál es su planteamiento de inversión y cómo consiguió la inversión para su empresa?

Veo Technologies ha conseguido 20 millones de euros (unos 24,5 millones de dólares) en una ronda de financiación de serie B. La financiación está liderada por el inversor danés Chr. Augustinus Fabrikker, con la participación de la estadounidense Courtside VC, la francesa Ventech y la danesa SEED Capital. El director general y cofundador de Veo, Henrik Teisbæk, dijo en una entrevista que la empresa no está revelando su valoración, pero una fuente cercana a la financiación me dice que supera ampliamente los 100 millones de dólares. Teisbæk dijo que el plan será utilizar los fondos para seguir ampliando el negocio de la empresa en dos niveles. En primer lugar, Veo se dedicará a ampliar sus operaciones en Estados Unidos, con una oficina en Miami.

En segundo lugar, planea seguir mejorando el alcance de su tecnología: La empresa comenzó optimizando su software de visión por ordenador para grabar y seguir los partidos del deporte de equipo más popular del mundo, el fútbol, y los clientes compran las cámaras -que se venden al por menor por 800 dólares- y las correspondientes suscripciones (obligatorias) -1.200 dólares anuales- tanto para grabar los partidos para los espectadores como para utilizar las imágenes con todo tipo de fines prácticos, como vídeos de entrenamiento y de contratación.

Veo ha recaudado un total de 33,1 millones de dólares en tres rondas de financiación. Su última financiación se obtuvo el 6 de enero de 2021 en una ronda de serie B. Veo está financiada por 9 inversores. Courtside Ventures y Ventech son los inversores más recientes.



Detalla tres aspectos clave para que su modelo de negocio sea rentable.

El modelo de negocio de Veo hasta ahora ha girado en gran medida en torno a lo que Teisbæk describió como "la teoría de la larga cola", que en el caso de los deportes funciona, dijo, como "No habrá muchos espectadores para cada partido, pero hay millones de partidos". Pero si se tiene en cuenta que muchos deportes de instituto atraen a la población local más allá de la que está vinculada a un centro educativo - se cuenta con los seguidores y aficionados de los antiguos alumnos, así como con las empresas y los barrios locales - incluso esa audiencia de la cola larga podría ser mayor de lo que uno podría imaginar.

El enfoque de larga cola de Veo ha significado inevitablemente que sus usuarios objetivo se encuentran en la amplia gama de clubes amateurs o semiprofesionales y las personas asociadas a ellos, pero curiosamente también se ha extendido a los grandes nombres. Las cámaras de Veo son utilizadas por clubes de fútbol profesionales de la Premier League, la Liga española, la Serie A italiana y la Ligue 1 francesa, así como por varios clubes de la MLS, como el Inter de Miami, el Austin FC, el Atlanta United y el FC Cincinnati. Teisbæk señaló que, si bien nunca será para la cobertura principal, está ahí para complementar para el entrenamiento y también para ser utilizado en las academias adscritas a esas organizaciones. El plan a largo plazo, dijo, no es construir su propio imperio mediático con el tesoro de contenidos que ha acumulado, sino ser un facilitador de la creación de esos contenidos para sus clientes, que a su vez pueden utilizarlos como deseen. "Ayudamos a los clubes a desbloquear esas conexiones que ya existen a través de nuestra tecnología", afirma. "Queremos ayudarles a capturar y transmitir sus partidos y su juego para la audiencia que hay actualmente". Puede que sea así como él ve la oportunidad, pero algunos inversores ya están mirando el panorama general.

Detalla tres aspectos clave para que su modelo de negocio sea rentable.

Hay una gran discrepancia entre los profesionales y el resto de actores del mundo. No hay empresas tecnológicas que se centren en llevar la tecnología a la parte juvenil y amateur del fútbol y del deporte en general.



¿Qué proceso siguió para convertirse en empresario?

La necesidad de la población.

¿Cuál es la propuesta de valor de su empresa?

La salud.

¿Puede explicar las tecnologías y herramientas que utiliza en su negocio?

Las APPs que proporcionan los smartphones.

¿Puede detallar tres aspectos principales de su modelo de negocio para hacerlo rentable?

No creo en el negocio como una forma de ganar dinero, sino de proporcionar un servicio de salud que la población pueda pagar y que no sea demasiado caro.

¿Cuál es su planteamiento de inversión y cómo ha conseguido la inversión para su puesta en marcha?

Inversión personal tras creer en mi proyecto.

¿Qué fuentes de información y conocimiento utiliza para el emprendimiento tecnológico en el sector deportivo y a través de qué canales accede a ellas?

Accedo a la información a través de búsquedas en el ordenador y aprovechando los nuevos teléfonos móviles.

En su opinión, ¿cuáles son las tendencias y oportunidades en el sector deportivo europeo para los nuevos emprendedores?

Trabajar en la salud a través del deporte, sea cual sea, sin mirar tanto a la competencia.





¿Qué proceso siguió para convertirse en empresario?

Trabajo duro.

¿Cuál es la propuesta de valor de su empresa?

Profesionalidad, individualización y proximidad.

¿Puede explicar las tecnologías y herramientas que utiliza en su empresa?

Documentación y herramientas de uso en la nube, gestión deportiva y financiera online, medición funcional a través de material controlado por apps, evaluación inicial a través de apps.

¿Puede detallar tres aspectos principales de su modelo de negocio para que sea rentable?

Pocos gastos generales, el número justo de empleados y pocos clientes.

¿Cuál es su planteamiento de inversión y cómo ha conseguido la inversión para su puesta en marcha?

La necesaria para cubrir los gastos. Préstamos bancarios.

¿Qué fuentes de información y conocimiento utiliza para emprender tecnológicamente en el sector deportivo y a través de qué canales accede a ellas?

Conocimientos previos e internet en general.

En su opinión, ¿cuáles son las tendencias y oportunidades en el sector deportivo europeo para los nuevos empresarios?

Ser mejor que los demás, no ofrecer lo mismo.





¿Qué proceso siguió para convertirse en empresario?

Proceso de contratación como empleado

¿Cuál es la propuesta de valor de su empresa?

Formación de calidad supervisada por profesionales cualificados.

¿Puede explicar las tecnologías y herramientas que utiliza en su empresa?

Se utilizan diferentes aplicaciones. Por un lado, utilizamos una App para la gestión integral del centro (trainingym). Esta App nos permite controlar la reserva de espacios, el control de aforo, el desarrollo de rutinas de formación por parte de los monitores, la gamificación de la formación de los usuarios, las campañas de marketing y comunicación. Por otro lado, utilizamos una App para las clases de spinning online, que permite al usuario autogestionar las clases de spinning.

¿Puede detallar tres aspectos principales de su modelo de negocio para hacerlo rentable?

Atención al cliente: el centro deportivo cuida los detalles invirtiendo en recursos humanos altamente cualificados que centran su trabajo en ofrecer la mayor calidad de servicio posible. Eficiencia: todos los procesos están protocolizados y altamente automatizados, aumentando la eficiencia de los trabajadores. Calidad: nuestros productos (servicio de fitness y actividades dirigidas) están basados en la evidencia científica, se actualizan continuamente (formación continua) y son supervisados por expertos.

¿Cuál es su enfoque de inversión y cómo obtuvo la inversión para su puesta en marcha?

NO puedo responder

¿Qué fuentes de información y conocimiento utiliza para el emprendimiento tecnológico en el sector deportivo y a través de qué canales accede a ellas?

Desde bases de datos científicas hasta revistas de divulgación de gestión del fitness y otras revistas de asociaciones de fitness nacionales e internacionales.

En su opinión, ¿cuáles son las tendencias y oportunidades en el sector deportivo europeo para los nuevos emprendedores?

El entrenamiento en grupos reducidos y el entrenamiento online son dos tendencias muy fuertes que están en auge y que están creando grandes oportunidades de trabajo.





¿Qué proceso siguió para convertirse en empresario?

Autodidacta

¿Cuál es la propuesta de valor de su empresa?

Bajo coste y mucho contenido sobre un tema muy específico.

¿Puede explicar las tecnologías y herramientas que utiliza en su negocio?

Internet y cualquier dispositivo móvil, ordenadores tableta TV.

¿Puede detallar tres aspectos principales de su modelo de negocio para hacerlo rentable?

Novedoso, práctico, bajo coste de producción.

¿Cuál es su enfoque de inversión y cómo ha obtenido la inversión para su puesta en marcha?

Debe ser proporcional a lo que ofreces.

¿Qué fuentes de información y conocimiento utiliza para el emprendimiento tecnológico en el sector deportivo y a través de qué canales accede a ellas?

Utilizo Instagram, Google y Twitter.

En su opinión, ¿cuáles son las tendencias y oportunidades en el sector deportivo europeo para los nuevos emprendedores?

Formaciones interactivas fáciles y prácticas y la posibilidad de ramificar esas formaciones para conseguir la adhesión de los sujetos.



15 SELF-EMPLOYED

yohagohiit.com

¿Qué proceso siguió para convertirse en empresario?

Conocí muy bien el sector, evaluando los pros y los contras de convertirse en empresario.

¿Cuál es la propuesta de valor de su empresa?

Mi experiencia, los resultados y la exclusividad.

¿Puede explicar las tecnologías y herramientas que utiliza en su negocio?

Alquiler de pistas, aperturas de puertas, iluminación, web y redes sociales.

¿Puede detallar tres aspectos principales de su modelo de negocio para que sea rentable?

Buenas instalaciones deportivas, calidad del servicio, gestión sostenible.

¿Cuál es su enfoque de inversión y cómo obtuvo la inversión para su puesta en marcha?

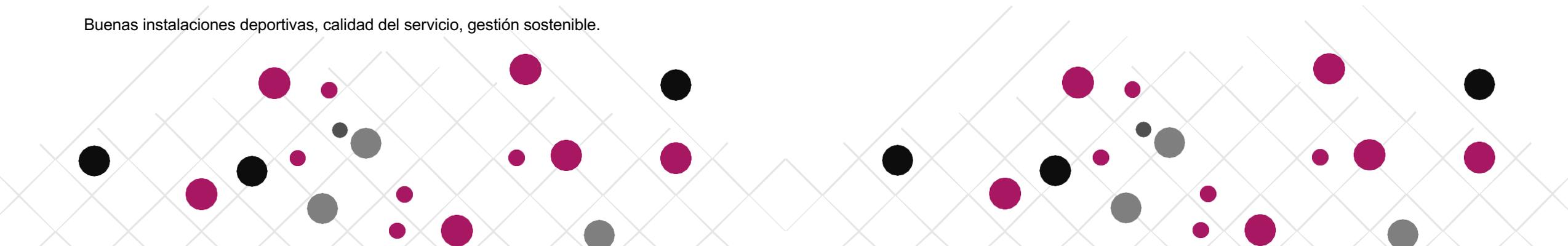
A través de amigos empresarios

¿Qué fuentes de información y conocimiento utiliza para el emprendimiento tecnológico en el sector deportivo y a través de qué canales accede a ellas?

A través de visitas a otras instalaciones.

En su opinión, ¿cuáles son las tendencias y oportunidades del sector deportivo europeo para los nuevos empresarios?

El turismo deportivo a través de la experiencia laboral.



¿Qué proceso siguió para convertirse en empresario?

Investigación.

¿Cuál es la propuesta de valor de su empresa?

Ser los mejores en tendencias y tecnologías de suelos.

¿Puede explicar las tecnologías y herramientas que utiliza en su negocio?

Dispositivos y software de última generación.

¿Puede detallar tres aspectos principales de su modelo de negocio para hacerlo rentable?

"Rapidez, conocimiento del mercado y profesionalidad".

¿Cuál es su enfoque de inversión y cómo ha conseguido la inversión para su puesta en marcha?

Invirtiendo una parte en I+D.

¿Qué fuentes de información y conocimiento utiliza para el emprendimiento tecnológico en el sector deportivo y a través de qué canales accede a ellas?

Redes sociales, proyectos de investigación, tecnología sanitaria.

En su opinión, ¿cuáles son las tendencias y oportunidades en el sector deportivo europeo para los nuevos emprendedores?

Tecnología sanitaria.

17 SERGIO MONTES PERSONAL TRAINER

sergiomontes.es
Sergio Montes



¿Qué proceso siguió para convertirse en empresario?

Formación, creación de un proyecto, creación de un método de formación, registro legal y marketing..

¿Cuál es la propuesta de valor de su empresa?

Ayudar a las personas a mejorar su condición física a través de la práctica deportiva saludable.

¿Puede explicar las tecnologías y herramientas que utiliza en su empresa?

Báscula de bioimpedancia, ordenador, teléfono móvil, equipo de entrenamiento funcional.

¿Puede detallar tres aspectos principales de su modelo de negocio para hacerlo rentable?

Establecer objetivos alcanzables, crear compromiso y formación continua.

¿Cuál es su enfoque de inversión y cómo obtuvo la inversión para su puesta en marcha?

Con ahorros mientras estudiaba y trabajaba, y con apoyo de microcréditos.

¿Qué fuentes de información y conocimiento utilizas para el emprendimiento tecnológico en el sector deportivo y a través de qué canales accedes a ellas?

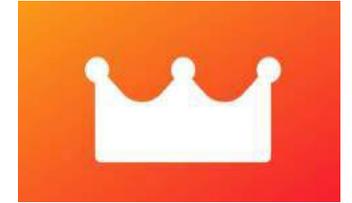
En línea como miembro de SEMED, en grandes escuelas de formación y en línea.

En su opinión, ¿cuáles son las tendencias y oportunidades en el sector deportivo europeo para los nuevos emprendedores?

El sector online marcando la diferencia dentro del gran número de empresas de este sector.

18 CAMELOT AI

Camelot.ai
Jesse Zhang
Cofundador



¿Qué proceso siguió para convertirse en empresario?

Creo que cada empresario tiene una experiencia diferente, e incluso las mejores ideas de negocio tienen la posibilidad de fracasar. Sin embargo, se pueden mitigar las posibilidades de fracaso. La educación, la experiencia y una planificación adecuada pueden dar a tu negocio más posibilidades de éxito.

¿Cuál es la propuesta de valor de su empresa?

Camelot permite a los creadores de vídeos de eSports y a los streamers obtener ingresos de los fans a través de recompensas (por ejemplo, "80 dólares por ganar la próxima partida sin armadura" o "300 dólares por hacer un vídeo hablando de X"). Es una forma divertida y significativa para que los espectadores dedicados apoyen objetivos específicos y el contenido que quieren ver, para que puedan realmente comprometerse con el canal, más allá de un simple enlace de donación.

¿Puede detallar tres aspectos principales de su modelo de negocio para hacerlo rentable?

- Capacidad de llegar al público (exposición en redes y medios de comunicación).
- Fuerte apoyo al patrocinio (gracias a la facilidad que ofrece el sector para llegar a un target muy concreto y definido).
- Mantenimiento del usuario dentro de la red (web, redes sociales, cursos online, seguimiento de equipos...").

Al ser un sector nuevo, ha habido mucho interés y desconocimiento en los últimos años, lo que ofrece oportunidades para proyectos a largo plazo.

¿Puede explicar las tecnologías y herramientas que utiliza en su negocio?

Camelot es una superposición de streaming (una interfaz gráfica utilizada por el streamer para mostrar información a su audiencia) utilizada por los streamers en Twitch para atraer "recompensas" de su audiencia. Las recompensas son objetivos específicos fijados por un espectador al que otros pueden donar con la esperanza de que el streamer logre la tarea estipulada. Si el streamer alcanza dicho objetivo, se le paga la recompensa, y Camelot se queda con un 5% de la cantidad total. Si no es así, todos los que contribuyeron a esa recompensa reciben un reembolso.

¿Cuál es su enfoque de inversión y cómo obtuvo la inversión para su puesta en marcha?

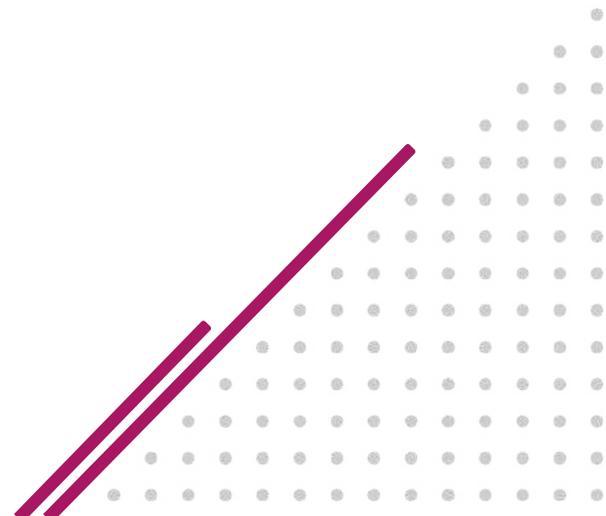
Empezamos la empresa a partir de la hornada de verano de Y Combinator y conseguimos capital de un gran grupo de inversores tempranos poco después. Algunos inversores destacados: Philadelphia 76ers, Sacramento Kings, cofundador de Tinder, cofundadores de Plaid. Desde entonces, hemos trabajado duro en el desarrollo del producto y en la interacción con los creadores con los que trabajamos.

¿Qué fuentes de información y conocimiento utiliza para el emprendimiento tecnológico en el sector deportivo y a través de qué canales accede a ellas?

Aquellos que consiguen atraer a las generaciones más jóvenes, ya sea como participantes, espectadores o futuros nichos de trabajo.

En su opinión, ¿cuáles son las tendencias y oportunidades en el sector deportivo europeo para los nuevos emprendedores?

Las nuevas generaciones tienen motivaciones muy diferentes y con los mismos productos y servicios que hace 20 años, sólo las generaciones mayores son fieles. Hay que buscar la innovación, una buena exposición en las redes y la mayor participación posible con modelos gratuitos y versiones premium.



19 PIZ

pitz.app

Fernando Mendivil

CEO



¿Qué proceso siguió para convertirse en empresario?

Tener iniciativa y estar siempre dispuesto a emprender nuevos proyectos Atención personal

¿Cuál es la propuesta de valor de su empresa?

Los futbolistas amateurs dedican mucho esfuerzo, tiempo y dinero a jugar y sin recibir nada a cambio. Pitz es el AGENTE VIRTUAL de los verdaderos héroes del fútbol, los EQUIPOS Y JUGADORES AMATEUROS haciéndoles sentir como profesionales dando a las marcas la posibilidad de RECOMPENSAR su pasión y compromiso. Pitz recoge datos de la actividad real de los jugadores para mejorar su experiencia de juego. Basándose en el rendimiento histórico y en algoritmos de aprendizaje automático, Pitz les da acceso a patrocinios y premios, simulando la vida del jugador/equipo profesional, democratizando el acceso a los patrocinios deportivos.

¿Puede explicar las tecnologías y herramientas que utiliza en su negocio?

Pitz.app recoge datos de la actividad de los jugadores en la vida real para mejorar su experiencia de juego. Basándose en el rendimiento histórico y en algoritmos de aprendizaje automático, Pitz les da acceso a patrocinios y premios, simulando la vida del jugador/equipo profesional.

¿Puede detallar tres aspectos principales de su modelo de negocio para hacerlo rentable?

Abrir nuevos productos distintivos y especializados.

Cuál es su enfoque de inversión y cómo obtuvo la inversión para su puesta en marcha?

2018 fue un año increíble para Pitz. Tuvimos un promedio de crecimiento semanal del 5,5% en nuevas cuentas. Recaudamos casi la mitad de nuestra tercera ronda de semillas. Recorrimos 10 ciudades de Estados Unidos junto a nuestro socio Alianza de Fútbol donde ahora tenemos presencia con ligas (Chicago, Los Ángeles y Nueva York). También cerramos un acuerdo con la Asociación Internacional de Fútbol 7 con presencia en 14 países. Lanzamos un piloto de nuestra nueva función de uniformes patrocinados con Caliente.MX donde tuvimos más de 500 equipos participando y ahora tenemos a CalienteMX, Pickwin, Corona y PUMA como marcas para patrocinar a nuestros jugadores.

¿Qué fuentes de información y conocimiento utilizas para el emprendimiento tecnológico en el sector deportivo y a través de qué canales accedes a ellas?

Publicaciones de marketing y publicaciones de tecnología deportiva.

En su opinión, ¿cuáles son las tendencias y oportunidades en el sector deportivo europeo para los nuevos emprendedores?

Las actividades a la carta combinadas con las nuevas tecnologías.

20 TruFan

trufan.io
Swish Goswami
CEO



¿Qué proceso siguió para convertirse en empresario?

Formación académica.

¿Cuál es la propuesta de valor de su empresa?

Proporcionamos a las marcas de todo el mundo la plataforma de inteligencia de audiencias más sofisticada de la forma más intuitiva y asequible. Nuestros clientes nos adoran porque nuestros precios son flexibles en función de la cantidad de datos que quieren analizar y nuestra plataforma es lo suficientemente intuitiva como para que un comercializador la utilice y la entienda. Además, somos la única plataforma que cuenta con más de dos mil millones de perfiles sociales en nuestros servidores para que cualquier marca los pueda analizar y segmentar.

¿Puede explicar las tecnologías y herramientas que utiliza en su negocio?

Uso diario de herramientas digitales de apoyo, como bases de datos científicas para la búsqueda de información, aplicaciones para la elaboración y difusión de material didáctico, entre otras.

¿Puede detallar tres aspectos principales de su modelo de negocio para hacerlo rentable?

Personal comprometido, evaluación del progreso para identificar los puntos fuertes y las áreas de mejora (si las hay), y pensamiento crítico.

Cuál es su enfoque de inversión y cómo obtuvo la inversión para su puesta en marcha?

Adquirimos la plataforma líder de segmentación de audiencias SocialRank, nos convertimos en cashflow positivo en diciembre de 2019, lanzamos el podcast de nuestra empresa "Fans First", dimos servicio a más de 100 clientes de pago entre los que se encuentran Netflix, NBA, NFL, Samsung US y United Talent Agency, aumentamos nuestro equipo a 13 personas (junto con más de 30 inversores/asesores), recaudamos con éxito más de 1,8M de dólares, comenzamos a coproducir una serie de contenido original con Best Crosses Media y fuimos aceptados en una de las principales aceleradoras del mundo la Ryerson DMZ.

¿Qué fuentes de información y conocimiento utiliza para el emprendimiento tecnológico en el sector deportivo y a través de qué canales accede a ellas?

Bases de datos científicas (por ejemplo, Web of Science, Scopus, etc.).

En su opinión, ¿cuáles son las tendencias y oportunidades en el sector deportivo europeo para los nuevos empresarios?

En mi opinión, el uso de las últimas tendencias debe aplicarse según el contexto y sus necesidades para conseguir realmente un servicio sostenible.



¿Qué proceso siguió para convertirse en empresario?

Los procesos emocionales son los que considero más exigentes. Después de terminar el máster, aprendí de otros emprendedores siendo empleado en diferentes empresas de nueva creación y PYMES. Gracias a ello superé la ansiedad del riesgo que hay que asumir como emprendedor. Como empresario, lo más probable es que te encuentres con muchos baches, y es bueno estar preparado para ello aprendiendo de otros. Como empresario, uno quiere que las cosas sucedan rápidamente, pero no siempre es así. La paciencia y la resistencia son una virtud, ha sido un proceso para darse cuenta de esto.

¿Cuál es la propuesta de valor de su empresa?

Los servicios de VimScore están orientados a la salud y buscan contrarrestar el riesgo de lesiones musculoesqueléticas y trastornos cardiovasculares y mentales de forma equilibrada

¿Puede explicar las tecnologías y herramientas que utilizan en su empresa?

Las herramientas son adecuadas tanto para el apoyo previo como para la rehabilitación antes y después de una lesión o enfermedad. La plataforma ofrece acceso a programas de entrenamiento personalizados, registro de la actividad realizada, retroalimentación y motivación para los que entrenan - y conocimiento para los que los entrenan. Todo ello se basa en tecnologías innovadoras y en la experiencia basada en la investigación sobre el ejercicio saludable.

¿Puede detallar tres aspectos principales de su modelo de negocio para hacerlo rentable?

1. Ser complementario del sector, no competir directamente.
2. Crear múltiples flujos de ingresos posibles siendo analítico y pensando de forma creativa en torno a la disposición de pagar a las diferentes partes interesadas.
3. Tener una estrategia de salida al mercado que evite que la captación de clientes se dispare.

¿Cuál es su enfoque de inversión y cómo ha obtenido la inversión para su puesta en marcha?

Con financiación pública y con capital propio.

¿Qué fuentes de información y conocimiento utiliza para el emprendimiento tecnológico en el sector deportivo y a través de qué canales accede a ellas?

Clientes potenciales y entornos académicos (por ejemplo, OIU, LHL, NIH) a través de nuestra propia red y de incubadoras como Igloo Innovation, Aleap y Startuplab. Somos miembros de las cuatro.

En su opinión, ¿cuáles son las tendencias y oportunidades en el sector deportivo europeo para los nuevos empresarios?

Creo en el análisis de mercado de Gartner con un crecimiento del 25% para 2026. Habrá un boom de startups y de soluciones diversas en las que las mejores son adquiridas por actores más grandes. Mientras que las empresas de nicho podrán sobrevivir más allá de la consolidación que se producirá en el sector a largo plazo.

22 SEVENSIX TENNIS

sevensixtennis.com

¿Qué proceso siguió para convertirse en empresario?

MIT Disciplined Entrepreneurship, TINC San Francisco. Proceso de BI.

¿Cuál es la propuesta de valor de tu empresa?

Acercar la técnica del tenis potenciada por la Inteligencia Artificial en los smartphones.

¿Puede explicar las tecnologías y herramientas que utiliza en su empresa?

Al igual que la detección de objetos y la detección de poses a través de la visión por ordenador. Hemos elaborado algoritmos con las mejores mentes del mundo del tenis. Añadimos el aprendizaje automático, la física y las matemáticas avanzadas.

¿Puede detallar tres aspectos principales de su modelo de negocio para hacerlo rentable?

Escalable, mercado TAM 1 millón de tenistas/entrenadores. Mobile-first. Modelo de negocio inteligente accesible a millones de personas a través de las tiendas de aplicaciones. Organización ligera.

¿Cuál es su enfoque de inversión y cómo obtuvo la inversión para su puesta en marcha?

Hemos construido el primer entrenador de tenis ai escalable del mundo. Maximizamos las inversiones mediante la financiación blanda de Innovation Norway, la financiación tecnológica de Microsoft y AWS. Ahora estamos en la fase de semilla, pasando a la financiación de serie A.

¿Qué fuentes de información y conocimiento utilizas para el emprendimiento tecnológico en el sector deportivo y a través de qué canales accedes a ellas?

La red de los mejores entrenadores y jugadores de tenis del mundo, pero también de todos los niveles del tenis. Los pioneros en AI. Los pioneros del equipo tecnológico en AI. Otras fuentes son los foros de tenis, los grupos de Facebook para jugadores y entrenadores. Estadísticas de torneos de tenis e investigación y desarrollo en biomecánica. (la cadena cinética en el tenis.) También una buena pila tecnológica de Amazon Web Services (TensorFlow y Phyton).

En su opinión, ¿cuáles son las tendencias y oportunidades en el sector deportivo europeo para los nuevos emprendedores?

9 de cada 10 inversiones van al segmento B2C. Captura de datos, AI para las masas. Desarrollar software, no hardware. Centrarse en los deportes más importantes. Esports, fútbol, baloncesto, tenis, golf Sycling. Intentar siempre involucrar a los usuarios. Mejorar la experiencia de los aficionados a los medios digitales. Monetización de los activos digitales. Comprométase con las marcas corporativas de su deporte para los pilotos y los compromisos de los clientes. Piensa en global desde el primer día. Utilice la tecnología para crear ventajas, no se limite a crear datos, trabaje para crear valor para los clientes. Mira a tus compañeros para los modelos de negocio



23 CROWD PROFESSIONAL TECHNOLOGIES

crowdmanager.io



¿Qué proceso siguió para convertirse en empresario?

Gran pregunta Tengo el deseo de crear y desarrollar negocios y personas.

¿Cuál es la propuesta de valor de tu empresa?

Crowdmanager.io acerca a los aficionados al deporte a las marcas deportivas, proporcionando campañas atractivas y una solución de gestión de datos de los aficionados.

¿Puede explicar las tecnologías y herramientas que utiliza en su empresa?

Herramientas de desarrollo: .net, ember.js, angular.js, PostGreSQL

¿Puedes detallar tres aspectos principales de tu modelo de negocio para hacerlo rentable?

Ingresos recurrentes, ingresos transaccionales y bajo churn.

¿Cuál es su enfoque de inversión y cómo ha obtenido la inversión para su puesta en marcha?

Subvenciones del gobierno y bootstrap.

¿Qué fuentes de información y conocimiento utilizan para el emprendimiento tecnológico en el sector deportivo y a través de qué canales acceden a ellas?

Utilizamos nuestras múltiples asociaciones estratégicas y los clientes como nuestra principal fuente de información y conocimiento

En su opinión, ¿cuáles son las tendencias y oportunidades del sector deportivo europeo para los nuevos emprendedores?

IA y la digitalización, y la capacidad de crear nuevas fuentes de ingresos para los atletas y los clubes.



¿Qué proceso siguió para convertirse en empresario?

Vi un problema y me puse a resolverlo.

¿Cuál es la propuesta de valor de su empresa?

En Sportidealisten creemos que trabajar con pasión te hace trabajar de forma sostenible.

¿Puedes explicar las tecnologías y herramientas que utilizáis en vuestra empresa?

Tenemos una aplicación de bolsa de trabajo en la que recogemos las ofertas de empleo deportivas a través de nuestra plataforma CMS. Y luego utilizamos formularios y comunicación automatizada en nuestra comunicación en la web.

¿Puede detallar tres aspectos principales de su modelo de negocio para hacerlo rentable?

Servicios de consultoría a los clubes deportivos. Servicios de contratación a la industria del deporte y anuncios en la web.

¿Cuál es su enfoque de inversión y cómo obtuvo la inversión para su puesta en marcha?

Con ayuda de la tecnología y ganando concursos de innovación.

¿Qué fuentes de información y conocimiento utiliza para el emprendimiento tecnológico en el sector deportivo y a través de qué canales accede a ellas?

La búsqueda de tendencias a través de sitios web, redes, herramientas digitales y redes sociales.

En su opinión, ¿cuáles son las tendencias y oportunidades en el sector deportivo europeo para los nuevos emprendedores?

La facilidad de uso del móvil, el enfoque en el usuario, los vídeos, los clips cortos.



25 VIRZOOM

virzoom.com
Eric Janszen
CEO



¿Qué proceso siguió para convertirse en empresario?

Llevo un registro de mis datos de trabajo, así sabrá en qué momento se encuentra su empresa en el campo del mercado y a qué reto potencial podría enfrentarse en el futuro.

¿Cuál es la propuesta de valor de su empresa?

Entrenamientos virtuales, resultados reales. Utilizando el poder de la realidad virtual, y cualquier bicicleta fija, te transportas a mundos donde debes pedalear para moverte.

¿Puede explicar las tecnologías y herramientas que utiliza en su negocio?

Para ser un empresario de éxito, no hay que tener miedo de preguntar y aprender de los demás. VirZOOM crea emocionantes experiencias de realidad virtual impulsadas por ti. Pedalear con tu VirZOOM Controller para impulsarte en juegos de RV infinitamente emocionantes. Impulsa un caballo en una carrera, un tanque en una batalla, un dragón que escupe fuego a través de las montañas. Los controles de software, pendientes de patente, te hacen sentir bien. Una sesión de ejercicios sin el trabajo.

¿Puede detallar tres aspectos principales de su modelo de negocio para hacerlo rentable?

VirZOOM crea atractivas experiencias de RV impulsadas por ti. Pedalear con tu VirZOOM Controller para impulsarte en juegos de RV infinitamente emocionantes. Impulsa un caballo en una carrera, un tanque en una batalla, un dragón que escupe fuego a través de las montañas. Lo más avanzado y futurista que puedes encontrar en el mercado actual.

¿Cuál es su enfoque de inversión y cómo obtuvo la inversión para su puesta en marcha?

Mercado objetivo, conseguimos una invitación a la tienda Oculus Quest , tecnología puntera

¿Qué fuentes de información y conocimiento utiliza para el emprendimiento tecnológico en el sector deportivo y a través de qué canales accede a ellas?

Desde entonces, más de 6.000 clientes han creado cuentas en VZfit.com, hemos recibido innumerables críticas favorables en Amazon, y nuestra tecnología de RV patentada y nuestro divertido enfoque del diseño para el fitness han llamado la atención de Facebook.

En su opinión, ¿cuáles son las tendencias y oportunidades del sector deportivo europeo para los nuevos empresarios?

En estos momentos hay una necesidad creciente de soluciones de fitness para el hogar, ya que los consumidores están deseando evitar los entornos de los gimnasios más concurridos. Sin embargo, hacer ejercicio en casa presenta retos únicos, en particular, puede ser difícil automotivarse y mantener el interés.



26 MAESTRO

info.maestro.io

Ari Evans

CEO



¿Qué proceso siguió para convertirse en empresario?

Asumir un riesgo calculado es la clave para crecer como empresa, una buena pregunta es cuál es la desventaja, si puedes responder a esto puedes ver cuál podría ser el peor caso.

¿Cuál es la propuesta de valor de su empresa?

Maestro es una plataforma de vídeo interactivo que facilita a las emisoras la creación de relaciones significativas con sus audiencias. Al añadir una capa interactiva, los clientes consiguen un aumento medio del 175% en el tiempo de visionado, un 45% en la retención y un 210% en los ingresos. Los análisis de la plataforma ayudan a los clientes a conocer a sus espectadores, correlacionar el compromiso con las métricas clave y comprender cómo maximizar el retorno de la inversión. En el ámbito de los deportes/deportes, los casos de uso incluyen experiencias sociales y de chat, ser y comercio in-stream, juegos de predicción e integración de estadísticas.

¿Puede explicar las tecnologías y herramientas que utiliza en su empresa?

Nuestra empresa Maestro Sports utiliza 3 productos y servicios tecnológicos, como HTML5, Google Analytics y jQuery, según G2 Stack.

¿Puede detallar tres aspectos principales de su modelo de negocio para hacerlo rentable?

Maestro Sports utiliza activamente 24 tecnologías para su sitio web, según Built With. Entre ellas, Viewport Meta, iPhone / Mobile Compatible y SPF.

¿Cuál es su planteamiento de inversión y cómo ha obtenido la inversión para su puesta en marcha?

Nos centramos en ampliar las propuestas de valor mediante la creación de un ecosistema de plataformas a medida que ampliamos nuestra base global de clientes. Recientemente hemos lanzado nuestras primeras herramientas de automatización para aumentar el compromiso, permitir la personalización y reducir los costes. Se trata de flujos de trabajo "si esto, entonces aquello" que utilizan los datos para desencadenar experiencias interactivas con opciones de orientación para perfiles específicos de espectadores.

¿Qué fuentes de información y conocimiento utiliza para el emprendimiento tecnológico en el sector deportivo y a través de qué canales accede a ellas?

Maestro continuó con el liderazgo de pensamiento junto a muchos editores y ligas deportivas de primer nivel, como Fortnite, Overwatch League, NBA, Sky Sports, FIFA y PUBG. Lanzamos un juego de predicción basado en las estadísticas con la Overwatch League, lo que impulsó un aumento significativo en el tiempo de observación y la retención, e integramos las estadísticas en vivo de Fortnite, NBA y PUBG para hacer que las transmisiones sean más fáciles de entender y seguir.

En su opinión, ¿cuáles son las tendencias y oportunidades en el sector deportivo europeo para los nuevos empresarios?

Proveedores de streaming, herramientas para que los desarrolladores construyan superposiciones y paneles personalizados, y nuevas API y un SDK para apoyar opciones de integración flexibles.



27 REELY

reely.ai
Cullen Gallagher
CEO



What process did you follow to become an entrepreneur?

The old saying Rome wasn't built in a day applies here . the success takes time to let people to know what your company is , so take your time and stay focused on your short and long term goals.

What's your company's value proposition?

REELY uses computer vision to automatically clip, tag, and distribute sports and esports highlights in real time. This effectively puts the power of an entire editing team in the power of one person's hands. Our product is used by pro, college, and high school teams and leagues, as well as esports athletes, streaming providers and other technology platforms to deliver highlights to their fans in an instant.

Can you explain the technologies and tools you use in your business?

We uses computer vision and deep learning to automatically identify, clip, and distribute sports highlights. No human required! Our SaaS platform functions on a wide variety of field and gymnasium sports at every level, from little league to the major leagues.

¿Qué proceso siguió para convertirse en empresario?

El viejo dicho "Roma no se construyó en un día" se aplica en este caso. El éxito requiere tiempo para que la gente conozca tu empresa, así que tómate tu tiempo y céntrate en tus objetivos a corto y largo plazo.

¿Cuál es la propuesta de valor de su empresa?

REELY utiliza la visión por ordenador para recortar, etiquetar y distribuir automáticamente lo más destacado de los deportes y los deportes electrónicos en tiempo real. Esto pone el poder de todo un equipo de edición en las manos de una sola persona. Nuestro producto es utilizado por equipos y ligas profesionales, universitarios y de secundaria, así como por deportistas de esports, proveedores de streaming y otras plataformas tecnológicas para ofrecer los momentos más destacados a sus seguidores en un instante.

¿Puede explicar las tecnologías y herramientas que utiliza en su negocio?

Utilizamos la visión por ordenador y el aprendizaje profundo para identificar, recortar y distribuir automáticamente los resúmenes deportivos. No se necesita ningún humano. Nuestra plataforma SaaS funciona en una amplia variedad de deportes de campo y de gimnasio en todos los niveles, desde la pequeña liga hasta las grandes ligas.



28 RUN AN EMPIRE

runanempire.com

Ben Baker

CEO



¿Qué proceso siguió para convertirse en empresario?

Ya sean grandes o pequeñas, todas las empresas necesitan una buena gestión de arriba a abajo. Los empleados siempre tienen que saber dónde tienen que trabajar más. Por ello, las palabras clave que he aplicado a mi carrera han sido buen liderazgo, perseguir la misión y centrarse en los clientes y los empleados.

¿Cuál es la propuesta de valor de su empresa?

Run An Empire es un juego de motivación divertido y gratuito para dispositivos iPhone y Android de todo el mundo. Lo hemos diseñado como un nuevo tipo de incentivo para ponerse en movimiento. En su esencia, los jugadores pueden capturar cualquier lugar del mundo real a pie y añadirlo a su propio imperio personal. Además de expandir sus fronteras, pueden construir en sus tierras y ganar grandes fortunas. Nos hemos integrado con Strava, así que los jugadores también pueden salir a correr con cualquier rastreador GPS compatible y subir su carrera al juego.

¿Puede explicar las tecnologías y herramientas que utiliza en su negocio?

Siempre hemos creído en el potencial de lo que consideramos "juegos de ordenador" y "deportes" para colisionar. Eso ha dado lugar a los torneos de "eSports" en un sentido, pero también a la aparición de juegos que exigen todo el cuerpo, habilidad física y resistencia. Por supuesto, Pokemon Go y sus similares han hecho mucho para validar esto, así como Zwi, SweatCoin y Zombies Run, pero esperamos que la tecnología permita más juegos competitivos, sociales y de equipo que se ajusten al estilo de vida de sus jugadores.

¿Puede detallar tres aspectos principales de su modelo de negocio para hacerlo rentable?

Nuestro mantra es "siempre debería haber una razón para salir a correr". Ayudamos a la gente a ser físicamente activa poniendo el correr (y el caminar) en el centro de una experiencia gratificante y lúdica. Haciendo que la gente se sienta como un emperador/emperatriz, y su barrio como un imperio que necesita su mando, les permitimos crear sus propias narrativas mientras navegan por las calles de la ciudad o las carreteras del campo. Estamos comprobando que nuestro juego tiene mayor resonancia entre la nueva generación de aspirantes a corredores.

¿Cuál es su planteamiento de inversión y cómo han conseguido la inversión para su puesta en marcha?

En nuestro proyecto intentamos crear instalaciones interactivas y objetos experimentales diseñados para encontrar nuevas formas de enriquecer la vida cotidiana.

¿Qué fuentes de información y conocimiento utiliza para el emprendimiento tecnológico en el sector deportivo y a través de qué canales accede a ellas?

Un jugador de equipo incansable, altamente motivado con un fuerte conocimiento de las herramientas de software que utilizamos todos los días. Han implementado y dirigido nuestros procesos de gestión de clientes, a la vez que han ayudado a definir nuestro tono de voz, las comunicaciones digitales...

En su opinión, ¿cuáles son las tendencias y oportunidades del sector deportivo europeo para los nuevos empresarios?

Las soluciones actuales para hacer que correr sea más divertido son las "aplicaciones de salud gamificadas", que generalmente recompensan las calorías quemadas con "insignias" digitales. Sin embargo, el 70% de los adultos británicos ya juegan a juegos reales. Exigen mucho más: estar inmersos, tener una narrativa personal y que sus habilidades sean desafiadas. Así que innovar cada día sería la clave del éxito.



¿Qué proceso siguió para convertirse en empresario?

Tenía un fuerte deseo y pasión por crear mi propio negocio y convertirme en un empresario de éxito.

¿Cuál es la propuesta de valor de su empresa?

El objetivo de mejorar la vida de las personas a través de la innovación, mezclando tecnología y biología en perfecta armonía para liberar el potencial ilimitado de la capacidad humana. KYMIRA fabrica productos vestibles que reaccionan e interactúan con el cuerpo humano para cambiar, mejorar y salvar vidas. KYMIRA rompe las barreras de las convenciones actuales para hacer del futuro un lugar más amable para todos. Las tecnologías vestibles de Kymira se integran perfectamente en la vida cotidiana de los usuarios, haciendo que su uso sea tan sencillo como vestirse por la mañana.

¿Puede explicar las tecnologías y herramientas que utiliza en su empresa?

La empresa trabaja en los sectores médico, deportivo, militar y espacial, en los mercados B2B y de consumo.

¿Cuál es su enfoque de inversión y cómo ha obtenido la inversión para su puesta en marcha?

Inversión para su puesta en marcha - La empresa trabaja en los sectores médico, deportivo, militar y espacial, en los mercados B2B y de consumo. Al combinar la tecnología con la biología en perfecta sinergia, nos enfrentamos al reto de mejorar y adaptarnos cada día.

¿Puede detallar tres aspectos principales de su modelo de negocio para hacerlo rentable?

Es rentable: el equipo se esfuerza por resolver y mejorar los grandes problemas de la sociedad y trabaja en colaboración con instituciones líderes como la agencia espacial europea, innovate UK, universidades y el NHS, para investigar tecnologías de vanguardia y e-textiles.

¿Qué fuentes de información y conocimiento utiliza para el emprendimiento tecnológico en el sector deportivo y a través de qué canales accede a ellas?

El marketing digital bien construido, la asistencia logística, la publicidad social de los equipos



30 BEYOND SPORTS

beyondsports.nl
Sander J Schouten
CEO



¿Qué proceso siguió para convertirse en empresario?

Nuestra historia es una historia de deporte, pasión, ciencia y tecnología. La pasión por el deporte. Respaldada por la ciencia. Y siempre en sintonía con la última tecnología. Lo que nos da el futuro del deporte. Un conjunto de productos rompedores. En VR/ AR y respaldados por la IA. Utilizando datos reales. Resultando en ventajas competitivas evolutivas. Para los deportistas. Entrenadores. Clubes. Y aficionados. La pasión por el deporte. Con el respaldo de la ciencia.

Realidad virtual para mejorar el rendimiento, obtener información táctica desde todos los ángulos y ofrecer a los aficionados una experiencia visual nunca antes vista. Realmente inmersiva e interactiva. Aplicando datos deportivos reales. Estamos más allá del deporte. Leyendas del futuro.

Beyond Sports ha abierto recientemente oficinas en Los Ángeles y Nueva York para atender el mercado en Estados Unidos. Los movimientos estratégicos aseguran que la empresa pueda expandirse a los deportes profesionales que han mostrado interés en cómo los productos de Beyond Sports han sido utilizados con los clubes, las ligas y los aficionados de la Premier League inglesa y la Eredivisie holandesa, así como para las selecciones nacionales, incluyendo la selección alemana (DFB) y la selección holandesa (KNVB).

¿Cuál es su planteamiento de inversión y cómo ha conseguido la inversión para su puesta en marcha?

Beyond Sports ha recaudado un total de 2,4 millones de dólares en financiación en una ronda. Esta fue una ronda Seed levantada el 6 de junio de 2018. Beyond Sports está financiado por 9 inversores. Matt Harris y Eric Aroesty son los inversores más recientes. Estamos encantados de habernos asociado con Stats Perform y de tener posiblemente el mejor contenido de fútbol del planeta para trabajar. Estamos entusiasmados por llevar nuestra tecnología a los consumidores finales.

¿Cuál es la propuesta de valor de su empresa?

Beyond Sports transforma los datos de partidos reales en una simulación de realidad virtual que ayuda a los equipos profesionales a mejorar sus conocimientos y métodos de entrenamiento. Beyond Sports utiliza los datos de seguimiento posicional de los jugadores para crear simulaciones de partidos virtuales y ofrecer cualquier perspectiva en cualquier plataforma y en cualquier momento. Su solución ya ha sido utilizada por titulares de derechos como el Arsenal y el Ajax para el desarrollo de jugadores, y por importantes emisoras como Sky y Fox Sports para el análisis de partidos. Con sede en Alkmaar, la startup se está aventurando ahora en el ámbito de las experiencias orientadas al consumidor. Esto se traduce en ventajas competitivas revolucionarias para los atletas, entrenadores, clubes y emisoras, así como en experiencias de inmersión para los aficionados.

¿Puede explicar las tecnologías y herramientas que utiliza en su negocio?

Beyond Sports utiliza activamente 22 tecnologías para su sitio web, según BuiltWith. Entre ellas se encuentran Viewport Meta, SPF y SSL by Default.

Beyond Sports está impulsada por la pasión por el deporte, respaldada por la ciencia y siempre en sintonía con la última tecnología. La empresa ofrece un conjunto de soluciones innovadoras de RV/AR basadas en la inteligencia artificial que utilizan datos reales del juego para crear simulaciones virtuales de partidos deportivos reales, lo que permite verlos desde cualquier perspectiva, incluido el punto de vista de los jugadores.

¿Puede detallar tres aspectos principales de su modelo de negocio para hacerlo rentable?

Creo que los cambios en cualquier negocio se deben a dos cosas 1) un afán de diferenciación 2) un individuo que está dispuesto a conseguirlo.

31 **KLIPDESK**

klipdesk.co
Aaron Tobin
Fundador

KLIP DESK

¿Qué proceso siguió para convertirse en empresario?

Aaron fundó en 2015 la empresa tecnológica Klip Desk, que está cambiando el panorama del patrocinio en el deporte y el entretenimiento. Klip Desk fue adquirida recientemente por la multinacional de medios y comunicaciones de marketing digital Dentsu Aegis Network y se alineará con el negocio global de marketing deportivo y de estilo de vida de la red, MKTG.

¿Cuál es la propuesta de valor de su empresa?

Klip Desk es una empresa de tecnología con dos ofertas de productos -Klip Studio y Klip Logic- que permiten a los propietarios de contenidos automatizar la curación y distribución de contenidos en directo en todos los medios digitales.

Klip Desk Studio permite a las ligas deportivas y a las cadenas de televisión automatizar su flujo de trabajo de producción de vídeo, haciendo llegar los momentos más destacados a sus fans en cuestión de segundos.

Klip Logic rastrea y mide el valor real y el impacto del patrocinio de la marca dentro de los resúmenes digitales y la IA personalizada de Klip Logic.

¿Puede detallar tres aspectos principales de su modelo de negocio para hacerlo rentable?

Me centro en 3 áreas clave a la hora de crear un negocio de productos tecnológicos

- Conocer el problema que estás resolviendo para tus clientes.
- Entender quién ha intentado resolver este problema o problemas en el pasado y ha fracasado y entender quién lo está haciendo bien actualmente. Aprenda de ambos.
- Enfócate implacablemente en el diseño de tu producto en torno a las necesidades de tus clientes

¿Cuál es su planteamiento de inversión y cómo ha conseguido la inversión para su puesta en marcha?

Al observar la familia de marcas de DAN en términos de lo que están haciendo para los clientes, los titulares de derechos con los que trabajan y sus asociaciones deportivas, hay una gran oportunidad de proporcionar más valor a esas asociaciones en todo el mundo.

¿Puede explicar las tecnologías y herramientas que utiliza en su negocio?

Klip Desk utiliza 4 productos y servicios tecnológicos, como HTML5, Google Analytics y Google Fonts, según G2 Stack. Klip Desk utiliza activamente 15 tecnologías para su sitio web, según BuiltWith. Entre ellas, Viewport Meta, iPhone / Mobile Compatible y SPF.

En su opinión, ¿cuáles son las tendencias y oportunidades del sector deportivo europeo para los nuevos empresarios?

Sin duda, creemos que la mayor oportunidad para nuestro negocio está en proporcionar una mayor participación de los aficionados para abrir oportunidades comerciales a través de Klip Studio. Con Klip Logic, ayudamos a los titulares de derechos y a las marcas a tener información al alcance de la mano mediante el seguimiento y la medición adecuados de la exposición en los canales digitales.



SPINENT 2.0

MENTOR UP SCALE UP



MOBILE
ADVENTURE
MOVE YOUR BODY



UCAM
UNIVERSIDAD
CATÓLICA DE MURCIA



Erasmus+



Co - funded by the
Erasmus + Programme
of the European Union

El apoyo de la Comisión Europea a la producción de este sitio web no constituye una aprobación de los contenidos, los cuales reflejan únicamente las opiniones de los autores, y la Comisión y la FRSE no se hacen responsables del uso que pueda hacerse de la información contenida en él.