



VALENCIA CF
INNOVATION HUB

Valencia CF **innovation program**

segunda edición

Bases 20.21

- Valencia CF Innovation Program
- Verticales del proyecto VCF Innovation Hub
- Propuesta de valor para las empresas
- Requisitos de participación
- Timeline
- Criterios de valoración

Valencia CF **Innovation** Program

El mundo avanza muy rápido y los clubes de fútbol no son ajenos a estos cambios, por eso el Valencia CF ha creado este proyecto de innovación con una mirada al futuro enfocada a cuatro parcelas: Médica, Deportiva, Smart Stadium y Fan Engagement.

El Valencia CF Innovation Hub es el paraguas que recoge todas las iniciativas de carácter innovador que se producen dentro del club y en este sentido, hace una apuesta por estar cerca de los jóvenes emprendedores. La ciudad de Valencia se ha convertido en el lugar idóneo para el desarrollo de grandes proyectos, y nosotros, como una de las entidades más importantes de la comunidad, queremos apoyar a todos aquellos jóvenes emprendedores cuyos proyectos se puedan unir a nuestros planes de futuro.

Las empresas innovadoras jóvenes, con ambición y potencial de crecimiento, son clave para el desarrollo económico y social de los territorios. Su contribución no se limita únicamente a la generación de riqueza y empleo, sino también a la creación de conocimiento y al desarrollo de tecnología y soluciones para los nuevos retos y necesidades de la sociedad. Este es uno de los pilares básicos del Valencia CF, apoyar a la sociedad de la ciudad a la que representa.

Estas jóvenes empresas innovadoras afrontan grandes desafíos vinculados al desarrollo del producto, del negocio y al acceso al mercado en sus etapas iniciales. Para hacerles frente necesitan no solo financiación especializada, sino también un acompañamiento experto que les ayude a desarrollar su potencial y mejorar su capacidad para atraer inversores y clientes.

Por eso, desde el VCF INNOVATION HUB contribuimos al desarrollo de jóvenes empresas innovadoras con alto potencial de crecimiento proporcionándoles diferentes activos que les ayuden en sus primeras etapas y en su crecimiento posterior.

Nuestro programa de innovación pretende unir fuerzas para impulsar aquellos proyectos que ya han empezado a caminar, que están en proceso de crecimiento y expansión.

Objetivos del Proyecto

- Apoyar a los jóvenes talentos de Valencia y sus prometedoras empresas
- Como entidad valenciana, ser embajadores y apostar por las empresas locales.
- Llevar al club a estar a la vanguardia tecnológica con la innovación.

Verticales Proyecto

Buscamos empresas que puedan encajar en alguno de los 4 verticales identificados por el Valencia CF como estratégicos para innovar:

A. BLOQUE DEL DEPORTE

A1. MEDICINA Y CIENCIAS DEL DEPORTE

La innovación médica afecta a todas las personas en el planeta. Promete nuevas maneras de prevenir, diagnosticar y supervisar los problemas de salud, así como nuevos medicamentos y dispositivos para abordar el tratamiento de las enfermedades y curarlas. La innovación médica también supone el enriquecimiento de los conocimientos y la transformación del proceso y los modelos de negocio existentes para atender mejor las necesidades y las expectativas cambiantes.

La revolución tecnológica ha cambiado el mundo para siempre y, en los próximos años, cambiará de un modo radical nuestra forma de entender y relacionarnos con la medicina. La innovación está presente día a día en la medicina. Así es como esta ha evolucionado y avanzado, a la par del desarrollo científico y tecnológico de otras disciplinas, buscando siempre lo mejor para el paciente.

El ser humano es innovador por naturaleza y la medicina no escapa a esta esencial característica de nuestra especie. La innovación es el modo de adaptarnos rápidamente a los cambios que sufre nuestro entorno y nuestras necesidades. La permanente búsqueda de brindar mejores diagnósticos y terapias, más seguros y eficaces, menos invasivos y dolorosos, ha motivado y estimulado a los médicos a ser por esencia innovadores.

Todo esto se aplica evidentemente también a la medicina deportiva y en particular futbolística, donde los mayores logros se han conseguido en los que tiene que ver con la digitalización de los procesos médicos, los programas de historia clínica, y la recogida y análisis de los datos médicos. Las innovaciones involucran también el sector de la genética y de la radiología, permitiendo una mejora de la prevención de las lesiones y de los procesos de readaptación.

La innovación ha sido introducida también en el área de nutrición, permitiendo una supervisión mucho más técnica y frecuente de los atletas. También la psicología se ha visto favorablemente afectada, mejorando el control del sueño y del descanso de los futbolistas.

En la parte médica hay varias líneas de desarrollo y el Valencia CF persigue innovar en todo lo que esté relacionado con la salud física de sus atletas.

A2. ACADEMIA

Con la proliferación de cada vez más información sobre fútbol, la exposición y la relevancia de los futbolistas más jóvenes ha crecido con rapidez, especialmente en los últimos años. Ahora hay una mayor atención con respeto a las estrellas del futuro, e inadvertidamente también mayores expectativas de que suban al gran escenario. La pandemia de COVID19 y la situación económica mundial han amplificado aún más la demanda de jóvenes campeones. Más que nunca, las academias están siendo el centro de atención.

La innovación y la tecnología han entrado a formar parte de todos los aspectos de nuestras vidas. Está claro que las academias ya no pueden depender únicamente de métodos antiguos y ya comprobados, considerando que las carreras de los jóvenes jugadores son cada vez más rápidas. Los caminos tradicionales hacia el fútbol profesional se han acelerado enormemente. Por tanto, para las academias de fútbol la innovación es la clave para abrir nuevas posibilidades con el fin de hacer frente a estas crecientes demandas.

Las metodologías futbolísticas tienen que ser mucho más precisas y personalizadas, las herramientas y las aplicaciones digitales de fútbol tienen que ser mucho más eficientes, los jugadores necesitan un desarrollo integral, y por esto todos los aparatos deben ser de vanguardia y los profesionales deben actualizar regularmente sus habilidades y conocimientos. Las posibilidades para las academias de innovar, así como los retos siempre crecientes, son básicamente ilimitados.

Las academias tienen la oportunidad de ser unos espacios relevantes para una formación integral y el desarrollo del talento, no solo por lo que tiene que ver con el fútbol. De hecho, las academias tienen el potencial para ser protagonistas también en la investigación médica deportiva, la ciencia del deporte y la innovación en general. Muchos de los logros que se han conseguido hoy en día, en pasado podrían solo ser imaginados. Por tanto, la innovación es fundamental para abrir las puertas a nuevas ideas, avances y colaboraciones. Por todo esto, la innovación será la piedra angular de nuestro proyecto de Academia y crucial para fomentar un entorno visionario, ambicioso y basado en el conocimiento.

La gran ventaja es que los futbolistas jóvenes son mucho más receptivos y disponibles a probar nuevas herramientas. Esto permite que en la Academia tengamos mayor libertad de experimentar y ser creativos a la hora de imaginar los usos potenciales de los nuevos instrumentos, en varios ámbitos como puede ser el scouting y detección del talento, el tracking y todo lo relacionado con el rendimiento de los deportistas. Todo esto no se aplica solo a nivel futbolístico, sino que implica también el desarrollo a nivel educativo [recordemos que compatibilizar entrenamientos de primer nivel y formación es todo un reto], por eso va a ser relevante también buscar formas innovadoras que puedan ayudar a los jóvenes en sus procesos de aprendizaje.

La Academia tiene que ser considerada como una incubadora, no solo por lo que tiene que ver con el fútbol en sí, sino también por nuevas ideas y proyectos. Para las empresas colaboradoras va a ser relevante el poder testar sus servicios y obtener precios feedbacks por parte de futuros usuarios.

B. BLOQUE DE TECNOLOGÍA

B1. SMART STADIUM

El estadio de Mestalla se inauguró un 20 de Mayo en 1923 y si bien ha tenido algunas reformas y ampliaciones a lo largo de los años, sigue intacta su esencia e historia.

Actualmente cuenta con una capacidad para 48.800 espectadores.

En la temporada 19/20 se disputaron 30 partidos oficiales en una temporada y asistieron un total de 1.2M de espectadores en total, suponiendo una media de 40.000 espectadores por partido.

Escenario de tardes y noches inolvidables, es uno de los puntos con más afluencia de la ciudad con espectadores que asisten con antelación a los alrededores para preparar el partido y uno de los puntos más visitados y fotografiados por los turistas.

A pesar de ser el estadio mas antiguo de primera división, Mestalla es un estadio que ha conseguido adaptarse a los nuevos tiempos y a las necesidades de sus aficionados siendo valorada actualmente como la mejor experiencia de día de partido de todos los estadios de futbol del Mundo

Aun así, existen muchas áreas donde se puede innovar, rentabilizar y mejorar ya que el día de partido comprende una gran variedad de conceptos.

En un mundo hiperconectado como el actual, es necesario adaptarse a nuevas tecnologías que permitan una mejor conectividad dentro del estadio, como 5G, 6G o WiFi de alta velocidad para poder navegar y usar el móvil como segunda pantalla mientras se asiste al partido.

El método de acceso al estadio también es algo que está cambiando. Mientras que antiguamente se usaba papel o un abono de cartón, esto da paso a códigos QR, tecnología NFC contactless o incluso rasgos biométricos que permiten no disponer de una entrada.

También las formas de pago (la tendencia es cashless) en los puntos de venta como son las barras de comida y bebida o incluso ofreciendo servicios de recogida o entrega en el asiento para evitar las colas que se producen durante los 15' del medio tiempo.

B. BLOQUE DE TECNOLOGÍA

B1. SMART STADIUM

El entretenimiento durante el partido es clave y si bien ya se dispone de algunos medios como son los video screens, vallas publicitarias, luces, sonido, beacons, IoT siempre hay que estar atento a nuevas opciones que ayuden a mejorar la experiencia durante el partido. El objetivo es que todo aquel que asista a Mestalla, guarde un recuerdo imborrable.

Tampoco hay que olvidar las posibilidades en cuanto a movilidad (llegar/salir del estadio), siendo uno de los puntos más concurridos y donde más atascos se producen. Existen diferentes ángulos y opciones que no existían antes como es la aparición de la economía colaborativa o el ridesharing.

También otras opciones de transporte más tradicionales como la bici o nuevos medios de transporte populares como el patinete o scooter. Sin olvidar la importancia de fomentar el transporte urbano o quizá el estudio de otros medios de transporte futuristas.

Siendo un estadio que atrae tanta gente durante un partido también se genera mucho desperdicio y existen grandes oportunidades para ser más eficientes ecológicamente y aportar en la lucha verde para un planeta necesitado de este tipo de acciones.

En definitiva, este vertical se preocupa por todo lo que rodea el estadio y la experiencia del espectador el día de partido.

B2. FAN ENGAGEMENT

Los hábitos de consumo han cambiado. Se ha pasado de escuchar un partido de fútbol por la radio, a verlo en TV en familia a poder seguirlo desde cualquier plataforma actual. El partido, además, ya no es el único evento de la semana. Ahora hay información y contenido prácticamente a todas horas, durante todos los días: entrenamientos, ruedas de prensa, entrevistas, pre partido, post partido... Hablamos de la Generación Z. Esta generación que comprende a los nacidos a partir de 1995 son los mayores consumidores de medios que han existido (desde que se levantan hasta que se acuestan están consumiendo información)

Son usuarios 24 horas al día, siete días a la semana. Lo hacen incluso de manera simultánea a otras actividades.

En esta línea las redes sociales se han convertido en un punto de encuentro entre aficionados para consumir contenido y noticias. Actualmente el Valencia CF, uno de los clubes referentes en el sportainment, tiene más de 7M seguidores en Redes Sociales repartidos en todo el mundo. En un mundo global e hiperconectado, el objetivo es adaptarse a estos cambios y entretener a los aficionados de todos los rangos de edad, sexo, cultura, idioma y países durante cualquier momento del día desde cualquier medio y canal que ellos elijan.

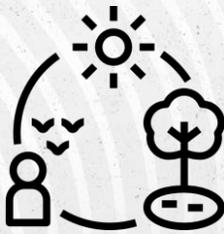
En este vertical buscamos empresas que sepan aprovechar las nuevas tecnologías transversales como Realidad Virtual/Realidad Aumentada, Inteligencia Artificial y Machine Learning o Blockchain entre otras para adaptarlas al mundo del fútbol y acercar el espectáculo desde otros puntos de vista al espectador.

Los eSports son ya una realidad, y el Valencia CF fue el club pionero de LaLiga en tener un equipo en esta sección, siendo en la actualidad referentes europeos.

Es indudable su éxito entre los jóvenes que pueden desde sus casas disputar partidos más realistas cada día (tanto como por los gráficos como la jugabilidad). La tendencia en las retransmisiones es la de personalizar la experiencia para llegar a todos los públicos (narradores, estadísticas, gráficos) e incluso se estima que debido al escaso tiempo del que disponemos y todas las ofertas de ocio existentes, los highlights (o resúmenes de partido) pasen a ganar mucha más importancia en el futuro.

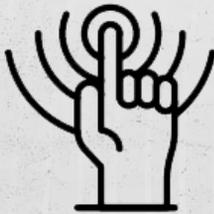
En un mundo en el que la tecnología y lo digital avanzan frenéticamente es importante estar al día de las últimas tendencias y ser capaz de servir información de interés y personalizada a nuestros fans.

PROPUESTA DE VALOR PARA LAS **STARTUPS**



ECOSISTEMA VALENCIA CF

- + Comunidad con más de 400 empresas
- + Acceso a más de 7 millones de fans alrededor del mundo.
- + 'Venture Client'



IMPACTO MEDIÁTICO

- + Comunicación y visibilidad de las startups en los medios del club a escala global
- + Servicio de asesoramiento en marketing & comunicación.



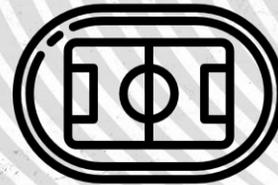
TRAINING & MENTORING

- + El club pone a disposición de la startup expertos en cada área de la empresa.
- + Equipos de formación adaptados a las necesidades de la startup.



NETWORKING

- + Networking entre las empresas del programa
- + Presentación de proyectos a las empresas del Business Club
- + Miembros del Business club del Valencia CF
- + Acceso al ecosistema de emprendimiento innovador y tecnológico de STARTUP VALENCIA
- + Posibilidad de participar en Valencia Digital Summit



ESTADIO DE MESTALLA

- + Espacio de trabajo en Mestalla
- + Salas de reuniones para atención de clientes
- + Punto de encuentro del VCF Innovation Hub
- + Conectividad durante la duración del programa
- + Actividades y eventos en estadio de Mestalla

**Todos los activos se ponen a disposición de la startup durante una temporada.*

Requisitos de participación

- + Ser apasionado del deporte en general y del fútbol en particular.
- + Compartir los valores que promulga el deporte y el Valencia CF, como son: trabajo en equipo, esfuerzo, unión, innovación, igualdad y respeto.
- + Ser innovador/diferente. Queremos hacer cosas distintas y buscamos emprendedores que nos quieran acompañar en este viaje.
- + Aunque nos encantan las ideas, buscamos proyectos que ya estén desarrollados y productos listos para empezar a funcionar.
- + No importa lo pequeño o grande que seas, si tienes muchos o pocos clientes, este programa está abierto a todos aquellos que ya tengan un proyecto finalizado.

Quedan explícitamente excluidos:

Las empresas que hayan resultado premiadas en ediciones anteriores.

Timeline



Timeline

1. PRESENTACIÓN DE CANDIDATURAS 22/03-30/04

Para participar hay que:

- Rellenar el formulario de solicitud. <http://innovationprogram.valenciacf.com/>
- Adjuntar la documentación acreditativa del cumplimiento de las bases, el resto de información obligatoria, así como la información opcional que se considere oportuna.

El periodo de presentación de candidaturas comienza el 22 de marzo y finaliza el 30 de abril a las 23:59.

La organización se reserva el derecho de modificar las fechas de apertura y cierre del periodo de presentación de candidaturas. En ese caso se informará a través de la página web y de las redes sociales.

2. PRIMERA RONDA DE SELECCIÓN/SCREENING 01/05-20/05

Después de haber recibido todas las candidaturas, seleccionaremos las empresas que mejor se adapten por vertical, siguiendo siempre los criterios establecidos en el programa.

Para esta primera selección, tendremos en cuenta además del proyecto presentado, otros aspectos fundamentales para nosotros como la conformación de equipo y el espíritu de trabajo.

Durante este proceso, el jurado del programa podrá ponerse en contacto en cualquier momento con cualquier miembro del equipo para resolver cualquier cuestión que pueda surgir, por lo que es importante que los datos de la candidatura estén correctos en el momento de ser cumplimentados.

Al finalizar este proceso se informará tanto a las empresas que han sido seleccionadas como a las que no han sido seleccionadas. Aquellas que no han sido seleccionadas seguirán formando parte del programa “gratuito” de Membership del Business Club por lo que recibirán actualizaciones e informes en formato de newsletter (podrán eliminar la suscripción si lo desean).

Timeline

3. PITCHDAY 24/05-28/05

Tras seleccionar las empresas que pasan la primera ronda de selección, realizaremos un pitch day con todas ellas, donde podremos conocer más en profundidad el proyecto y los rasgos personales de las personas que lo forman.

Si la situación sanitaria lo permite, el Pitch day se realizará en el estadio de Mestalla.

Durante este día, el jurado del Innovation Program escuchará a todas las empresas hacer un pitch en directo y posteriormente habrá una ronda de preguntas.

Las instrucciones concretas sobre este evento serán explicadas a los participantes seleccionados con anterioridad, por ahora todo lo que podemos revelar es que os sentiréis como verdaderos futbolistas del Valencia CF.

4. SELECCIÓN FINAL Y NEGOCIACIÓN 01/06-04/06

En esta fase, una vez seleccionadas las empresas que participarán en el programa, el equipo de VCF INNOVATION HUB se pondrá en contacto con cada una de ellas para estudiar (si es necesario) las condiciones concretas y detalles finales para su incorporación.

Durante esta fase, las empresas podrán declinar participar en el programa en caso de no llegar a un acuerdo con el Valencia CF y, en su defecto, el jurado podrá negociar con otras empresas finalistas para ocupar el lugar disponible, siempre y cuando estas hayan estado presentes en la anterior fase.

5. COMUNICACIÓN SELECCIONADOS 10/06 – BUSINESS NIGHT

La comunicación de las empresas seleccionadas se realizará durante la celebración de la BUSINESS NIGHT, donde acudirán las más de 400 empresas asociadas al Business club, así como las empresas que han sido preseleccionadas para el programa.

En este evento, se dará a conocer el veredicto final y cada empresa premiada podrá realizar un speech de presentación a los asistentes.

Criterios de valoración

JURADO



BUSINESS CLUB

STARTUP
VALENCIA

Cámara
Valencia

I2CV

Para la valoración de las candidaturas se tendrán en cuenta los siguientes criterios:

EQUIPO Compromiso, dedicación y riesgo asumido por el equipo emprendedor; adecuación de la experiencia/formación del equipo a las necesidades del negocio; composición del equipo y capacidad de atraer talento; motivación; existencia de Consejos y perfil de los expertos, porcentaje de participación en la sociedad del equipo fundador, etc.

MODELO DE NEGOCIO Cadena de valor y monetización del modelo de negocio; análisis de la competencia; capacidad de conseguir clientes; plan comercial y de marketing; potencial y capacidad de internacionalización; capacidad o probabilidad de disponer de los recursos necesarios para implementar el plan de negocio; coherencia interna e histórica de las proyecciones financieras, etc.

AMBICIÓN Tamaño y proyección de crecimiento del mercado accesible; escalabilidad; competencia existente y esperable; concentración de clientes; ambición y solidez de las proyecciones de ventas; margen bruto esperable; generación de puestos de trabajo, etc.

INNOVACIÓN Grado de innovación del producto o servicio; análisis adecuado de las necesidades del cliente; ventajas competitivas y barreras de entrada; posicionamiento respecto a la competencia, adecuación de su propuesta de valor a la transformación e impacto en su sector, etc.

HISTÓRICO Facturación y/o financiación conseguida; resultados obtenidos respecto a los recursos empleados, etc.

PRESENCIALIDAD/TERRITORIO Posibilidad de asistir presencialmente al programa o a los eventos que se organicen entorno al mismo.

VALOR AÑADIDO Qué pueden aportar al club que les diferencie del resto.



VALENCIA CF
INNOVATION HUB