

## SEED - Noticias

<https://www.seed-deporte.es/>

# Hazlo tú mismo. Monta tu propio hub de tecnologías del deporte



### 1. Instrucciones para la puesta en marcha de tu hub

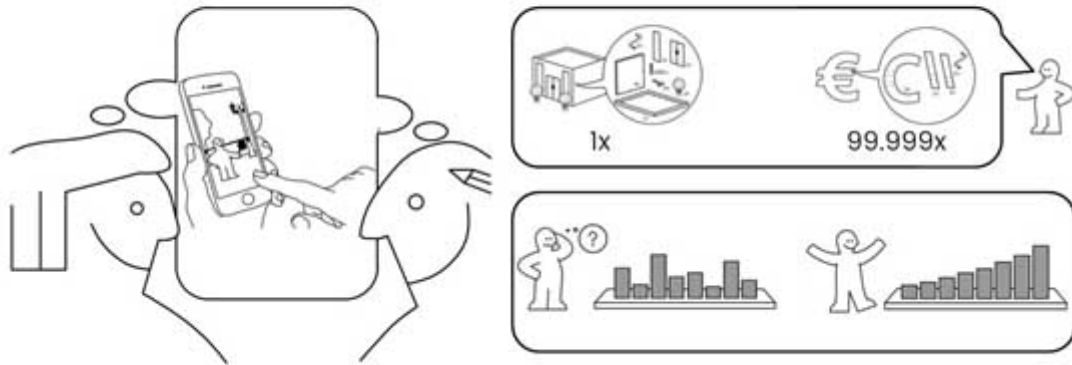
¿En tu ciudad aún no hay un hub de tecnologías del deporte? Ya estás tardando. Pero no te preocupes, voy a ayudarte a ponerlo en marcha en 6 sencillos pasos.

1. **Encuentra un edificio abandonado:** Preferiblemente uno que esté en la peor parte de la ciudad. No te preocupes, la gentrificación es solo un mito urbano.

2. **Hazlo "cool":** Llena el lugar de mesas de ping-pong, máquinas de café gourmet y sillas de diseño. No olvides los murales inspiradores en las paredes. Recuerda, nada dice "innovación" como un ambiente de trabajo que parece un parque infantil para adultos.

3. **Levanta la pasta:** Los Fondos Next Generation, si eres un ayuntamiento, o el de CVC, si eres un club de fútbol, están deseando ayudarte en esta aventura.

# SPÖRTSTECHUB



4. **Organiza eventos de networking:** Invita a todos los clubes, empresas y agentes deportivos locales y haz que se sientan mal por no ser tan "innovadores" como tú. No olvides servir cerveza artesanal y aperitivos veganos.

5. **Habla de IA y blockchain todo el tiempo:** No importa si no tienes idea de lo que estás hablando. Solo asegúrate de mencionar estas palabras mágicas en cada reunión y presentación.

6. **Ignora al ecosistema deportivo local:** ¿Qué saben los clubes y asociaciones deportivas locales? Hazles demostraciones y organiza talleres para que se deslumbren con tu capacidad innovadora; pero nunca, jamás, les hagas partícipes de las decisiones.

Te habrás dado cuenta del tono sarcástico de estas instrucciones. Aún así, creo que no deberías descartarlas. Pueden servirte para reconocer indicadores de alerta.

## 2. Viejas teorías para modernos hubs

El aumento de iniciativas basadas en la colaboración y cooperación empresarial ha sido exponencial desde inicios de siglo. Es como si las empresas hubieran descubierto que juntas pueden lograr mucho más. Las instituciones públicas han sido importantes maestras de ceremonias, promoviendo el desarrollo de parques tecnológicos, lugares donde las empresas innovadoras podían crecer juntas, compartiendo bonitos espacios especializados y en muchos casos ajenos a los territorios donde se localizaban.

En los años 90, Michael Porter se dio cuenta de algo que ya sabíamos por otro tipo de parques, los parques infantiles: el tobogán, los columpios o el balancín no son lo importante. Lo importante son los amigos. Porter abogaba por la política clúster, una política con raíces "soft" orientada a fomentar las relaciones de colaboración y cooperación entre agentes (Porter, 1998). "In Porter we trust" dijimos, especialmente en Euskadi cuyas instituciones ya en 1990 solicitaron un estudio a la empresa consultora de Porter y desde entonces con todos los clústeres han articulado una red que vale hasta para la pesca del bonito.

El deporte tardó unos años, pero algunas regiones comenzaron a impulsar clústeres deportivos. En 2010 se constituyó INDESCAT, el clúster catalán de la industria del

deporte en la que se aglutinan empresas y centros de investigación vinculados con el sector deportivo. Ese mismo año también se puso en marcha el Clúster de Andalucía de Inesport, Plataforma Tecnológica Española de la Industria del Deporte, constituida el año anterior; aunque no parece haber tenido el recorrido esperado. Han seguido surgiendo iniciativas como el Clúster del Deporte y Ocio de Extremadura o el más reciente Clúster Galego da Industria do Deporte e o Benestar.

Tras los clústeres vinieron conceptos más modernos, algunos incluso postmodernos, que se especializaban en aspectos más concretos de ese modelo colaborativo o trataban de llenar vacíos que el paso del tiempo iba destapando en la idea de clúster. Llegaron los hubs, incubadoras, aceleradoras, plataformas de innovación, cadenas o redes de valor, y un largo etcétera.

La traducción literal de hub es “conector”. Teniendo eso presente, podemos definir un hub como un ecosistema geográficamente concentrado de empresas, instituciones de investigación, universidades y otras organizaciones que colaboran y compiten en sectores específicos. Estos hubs se caracterizan por la alta densidad de interacciones, el intercambio de conocimientos y la colaboración en proyectos de innovación (Etzkowitz & Leydesdorff, 2000).

En los últimos años podemos observar una sorprendente proliferación de hubs dedicados a las tecnologías del deporte, hasta el punto de que surge la duda de si habrá suficientes conexiones para tanto conector. En 2019 comenzamos a trabajar en el plan de lanzamiento de lo que actualmente es Sportek Hub de Gipuzkoa. En el estudio de benchmarking previo analizamos más de 40 hubs nacionales e internacionales orientados a la innovación deportiva. Desde entonces, hemos perdido la cuenta de todos los hubs, públicos y privados, que han surgido en torno al deporte.

Resulta llamativo que el fundamento teórico de esta moderna estrategia de hubs es más antiguo que el hilo negro. Tiene su base en las teorías de la economía de aglomeración, de los tiempos de Marshall (1890). Estas teorías sostienen que la concentración geográfica de empresas e instituciones en un sector específico puede generar beneficios económicos significativos. Estos beneficios, conocidos como economías de aglomeración, según Marshall se dan por tres razones principales: **Pooling** (agrupación de recursos) o el acceso a un pool de trabajadores cualificados; **Input Sharing** (compartir insumos) o la posibilidad de compartir proveedores, su proximidad y la de los clientes; y **Knowledge spillovers** (Derrames de conocimiento) o la facilidad para el intercambio de conocimientos y la colaboración, generando así un ambiente propicio para la innovación.

Las economías de aglomeración pueden ser particularmente importantes en el contexto de la innovación. Como argumentó Jacobs (1969), la diversidad y la densidad de las ciudades pueden fomentar la innovación al facilitar el intercambio de ideas y conocimientos entre diferentes sectores y disciplinas. Florida (2002) llevó esto un paso más allá, defendiendo que la innovación es impulsada por la 'clase creativa', es decir, los trabajadores del conocimiento que se sienten atraídos por las ciudades con mucha vida y diversidad. Es mencionar a Florida y no puedo evitar pensar en hipsters, cupcakes y gentrificación.

Desde este enfoque, los hubs de innovación pueden ayudar a transformar la economía de las ciudades y regiones, fomentando el desarrollo de sectores de alta tecnología y conocimiento intensivo (Saxenian, 1994). El estudio de experiencias internacionales nos

muestra que impulsar un hub de tecnologías innovadoras aplicadas al deporte en una ciudad o un territorio puede ofrecer una serie de oportunidades para el mismo (Murua, 2020), apoyando el desarrollo económico local, posicionando la ciudad o territorio como un centro de innovaciones deportivas, generando ideas innovadoras en el deporte o atrayendo y reteniendo jóvenes talentos.

Sin embargo, también es importante advertir que la creación y el mantenimiento de un hub de innovación exitoso puede ser un desafío significativo. Requiere una combinación de políticas públicas, inversión privada y colaboración entre diferentes actores. Además, los beneficios de los hubs de innovación pueden no distribuirse equitativamente, y pueden contribuir a la desigualdad económica y social si no se gestionan adecuadamente (Mazzucato, 2018).

### 3. Hubs y aglomeración en un mundo hiperconectado

Ya hemos visto la importancia de la proximidad física para las teorías de la aglomeración y las estrategias de desarrollo de los hubs... Pero vamos a ver. Que esto lo decía Alfred Marshall en 1890. Que en esa época te podía atropellar un carruaje paseando por el boulevard. ¿En serio en la era de la hiperconectividad, el internet 3.0, el teletrabajo, el metaverso y el Pad Thai a domicilio sigue siendo tan importante la proximidad? Vamos a pensar un poco sobre esto.

Para empezar, la conectividad digital permite la **colaboración y la transferencia de conocimientos** sin la necesidad de proximidad física. Las reuniones virtuales, el trabajo remoto y las plataformas de colaboración en línea están permitiendo a las personas y empresas interactuar y colaborar independientemente de su ubicación geográfica (Hsieh & Moretti, 2019; Bloom et al., 2015).

Ante esta cuestión hay argumentos en sentido contrario. Primero, aunque la tecnología facilita la comunicación a distancia, la interacción cara a cara sigue siendo insustituible en muchos aspectos. La comunicación no verbal, la creación de confianza y las relaciones personales son elementos clave en los negocios que son difíciles de replicar completamente en un entorno virtual (Storper & Venables, 2004). Además, la proximidad física puede facilitar la resolución de problemas complejos y la toma de decisiones rápidas (Glaeser, 2011).

Otra cuestión es la democratización del **acceso a recursos** gracias a internet. Antes, las empresas se ubicaban cerca de recursos físicos como puertos o materias primas. Ahora, muchos recursos críticos, como la información y los servicios, están disponibles en línea, reduciendo la necesidad de proximidad física (Brynjolfsson & McAfee, 2014).

Es posible, pero también es cierto que la aglomeración permite el intercambio de ideas y la innovación de manera más fluida y rápida. Las "chispas de innovación" a menudo ocurren en encuentros casuales y conversaciones informales que son más probables en un entorno físico compartido (Bathelt et al., 2004).

Por último, la conectividad está permitiendo a las empresas acceder a talento global, en lugar de limitarse a la fuerza laboral local. Esto puede reducir la necesidad de aglomeración en ciudades grandes y costosas (Agrawal et al., 2011).

Esto es cierto. Por no hablar de la burbuja de los 'knowmads'. Sin embargo, algunas

investigaciones han demostrado que los trabajadores buscan ciudades con muchas oportunidades de empleo, y las empresas buscan ciudades con una gran cantidad de talento disponible (Glaeser & Resseger, 2010). Además, la aglomeración puede proporcionar a los trabajadores oportunidades de aprendizaje y desarrollo profesional (Duranton & Puga, 2004).

#### 4. Replanteemos las instrucciones de montaje

Llegados a este punto creo que es momento de replantear las instrucciones que te daba en el primer apartado de este artículo.

1. **Comprende el territorio:** Entiende su entorno socioeconómico y cultural. ¿Cuáles son las fortalezas y debilidades del lugar en términos de infraestructuras, recursos humanos, industrias existentes y potencial de desarrollo? Estos factores influirán en el enfoque y las áreas de especialización del hub. Además de la orientación exterior, es necesario tener en cuenta las preferencias y demandas de la comunidad local, los clubes deportivos, las asociaciones y los ciudadanos, para asegurarse de ofrecer servicios y oportunidades relevantes y atractivas.

2. **Olvida los clichés:** Independientemente de que le llames hub, clúster, lab o ultramarinos. Diseña una organización, estrategia o programa adecuado a las necesidades de tu territorio, sin ataduras conceptuales.

3. **Colabora con otras instituciones y actores locales:** Establecer alianzas estratégicas con universidades, empresas, organizaciones deportivas y entidades gubernamentales del territorio puede potenciar la sinergia y la cooperación necesaria para el éxito del hub. Estas colaboraciones pueden generar oportunidades de financiamiento, acceso a conocimientos especializados y apoyo en la implementación de proyectos.

4. **Considera la infraestructura física ya disponible y adapta el diseño del hub a estas condiciones:** ¿Existen edificios abandonados o espacios infrautilizados que puedan acoger el hub? ¿Es necesario desarrollar nuevas instalaciones?

5. **No olvides, nunca, nunca, nunca, la sostenibilidad del hub:** Es necesario evaluar la viabilidad financiera a largo plazo, identificar fuentes de financiamiento y establecer estrategias para atraer inversión y generar ingresos. Asimismo, el hub debe estar orientado a generar impacto positivo en la comunidad local, promoviendo la inclusión, la participación, el desarrollo social y el respeto al medioambiente.

Te he reducido la lista. Son instrucciones muy generales, eso sí, y el proceso resulta complejo. Pero ¿qué esperabas? Si fuese fácil lo haría cualquiera.

Juanma Murua

Economista y consultor especializado en deporte y gestión de ciudades

Fundador de la agencia Ecosistema Activo

Web

Economía en chándal

**Link to Original article:** <https://www.seed-deporte.es/noticias/hazlo-tu-mismo-monta-tu-propio-hub-de-tecnologias-del-deporte?elem=301178>