

PERSONAJE

POR ITALO SCIARAFFIA

Otro chileno más al club catalán. A la lista de Vidal, Bravo y Alexis Sánchez, se suma ahora José Ignacio Espinoza, pero desde fuera de la cancha. En el Barcelona Innovation Hub, este ingeniero busca startups en las que el club pueda invertir. Con experiencia en Cencosud y fondos de venture capital en Europa, hoy detecta negocios con aplicación real para el Barça. Todo, desde su oficina a pasos del Camp Nou.

En noviembre del 2025, por fin llegó el llamado: "Oye, tengo la oportunidad y ahora creo que la podemos hacer. Puedo agrandar el equipo". El que hablaba era Albert Mundet, el manager del Barcelona Innovation Hub, el área de innovación del FC Barcelona que se dedica a explorar "negocios del futuro" para el club. Del otro lado del teléfono estaba el chileno José Ignacio Espinoza: "Uno se da cuenta de que las cosas de repente se demoran un poco en salir, pero salen".

Para entonces, el ingeniero comercial de la Universidad de Chile y el manager del Barça HUB venían hablando desde hacía más de un año. Se habían conocido en un evento de networking en la capital catalana a comienzos de 2024. Ahí Espinoza le habló de su trayectoria en consultoría estratégica y de su paso por el Corporate Venture Capital (CVC) de Cencosud.

Eso generó el primer clic.

Desde ahí el vínculo sólo creció: cafés, audios y correos. Mundet le fue explicando hacia dónde quería hacer crecer el equipo, qué tipo de perfil buscaba para el futuro. Espinoza, por su lado, le contó en qué estaba trabajando y cómo veía el mundo startup. Incluso, a pesar de que nadie se lo había pedido, hizo una presentación de cómo veía las áreas de inversión del HUB y posibles verticales de trabajo que podía tomar el club.

Con esto el manager se convenció: quería tenerlo en el equipo. Pero el Barcelona no tenía los fondos para contratarlo.

Por eso para noviembre, cuando el club ya tenía los recursos, la contratación del chileno fue casi un trámite: "Mándame tu currículum actualizado y ya está".

"Las startups siempre me fueron buscando"

"La verdad no tenía tan claro ir por el mundo startup", admite Espinoza.

En 2018, de vuelta a Chile luego de una Working Holiday por Australia, trabajó en EY con bancos y negocios tradicionales. Pero en un momento, le encomendaron realizar la primera radiografía fintech en Chile: "Entrevistamos a cerca de 70 empresas".

Fue al año siguiente cuando entró de lleno a esta industria, en Cencosud. Llegó a la empresa en noviembre del 2019, en pleno estallido social, en un equipo que intentaba prototipar y lanzar los nuevos negocios del retailer.

De ese equipo pasó a un CVC (Corporate Venture Capital) más estructurado, con presupuesto y mandato claro: realizar incubación interna y luego inversión e integración en startups. "Cuando el scout ya traía la oportunidad me tocaba trabajar la parte del plan de negocio, los planes financieros y después la fase de integración".



EL CHILENO QUE BUSCA STARTUPS PARA EL FC BARCELONA

"Este es el momento para irme, es la señal"

En 2023 su pareja consiguió trabajo en España. Él ya había vivido fuera y quería repetir la sensación de empezar de cero. "Dije: este es el momento para irme, es la señal". Así, luego de trabajar cuatro años en Cencosud, se matriculó en un máster en finanzas en la Universitat Pompeu Fabra de Barcelona.

En paralelo postuló a prácticas que le permitieran entrar al ecosistema local. Llegó a Inveready, uno de los fondos más reconocidos de España. Ahí entró al equipo de Venture Capital en software B2B, donde su rol de scout "era traer las compañías, filtrarlas y después venderlas internamente", explica.

Eso implicaba revisar cientos de startups de Europa: "No solamente hablé con emprendedores españoles, sino también con

compañías en Alemania, Francia, Italia". Dice que esos fueron sus siete meses más intensos, con trabajo en la mañana y universidad en la tarde.

Luego vino Zubi, un grupo de inversión fundado por Iker Marcaide, el primer emprendedor español en abrir una startup a la bolsa en Estados Unidos (peerTransfer). Ahí el trabajo de scouting era básicamente ir a universidades y preguntar a los científicos en qué estaban trabajando.

Més que un club

"El Barcelona no es sólo ganar partidos. Es una empresa grande, un corporativo, con mucha gente y muchas áreas distintas", dice el chileno. Entre esas áreas conviven el fútbol masculino y femenino, deportes como básquet y hockey,

e-sports, la Fundación Barça, las instalaciones deportivas, el área de merchandising y licencias, y los equipos comerciales que gestionan patrocinios globales.

Dentro de todo eso está el área donde entró a trabajar Espinoza, el Barcelona Innovation Hub. Una unidad del club que cuenta con 12 personas y que nació con la idea de vender formación online ligada al deporte. De hecho, cuenta que la educación digital es la parte central del Hub porque "son los que nos dan la caja hoy".

Con esa base ya consolidada se abrió una segunda línea: el trabajo con startups y tecnología. Para eso se creó un subequipo pequeño, de apenas tres personas, entre ellas José Ignacio Espinoza, que buscan startups que tengan sinergia real con el trabajo del club.

Su rol, en una oficina a tan sólo dos cuadras del Camp Nou, implica coordinar reuniones entre startups y equipos internos, asegurar que los compromisos se cumplan, facilitar la integración de los productos y actuar como traductor entre el lenguaje emprendedor y la lógica corporativa del club.

Esta tendencia, sin embargo, no es sólo del club catalán. Espinoza cuenta que el Real Madrid con Madrid Next, el PSG, el Bayern Múnich, LaLiga e incluso la NBA en Estados Unidos están desarrollando modelos de innovación abierta. "Esto es una tendencia que se está consolidando", dice.

Cómo invierte el Barça

El modelo de inversión que utilizan en el Barça es el Media For Equity: "Nosotros le decimos a la startup: 'te damos asociación de marca, una plataforma y un caso de uso dentro del club', y eso se transa por acciones", explica. El rango de lo que se queda el club, dice, suele moverse "entre un 5% y un 10%", según cada caso.

"Que la startup pueda testear su producto con el Barcelona y después salir a venderlo al resto de los clubes o de la industria diciendo que su primer cliente fue el Barça". En ese sentido, el club funciona como plataforma de validación, más que como simple inversionista. Con este modelo el Hub ya ha cerrado acuerdos con 15 compañías.

Según explica el ingeniero chileno el foco de inversión está puesto en tres grandes verticales, todas enfocadas en startups en etapa inicial. La primera es sport, que incluye software, plataformas y dispositivos vinculados directamente al deporte y al entrenamiento. La segunda es health, especialmente soluciones relacionadas con lesiones y salud aplicada al alto rendimiento. La tercera es advertising y monetización, tecnología que permita mejorar los canales comerciales del club, desde merchandising hasta e-commerce.

Espinoza dice que la principal condición para aceptar una startup es que "tiene que ser ocupada de alguna u otra manera para solucionar un dolor grande dentro del club (...) La solución tiene que ser mejor que lo que ya existe, si no, la adopción tecnológica se muere".

La misión que le encomendaron fue ambiciosa: cerrar seis compañías más en 2026. Y él ya comenzó a buscar. En medio de eso, dice que todavía no termina de dimensionar lo que está viviendo: "Venir y ver el Camp Nou, entrar a la oficina con fotos históricas del Barcelona, banderas, le da su toque bien emocionante". +