COMPETICIONES

Acento turco para una Final Four de Euroliga con realidad virtual

La competición de baloncesto, con premio económico récord este año, vuelve a aprovechar la fase final para presentar novedades, tanto tecnológicas como de patrocinio.

Guillermo G. Recio
19 may 2017 - 04:57

Todos los aficionados al baloncesto esperan uno de los mejores fines de semana del año, en el que confían ver canastas en el último segundo de Llull, pases sin mirar de Teodosic, tapones de Udoh y triples de Spanoulis. Pero la Final Four también presenta importantes novedades fuera del terreno de juego, como la realidad virtual y el chatbot de Facebook.

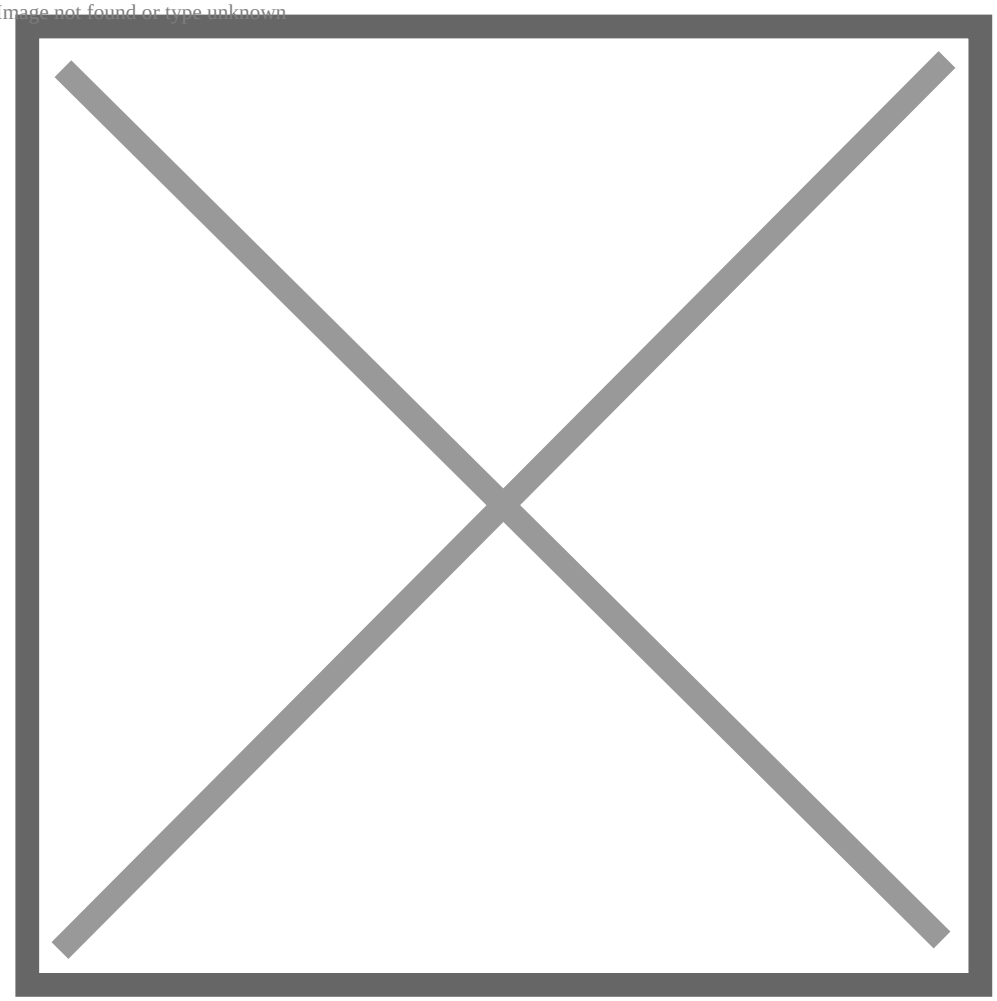
Desde el viernes 19 hasta el domingo 21 de mayo se disputará la fase final de la nueva etapa de la Euroliga, donde este año han participado sólo 16 equipos por primera vez en la historia. En una modalidad de todos contra todos, ha habido duelos de alto nivel en casi cada jornada, algo que se repetirá en esta Final Four. La nueva competición también ha elevado los premios, ya que el equipo vencedor conseguirá un millón de euros, el finalista 500.000 euros, el tercer clasificado 300.000 euros y el cuarto 150.000 euros.

Aunque todavía no han presentado los presupuestos de la vigente temporada, los cuatro participantes presentan unos números diferentes. En la temporada 2015-2016, el CSKA de Moscú gastó un total de 37,08 millones de euros, mientras que el Real Madrid se fue hasta los 32,77 millones.

https://www.palco23.com/competiciones/de-la-realidad-virtual-a-los-socios-turcos-arranca-la-final-four-de-la-euroliga

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Image not found or type unknown



Sin embargo, el presupuesto de Fenerbache se quedó en 25 millones y el de Olympiacos fue de 18 millones de euros, aproximadamente. Estas diferencias se volverán a repetir este año en la pista, ya que casi todos los equipos han engrosado su presupuesto en dos o tres millones de euros, según comentan fuentes de la Euroliga.

Las entradas para ver a los cuatro mejores equipos de baloncesto de Europa se acabaron en pocos días, y los abonos a pie de pista ya superan los 7.000 euros en el mercado secundario, según la plataforma oficial de la Euroliga, Viagogo.

https://www.palco23.com/competiciones/de-la-realidad-virtual-a-los-socios-turcos-arranca-la-final-four-de-la-euroliga

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Si bien estos precios y la alta demanda de entradas para este fin de semana no es ninguna novedad, sí que lo es el incremento de herramientas para aumentar la experiencia de los aficionados que acudan al Sinan Erdem Dome de Estambul (Turquía).

Y es que la Euroliga volverá a ofrecer un punto de vista subjetivo gracias a la compañía española FirstVision, que ya había trabajado con ellos anteriormente. Ahora, las cámaras que van en el cuerpo de los árbitros grabarán vídeos en realidad virtual en cada encuentro para posteriormente compartir los vídeos a través de redes sociales.

Fuera de la pista, el Facebook Messenger ChatBot estará disponible a todas horas durante la semana del torneo, que además ofrecerá a los aficionados imágenes, vídeos e información sobre los partidos. Además, en la Marmara Forum FanZone los aficionados podrán escanear sus cuerpos en 3D para compartir posteriormente imágenes con escenarios de la Euroliga en redes sociales.

La F4, el lugar idóneo para los patrocinadores

Además de novedades tecnológicas y nuevas experiencias, lo que representa la Final Four para los patrocinadores no es una cuestión baladí. El pasado año la marca de cruasanes 7 Days volvió a patrocinar este evento y acabó ampliando su acuerdo con la competición al convertirse en socio del torneo y comprar los *naming rights* de la Eurocup.

Este es el vivo reflejo del alto rendimiento de esta cita anual, y este año se ha y firmado un pequeño acuerdo comercial con las toallas Turkish Towels. Además, se ha aprovechado para renovar un año más con Odeabank, firmar con la lechera SEK como socio regional para Turquía por tres años, fichar a Endesa como patrocinador para España hasta 2020. Con esta actividad comercial, hoy más que nunca se puede decir que las marcas también sienten devoción por la Euroliga.

https://www.palco23.com/competiciones/de-la-realidad-virtual-a-los-socios-turcos-arranca-la-final-four-de-la-euroliga

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.