

## EQUIPAMIENTO

# La NHL ficha a Sportradar para hacer negocio con las estadísticas

A. Malla

30 sep 2015 - 13:36

El *Big Data* están de moda. En las últimas semanas ha trascendido que la NBA baraja permitir el uso de GPS en los partidos para que las franquicias puedan monitorizar la actividad de todos sus jugadores. La Fifa ya lo ha aprobado, y ahora es el turno de la National Hockey League (NHL).

La competición norteamericana ha llegado a un acuerdo por varios años con Sportradar, compañía que ofrece estadísticas deportivas a nivel mundial, para ser su proveedor exclusivo de los datos de juego en tiempo real, a partir de la temporada 2015-2016, que empieza en octubre.

En virtud del acuerdo, Sportradar proporcionará en tiempo real estadísticas del partido a través de la Hockey Information Tracking System (Hits), una de sus empresas de servicios para medios de comunicación y empresas de tecnología de todo el mundo.

"Esta asociación con Sportradar avanza nuestro compromiso con las estadísticas como herramienta para contar historias", asegura el vicepresidente ejecutivo de medios digitales y planificación estratégica de la NHL, Stephen McArdle. "Reconocemos que la tecnología innovadora ayuda a llevar las estadísticas de los partidos a la vida y muestra el talento extraordinario en la NHL", añade.

La compañía suiza, especializada en ofrecer estadísticas deportivas, pretende cubrir más de 325.000 eventos en vivo a través de sus 1.000 trabajadores en 48 deportes. En su particular lista, aparecen 65 clientes deportivos, incluyendo los acuerdos con la National Football League (NFL), la Federación Internacional de Tenis (ITF) o la Premier League Rusia, entre otros.

En España, La Liga y Mediapro han aprovechado los datos que extraen de Mediacoach, una herramienta de análisis creada para los clubes, para lanzar su propia liga fantástica. Desde la patronal defienden que es una fórmula adicional para rentabilizar la inversión realizada en un sistema que recopila todo tipo de información gracias, únicamente, a las cámaras de televisión, al tiempo que explotan una nueva vía para conectar con los aficionados.