

CLUBES

El Madrid ultima la venta de sus derechos digitales a Providence por 500 millones

Palco23
7 feb 2017 - 08:25

Uno de los objetivos más inmediatos de la industria del deporte es la monetización de su presencia digital, y el Real Madrid parece haber dado con una rápida solución. El club presidido por Florentino Pérez está negociando la venta de sus derechos de imagen en Internet al fondo de capital riesgo Providence, que en los últimos meses ha adquirido una participación significativa en la agencia de marketing Chime y controla el 25% del brazo comercial de la MLS.

La operación, que aún no está cerrada, supondría unos ingresos de 500 millones de euros en diez años para el equipo de fútbol. Según desvela hoy *El Confidencial*, las negociaciones se han estado desarrollando durante las últimas semanas bajo la intermediación de la firma Key Capital Partners. El club no ha realizado comentarios sobre este posible acuerdo.



El Real Madrid ha convertido su página web en la más seguida de los clubs de fútbol.

Está por ver cuáles serían las implicaciones de este contrato de llegar a buen puerto. Por un lado, aseguraría unos ingresos mínimos a la entidad deportiva por la explotación

de un negocio que aún hoy el sector no sabe cómo abordar con exactitud. Por el contrario, le impediría tener el control directo de esta actividad a medio plazo, periodo en el que la eclosión de los ingresos comerciales por la presencia online podría dispararse gracias a las nuevas generaciones.

Un segmento de población entre la que el Real Madrid ya está bien posicionado, como revelan los datos publicados en su propia página web durante la semana pasada. El portal asegura que "cerró 2016 como la web de clubes de fútbol más visitada del mundo", ya que los datos recopilados por comScore en diciembre le atribuían "una audiencia mundial de 1.350.000 usuarios únicos".

En segundo lugar aparecía el Manchester United, con 1,152 millones, mientras que el podio lo cerraba el Arsenal FC con 1,005 millones de usuarios únicos. El FC Barcelona, que históricamente ha liderado la presencia de los clubs de fútbol en redes sociales, caía a la cuarta posición, con 908.000 usuarios únicos. En su comparativa con el Barça, el club blanco señala que "no solo es líder indiscutible sino que cuadruplica la audiencia" de su rival en España. "Desde el pasado mes de abril, este liderazgo consolidado se ha mantenido inalterable y la distancia actual entre ambas webs es de 852.000 usuarios únicos en favor de la web oficial del Real Madrid", señalan.

En la última asamblea de compromisarios, Pérez ya incidió en la importancia de estas actuaciones para la internacionalización de la institución. "Las redes sociales del Real Madrid siguen demostrando la universalidad de este club con más de 220 millones de usuarios en todo el planeta, y en el último año ha incrementado su audiencia en 36 millones de seguidores", indicó. Además, aseguró que el consumo de vídeos en la web ha subido un 60%, hasta siete millones de visualizaciones al mes.

Se trata de la segunda gran operación que el club de La Liga ejecuta en el mundo digital, después de que hace algo más de un año firmara un acuerdo de patrocinio con Microsoft. En este caso, la alianza ya pretendía dar un impulso a la plataforma online, de manera que la interacción con los aficionados fuera más sencilla y se pudiera recopilar un mayor volumen de información sobre los mismos. La *app* desarrollada conjuntamente acumula más de cuatro millones de descargas.