

CLUBES

El Real Madrid también se lanza a por ingresos vía Facebook con una suscripción

El club sigue los pasos del Barça y ofrecerá acceso a contenidos exclusivos y promociones a los aficionados que paguen 2,49 euros al mes.

Palco23

18 dic 2019 - 19:24



El Real Madrid también se lanza a la monetización de su fuerte base de aficionados en las redes sociales. El club acaba de crear un servicio de suscripción en Facebook, por el que cobrará 2,49 euros a los aficionados que quieran acceder a determinados contenidos audiovisuales y el uso de *stickers* especiales, entre otros. Actualmente, tiene 100 millones de seguidores en esta plataforma.

La entidad presidida por Florentino Pérez sigue los pasos del FC Barcelona, que semanas atrás anunció la misma iniciativa para aprovechar la herramienta de suscripción creada por la tecnológica estadounidense. Se desconoce qué objetivo de ingresos se han fijado con esta iniciativa.

El club ha bautizado esta iniciativa como Madridista Nation, una comunidad que se une a la que ya ha articulado en España en torno a su base de aficionados más próxima bajo el carné de madridistas: su propia OTT de pago.

El Real Madrid sigue los pasos del Barça en Facebook y del Liverpool, que implantó contenidos de pago en Youtube

En verano de este año renovó su plataforma e instauró un sistema de suscripción, tal y como pudo saber [Palco23](#). La intención del Madrid es que al menos un porcentaje de los usuarios que usaban su *app*, que rondaban los ocho millones de personas, se abonase a un producto que cuesta 1,99 euros al mes.

La dirección decidió mantener gratis las emisiones de su canal de televisión a través de la web, pero el acceso a los contenidos que viralizan en redes sociales, el archivo de partidos y los *highlights* pasarán a la OTT de pago. El principal atractivo no es sólo acceder a los partidos antiguos o a las finales de las últimas Champions League, sino que la herramienta permitirá personalizar los resúmenes de los partidos en función del tiempo del que disponga cada usuario y de sus propios intereses.

Asimismo, el canal corporativo de televisión abrió una nueva etapa este 2019-2020 [en la que la gestión fue adjudicada a una alianza entre Movistar y Mediaset](#). Los costes anuales de este proyecto rondan los quince millones de euros, aunque la entidad dirigida por José Ángel Sánchez ambicionaba rebajarlos.

[El Real Madrid cerró la temporada 2018-2019 con un beneficio de 38,4 millones de euros](#), el segundo mejor resultado de los últimos veinte años. El club obtuvo un negocio ordinario de 757,3 millones de euros, un 0,8% más, a los que hay que añadir los 100 millones de euros procedentes de la venta de Cristiano Ronaldo. En total, el club facturó más de 850 millones de euros.