

CLUBES

Real Madrid y Microsoft revolucionan el mercado con su nueva 'app'

M.M.A.

19 may 2015 - 20:19

Microsoft y Real Madrid han dado un nuevo paso adelante en su relación. La multinacional estadounidense ha presentado la nueva versión de su aplicación móvil madridista, que supone una auténtica revolución respecto a la oferta de otros grandes clubes como el FC Barcelona. La *app* pretende unir a los aficionados en torno a la tecnología, y uno de los nuevos imanes para atraerlos a su ecosistema será la posibilidad de ver la retransmisión de los partidos desde distintos puntos de vista.

El Real Madrid aprovecha así la nueva legislación aprobada por el Gobierno, que permitirá a los clubes utilizar las imágenes de los partidos dentro de su estadio. Al iniciar sesión, los usuarios deberán especificar si seguirán el encuentro dentro del estadio, por televisión o a través de la aplicación. Aunque en la presentación no se ha explicitado si se utilizará la geolocalización para confirmar que se dice la verdad, sí es sabido que podrán limitar la opción multicámara a aquellos dispositivos que estén utilizando la red Wi-Fi del Bernabéu.

El resto de aficionados tendrán limitado el número de cámaras con las que podrán conectar, básicamente el túnel de vestuarios, los banquillos y la zona mixta. En este sentido, es destacable el hecho de que la aplicación está patrocinada por Movistar, el gran aspirante a desbancar a Mediapro una vez que La Liga subaste de forma centralizada los derechos de televisión del campeonato español.

"Creamos un Santiago Bernabéu digital en el que los aficionados se sentarán unos al lado de otros aunque estén en la otra punta del mundo", ha enfatizado el presidente del Real Madrid, Florentino Pérez. "Los aficionados podrán ser productos del partido", enfatizaban desde Microsoft.

Orlando Ayala, vicepresidente senior de desarrollo de mercados de la multinacional, ha asegurado que este proyecto "es una ventana a la convergencia tecnológica" en la que el club español "da un salto tomando ventaja en la era digital, con implicaciones muy importantes en las relaciones de los aficionados con el club". Sin ir más lejos, la aplicación ofrecerá los contenidos en función de las preferencias del usuario, tanto por edad como por ubicación geográfica o futbolistas preferidos.

Pérez ha explicado que producirán una "oferta adaptada a cada partido o acontecimiento, pensada para aficionados con contenidos cambiantes en función de donde se conecten". En este sentido, el vídeo tendrá una función clave, con la emisión en diferido de los partidos y resúmenes de los mismos, repeticiones de los goles o la emisión bajo demanda de los contenidos de Real Madrid TV. También se ha creado una base de estadísticas de los jugadores por partido y durante toda la temporada...

La *app* ya está disponible en inglés y español, pero el objetivo de Microsoft es replicarla en los próximos meses al francés, árabe, chino e indonesio, entre otros idiomas. El sistema actúa como una auténtica red social, en la que los usuarios podrán comentar el partido en grupos, compartir audios desde dentro del estadio o competir en juegos por premios virtuales, como acceso exclusivo a contenidos. La intención del club es canalizar toda la actividad digital de los millones de aficionados que ya le siguen en las redes sociales a través de la nueva herramienta, que podría ser explotada en términos comerciales como un activo publicitario más para sus patrocinadores.