

COMPETICIONES

El entrenador 3.0, el nuevo negocio de la LFP y Mediapro

Marc Menchén

25 mar 2015 - 05:00

La relación comercial de la Liga de Fútbol Profesional (LFP) y Mediapro va más allá de la venta de los derechos audiovisuales en el extranjero o la búsqueda de patrocinadores en Asia. Muestra de ello es la presentación a potenciales clientes que están realizando en las últimas semanas para comercializar Mediacoach en el extranjero y a las que ha podido acceder *Palco23*. Se trata de una aplicación de videoanálisis que ya utilizan los clubes de Primera y Segunda y que ahora quiere venderse al resto de ligas del mundo.

Joan Bennassar, director de I+D de Mediapro, asegura que dos clubes de la Premier League y tres de la Bundesliga están probando esta herramienta, aunque en Reino Unido y Alemania ven complicado poder comercializar Mediacoach porque ya han desarrollado sus propias herramientas de análisis estadístico a partir del vídeo. "Estamos negociando con otras ligas para exportar el modelo", asegura a este diario tras presentar la *app* desarrollada junto a la LFP a un grupo de representantes de campeonatos asociados a la European Professional Football Leagues (EPFL).



Captura de Mediacoach, la herramienta de videoanálisis de la LFP y Mediapro.

El sistema arranca a partir de la filmación de todos los partidos de Primera y Segunda con una cámara panorámica que registra todas las acciones que se producen en el terreno de juego, además de las imágenes que de por sí toma ya Mediapro para la emisión de los partidos. A partir de ahí, el uso de las últimas tecnologías en materia de videoanálisis permite a los clubes disponer de un vasto servicio estadístico, en el que se incluyen desde las distancias recorridas por sus futbolistas, la efectividad de las mismas, goles, asistencias, con qué compañeros de equipo combina más cada jugador y un largo etcétera de parámetros que buscan facilitar el trabajo de los entrenadores, especialmente a nivel táctico.

"En 2009 nos pusimos a analizar el mercado de las herramientas de análisis y vimos que no era asumible para muchos equipos el coste de 140.000 euros por temporada; sólo los grandes podían acceder a estos sistemas", recuerda Ignacio Martínez, director de proyectos estratégicos de LFP. Ahora, esa cifra se habría rebajado a una media de en torno a 30.000 euros por equipo, de manera que el Real Madrid o el FC Barcelona disponen de la misma herramienta de análisis que el SD Eibar, la UD Almería o incluso el CE Sabadell, colista de la Liga Adelante. Eso sí, dependiendo de cada club el personal dedicado al análisis del equipo rival es mayor o menor, por lo que disponen de más recursos humanos para explotar este vasto servicio estadístico.

Se trata de 3.789 partidos y más de 15.000 horas de vídeo que cada club puede editar a su gusto para preparar los entrenamientos y encuentros. "El objetivo es igualar el acceso a la información, independientemente del tamaño y la capacidad económica del club para tener una competición más competitiva", indica Martínez, quien añade que el

reto de la LFP es ayudar a "la clase media" para "poder contar con cinco equipos de primer nivel".

Bennassar aseguró que los clientes de Mediacoach (por ahora, sólo los clubes de la LFP) pueden disponer de las imágenes para analizarlas a su antojo antes de que transcurran las 24 horas posteriores al pitido final del árbitro. "Hay equipos que al día siguiente ya están analizando el siguiente rival y preparando vídeos sobre el partido anterior", explica el directivo de Mediapro.

Martínez confía en que la venta centralizada de los derechos de televisión, que debería entrar en vigor a partir de la temporada 2016-2017, debería ser un impulso para Mediacoach, ya que sería la LFP y no los clubes los que se encargaran de gestionar las retransmisiones y se podrían homogeneizar procesos. Según los cálculos de la multinacional catalana y La Liga, el coste de subir cada partido al servidor de esta *app* estaría en torno a los 4.000 euros.

Monetización con una 'app' para aficionados

¿Cómo conseguir que este particular *entrenador 3.0* no tenga ningún coste para los clubes y para la LFP? "La activación comercial para los aficionados", según explica Gemma Pons, responsable de proyectos de I+D en Mediapro. En concreto, el lanzamiento de la aplicación *La Liga Virtual Arena*, que se puede descargar de forma gratuita y que incluye algunos servicios de pago.

A través de esta fórmula, conocida como *freemium*, se tratará de cubrir los costes de Mediacoach. La herramienta pensada para los aficionados se nutre de la base de datos de la *app* que utilizan los clubes, aunque con información mucho más limitada. La aplicación ofrece estadísticas en tiempo real, de manera que los aficionados pueden enriquecer sus comentarios en las redes sociales e incluso ver los vídeos más destacados de cada encuentro.

El servicio de pago, en este caso, consta de una opción para ver el partido en directo como si de un videojuego se tratara. El coste de este servicio por ahora se limita a cinco euros por temporada. Uno de los representantes de las ligas europeas planteó si no podía generar polémica que esta *app* pudiera permitir al usuario saber si realmente una jugada era o no fuera de juego o acabar de aclarar si era un gol fantasma.