

## COMPETICIONES

# La Rfef se apoya en Bitci para lanzar 'fan tokens' de la selección por valor de 12,5 millones

La Federación se sube a la ola de los *tokens* o monedas digitales con las que los aficionados podrán acceder a acciones exclusivas vinculadas con la selección española de fútbol.

Palco23  
29 jul 2021 - 17:31



La Real Federación Española de Fútbol (Rfef) lanza los *fan tokens* de la selección española de la mano de su patrocinador Bitci. Con esta acción, la entidad persigue dos objetivos: "conseguir *fan engagement* con los seguidores de *la Roja* de todo el mundo y la generación de ingresos", explica Rubén Rivera, director de marketing de la Rfef, a Palco23.

"Bitci se acercó a la Rfef porque tenían estudiados en sus accesos de redes que una de las selecciones más seguidas en Turquía es la española", detalla Rivera. En los partidos de la Eurocopa, la selección española ha tenido de media cincuenta millones de seguidores, detalla el ejecutivo, hasta el punto de que, en número, hay otros países en los que se ha visto más los partidos de la Roja que en la propia España. La

propuesta fue bien recibida por la Rfef, “a quien le viene muy bien poder conectar con fans de la Roja a través de la tecnología y el *fan token*”.

A un precio de 0.50 céntimos, se podrán adquirir las monedas digitales de la selección, que darán acceso a ventajas y acciones vinculadas con el equipo nacional a través de la tecnología *blockchain*, basada en la cadena de bloques para el intercambio de valor entre personas a través de internet.

Desde mañana, cualquier aficionado podrá adquirir los *fan tokens* que permitirán realizar compras o intercambios digitales, así como disfrutar de iniciativas exclusivas que tendrán relación con el equipo nacional y que serán diseñadas para los miembros de esta comunidad de fans.

## La Real Federación Española de Fútbol aspira a conseguir un récord europeo con su venta de ‘fan tokens’

Será la acción de mayor volumen en Europa en el ámbito de los *fan tokens* hasta ahora, ya que se pondrán en el mercado hasta 12,5 millones de euros. Hasta ahora, la referencia en este ámbito a escala global son los *fan tokens* de la Confederación Brasileña de Fútbol (CBF), de los que esta misma semana se vendieron treinta millones en apenas 19 minutos, también de la mano de Bitci. “En términos relativos (teniendo en cuenta el volumen de población) nuestra venta de mañana va a ser más grande que la de Brasil”, expone Rivera.

Con los *fans tokens* la selección busca acercarse también al público más joven, “porque son inversiones pequeñas que cualquier persona sin capacidad de invertir en bolsa o en otros activos financieros que son más caros puede probar”, ya que con apenas 0,50 euros puedes comprar un *token* que da acceso a experiencias únicas, al mismo tiempo que pueden revalorizarse multiplicando el valor de la inversión inicial.

“Esta es una emisión única este año, pero cada año de contrato pretendemos lanzar una emisión distinta que puede variar en función de la evolución del mercado o de las actividades que se puedan lanzar (las experiencias son diferentes en año de Mundial)”, señala el director de márketing de la Rfef.