Una goleada digital

El FC Barcelona y el Real Madrid se han convertido en referentes del mundo del fútbol pero también lo son en el ámbito de los canales digitales.

El FC Barcelona y el Real Madrid no sólo destacan en las canchas de fútbol. También lo hacen en el mundo digital. Ambos clubs, rivales en la Liga y habituales de los campeonatos europeos, se han puesto también a lucir en el mundo del internet y esto es motivo de celebración en un país que necesita reinventar su modelo económico.

El FC Barcelona y el Real Madrid se han convertido en referentes del mundo del fútbol pero también lo son en el ámbito económico. En una década se han convertido en los clubes con más ingresos del mundo de fútbol. A principios de los 2000, el Manchester y la Juventus copaban los primeros puestos del ranking. En el 2011, los dos primeros puestos lo copaban el Real y el Barca con ingresos de 480 y 450 millones de euros respectivamente, según los datos de la consultora Deloitte, muy por delante del Manchester con 370 millones de euros de ingresos. Este doblete no sólo es histórico sino que además se reitera por tercera vez consecutiva.

Sin embargo hay un área emergente en la cuál ambos también destacan y es el mundo digital. Con cinco aplicaciones móviles oficiales y más de 21 millones de seguidores en Facebook, el Real Madrid es una de las marcas deportivas más innovadoras y activas dentro del entorno de los canales digitales. El Real se ha dotado de un equipo puntero para desbancar sus rivales en los entornos digitales. Fichó startups como la alicantina Fromthebench, una empresa ahora presente en 8 países, con más de 40 empleados y con juegos que superan los 5 millones de usuarios, el principal siendo Fantasy Manager que conquistó no sólo los clubs españoles sino también ingleses y ahora brasileños. El Real Madrid golea de hecho a cualquier otro: Es así el único club con un departamento específico de new media (con ya 5 años asentados en el club, más recorrido que ningún otro en el mundo), con el cual se ha puesto a la vanguardia en innovación y, sobre todo, en ingresos derivados de productos en redes sociales, marketing digital y nuevos medios.

Por su parte el FC Barcelona se ha también convertido en líder mundial en las redes sociales. Tiene más de 4,2 millones de seguidores en Twitter, superando el Real Madrid 8con 4,1 millones). En Facebook, ambos clubes también se codean: El FC Barcelona suma más de 28,8 millones seguidores, y el Real Madrid algo menos de 26,3 millones. Sin embargo el azulgrana ha dado un paso más allá en su apuesta digital, a principios del 2012, lanzando un programa para apoyar startups y emprendedores que desarrollen aplicaciones digitales. El programa ya está en marcha en la web www.fcbapps.com, por un tiempo ilimitado. Los elegidos por un comité del club

Javier Santiso
es profesor de Economía de la ESADE Business School.
E-mail: javiersantiso@me.com
Twitter: @JavierSantiso

no tendrán que hacer frente al coste inicial de la licencia y después serán promocionados por las redes sociales del club

Lo más interesante de esta iniciativa es que va mucho más allá de la mera (y justificada) ambición económica y financiera. El impulsor del proyecto es un emprendedor en serie, Didac Lee, fundador de Inspirit e impulsor de muchas startups en particular ligadas el mundo del cloud (la nube), también miembro de la junta directiva del barca responsable de nuevas tecnologías. Es decir que el proyecto de Apps (aplicaciones) del Barca nace desde el mismísimo banquillo del mundo del emprendimiento. FCBApps no sólo responde a una necesidad tecnológica sino a potenciar el sector tecnológico local, ir más alla de lo que es un club de fútbol. Ello simplemente contribuye a potenciar todavía más un ecosistema que pueda convertir a Barcelona en un Silicon Valley europeo, dónde se concentran iniciativas como FCBApps, startups, fondos de capital riesgo y varias escuelas de negocios e universidades tecnológicas punteras.

Desde el inicio tiene el proyecto del FC Barcelona ambición de contribuir a impulsar el sector de las nuevas tecnologías de Cataluña y de Barcelona, en particular. La ciudad se está convirtiendo en una cantera de startups de primera liga mundial como Odigeo, Letsbonus, Softonic, Groupalia, Privalia, y otras muchas más que siguen brotando en la ciudad como la de video streaming Nice People at Work o la red social Bananity. En total el sector de las nuevas tecnologías emplea en Cataluña más de 70 000 personas, acapara más de 3,4% del PIB catalán, y cuenta con más de 3 500 empresas. A lo largo de los dos últimos años, en un país atomizado por la crisis, se estima que este sector generó más de 10 000 puestos de trabajo.

El Barca es un embajador de lujo. Pero también lo es en el mundo del emprendimiento: con el proyecto de potenciar las Apps y los emprendedores de startups lo que hace es catalizar la atención de millones de seguidores en este mundo. Su fuerza de tracción puede ser aquí muy potente. Por ahora el programa de Apps está muy volcado al entorno del club y busca novedades como videojuegos, aplicaciones informativas, servicios que permitan mejorar la experiencia de ver un partido de fútbol, etc. ¿Porqué no imaginar ir más allá y premiar Apps desarrolladas por startups basadas en España?

Incluso se podría ir más allá. Barcelona se ha convertido para varios años en la Capital Mundial del Móvil. Todos los años pasarán por la ciudad los presidentes de las mayores compañías tecnológicas. Algunas son de países emergentes y buscan asentarse en los mercados europeos con sedes corporativas. A finales del 2011, el Barca ha firmado un acuerdo con Tencent, el gigante chino de internet (una de las mayores capitalizaciones bursátiles del sector justo por detrás de Google o Amazon. ¿Porqué no imaginar que Tencent ponga su sede corporativa europea en Barcelona? Esta estrategia se podría sistematizar: ¿porqué no imaginar que startups de videojuegos líderes mundiales como la finlandesa Rovio o la americana Zynga instalen equipos en Barcelona para desarrollar apps y juegos para el Barca? También el club podría potenciar las startups locales de video juegos, algunas punteras a nivel mundial como Digital Legends.

El Real Madrid tiene también capacidad para movilizarse aquí también y buscar emular su eterno rival. ¿Porqué no imaginar que los merengue se lancen al ruedo con un programa similar que busquen fomentar no sólo ingresos pero también los ecosistemas de startups y emprendimiento locales, en este caso en Madrid? La apuesta del Barca merece atención, ojalá que emule a su eterno rival de querer hacer más y mejor. En un país con 50% de los jóvenes parados que muchos se pongan a desarrollar aplicaciones para móviles y lanzar startups digitales sólo podrá ser una buena noticia. Ojala que aquí también un día goleamos a lo grande ::