

Internotas



Alejandro Garnica Andrade
CAZA de Estrategias

e-Soccer

Con la Copa Mundial del 2002, FIFA ingresó de lleno al terreno online. No es que antes no tuviera presencia electrónica, pero la última edición del torneo marcó, para bien y para mal, la prueba de fuego de la Asociación en el mundo interactivo.

Literalmente todo el mundo (o para ser precisos, 500 millones de personas) notó que el día del juego inaugural en Seúl, el estadio mostraba zonas vacías, algo totalmente desusado en cualquier otra edición anterior del torneo. La escena se repitió una y otra vez en distintos juegos, indistintamente de que los equipos fueran fuertes o débiles.

La razón no fue la falta de interés de los aficionados, sino las deficiencias en el sistema de compra y asignación de localidades, para lo cual muchos usuarios emplearon sitios de Internet. Las historias de horror abundaron: personas que compraron boletos para una serie de partidos de un equipo, recibieron los de otro; hay quien compró varias entradas y al llegar a Japón recibió sólo un boleto; o entradas que no se recogieron debido a errores en la asignación de entrega (al adquirir cada boleto, el comprador seleccionaba un lugar para recogerlo).

Problemas adicionales surgieron cuando la organización, buscando salvar la cara, trató de reasignar boletos no recogidos en los centros de canje y venderlos de última hora en su sitio de Internet. Al entrar, el usuario sólo veía una leyenda: "Sorry for the inconvenience. Our servers are not functioning at this time"

Con la facilidad característica de FIFA por desviar la atención de lo que le es problemático, la noticia fue sepultada una y otra vez. Pero queda pendiente aún la investigación prometida por el Comité Organizador, así como una buena cantidad de demandas levantadas por furiosos aficionados que viajaron la mitad del planeta para quedarse fuera del estadio.

Lo que sí parece haber sido un éxito fue el sitio oficial en la Red del torneo. En alianza con Yahoo, FIFA construyó un portal vertical con todo el contenido imaginable sobre la Copa y la historia de los mundiales anteriores. Sorprendentemente, la línea editorial fue bastante abierta, dejando incluso pasar reseñas críticas de arbitrajes cuestionables, hechos por alguno de los más de 20 especialistas internacionales que alimentaban permanentemente el sitio.

Al ser el único lugar autorizado para distribuir en línea muchos contenidos, como los videos de jugadas clave, el sitio oficial atrajo una cantidad de visitantes que marca récords en la historia de Internet. En los primeros 25 días del torneo acumuló casi dos millones de page views y un total de casi setenta millones de visitantes individuales; es decir, un visitante típico navegó por unas treinta pantallas cada vez que entró al sitio.

El portal presentó un adecuado y bien balanceado contenido, sin caer en excesos ni siquiera en la comercialización de espacios. Además del minuto a minuto de la Copa, el aficionado pudo tener acceso al registro histórico de los 16 mundiales, anécdotas, juegos, zonas de compras, información geográfica y turística de los países sede, y hasta encuestas en línea. En una de ellas, para seguir la controversia, se pidió a los visitantes votar por el que se considerara el mejor gol en la historia de los mundiales. El ganador (en paradoja quizá no advertida por FIFA luego de las múltiples críticas al arbitraje) resultó ser la anotación con la mano de Maradona en el partido contra Inglaterra en el Mundial de México 1986.

PEARSON®

la empresa más completa en investigación de mercado en México,
se enorgullece en informarle su nueva representación:

ENVIROSELL

la empresa **#1** de Category Management y Store Planning
en U.S.A., Brasil, Japón y Europa



PEARSON ofrece ahora más servicios en nuestro país
en dos nuevas áreas de investigación:

- **Category Management**
- **Planificación de tiendas y espacios comerciales**



PEARSON®

Investigación de Mercados
y Opinión Pública

pearson@pearson-research.com

www.pearson-research.com

www.envirosell.com

PEARSON, S.A. DE C.V.

Edificio 223, 4ª planta • Col. Polanco

C.P. 11560 • México D.F.

TELE: (52) (55) 52 31 53 24 • 52 31 52 60

FAX: (52) (55) 52 63 62 80

Representante Exclusivo de
Pearson® (NIP World) Turning Data into Intelligence