

El boom de las criptomonedas llega al deporte

23/12/2019



La relación entre el deporte y las criptomonedas cada vez es más estrecha. A día de hoy ha aumentado el número de equipos que aceptan las criptodivisas como método de pago en la venta de entradas, que muestran publicidad de casas de cambio en sus camisetas y que han establecido alianzas con diferentes criptoactivos.

La audiencia deportiva global supera los 3500 millones de personas, por lo que el sector de las criptomonedas tiene un gran mercado potencial, al mismo tiempo, las ligas profesionales y equipos buscan asociarse con la tendencia más revolucionaria del sector financiero, así que todos ganan, aseguró el experto Giovanni Caporaso, CEO de CyptoCurrency10.

Aquí comparto una breve cronología que demuestra los crecientes vínculos entre las criptodivisas y el deporte:

En 2014, Kings de Sacramento, de la NBA, se convirtió en el primer equipo profesional que aceptó el Bitcoin como método de pago por la venta de tickets y suvenires.

Nikolaj Rosenthal es un jugador danés de hockey sobre hielo, reconocido como el primer atleta profesional que cobró su sueldo únicamente en criptomonedas.

Desde 2018, el club inglés Arsenal muestra publicidad en su estadio de la casa de apuestas CashBet, que trabaja con criptomonedas. Algo similar hace Wolverhampton Wanderers, que tiene un acuerdo publicitario con la casa de cambio CoinDeal hasta 2020.

La plataforma de inversión global de activos múltiples eToro logró un acuerdo publicitario con siete equipos de la Liga Premier (Newcastle, Tottenham Hotspur, Brighton y Hove Albion, Cardiff, Crystal Palace, Leicester City y Southampton) y todo el pago fue realizado en Bitcoin.

En septiembre de 2018, los Dodgers de Los Ángeles realizaron el primer sorteo criptográfico en un evento deportivo. 40 000 de los asistentes al partido contra los Padres de San Diego recibieron un token criptográfico mediante el cual pudieron descargar un cabezón digital de tres de sus jugadores favoritos.

El club de fútbol portugués Benfica también acepta el pago de criptomonedas (bitcoins, ethereum y Utrust) por mercancías y boletos desde junio de 2019, mediante la plataforma de criptomonedas UTRUST.

En 2019, Cleveland Cavaliers se asoció con la casa de cambio UnitedCoin. Ahora aparece el logo de esta empresa en las señalizaciones LED dentro del Rocket Mortgage FieldHouse, que hasta la temporada pasada se llamaba Quicken Loans Arena. UnitedCoin se presenta como la versión blockchain de PayPal. Permite transacciones con dinero fiat y criptomonedas por teléfono.

Mientras, en la NFL, Miami Dolphins firmó un acuerdo con Litecoin para que esta sea su criptomoneda oficial.

En mayo de 2019, Grandes Ligas presentó "MLB Champion", un juego de crypto coleccionables basado en Ethereum. Este juego posibilita a las personas obtener tarjetas de béisbol digitalizadas y jugar con ellas.

NBA y Dapper Labs lanzaron NBA Top Shot, una plataforma digital de artículos coleccionables basados en Blockchain. En esta plataforma, los seguidores de la NBA podrán comprar, vender e intercambiar artículos digitales coleccionables.

Nike patentó la idea de unas zapatillas compatibles con blockchain, conocidas como CryptoKicks. El sistema posibilita la unión de un producto físico (la zapatilla), con activos criptográficos que se crearían en la cadena de bloques de Ethereum. Las CryptoKicks llevarían asociado un activo digital con un identificador único y exclusivo. Con esta nueva invención, Nike busca aumentar los controles de autenticidad de su calzado.

---