

Hinchas presenta una nueva App con todo el fútbol de Twitter

La App Hinchas ha invertido más de tres años de trabajo tecnológico, más de 6 millones de dólares, y ha sumado todo el contenido de Twitter para desarrollar la mejor experiencia para un fanático del fútbol

El deporte más grande del mundo, por fin tendrá una aplicación a su nivel, Hinchas. La empresa de desarrollo tecnológico con el mismo nombre y base en Buenos Aires, Argentina, participada accionarialmente por un gran fondo de inversión de Nueva York, se lanza al mercado acompañado por Twitter- la red social más extensa del fútbol a nivel global- que se sumó a la propuesta con su plataforma para desarrolladores Fabric, a través de la cual permite a Hinchas y a otras aplicaciones acceder a todo su contenido en tiempo real, y que ya está instalada en más de dos mil millones de dispositivos.

“Hinchas fue desarrollado gracias a las herramientas de Fabric, plataforma técnica de Twitter que ha permitido integrar los mejores contenidos sobre jugadores, equipos e hinchadas para todos aquellos que aman el Juego Bonito”.

Agustín Pesciallo -Gerente de Twitter para el desarrollo de nuevos negocios en Latinoamérica-

Hinchas adapta y ordena todo el contenido de fútbol de la red del pajarito, ofreciendo una experiencia única y exclusiva para fanáticos de cada mercado empezando por Argentina, Brasil y México, para posteriormente hacerlo en España y Reino Unido, y después internacionalmente; y convertirse así en la mejor herramienta para vivir y sentir el fútbol a nivel global.

La nueva aplicación estará disponible en dos semanas para Android e iOS, y permitirá a los fanáticos participar del fútbol de una forma más activa y creativa, pudiendo interactuar con los jugadores y los clubes de forma directa, y poniendo a disposición de las marcas y sponsors una nueva herramienta de content marketing más eficaz, dirigida y económica que los derechos televisivos.

“Nos ponemos en el lugar del hincha de fútbol, porque es lo que somos, y desde ahí construimos una experiencia genuina y pasional, que impacta en los puntos sensibles del hincha, con momentos nostálgicos, divertidos, de choque, todas las cosas que nos hace sentir el fútbol”.

Martín Ink -Fundador de Hinchas-

La empresa ya ha desarrollado acciones en Latinoamérica con marcas de la talla de Nike, Stanley y British Airways, en un formato único e innovador, donde invitan a jugadores profesionales a desafiar a sus seguidores, participando activamente con la comunidad y eligiendo a los ganadores.

Actualmente se están desarrollando contactos con compañías en España y Reino Unido para ampliar el portfolio comercial ofreciendo la plataforma de Hinchas y su repercusión en Twitter para potenciar sus campañas publicitarias, y por su capacidad de ofrecer productos e integrarse con sitios de e-commerce de Oriente y Occidente, lo cual según Erik Aarón Lara, Director Ejecutivo de la firma para Europa, va a convertir a Hinchas en "la mejor herramienta para e-commerce y content marketing especializada en fútbol a nivel global".

Datos de contacto:

MYL

Nota de prensa publicada en: [Barcelona, España](#)

Categorías: [Internacional](#) [Telecomunicaciones](#) [Fútbol](#) [Marketing](#) [E-Commerce](#) [Dispositivos móviles](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>