Publicado en Madrid el 25/06/2016

# [Dimension Data y A.S.O. presentan tecnologías digitales y aplicaciones de última generación para el Tour de France](http://www.notasdeprensa.es)

## Dimension Data ofrece una experiencia de inmersión para el usuario final con mejoras significativas para la plataforma de análisis de datos masivos sobre ciclismo

 Dimension Data y Amaury Sport Organisation (A.S.O.) anuncian la implementación de mejoras significativas para la plataforma de análisis de datos masivos sobre ciclismo, que ofrecerá información en tiempo real a los espectadores, comentaristas, y equipos en la edición 2016 del Tour de France. Entre las más importantes innovaciones ofrecidas se destaca Race Center, una aplicación basada en la web y alojada en la plataforma de la nube de Dimension Data, desarrollada en conjunto con A.S.O. Race Center, combina datos de la carrera en tiempo real, video, fotografías, canales de redes sociales, y comentarios sobre la carrera en un nuevo sitio web de seguimiento que ofrece a los espectadores una experiencia de inmersión digital que va más allá de la cobertura televisiva de la carrera. En lo sucesivo, Race Center se convertirá en el portal digital de A.S.O. para el Tour de France. Su sitio web de seguimiento en directo es una muestra de la evolución de la colección de datos masivos en tiempo real, las herramientas de análisis, y las plataformas digitales de Dimension Data a lo largo de los últimos 12 meses. Los espectadores podrán acceder a información más compleja y precisa de cada uno de los 198 ciclistas de los 22 equipos, incluyendo su velocidad, la distancia entre ciclistas, la composición de los pelotones de carrera, y la velocidad y dirección del viento, así como las condiciones climáticas del momento. Muchas de las nuevas tecnologías que fueron puestas a prueba en la edición del año pasado de la Carrera, están listas para ser usadas, y cuentan con mejoras significativas en varios aspectos. Este año, los sensores telemétricos instalados bajo el asiento de cada uno de los ciclistas, responsables de la transmisión de datos en directo, cuentan con un rango de transmisión diez veces mayor. Esto significa una menor presencia de cortes o saltos en la información transmitida, lo que se traduce en una comunicación más fluida y continua a través de la carrera. También, ha mejorado el camión de datos masivos de Dimension Data, además de haber incrementado su tamaño para albergar a los distintos equipos de gráfica televisiva, coordinación de la carrera, y captura y análisis de datos, encargados de ofrecer una solución completa punto a punto de datos para el Tour de France 2016. Este es uno de los mayores cambios con respecto al año pasado, donde cada equipo trabajó de forma independiente y continúa con el tema de la colaboración e integración de datos facilitadas por los avances tecnológicos. Adam Foster, ejecutivo de prácticas deportivas para Dimension Data, informó: “Las mejoras con las que cuentan nuestras soluciones este año nos permiten contar historias más ricas y detalladas en el momento en que suceden, y ofrecer a los espectadores, los medios, los aficionados y comentaristas del ciclismo una mirada profunda de ciertos aspectos del deporte que hasta hoy era imposible mostrar. Este año estamos trabajando con una gama mucho más amplia de herramientas para poder brindar acceso a información clave sobre la carrera, sus rutas, los ciclistas, y las condiciones climáticas. Lo más interesante de este año es poder transmitir esta información a A.S.O. a través de una plataforma digital unificada. Esto hace que la calidad de los datos sea aún más valiosa en términos de compromiso del espectador, y habla directamente a una generación entera de espectadores más jóvenes que se relacionan con su mundo a través de nuevas tecnologías, como las redes sociales y el video en directo”. Christian Prudhomme, director del Tour de France para A.S.O., destacó que el crecimiento sin precedentes en los distintos canales sociales como Instagram Twitter, Facebook y el video en directo en la carrera del año pasado hicieron que la adopción y mejora de estas tecnologías fuera algo fundamental para incorporar al espectador moderno. “El Tour de France es un evento emblemático en un mundo moderno, así que es natural que demos acceso a nuestros espectadores a tanto contenido de calidad, entretenimiento y análisis como sea posible, a través de los medios que usamos todos los días”, comentó Prudhomme. “Hemos estado trabajando en conjunto con Dimension Data para encontrar nuevas formas de atraer a nuestros millones de espectadores y estamos ansiosos de poder mostrar el resultado de nuestra colaboración por medio de Race Center”. “Pienso que el atractivo de contar con acceso a varios videos en tiempo real, redes sociales, e información en directo sobre la carrera, desde una interfaz ágil e intuitiva mejorará considerablemente la calidad de la cobertura del Tour de France, y se convertirá en un complemento indispensable para el evento deportivo televisado más importante del mundo”.

**Datos de contacto:**

Dimension Data

915934156

Nota de prensa publicada en: [https://www.notasdeprensa.es/dimension-data-y-aso-presentan-tecnologias-digitales-y-aplicaciones-de-ultima-generacion-para-el-tour-de-france](http://www.notasdeprensa.es/educalivecom-disfruta-de-cursos-presenciales-y-clases-particulares-a-traves-de-internet)

Categorias: Telecomunicaciones E-Commerce Ciclismo Innovación Tecnológica



[**http://www.notasdeprensa.es**](http://www.notasdeprensa.es)