

LA IA JUEGO

ESTÁ
CAMBIANDO EL



La IA está transformando radicalmente la

INDUSTRIA DEL DEPORTE,

al revelar novedosas oportunidades de ingresos para las organizaciones deportivas, optimizar las operaciones y sumergir a los fanáticos en la acción como nunca antes.

Se prevé que el valor del mercado deportivo mundial supere los setecientos mil millones de dólares estadounidenses para 2026.





INTRODUCCIÓN

A MEDIDA QUE LAS MARCAS DEPORTIVAS APROVECHEN

Las capacidades de la IA, develarán conocimientos invaluable a partir de una gran cantidad de datos, lo que permitirá una toma de decisiones superior y más rápida, un rendimiento fortalecido del equipo y experiencias ultrapersonalizadas para los fanáticos.



El potencial de la IA para rediseñar las operaciones front-end y back-end moldeará persistentemente el futuro de los deportes, al reinventar cómo comprendemos y nos involucramos con esta industria dinámica.

Se prevé que la IA mundial en el mercado deportivo alcance \$19,2 mil millones para 2030, lo que representa un aumento a una tasa de crecimiento anual compuesto (CAGR) de 30,3% de 2021 a 2030.

Este informe profundiza en las aplicaciones multifacéticas de la IA en el panorama deportivo, desde la amplificación del rendimiento del equipo y la optimización de las oportunidades de patrocinio hasta la simplificación de las operaciones deportivas y la revolución de las experiencias de los fanáticos a través de interacciones omnicanal fluidas.

Desarrollo de la

PARTICIPACIÓN DE LOS FANÁTICOS:

una experiencia deportiva personalizada

La IA está

haciendo a un lado a los intermediarios entre las organizaciones deportivas, lo que les permite reinventar la manera en que los fanáticos interactúan con sus equipos y deportistas favoritos.

Las organizaciones pueden sobrepasar las barreras del idioma y atraer a los fanáticos a nivel mundial a través de soluciones desarrolladas con IA, como la traducción de subtítulos en tiempo real.

Los reels destacados que se generan de forma automática y están personalizados según los intereses de cada fanático brindan una experiencia incitante que los mantiene absortos y hace que vuelvan por más.

Los resúmenes inclusivos de juegos satisfacen una amplia gama de intereses, al presentar vistazos concisos para los seguidores ocasionales a la vez que permiten a los aficionados explorar eventos y clips específicos en profundidad.

La IA facilita la creación de contenido altamente personalizado, como videos, texto e imágenes, al examinar las preferencias particulares, lo que desarrolla una experiencia más profunda y atractiva para los fanáticos. La industria del deporte es un escenario óptimo para este tipo de producción de contenido, ya que es menos sensible que otros sectores, como el de la salud o el farmacéutico.



Gonzalo Zarza

Chief Data Officer (CDO)
en LaLiga Tech y Globant

“Una parte importante de la industria del deporte gira en torno a la narración de historias y la IA brinda un enfoque natural para aplicarlo en la generación de contenido para interactuar con las bases de fanáticos mundiales en constante expansión”.

LA IA también proporciona información valiosa

respecto a las discusiones en las redes sociales y el feedback de los usuarios, lo que permite a las organizaciones comprender mejor y relacionarse con su público. **Esta tecnología promueve la participación en tiempo real a través de canales analógicos, al cerrar la brecha entre la acción en el campo y la interacción de los fanáticos.**

Además, las recomendaciones basadas en IA exponen a los fanáticos a nuevos deportes o jugadores acordes con sus intereses. Por ejemplo, se podría animar a un aficionado al béisbol australiano a ver un equipo de cricket que cuenta con un deportista de Australia.

La IA también puede modelar situaciones hipotéticas de torneos y pronosticar resultados dependiendo de diversas condiciones, lo que presenta a los fanáticos un método cautivador e interactivo para explorar más a fondo el mundo de los deportes.

La IA tiene el potencial de mejorar múltiples actividades de marketing dentro de las empresas. Los estudios indican que el

57%

de los especialistas en marketing B2B

emplean chatbots de IA para generar demanda, lo que les permite comprender mejor a su público objetivo.

Gestión del rendimiento:

dar rienda suelta al

POTENCIAL DE

LOS ATLETAS

a través de la **IA**



La IA puede pronosticar con precisión la probabilidad de que los jugadores pierdan tiempo de juego la próxima temporada con una **tasa de éxito de 96%**.

La gestión de atletas mejora con la IA, desde regímenes de entrenamiento respaldados con datos hasta análisis de juegos en tiempo real.

- **Mediante la consolidación y análisis cuidadoso de datos dispares**, los entrenadores e instructores pueden tomar decisiones bien informadas y en tiempo real con respecto al entrenamiento y la nutrición, lo cual asegura que los deportistas alcancen su máximo potencial.
- **La identificación de acciones** y la atención impulsadas con IA acentúa las áreas con oportunidades de mejora, como la concentración de un deportista durante una jugada.
- **Los cazatalentos pueden descubrir** la próxima generación de atletas calificados y determinar con precisión a las superestrellas en potencia gracias al uso de visión por computadora.
- **Esta misma tecnología facilita** evaluaciones precisas del rendimiento del jugador y sugerencias generadas con IA para enfoques de entrenamiento personalizado.
- **Las simulaciones de juegos dotan a los equipos** de la capacidad de anticipar su rendimiento contra los oponentes, lo que hace posible el desarrollo de estrategias que se enfocan en las vulnerabilidades del rival.
- **Las herramientas de reclutamiento respaldadas** con IA evalúan la compatibilidad de los posibles jugadores con los miembros actuales del equipo y recomiendan enfoques óptimos de traspasos para integrar una plantilla ganadora.

El proyecto Perfect Shot

de Globant mostró el poder de la IA en la gestión del rendimiento. Ideamos un modelo para el tiro a gol definitivo mediante IA, análisis biomecánico y datos de los mejores futbolistas. Luego probamos este modelo en un panorama del mundo real, lo que demuestra cómo la tecnología puede mejorar el rendimiento deportivo y ratifica el potencial transformador de la IA cuando se aplica a los deportes.

Se espera que la integración de la IA en los deportes mejore el rendimiento tanto particular como de equipo, lo que resultará en una mejora promedio de 17% para los individuos y de 28% para los equipos. La IA también puede aumentar el valor del entrenamiento funcional según el papel o la posición en el equipo entre 9 y 32%.





La IA impulsa

el futuro de los deportes. La próxima generación de deportistas y entrenadores se beneficiará de herramientas innovadoras.

A medida que los sistemas de IA avanzan, pueden evaluar el rendimiento con un grado de precisión inalcanzable mediante el análisis humano. Esta transición implica que los equipos que se abstengan de adoptar tecnología de IA se podrían topar con una desventaja competitiva. **El uso de IA permite prevenir hasta el 65% de la disfunción cognitiva a largo plazo como consecuencia de conmociones cerebrales.**



Ernesto Luna Madrid

Sports Lead en Globant

“ En última instancia, creo que las organizaciones deportivas tendrán que emplear IA porque están en desventaja en comparación con otros equipos y organizaciones que ya la aprovechan para analizar su rendimiento y obtener información”.

Sin embargo, las organizaciones deportivas deben considerar la seguridad de los datos al implementar la IA, al centrarse en el cumplimiento y respetar los derechos de privacidad de los datos de los deportistas y las personas. Tras superar dicho obstáculo, los beneficios potenciales al emplear herramientas desarrolladas con IA para incrementar el rendimiento se volverán evidentes con rapidez.

OPTIMIZACIÓN DEL PATROCINIO:

capitalización de la IA para obtener
rendimientos óptimos



#soccer

See Translation

Original Song

- Home
- Shop
- 
- Inbox
- Profile

El dominio del patrocinio deportivo está utilizando IA para crear oportunidades sin precedentes a fin de lograr asociaciones **más eficientes y gratificantes.**

- Las pruebas A/B de los mensajes de marketing formulados con IA afinan las campañas para obtener un retorno de la inversión máximo.
- La segmentación de público mejorada emplea first-party data, third-party data y zero-party data para producir experiencias específicas y significativas, tanto en casa como en el sitio.

En los próximos cinco años, más de una cuarta parte de las tareas que realiza el

74%
de los especialistas
en marketing

se automatizará
mediante el uso
de IA.

- El seguimiento en tiempo real del sentimiento reflejado en las redes sociales permite a los patrocinadores reaccionar de inmediato y adaptarse a las preferencias en constante evolución de su público.
- Según la posición de campo y la probabilidad de visualización, los modelos de fijación de precios impulsados con IA garantizan que los patrocinadores obtengan el mejor valor por sus inversiones.
- La IA brinda ayuda adicional para diseñar la campaña ideal al proponer el target objetivo y los canales disponibles más adecuados, lo que garantiza que las campañas tengan repercusión en el público deseado.
- La IA fomenta asociaciones mutuamente ventajosas entre marcas y deportistas al recomendar jugadores de patrocinio “complementarios”.



OPERACIONES DEPORTIVAS:

Mejora de la eficiencia y la participación a través de IA

LAS OPERACIONES deportivas experimentan una transformación

dramática en la que la IA desempeña un papel fundamental en la mejora de las experiencias de los fanáticos y la optimización de los flujos de trabajo operativos. Esto incluye todo, desde la gestión de sedes hasta la programación de partidos e incluso la mejora de los protocolos de seguridad.



Gonzalo Zarza

Chief Data Officer (CDO) en
LaLiga Tech y Globant

“

La IA es increíblemente poderosa en el ámbito de las operaciones deportivas y va más allá de los usos tradicionales, como la seguridad y la gestión de multitudes hasta áreas como son la evaluación ambiental y la programación de partidos.

En Globant, estamos empleando IA para diseñar estrategias de participación de los fanáticos centradas en datos de impacto ambiental, social y de gobernanza (environmental, social, and governance, ESG), al reforzar la reputación de las marcas deportivas en el proceso”.

Simulaciones de flujo de multitudes:

Las simulaciones de flujo de multitudes desarrolladas con IA mejoran la asignación de recursos, lo que facilita una mejor gestión de multitudes y brinda experiencias impecables para los asistentes. Al mismo tiempo, la IA hace posible que la coordinación y las estrategias de salida sean más efectivas, lo que garantiza que los fanáticos puedan abandonar el recinto sin problemas y de forma segura después de los eventos.

Seguridad:

Las tecnologías de visión artificial identifican y responden a los peligros potenciales, lo cual amplifica las capacidades de planificación y respuesta. Se monitorean los niveles de participación del público en tiempo real, lo que permite al personal detectar y abordar los problemas rápidamente.

Planificación:

El seleccionador de calendario de LaLiga Tech utiliza IA para elegir las horas y fechas más adecuadas para los partidos, al tomar en consideración factores como el clima, los viajes y demás eventos competitivos a fin de garantizar audiencias óptimas tanto televisivas como en los estadios.

Venta minorista:

Globant está implementando nuevos métodos para ingresar a los estadios y realizar transacciones sin efectivo a través de tecnologías como biometría y reconocimiento facial. Al igual que Amazon Go, estas nuevas herramientas permiten a los fanáticos ingresar a los estadios y realizar compras, además de permitir que sus transacciones se reconozcan y procesen en forma automática.

Con vistas a mejorar las experiencias del cliente, el

60%
de los especialistas
en marketing

utilizan IA para
pronosticar y anticipar
el comportamiento y los
requisitos de los clientes.



Operaciones:

La IA se está implementando para crear gemelos digitales de los estadios, lo cual produce datos en tiempo real sobre la densidad de la multitud, los movimientos del tráfico y los procedimientos de los eventos a fin de ayudar a los recintos a administrar los eventos de manera efectiva.

Con la solución SustAI de Globant, un módulo de nuestra plataforma de minería de procesos Navigate, esta tecnología de gemelos digitales se extiende a las emisiones de CO2. SustAI aplica análisis avanzados y aprendizaje automático para ofrecer información sobre el impacto ambiental de una organización, lo que le permite optimizar los procesos de la cadena de suministro y adaptarse a los objetivos de sostenibilidad.



ESTRATEGIA GANADORA:

Pautas para implementar la IA

Los primeros usuarios ganan en el juego de la IA y todavía hay tiempo para que las organizaciones deportivas exploten las capacidades que permite la IA.

Al apegarse a un enfoque sistemático, las organizaciones pueden incorporar con éxito soluciones de IA personalizadas según sus requisitos y, al mismo tiempo, minimizar los peligros potenciales.



Martin Nanni

Chief Technology Officer
for Europe en Globant

“

El principal desafío que enfrenta el deporte en relación con la transformación digital es el vértigo del cambio inmenso. A diferencia de algunos sectores, la industria del deporte está rezagada en el avance tecnológico, ya que rara vez emplea la tecnología en los aspectos centrales de sus operaciones. El secreto radica en darse cuenta de que es una serie de pasos y este desafío no es distinto de otras industrias”.

Estas pautas permiten a las organizaciones deportivas diseñar y ejecutar de manera efectiva una estrategia de IA que satisfaga sus necesidades y objetivos específicos al tiempo que mitiga los riesgos potenciales. **Este enfoque estratégico permitirá a las organizaciones aprovechar el potencial de la IA para intensificar la participación de los fanáticos, optimizar el rendimiento deportivo y, en última instancia, rediseñar la industria del deporte.**

1.

Definir los objetivos comerciales:

Comienza detallando los objetivos estratégicos de la organización, como expandir la participación de mercado, impulsar la eficiencia o producir más métricas. Abstente de implementar la IA con precipitación sin una comprensión clara de los problemas que pretendes abordar.

2.

Investigar las opciones de IA:

Luego de determinar tus objetivos comerciales, examina las soluciones de IA que pueden ayudarte a lograr esos objetivos. En algunos casos, puedes descubrir soluciones existentes que se pueden integrar sin esfuerzo, mientras que otros casos pueden requerir el desarrollo de soluciones hechas a la medida.

3.

Interactuar con especialistas de la industria:

Confía en el conocimiento de los profesionales en el campo para evaluar la viabilidad de las soluciones de IA propuestas. Por ejemplo, al evaluar las oportunidades de patrocinio, consulta con expertos que comprendan los ángulos de cámara, la transmisión y los requisitos contractuales.

4.

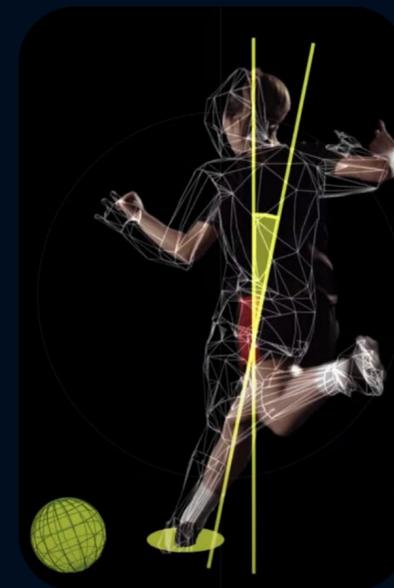
Evaluar los riesgos y los desafíos:

Sé consciente de los peligros potenciales asociados con la implementación de la IA, como las inquietudes legales, la titularidad de la propiedad intelectual y la rendición de cuentas derivada de los resultados generados mediante IA. Además, considera los costos involucrados, ya que no todas las soluciones de IA seguirán siendo gratuitas en el futuro.

5.

Integrar un equipo competente:

Forma un equipo de expertos que te auxilie al implementar tu estrategia de IA y elige a los mejores socios en el mercado para garantizar el éxito.



El camino a seguir:

El futuro de la IA en los deportes

El futuro de las aplicaciones de IA en los deportes rebosa de un potencial emocionante.

La hiperpersonalización permitirá a las organizaciones identificar y aprovechar momentos particulares en los que los fanáticos son más susceptibles al contenido personalizado. Esto implica dar a los fanáticos precisamente lo que necesitan en tiempo real, al utilizar técnicas avanzadas de personalización y contextualización.

Además, la IA facilitará la integración perfecta de diversos puntos de contacto dentro del ecosistema deportivo. A medida que los fanáticos interactúan con diversos dispositivos y plataformas, la información acumulada se puede fusionar para producir contenido altamente personalizado y adaptado a sus preferencias. Luego, las marcas pueden emplear soluciones de IA generativa, como GPT de OpenAI, para generar automáticamente contenido basado en tales datos, lo que culmina en una experiencia de los fanáticos convincente e inmersiva.

En el caso de los atletas, la IA proporcionará comentarios y análisis de rendimiento en tiempo real mucho más sofisticados. Al recopilar datos mediante cámaras y otros sensores, la IA puede evaluar la anticipación, el movimiento y la forma de jugar de un atleta, lo cual brinda información procesable durante un partido.

Este método basado en datos permitirá optimizar el rendimiento y mitigar los riesgos de lesiones.

La IA también alberga el potencial de revolucionar el marketing y la exposición de las organizaciones deportivas. Al capturar y mejorar las imágenes de los jugadores en momentos cruciales, los equipos podrían utilizar la IA para crear contenido cautivador para las redes sociales y otros canales de marketing.





Ernesto Luna Madrid

Sports Lead en Globant

“ La aceleración de los avances de la IA ha llegado a un punto en el que incluso los que están a la vanguardia de la tecnología se sorprenden por el progreso, lo que dificulta hacer pronósticos, pero demuestra el potencial de la IA para transformar la industria del deporte en su totalidad.”

De manera similar a cómo los primeros teléfonos celulares evolucionaron hasta convertirse en los poderosos teléfonos inteligentes hiperconectados de hoy, la tecnología de IA sigue una trayectoria difícil de pronosticar. **Por lo tanto, las organizaciones deportivas deben mantenerse actualizadas sobre los avances tecnológicos de la IA, ya que quedarse atrás podría tener graves consecuencias.**



EL PAPEL DE GLOBANT

Como asesor estratégico, Globant ayuda a identificar necesidades comerciales específicas y a proponer las mejores soluciones de IA para el trabajo. También desarrollamos soluciones personalizadas adaptadas a los requisitos únicos de una organización o aprovechamos los productos y soluciones existentes para agilizar el proceso de desarrollo y reducir el tiempo de comercialización.

Como socio confiable, guiamos a los clientes a través de las complejidades de la adopción de IA, al apoyarlos para develar todo el potencial de esta tecnología innovadora. Nuestras asociaciones se enfocan en simplificar el proceso de implementación y apuntar a áreas de alto valor que son más factibles y no demasiado sensibles a los riesgos.

El papel de Globant en el apoyo a las marcas deportivas que buscan transformar sus operaciones a través de la IA se puede dividir en tres áreas principales:

- **Consultoría estratégica:** Globant puede actuar como un asesor estratégico o un Director de IA a pedido, al guiar la estrategia de IA y su impacto potencial en la organización.
- **Implementación de IA personalizada:** Globant puede proporcionar servicios tradicionales de consultoría e implementación para marcas deportivas que ya han identificado un objetivo comercial específico y requieren asistencia para desarrollar una solución de IA a medida.
- **Aprovechamiento de productos existentes:** Globant brinda soluciones prefabricadas de IA relacionadas con los deportes y el entretenimiento, lo que permite a las marcas deportivas reducir el tiempo de comercialización y beneficiarse con una propuesta de valor comprobada al tiempo que integran tales soluciones perfectamente en sus operaciones existentes.



Martin Nanni

Chief Technology Officer
for Europe en Globant

“ La tecnología revela oportunidades para que las organizaciones deportivas optimicen los ingresos de los patrocinadores, se conecten con los fanáticos a nivel mundial y desarrollen nuevos productos, como plataformas OTT. Cada organización cuenta con valores inherentes y los conocimientos especializados de Globant sobre tecnología de IA ayuda a empaquetarlos y hacerlos accesibles”.

Acercas de **Globant**

Somos una compañía nativa digital que ayuda a las organizaciones a reinventarse y desatar todo su potencial. Combinamos la innovación, el diseño y la ingeniería a gran escala.

- Contamos con más de 27,000 empleados presentes en más de 25 países y en 5 continentes, desde donde trabajamos para empresas como Google, Electronic Arts, y Santander, entre otras.
- IDC MarketScape nos reconoció como Worldwide Leader in CX Improvement Services.
- Fuimos destacados como caso de estudio en Harvard, MIT y Stanford.
- Somos miembro de The Green Software Foundation (GSF) y Cybersecurity Tech Accord.

Para más información, visita www.globant.com

Descargo de responsabilidad

Este informe tiene fines informativos únicamente, basado en información de dominio público, así como en información recopilada de las personas encuestadas por Globant con respecto a la temática de este Informe. A menos que se indique lo contrario en el informe, todos los porcentajes, cifras y estadísticas incluidas en este informe se basan en información de dominio público. Si bien la información proporcionada se ha obtenido de fuentes que se consideran confiables, ni Globant ni ninguno de sus afiliados, directores, ni funcionarios ni agentes dan fe de su exactitud o integridad. No se hace ninguna declaración o garantía, expresa o implícita, con respecto a la integridad, precisión, oportunidad o idoneidad de toda la información y los datos contenidos en cualquier parte del informe.

Globant en ningún caso será responsable de ningún daño o pérdida directa, indirecta, incidental, especial, consecuente o ejemplar (incluyendo, entre otros, la pérdida de ganancias), que pueda surgir o derivarse directa o indirectamente del uso o dependencia de la información contenida en este informe. Toda la información contenida en este informe está sujeta a cambios por parte de Globant sin previo aviso. Ninguna parte de este informe puede reproducirse, reimprimirse, almacenarse en un sistema de recuperación o transmitirse de ninguna forma o por ningún medio, mecánico, fotocopiado, grabado o de otro tipo, sin el permiso previo por escrito de Globant. Todos los contenidos, textos, imágenes, datos, información y otros materiales que se muestran, incluidas las marcas comerciales o los derechos de autor de Globant, son propiedad de Globant o del propietario designado y están protegidos por las leyes locales aplicables y los tratados internacionales.

Globant ▶