

La digitalización revoluciona el sector del fútbol: tres tecnologías que han cambiado la experiencia de los aficionados

Los hábitos de consumo han cambiado y las hinchadas valoran otro tipo de servicios para decidir si asistir a un partido u otro. El 5G, la realidad aumentada y el reconocimiento facial son tres tecnologías que han optimizado la experiencia de la afición en los estadios, según Softtek

La digitalización ha sido clave en el sector del deporte. Los equipos profesionales, en los últimos años, han adquirido nuevas tecnologías para ser capaces de monitorizar el rendimiento de los atletas, mejorar su condición física y desarrollar productos que aumenten su capacidad competitiva. La tecnología deportiva ha alcanzado un valor superior a los 11.700 millones de dólares en 2020, según el informe de Softtek *'Digital Transformation in Sports'*.

Softtek, como empresa tecnológica global, quiere destacar la utilidad de estas herramientas que están haciendo más sencilla la tarea de fidelizar a los aficionados, no sólo para aumentar las visitas a los estadios, sino para optimizar su experiencia y seguridad a través de distintos canales y herramientas. El objetivo es, por tanto, desarrollar e implementar servicios que cumplan con los mayores estándares de calidad y que impulsen la eficiencia en el manejo de todos los procesos involucrados en la oferta de los espectáculos deportivos.

En esta nueva era, los aficionados han cambiado sus hábitos de consumo y buscan otro tipo de servicios, como los proporcionados por las apps de sus equipos (información e imágenes exclusivas en tiempo real), las innovaciones en los estadios (conectividad, tecnología wayfinding y mayor resolución en pantallas LED) y la integración de la compra de entradas y servicios en una sola plataforma, que permite acceder al estadio de manera paperless y adquirir productos y servicios desde el smartphone. La experiencia deportiva se ha transformado desde el punto de vista del aficionado, convirtiéndose en una realidad física, virtual y omnicanal. Así es como ha evolucionado el fan engagement.

Así la transformación digital ha impregnado al mundo del deporte, y el fútbol no se ha quedado atrás. La tecnología no sólo ha llegado para impartir justicia en el deporte rey con implantaciones como el VAR (Video Assistant Referee). Por ello, Softtek destaca tres tecnologías que han cambiado para siempre la experiencia digital de los aficionados:

5G: los equipos brindan servicios a los aficionados en el estadio, para poder observar imágenes que son transmitidas generalmente en televisión, pero que no se ven en las pantallas de los recintos. Los equipos con un alto ancho de banda 5G permiten ofrecer contenido en directo en HD a la afición. Para un uso adecuado por parte de los usuarios, las empresas han tratado de invertir en proveedores de servicios de comunicaciones que tengan la capacidad de brindar conexiones de calidad. La apuesta han sido los sistemas de tecnología 5G, para aumentar el rendimiento de los dispositivos, de manera

que puedan nutrir de servicios de vídeo en alta definición.

Realidad aumentada: esta tecnología incluye información real en la experiencia virtual. Es decir, en esta es posible encontrar elementos reales, captados con una cámara desde el mundo real, y otros objetos animados, creados por el ordenador. La realidad aumentada tiene un uso especialmente útil en las vallas publicitarias. Antes, estas eran estáticas y se tenían que cambiar manualmente, pero con la tecnología Smartvision han pasado a estar formadas por pantallas LED con imágenes cambiantes. Además, la realidad aumentada y el LED virtual se emplea actualmente para las campañas de marketing en estos espacios, lo que permite cambiar los anuncios proyectados en las vallas para adaptarlos al público que los ve por televisión con base en los criterios de ubicación y perfil.

Reconocimiento facial: la seguridad de los actores que forman parte de un evento deportivo profesional es uno de los hitos más importantes para los gobiernos, entidades deportivas y aficionados. En ocasiones, y desde hace muchos años, han existido ciertos enfrentamientos entre hinchadas, o de jugadores con el público. Para disminuir estos episodios y conocer mejor a quienes asisten a los recintos, se han instalado cámaras de seguridad con reconocimiento facial en las sedes deportivas. Este proceso de identificación biométrica detecta, verifica y autentifica a una persona a través de sus rasgos faciales en tiempo real, y lo guarda en el sistema. Además, este sistema tiene en cuenta el envejecimiento, lo que hace que pueda reconocer a personas que hayan cambiado con el paso del tiempo. A fin de cuentas, esta es una tecnología que pretende crear un ambiente de seguridad más dinámico y salvaguardar la integridad tanto del espectáculo como de la afición.

"Las preferencias de los aficionados han cambiado. El gran público percibe la espera y la ausencia de información en tiempo real de una manera más negativa que antes, por lo que es necesario que los clubes deportivos implementen en el corto plazo las innovaciones disponibles para brindar una experiencia de cliente homologable a la del resto de sectores. Una buena conectividad de las instalaciones deportivas, una experiencia omnicanal en el propio estadio, y un modo inteligente de moverse en su interior van a ser criterios clave que considerar por los fans en su decisión de acudir a un partido u otro", comenta Rafael Conde del Pozo, business development director EMEA.

Datos de contacto:

eVerythink PR

91 551 98 91

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Internacional Fútbol Software Innovación Tecnológica Digital](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>