

HERRAMIENTAS DE SOFTWARE PARA LA GESTIÓN DE PROYECTOS DEPORTIVOS

MÓDULO 4.
INNOVACIÓN EN LA
GESTIÓN DE
PROYECTOS
DEPORTIVOS

**- CONMEBOL -
EVOLUCIÓN**

Unidad 4.1 Innovación y proyectos deportivos

4.1.1 Innovación en el deporte

El mundo de la Industria 4.0, el internet de las cosas y las tecnologías impulsadas por la inteligencia artificial es una realidad gracias a la capacidad de innovar de las empresas. No se trata de emprender transformaciones radicales o que requieran altas inversiones, innovar es básicamente generar valor para el negocio a través de un nuevo producto, proceso o servicio. Si no genera beneficios para la empresa, la novedad puede ser incluso una invención, pero no será innovación.

Las empresas pueden innovar en sus modelos de negocio, procesos, servicios o productos. La innovación puede ser nueva solo para la empresa, o para su mercado y para el mundo. En general, las empresas que innovan son más competitivas, tienden a pagar mejores salarios y emplean a profesionales más calificados. Los países reconocidos por la innovación se destacan en el mercado global. Por lo tanto, los gobiernos adoptan políticas de innovación para impulsar el crecimiento económico y la competitividad.

En el ámbito del deporte, la innovación se puede observar en distintos frentes: desde la preparación de los deportistas con *software* que utilizan tecnología GPS (sistema de posicionamiento global), el análisis de datos en fisiología y nutrición, entre otras.

A continuación, te presentamos un reportaje del famoso periódico *El País*, cuando anunciaba la llegada del *big data* al fútbol en 2014.

HERRAMIENTAS DE SOFTWARE PARA LA GESTIÓN DE PROYECTOS DEPORTIVOS

Figura 1. *Big data* en el fútbol

The screenshot shows the top navigation bar of the El País website. On the left, there is a language selector set to 'ESPAÑA' and a menu icon. On the right, there are buttons for 'SUSCRIBETE' and 'INICIAR SESIÓN'. Below the navigation bar is a section titled 'Mundial de Fútbol'. A banner below this section contains the text 'Leer sin límites es formar parte de la lucha por la igualdad', a price offer 'primer mes 1€', and another 'SUSCRIBETE' button. The main article title is 'El 'big data' llega al fútbol', with a subtitle 'El Mundial demuestra que las estadísticas enganchan por igual a equipos, periodistas y aficionados'. The authors are listed as 'CRISTINA F. PEREDA | JOAN FAUS' and the date is 'Washington - 11 JUL 2014 - 15:23 BRT'. At the bottom of the article snippet, there are social media sharing icons and a view count of '36'.

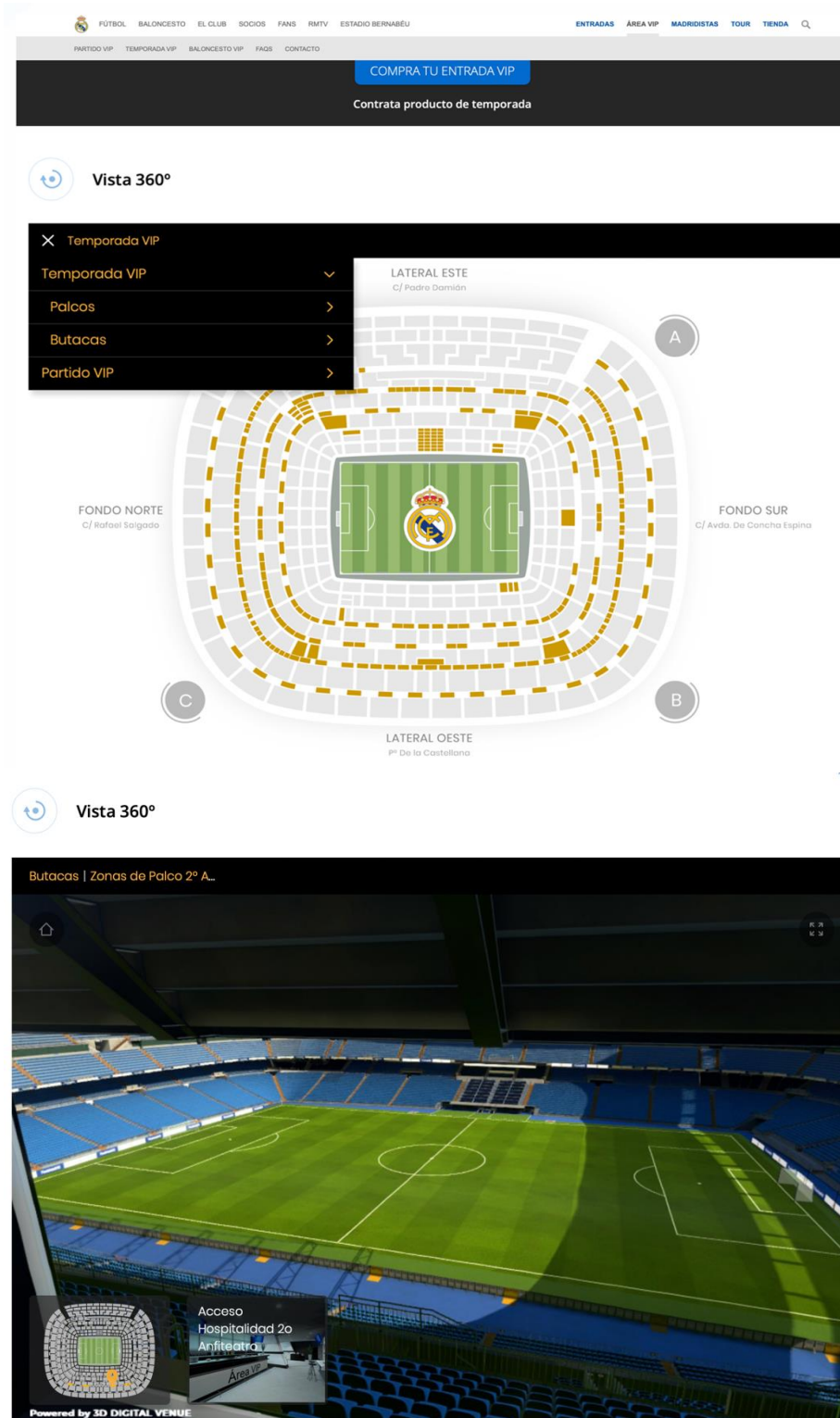
Fuente: Pereda y Faus, 2014, <https://bit.ly/3A1AI2l>.

Pero no solo para los atletas llegó esta innovación. En la experiencia del aficionado también se experimentó un avance, por ejemplo, hacer un simple *check-in* en lugar de comprar una entrada físicamente o las transmisiones de TV *streaming* que le permiten ver un partido en su celular, *tablet*, TV, en el auto, etc.

Hay clubes que, en la instancia de compra de *tickets* por internet, ofrecen un tour 360 para mirar qué vista tendrá de la cancha en cada posición. En el *site* de Real Madrid, por ejemplo, es posible ver toda la experiencia anticipada. Si quieres probar, pincha en *link* para hacer la experiencia: <https://www.realmadrid.com/area-vip>.

HERRAMIENTAS DE SOFTWARE PARA LA GESTIÓN DE PROYECTOS DEPORTIVOS

Figura 2. Compra de *tickets 360* en Real Madrid



Fuente: Real Madrid, s.f., <https://bit.ly/3Sqr62P>.

HERRAMIENTAS DE SOFTWARE PARA LA GESTIÓN DE PROYECTOS DEPORTIVOS

A continuación, transcribimos lo mencionado en un programa para fomentar la innovación en el deporte, promovido por el Comité Olímpico Brasileño.

Los desafíos predefinidos para el premio tratan de dos temas de gran importancia para el deporte nacional:

1. Sistema de desarrollo de atletas talentosos, buscando alternativas en muchas áreas;
2. Integración del sistema deportivo nacional, con el objetivo de mejorar la sinergia y la complementación de las acciones y toma de decisiones.

Frente a estos desafíos presentados, la idea es que brasileños y extranjeros que actúan en diferentes áreas de conocimiento, en los medios académico y empresarial, en centros de investigación, incubadoras, aceleradores de proyectos, startups, entre otros, presenten proyectos en gestión e innovación en el deporte que aporten soluciones eficaces, sostenibles y de alto impacto para toda la cadena productiva del deporte nacional. (Congreso Olímpico Brasileiro, 2021, <https://bit.ly/3zZUCW0>).

Esta es una forma en que empresas y *startups* replantean sus procesos, servicios, experiencias y crean nuevos productos a partir de lo que ya conocemos.

Figura 3. Premio deporte innovación



Fuente: Congreso Olímpico Brasileiro, 2021, <https://bit.ly/3zZUCW0>.

4.1.2 Inteligencia artificial. Concepto

La inteligencia artificial (IA) agrupa diversas tecnologías, tales como redes neuronales artificiales, algoritmos, sistemas de aprendizaje, entre otros, que pueden simular capacidades humanas vinculadas a la inteligencia. Por ejemplo, la capacidad de razonamiento, la percepción ambiental y el análisis que se requiere para tomar decisiones.

HERRAMIENTAS DE SOFTWARE PARA LA GESTIÓN DE PROYECTOS DEPORTIVOS

Podemos decir que el concepto de IA está relacionado con la capacidad de crear soluciones tecnológicas para realizar actividades de forma considerada inteligente. Como decimos, las IA también pueden “aprender por sí mismas”, gracias a los sistemas de aprendizaje que analizan grandes volúmenes de datos, lo que les permite ampliar sus conocimientos.

También está vinculado a la robótica, *machine learning*, reconocimiento de voz y visión, entre otras tecnologías.

Hay algunas tecnologías que están surgiendo dentro del campo de la inteligencia artificial o que contribuyen a su evolución. Veamos algunos de los principales a continuación:

- ***Machine learning* (aprendizaje automático)**

El aprendizaje automático implica un método de evaluación de datos que automatiza el desarrollo de patrones analíticos. Se basa en el concepto de que los sistemas tecnológicos pueden aprender usando datos para descubrir patrones, tomar decisiones y mejorar con poca interferencia humana. De esta manera, puede mejorar el rendimiento de una actividad a lo largo del tiempo. Las plataformas de *machine learning* pueden brindar capacidad computacional, así como datos, algoritmos, API (interfaz de programación de aplicaciones), entre otras soluciones para diseñar, entrenar y aplicar modelos del área en máquinas, aplicaciones, procesos, etc.

- ***Deep learning* (aprendizaje profundo)**

Deep learning, o aprendizaje profundo, es un tipo especial de aprendizaje automático. Se trata de redes neuronales artificiales con varias capas de abstracción, que se integran a aplicaciones de clasificación y reconocimiento de patrones compatibles con conjuntos de datos. “El proceso de aprendizaje tiene lugar entre sus capas de neuronas matemáticas, donde la información se transmite a través de cada capa. En este modo, la salida de la capa anterior es la entrada de la posterior” (Fast Lane, s.f., <https://www.flane.com.pa/blog/que-es-la-inteligencia-artificial/>). *Deep learning* “entrena” a las máquinas para que realicen actividades como si fueran humanos. Por ejemplo, identificación de imágenes y reconocimiento de voz. También procesa datos.

- **Procesamiento del lenguaje natural (PNL)**

El procesamiento del lenguaje natural

HERRAMIENTAS DE SOFTWARE PARA LA GESTIÓN DE PROYECTOS DEPORTIVOS

Tiene como objetivo estudiar e intentar reproducir los procesos de desarrollo vinculados al funcionamiento del lenguaje humano. Para ello, emplea *software*, programación y otras soluciones.

A través de PLN, las máquinas pueden comprender mejor los textos, esto implica: reconocimiento de contexto, extracción de información, desarrollo abstracto, etc.

También es posible componer textos a partir de datos obtenidos por computadoras, un ejemplo es cuando estás en tu red social, los algoritmos pueden buscar patrones en las publicaciones para entender cómo se sienten los clientes acerca de la marca y el producto. (Fast Lane, s.f., <https://www.flane.com.pa/blog/que-es-la-inteligencia-artificial/>)

Existe un beneficio potencial para las organizaciones que han adoptado esta tecnología, independientemente del campo en el que se encuentren y eso incluye el deporte, como vamos a ver en el siguiente punto.

4.1.3 Inteligencia artificial y deporte

La aplicación de la IA en el deporte es variada. Puede, por ejemplo, aumentar la calidad de las decisiones que toman los entrenadores o todos los implicados en una estrategia deportiva. Existen herramientas que permiten predecir el comportamiento de los rivales e incluso el cansancio. También se desarrolló la posibilidad de realizar entrenamientos personalizados (por grupos de posición en el juego, donde se utilizan más algunos fundamentos, o por tipo físico e incluso por capacidad de carga) que van desde la planificación de carga hasta la mejora de habilidades técnicas específicas.

En el mercado de fichajes, la gestión de datos significa una revolución, sobre todo en clubes que no necesitan aumentar sus ingresos de manera inmediata, sino traer refuerzos a la medida de necesidades específicas.

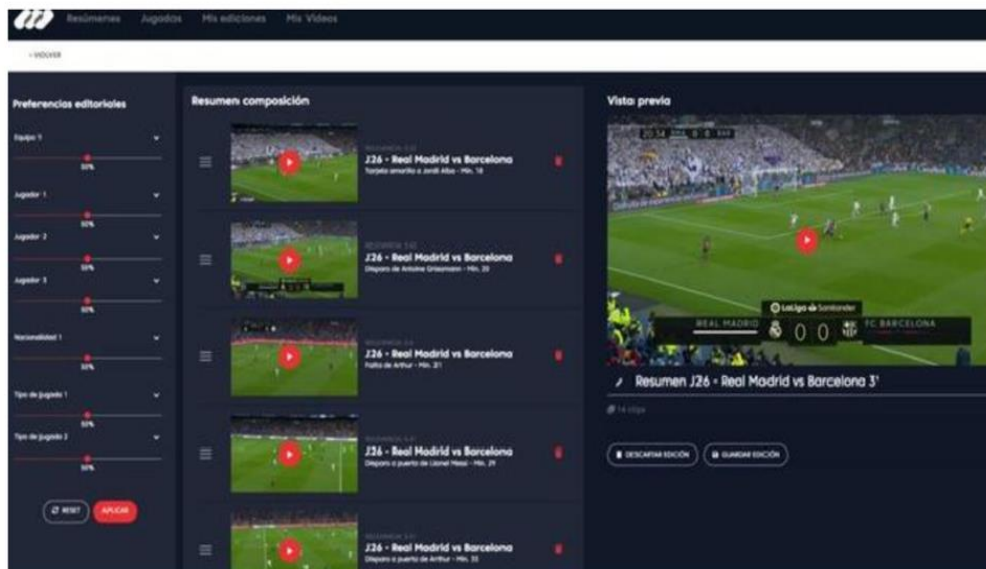
En transmisiones de ciertos deportes, las cámaras independientes pueden distinguir momentos cruciales en el juego para editar videos y proporcionar estadísticas en tiempo real. Esto es muy interesante para advertir qué dirección está tomando el juego. Estos números pueden, luego, traducirse en resúmenes escritos perfectamente legibles de lo que sucedió en el partido.

HERRAMIENTAS DE SOFTWARE PARA LA GESTIÓN DE PROYECTOS DEPORTIVOS

Figura 4. Inteligencia artificial en el fútbol

Mediapro aplica la inteligencia artificial a los resúmenes de fútbol

EFE / IUSPORT Jueves, 25 de Junio de 2020



F: Mediapro

AIProclips genera en tiempo real resúmenes adaptados a los criterios marcados por el usuario. La plataforma tecnológica utiliza hasta tres algoritmos entrenados durante más de un año por expertos del grupo, con el apoyo de IBM.



Fuente: Mediapro en Iusport, 2020, <https://iusport.com/art/108716/mediapro-aplica-la-inteligencia-artificial-a-los-resumenes-de-futbol>.

Fuera del campo de juego, la IA puede optimizar el servicio ofrecido al público en diferentes aspectos, como brindar una comunicación más eficiente, aumentar la agilidad de las transacciones y una mayor personalización. También es muy útil para evaluar indicadores y apoyar la toma de decisiones, ya que puede proporcionar sugerencias de medidas a aplicar en el negocio. Puede actuar directamente en los procesos de gestión, por ejemplo,

HERRAMIENTAS DE SOFTWARE PARA LA GESTIÓN DE PROYECTOS DEPORTIVOS

automatizar el cálculo del precio de un producto (boleto, plan, camisetas y artículos) y la evaluación de qué aplicación puede proporcionar el mejor retorno de la inversión (ROI).

La IA podrá colaborar en el mapeo de tendencias, comportamientos y oportunidades con el público, además de anticipar demandas.

Como se mencionó anteriormente, tiene el potencial de ayudar a servir al público. Por cierto, podemos considerar los *chatbots* utilizados en buzones de mensajes en sitios web y redes sociales, mensajería instantánea, salas de atención virtual, etc. como precursores de esta, ya que pueden interactuar con los consumidores, pero tienen menor capacidad.

Las tecnologías también están involucradas en el mantenimiento. A continuación podrá acceder a través del siguiente link al video del nuevo estadio Santiago de Bernabéu en Madrid (<https://www.realmadrid.com/pt/estadio-bernabeu>).

4.1.4 El mercado de NFT y el deporte

Para aquellos que no están familiarizados con los nuevos modelos de negocios digitales, el NFT (*token* no fungible) puede parecer confuso. Pero, en realidad, su mecanismo es simple: funciona como un sello que le da al usuario el derecho de tener y usar una imagen digital (foto o video) cuando y donde quiera.

Es una especie de certificado digital, establecido a través de blockchain, que define la originalidad y exclusividad de los bienes digitales...

En pocas palabras, un NFT vinculado a cualquier elemento digital: una imagen, foto, video, música, mensaje, publicación en redes sociales, etc. — hace que este artículo sea único en el mundo, generando escasez en torno al artículo y abriendo espacio para que se establezca un mercado, involucrando a coleccionistas e inversores interesados en invertir dinero real en la adquisición de obras y activos digitales. (Wertheim y Abrantes, 2022, <https://thebridge.social/es/la-evolucion-de-la-web-3-0-impulsa-el-mundo-digital/>)

HERRAMIENTAS DE SOFTWARE PARA LA GESTIÓN DE PROYECTOS DEPORTIVOS

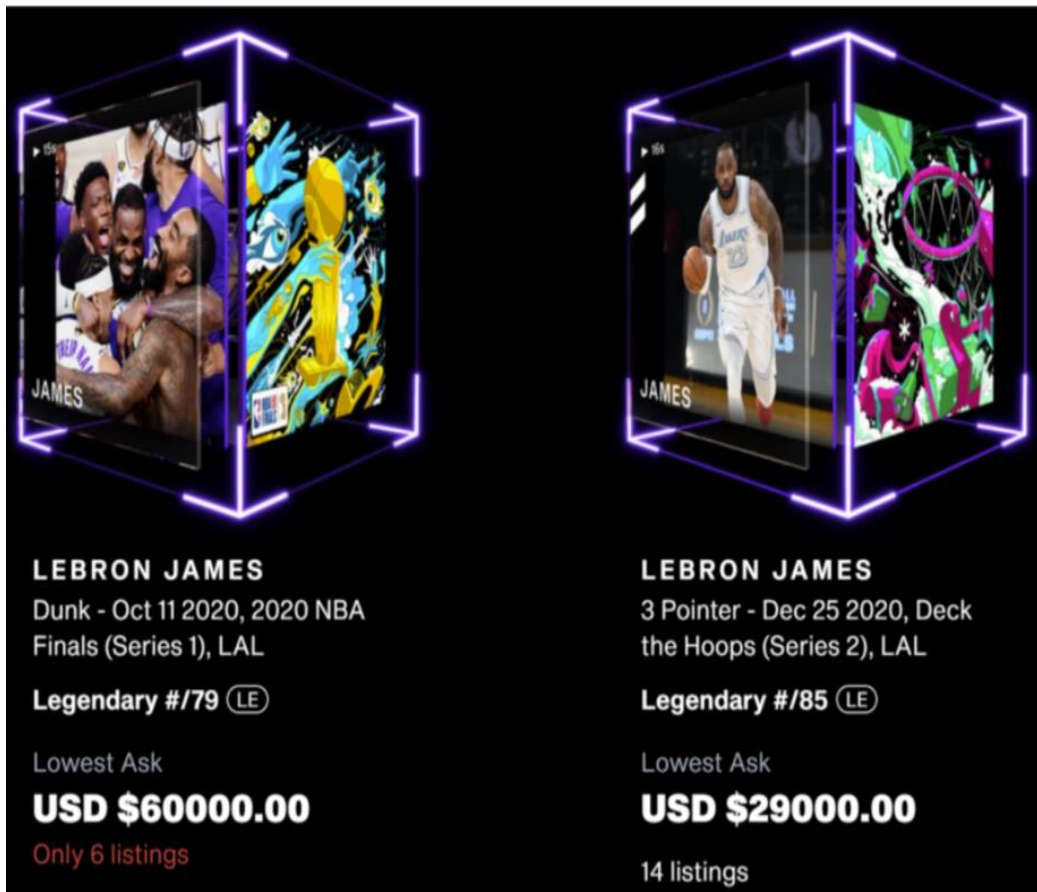
Los tokens no fungibles, o NFT, y los activos digitales son una de las diez principales tendencias dentro de la industria del deporte, según La consultora Price Waterhouse Coopers, o PwC, informe Sports Outlook 2022 para América del Norte. Desde alterar la infraestructura de tecnología deportiva hasta impulsar la participación de los fanáticos, el informe enumera tres casos de uso principales para NFT y su probabilidad de dar forma al futuro de los deportes.

El primer caso de uso son los NFT coleccionables: activos utilizados para vender contenido digital coleccionable, autenticado y de edición limitada. Esto se refiere a recuerdos tradicionales, como cromos de jugadores o boletos de partidos históricos, que se pueden digitalizar, acuñar y comercializar a través de redes de cadena de bloques. El informe agregó que estos coleccionables eventualmente podrían mostrarse y compartirse entre metaversos.

El ejemplo "más conocido" de coleccionables NFT es el NBA Top Shot de Dapper Labs. La colección se basa en *tokenizar* los momentos destacados o las "mejores" jugadas en la historia de la NBA. Recientemente, NBA Top Shot ocupó el segundo lugar, después del juego Axie Infinity, como la colección con la mayor cantidad de NFT negociados en la industria del juego blockchain, y \$827 millones se movieron en 2021. (Uitcube 88, 2022, <https://www.uitcube88.com/es/pwc-report-calls-nfts-the-future-of-digital-assets-in-sports/>)

HERRAMIENTAS DE SOFTWARE PARA LA GESTIÓN DE PROYECTOS DEPORTIVOS

Figura 5. NFT

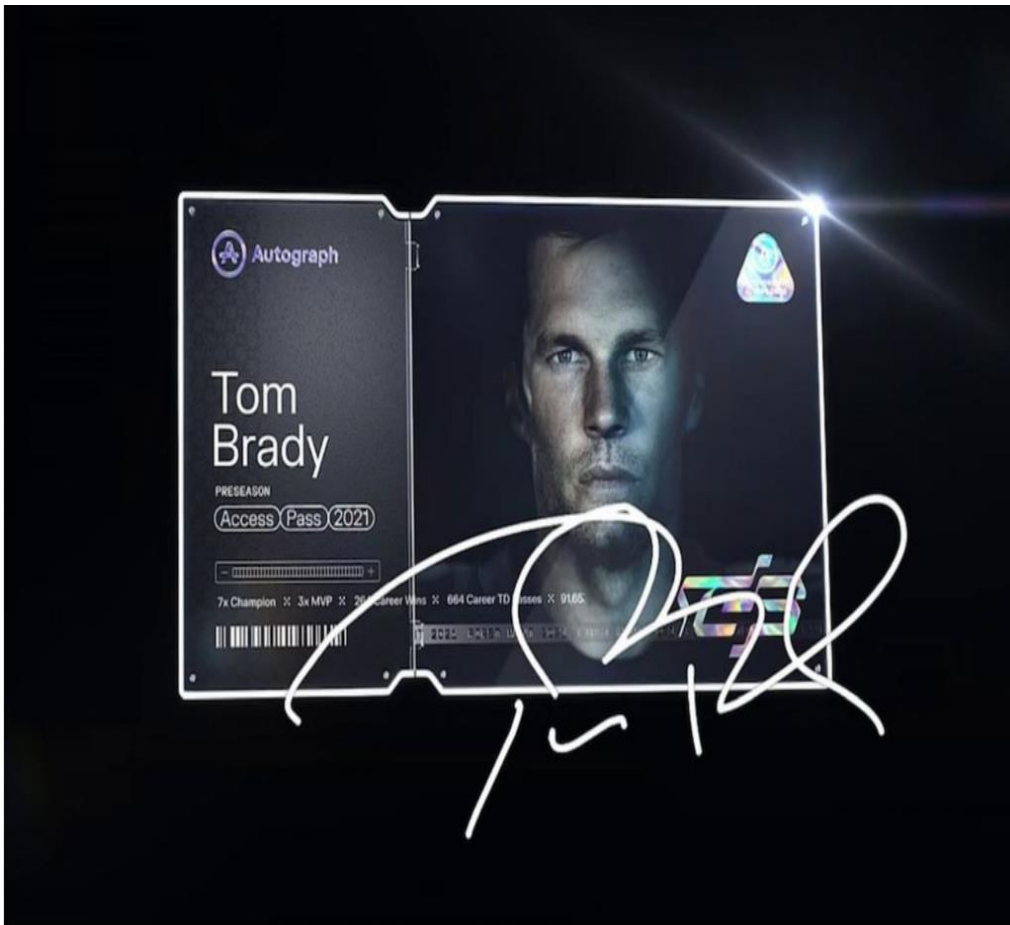


Fuente: Parry, 2021, <https://bit.ly/3StnUmX>.

“Un ejemplo popular es la NFL retirada Autograph, el mercado coleccionable de NFT del mariscal de campo Tom Brady, que recientemente recaudó \$170 millones en fondos de la Serie B” (Ultcube 88, 2022, <https://www.ultcube88.com/es/pwc-report-calls-nfts-the-future-of-digital-assets-in-sports/>).

HERRAMIENTAS DE SOFTWARE PARA LA GESTIÓN DE PROYECTOS DEPORTIVOS

Figura 6. Autógrafo de Tom Brady



Autograph, a non-fungible token platform raised \$170 million (roughly Rs. 1,265 crore) in fresh capital

Photo Credit: Autograph

Fuente: Reuters, 2022, <https://bit.ly/3JwVKmV>.

Por último, se espera que haya demanda de *tokens* de acceso virtual para los fanáticos que prefieren pagar más por una experiencia virtual si no pueden ver los juegos en persona. Descritos como una nueva versión de los boletos de temporada, los *tokens* de acceso virtual pueden brindar a los propietarios acceso a beneficios adicionales detrás de escena, como acceso a cámaras solo para jugadores, el banco o incluso acceso virtual al vestuario. Algunos clubes de fútbol que han tenido éxito hasta ahora con sus fan *tokens* son el Paris Saint-Germain y el Manchester City, que otorgan a los aficionados el derecho a influir en las decisiones no estratégicas del día del partido, como la música sin cita previa.

HERRAMIENTAS DE SOFTWARE PARA LA GESTIÓN DE PROYECTOS DEPORTIVOS

PwC explicó que la venta de entradas, los derechos de los medios y el patrocinio son las mayores fuentes de ingresos actuales para equipos y ligas. Espera que los boletos *tokenizados*, los derechos de medios NFT y el patrocinio de eventos digitales o de metaverso impulsen el crecimiento de la industria, afirmando que las ventas de activos digitales también podrían convertirse en una fuente de ingresos “seria”. (Ultcube 88, 2022, <https://www.ultcube88.com/es/pwc-report-calls-nfts-the-future-of-digital-assets-in-sports/>)

Unidad 4.2 Proyectos en e-sports

4.2.1 Concepto de e-sports

Los deportes electrónicos o *e-sports* surgieron hace unos años y, últimamente, crecen dominando el mercado de los videojuegos y atrayendo a legiones de jóvenes de todo el mundo.

Se trata de competencias de juegos electrónicos en las que los jugadores actúan como atletas profesionales de deportes tradicionales. Los sigue una audiencia (en persona y/o en línea) a través de varias plataformas de transmisión o de la televisión.

Históricamente, no había una definición de qué tipos de juegos se ajustaban a la definición de *e-sports*. Pero tres categorías principales de juegos han impulsado el mercado de los deportes electrónicos: juegos de lucha, juegos de disparos en primera persona (FPS) y juegos de estrategia en tiempo real (RTS).

Con el tiempo, varios juegos fueron encajando en el escenario competitivo y, actualmente, tenemos una categorización básica de juegos disponibles, aunque hay una gran variedad de posibilidades en cada categoría.

Incluso el Comité Olímpico ha encabezado la *Virtual series* que incluirá federaciones internacionales y editores de juegos de béisbol, ciclismo, remo, vela y deportes de motor.

Figura 7. Olympic Virtual Series



Fuente: International Olympic Committee, 2021, <https://bit.ly/3PXUrjo>.

El Comité Olímpico Internacional (COI) se asociará con cinco Federaciones Deportivas Internacionales (FI) y editores de juegos para producir la Serie Virtual Olímpica (OVS), el primer evento con licencia olímpica para deportes virtuales físicos y no físicos . . .

El presidente del COI, Thomas Bach, dijo: *“La Serie Virtual Olímpica es una experiencia digital olímpica nueva y única que tiene como objetivo aumentar el compromiso directo con nuevas audiencias en el campo de los deportes virtuales. Su concepción está en línea con la Agenda Olímpica 2020+5 y la Estrategia Digital del COI. Fomenta la participación deportiva y promueve los valores olímpicos, con especial atención a los jóvenes”*. (Gonzalo [usuario], 2021, <https://simracer.es/gran-turismo-sera-deporte-olimpico-en-tokio/>)

4.2.2 La diferencia entre los e-sports y los deportes tradicionales

HERRAMIENTAS DE SOFTWARE PARA LA GESTIÓN DE PROYECTOS DEPORTIVOS

Los *e-sports* tienen varias similitudes con el deporte tradicional. De hecho, el mercado ya ha llegado a la conclusión plena de que los *e-sports* son un deporte, en el sentido más estricto de la palabra.

En los *e-sports* existen grandes torneos y se ponen en juego premios importantes que representan mucho dinero. Los equipos profesionales cuentan con sedes propias y centros de entrenamiento para sus atletas, además de un comité técnico y profesionales de apoyo. Los torneos tienen reglas específicas que se siguen en cualquier parte del mundo donde se realicen, lo que uniformiza y profesionaliza la modalidad.

Los deportistas de *e-sports* tienen una secuencia de entrenamiento, ritmos que pueden llegar a las 12 o 14 horas de entrenamiento, contratos legales con los equipos, sufren una presión extrema en los torneos, necesitan no solo practicar los juegos, sino también estudiar el deporte y los oponentes, contratos de patrocinio con empresas de publicidad y obligaciones en la ejecución de activaciones y participación en eventos, etc.

Una gran audiencia sigue los torneos tanto por TV o vía *streaming*, como presencialmente en las arenas habilitadas especialmente para los torneos. En otras palabras, por mucho que los *e-sports* se consideren una modalidad que no tiene una exigencia física como otras modalidades del deporte tradicional, el deporte electrónico exige al deportista tanto como cualquier otra disciplina, y la categoría incluye muchos más modelos y modalidades de deporte tradicional que diferencias para este último.

A continuación, te invitamos a leer un artículo que presenta en detalle los 25 eventos de *e-sports* más esperados de 2022:

Influencer Marketing Hub (s.f.). *The 25 Most Anticipated eSports Events*.
<https://influencermarketinghub.com/esports-events/#toc-0>.

Entre ellos, destacamos:

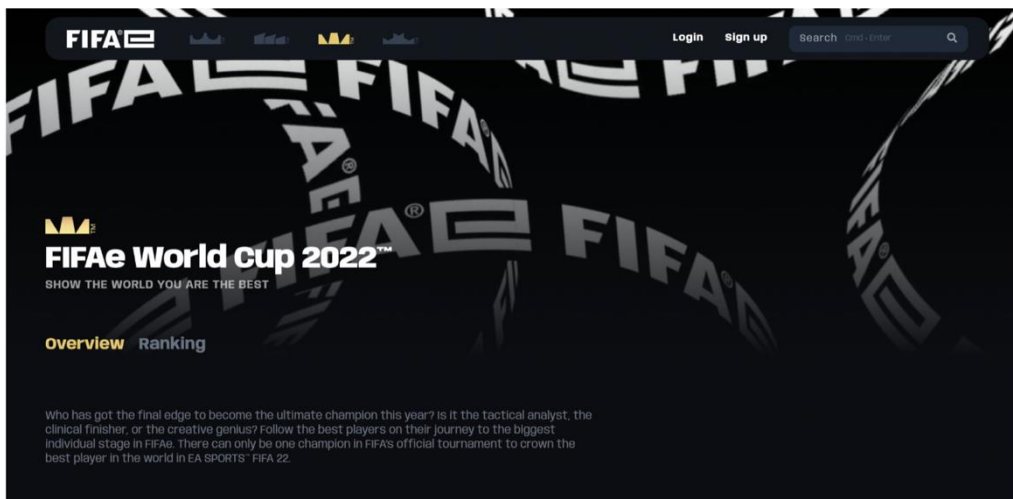
- 1) 2022 FIFAe World Cup.
- 2) 2022 VCT Challengers Champions Tour – Challengers.
- 3) RLCS: Rocket League World Championships.
- 4) 2021 VCT Masters 1 Stage 1.
- 5) 2022 Apex Legends Global Series (ALGS) Championship.
- 6) League of Legends World Championship 2022.
- 7) Dreamhack 2022: Atlanta.
- 8) LanTrek 2022 (The 2021 Elisa Nordic Championship Playoff).

HERRAMIENTAS DE SOFTWARE PARA LA GESTIÓN DE PROYECTOS DEPORTIVOS

- 9) 2022 ESL Pro League Season 15.
- 10) North American Regional Championship (Previously: Dreamhack 2022 Anaheim).

La FIFAE World Cup es un torneo en línea que se lleva a cabo en varios lugares del mundo organizado por FIFA y EA. Contará con representantes de clubes. Las regiones se han dividido aún más en diez regiones diferentes en 2022. Después de una clasificación en línea modelo de liga, los mejores clubes y organizaciones del mundo se reúnen en la Copa Mundial de Clubes de FIFAE. (Factoria Creativa, 2022, <https://factoriacreativa.net/los-25-eventos-de-esports-mas-esperados-para-2022/>)

Figura 8. FIFAE



Fuente: Influencer Marketing Hub, s.f., <https://bit.ly/3ddzMJS>.

4.2.3 Crecimiento de los e-sports

Los cambios tecnológicos que han tenido lugar en las últimas dos décadas han creado una sociedad muy diferente a lo que se vio en generaciones anteriores. En el pasado, el acceso al entretenimiento y al deporte era algo completamente pasivo, sujeto a los horarios de los canales de televisión. A raíz de esto, la relación con los deportistas e ídolos del deporte era mucho más distante, no había diálogo entre los *influencers* y el público.

Una encuesta de 2017 realizada por Superdata encontró que más personas vieron transmisiones de juegos que Netflix, ESPN, HBO y Spotify combinados. Esto muestra una gran

HERRAMIENTAS DE SOFTWARE PARA LA GESTIÓN DE PROYECTOS DEPORTIVOS

migración de personas, que se alejan del modelo de televisión tradicional, pero también exhibe cuánto le gusta al mundo ver videojuegos.

Figura 9. Premiación en deportes electrónicos

LA INVESTIGACIÓN MUESTRA QUE LOS DEPORTES ELECTRÓNICOS PAGAN MÁS DE \$ 700 MILLONES EN TORNEOS COMPETITIVOS

📅 Enero | 🕒 10:58 PM | 📍 General



Fuente: Sturak, 2021, <https://bit.ly/3cWkeK7>.

Además, BroadbandChoices compiló los juegos con mejores pagos. Son los siguientes:

- Dota 2 - \$ 219,095,635
- Counter-Strike: Global Offensive - \$ 87,119,453
- Fortnite - \$ 84,420,164
- League of Legends - \$ 73,091,646
- Starcraft II: \$ 32,137,196

Como era de esperar, Dota 2 lidera el paquete en pagos monetarios totales. Sus torneos son conocidos por premios increíblemente grandes y durante los años han pagado una cantidad ridícula por completo. CS: GO y League of Legends van detrás con pagos relativamente cercanos también. Fortnite, a pesar de ser más nuevo en la escena, casi los alcanza. Y, por supuesto, Starcraft 2 está ahí arriba.

HERRAMIENTAS DE SOFTWARE PARA LA GESTIÓN DE PROYECTOS DEPORTIVOS

Considerado el precursor de los deportes, *Counter-Strike: Global Offensive* es el último lanzamiento de Global Offensive. El juego ocupa el segundo lugar entre los juegos de efectivo más grandes en los deportes, repartiendo \$ 14,6 millones en 366 torneos en 2021.

Arena of Valor también entra en la lista de los juegos móviles más rentables. En 2021, el juego distribuyó \$11,5 millones en cinco torneos. Se estima que se distribuyeron 7,7 millones de dólares durante la Copa de Campeones Mundiales de Honor de Reyes. PUBG es el primer éxito de taquilla de Battle Royale con el mayor premio en efectivo en los deportes electrónicos. En 2021, se distribuyeron 7,9 millones de dólares en 10 torneos.

Está claro que, con estas cifras, los *e-sports* van en serio.

4.2.4 Invitación para los gestores de proyectos deportivos

En este módulo pudimos observar el crecimiento de los *e-sports* y de la tecnología en general que se utiliza en el mundo del deporte. Las herramientas tecnológicas resultan fundamentales para obtener mejores resultados, ya sea en el deporte o en los negocios.

Como gestores de proyectos deportivos, no podemos ignorar el valor inclusivo de la innovación. Hemos visto cómo la IA crea productos, rediseña experiencias y abre horizontes en la relación con los fans. Esa disputa por la lealtad de la afición tiende a volverse aún más encarnizada.

¿Cómo crear experiencias y valores diferenciales que motiven al aficionado a asistir a los estadios cuando la tecnología puede ofrecer una realidad virtual tan desarrollada? ¿Hasta cuándo será diferente la experiencia física y real de la virtual con todos los avances tecnológicos que se desarrollan?

Actualmente, existen capacitaciones en ambientes de realidad virtual que simulan acciones climáticas, condiciones del aire, sonidos, olores. Con el uso de las gafas de realidad virtual adecuadas, no es posible distinguir esa experiencia de la realidad ¿Podemos tener una experiencia como esta? Las canciones de la multitud, una silla de juego que puede simular la inquietud del estadio, el clima.

HERRAMIENTAS DE SOFTWARE PARA LA GESTIÓN DE PROYECTOS DEPORTIVOS

Una cosa es segura: la afición tiene que ganar. Ya sea para el aficionado que viaja y anhela acompañar a su equipo, o para una persona con movilidad reducida, alguna discapacidad o incluso para aquellos que prefieren estar en casa, pero sin dejar de estar en el estadio.

Referencias

Congreso Olímpico Brasileiro (2021). *Premio Deporte Innovación*. Congreso Olímpico Brasileiro. <https://congresso.cob.org.br/es/premio>.

Factoria Creativa (2022). *Los 25 eventos de eSports más esperados para 2022*. Factoria Creativa. <https://factoriacreativa.net/los-25-eventos-de-esports-mas-esperados-para-2022/>.

Fast Lane (s.f.). *¿Qué es la inteligencia artificial?* Fast Lane. <https://www.flane.com.pa/blog/que-es-la-inteligencia-artificial/>.

Gonzalo [usuario] (2021). *Gran Turismo será deporte olímpico en Tokio*. SIM Racer. <https://simracer.es/gran-turismo-sera-deporte-olimpico-en-tokio/>.

International Olympic Committee (2021). *IOC makes landmark move into virtual sports by announcing first-ever Olympic Virtual Series*. International Olympic Committee. <https://olympics.com/ioc/news/international-olympic-committee-makes-landmark-move-into-virtual-sports-by-announcing-first-ever-olympic-virtual-series>.

Influencer Marketing Hub (s.f.). *The 25 Most Anticipated eSports Events*. <https://influencermarketinghub.com/esports-events/#toc-0>.

Iusport (25 de junio de 2020). *Mediapro aplica la inteligencia artificial a los resúmenes de fútbol*. Iuspro. <https://iusport.com/art/108716/mediapro-aplica-la-inteligencia-artificial-a-los-resumenes-de-futbol>.

Parry, G. (3 de marzo de 2021). *What is an NFT! The Non-Fungible Token!*. GSE Blog. <https://www.gsineducation.com/blog/what-is-an-nft-the-non-fungible-token>

Pereda, C. y Faus, J. (11 de julio de 2014). *El 'big data' llega al fútbol*- *El País*.

HERRAMIENTAS DE SOFTWARE PARA LA GESTIÓN DE PROYECTOS DEPORTIVOS

https://elpais.com/deportes/2014/07/11/mundial_futbol/1405101085_144164.html.

Real Madrid (s.f.). *Área Vip*. Real Madrid. <https://www.realmadrid.com/area-vip>.

Reuters (2022). *Tom Brady's NFT Platform Autograph Raises \$170 Million in Fresh Capital*. Gadgets 360. <https://gadgets360.com/cryptocurrency/news/nft-autograph-raise-usd-170-million-fresh-capital-tom-brady-naomi-osaka-tiger-woods-simone-biles-usain-bolt-2718828>.

Ultcube 88 (12 de marzo de 2022). *El informe de PwC llama a los NFT 'el futuro de los activos digitales en los deportes'*. Ultcube88. <https://www.ultcube88.com/es/pwc-report-calls-nfts-the-future-of-digital-assets-in-sports>

Wertheim, P. H. y Abrantes, D. (2 de mayo de 2022). *La Evolución de la Web 3.0 Impulsa el Mundo Digital*. The Bridge. <https://thebridge.social/es/la-evolucion-de-la-web-3-0-impulsa-el-mundo-digital/>