

Un nuevo reporte de Capgemini revela que la tecnología emergente es una parte integral de cómo los fans consumen los deportes

Mientras las experiencias positivas de los fans con la tecnología ofrecen múltiples y nuevas oportunidades para las organizaciones deportivas, los atletas la utilizan cada vez más para sus entrenamientos, prevenir lesiones y mejorar su desempeño

París, 4 de febrero de 2020 – [Capgemini](#), Socio de Innovación Global oficial del Men's and Women's HSBC World Rugby Seven Series desde enero de 2018, ha publicado un nuevo reporte, [Tecnología emergente en el deporte: reinventando la experiencia de los fans](#). El estudio, que utiliza respuestas de más de 10,000 fans de todo el mundo que ven y siguen regularmente los mejores deportes, ha sido desarrollado por el [Instituto de Investigación Capgemini](#).

El estudio muestra que para 69% de los fans, el uso de tecnologías emergentes, como la realidad virtual (VR), la inteligencia artificial (IA) y la realidad aumentada (AR), ha mejorado su experiencia visual general tanto dentro como fuera del estadio; una experiencia positiva con las tecnologías también mejora el compromiso general de los fanáticos. Entre los encuestados a quienes les gustó su experiencia tecnológica, 56% dijo que en realidad irían a más partidos en el estadio de su equipo favorito, y 60% dijo que transmitiría más partidos en línea. Casi la mitad de los fans (49%) a menudo han aumentado la compra de productos del equipo tras una buena experiencia y 42% elevó esta inversión en diversas ocasiones, mientras que 92% dijo que incrementó su gasto en suscripciones en línea para ver partidos (ya sea frecuentemente o un par de ocasiones). El reporte también muestra que los fans que han experimentado tecnologías emergentes durante una visita reciente a un estadio están más satisfechos con su experiencia en general, destacando una diferencia de 25 puntos de NPS®¹ (Net Promoter Score) entre quienes no lo han hecho.

Los aficionados del deporte de países asiáticos lideran el uso de tecnologías emergentes

Los fans de países asiáticos, incluidos India, Hong Kong y Singapur, lideran la adopción y aceptación de tecnologías emergentes en el deporte. Casi tres cuartas partes de los aficionados asiáticos (74%) han experimentado el uso de tecnología emergente en el estadio, liderado por India con 88%. Sin embargo, esto disminuye al 56% en el caso de Estados Unidos, al 50% para Alemania y menos del 50% cada uno para Canadá, Francia, Reino Unido y Australia. Además, 71% de los fans asiáticos dijeron que estarían dispuestos a pagar más si las nuevas tecnologías mejoraran su experiencia en el estadio, en comparación con 40% de los aficionados norteamericanos, 34% de los europeos y 33% de los australianos.

La adopción de tecnologías emergentes puede convertir a más seguidores en fans apasionados

Las tecnologías emergentes también pueden convertir y potenciar a más seguidores para convertirse en fans apasionados² que generan más negocios y un boca a boca positivo al tener una buena experiencia deportiva habilitada por la tecnología. Por ejemplo, 73% de los aficionados apasionados asisten a más partidos después de una buena experiencia habilitada por la tecnología, en comparación con 50% del resto,

¹ Net Promoter, NPS® y los emoticones relacionados con NPS® son marcas de servicio registradas, y Net Promoter Score y Net Promoter System son marcas de servicio de Bain & Company, Inc., Satmetrix Systems, Inc. y Fred Reichheld.

² Un fan apasionado se define como aquel que sigue un deporte regularmente, ve casi todos los partidos del deporte que sigue y a menudo visita un estadio para ver los partidos.



y casi tres cuartas partes de los fans apasionados asisten al estadio para ver un partido cuando está jugando su equipo favorito.

Las tecnologías emergentes ayudan a los deportistas a mejorar su desempeño y evitar lesiones

Los atletas utilizan una diversidad cada vez mayor de tecnologías emergentes para actividades, que incluyen entrenamiento, prevención de lesiones y seguimiento del desempeño. Por ejemplo, Zone7, una compañía que utiliza datos y análisis para identificar y evitar posibles lesiones que amenazan la carrera profesional de los deportistas, ha logrado un 95% de precisión en la predicción de lesiones y ha sido capaz de reducir posibles lesiones un 75%³.

Tom Mitchell, capitán del equipo rugby Sevens de Inglaterra, comentó: *"El uso de la realidad virtual en la revisión de las sesiones de entrenamiento y los partidos puede tener un gran impacto en los deportes. Si uno puede colocarse en una situación determinada en lugar de sólo revisar un partido viendo un vídeo, entonces la experiencia de aprendizaje y evaluación se vuelve mucho más real. Si uno pudiera estar nuevamente en esa situación, ya sea a través de la realidad virtual u otra tecnología, sería un gran avance en términos de la experiencia de evaluación y aprendizaje"*.

Estrategias para detonar el valor de las tecnologías emergentes en el deporte

Las organizaciones deportivas de todo el mundo ahora tienen una gran oportunidad para aprovechar las expectativas cambiantes de los consumidores y lograr un compromiso más personalizado de los aficionados. De acuerdo con el nuevo reporte, las organizaciones pueden centrarse en las siguientes áreas para adoptar y optimizar las tecnologías emergentes en los deportes:

- **Garantizar el uso de datos personales a los fans** buscando su consentimiento, siempre que sea posible, siendo transparentes sobre el uso y la protección de los datos del consumidor, y demostrando el valor que los consumidores pueden ganar con este intercambio de datos,
- **Identificar las necesidades del usuario** antes de invertir e implementar tecnologías emergentes,
- **Convertir a más aficionados en 'fans apasionados'** definiendo una experiencia digital de seguidores y ofreciendo experiencias 'hiper-personalizadas',
- **Desarrollar prácticas digitales, capacidades y transformar la cultura organizacional** invirtiendo en una cultura digital, habilidades, y cruce de información entre organizaciones deportivas para impulsar una mayor innovación.

Darshan Shankavaram, líder de la práctica global de Experiencia de Cliente Digital en Capgemini, señaló, *"El uso de tecnologías emergentes en la experiencia de los aficionados es un área apasionante y de rápido crecimiento. Las organizaciones deportivas de todo el mundo tienen una gran oportunidad de aprovechar las expectativas cambiantes de los fans y atletas para crear una experiencia de participación más personalizada. Además, las organizaciones pueden beneficiarse mediante el uso de la tecnología para mejorar el desempeño de los jugadores o prevenir lesiones, o para que los entrenadores creen estrategias de juego a través de simulaciones"*.

Para acceder a los resultados completos y al reporte, haga clic [aquí](#).

Metodología del reporte

El Instituto de Investigación de Capgemini encuestó a 10,363 aficionados del deporte en nueve países sobre el impacto de las tecnologías digitales en los fans y el futuro del deporte. El Instituto también realizó

³ Fuente: [Zone7 recauda una ronda semilla de \\$2.5 millones para predecir el riesgo de lesiones para atletas](#)
Capgemini Comunicado de prensa



entrevistas exhaustivas con más de 20 expertos de la industria, deportistas y ejecutivos de nuevas empresas para comprender cómo las tecnologías digitales pueden mejorar el desempeño de los deportistas.

Acerca de Capgemini

Líder global en consultoría, servicios de tecnología, y transformación digital, Capgemini está a la cabeza de la innovación para enfrentar las oportunidades de nuestros clientes en el cambiante mundo de la nube, digital y plataformas. Basándose en su sólida herencia de 50 años y profunda experiencia específica de las industrias, Capgemini habilita a las organizaciones a alcanzar sus ambiciones de negocio a través de un conjunto de servicios que van desde la estrategia hasta las operaciones. Capgemini se impulsa por la convicción que el valor de negocio de la tecnología viene de y a través de las personas. Es una compañía multicultural con 200,000 miembros del equipo en más de 40 países. El Grupo reportó ingresos globales de 13.2 miles de millones de Euros en 2018.

Visítanos en www.capgemini.com/mx-es/. *People matter, results count.*

Capgemini ha contribuido al mundo del rugby por más de 25 años, apoyando a equipos de base, clubs nacionales y, en el escenario internacional, como patrocinador de la Copa Mundial de Rugby 2007. Su visionario fundador, el fallecido Serge Kampf, fue un fanático del rugby y patrocinador del deporte.

Acerca del Instituto de Investigación Capgemini

El Instituto de Investigación Capgemini es el centro de investigación interno de Capgemini. El Instituto publica investigaciones sobre el impacto de las tecnologías digitales en las grandes empresas tradicionales. El equipo se basa en la red mundial de expertos de Capgemini y trabaja en estrecha colaboración con socios académicos y tecnológicos. El Instituto ha dedicado centros de investigación en la India, el Reino Unido y los Estados Unidos. Recientemente fue clasificado como el número 1 en el mundo por la calidad de su investigación por analistas independientes.

Visítenos en <https://www.capgemini.com/researchinstitute/>