

## Deporte

## El hincha del futuro, algo más que una butaca en venta

● Los estadios de fútbol pasarán a ser grandes bases de datos conectadas.

- + Del 'big data' a la empresa inteligente
- + Yuval Noah Harari: "Google elegirá a tu pareja; te conocerá mejor que tú"

JAVIER GARCÍA ROPERO | MADRID | 31-10-2016 08:27 0



Temas relacionados: [Big data](#) [Ciencia](#) [Estadios fútbol](#) [Tecnologías información](#) [Fútbol](#)  
[Instalaciones deportivas](#) [Deportes](#) [Informática](#) [Tecnología](#) [Telecomunicaciones](#)



(Thinkstock)

Los avances tecnológicos afectan a todas las industrias, y especialmente a la del **entretenimiento**. Algunos de los más importantes, además, tienen que ver con la forma con que las empresas pueden profundizar en la relación con sus clientes. Y en ese proceso, el deporte, y en especial, el considerado rey en Europa, también se ve afectado por los cambios. Con más motivo, siendo el **fútbol** uno de los negocios que más pasiones y fidelidad despiertan.

Dentro de esa **relación con el hincha**, el **estadio** supone el gran activo. Un punto de encuentro cada dos semanas entre club y afición, pero que, tal y como están estructurados la mayoría, generan una relación que se extiende a lo que dure el partido: 90 minutos cada 15 días en infraestructuras que cuestan millones de euros. Y con un gasto por aficionado, además, bastante moderado. El modo en que los clubes deben relacionarse con los hinchas, y explotar sus recintos, fue uno de los temas tratados en el foro [World Football Summit](#), celebrado en Madrid la semana pasada.

En materia de infraestructuras, el fútbol alemán es referencia. "La calidad de los estadios atrae a familias y seguidores. Nosotros trabajamos en convencerlos de que los estadios son hogares", afirmó Birger Nass, responsable de estadios de la **Bundesliga**. Allí, **11 de los 20 estadios** de la primera división fueron construidos a partir del año 2000, en buena parte, por la celebración del **Mundial del 2006** en Alemania. En España han sido tres, y en Italia, uno. Cuanto más moderna sea la instalación, más facilidades y atractivos aporta, más tecnología puede asumir y más servicios puede aportar a un perfil de cliente ahora crucial, el corporativo. Un ejemplo: San Siro, estadio del Milán y con capacidad para **70.000 espectadores**, genera unos ingresos de **10 euros** por asiento. El nuevo estadio de la Juventus, con **40.000**, genera **46**. Y el Emirates Stadium, en Londres, hogar del Arsenal, **80 euros**. "Hay cosas muy básicas que los clubes no tienen claras, como cual es la capacidad idónea para su estadio

para la masa social que tienen, o cómo tienen que ser las áreas de **hospitality**", apuntó el responsable global del área deportivo de KPMG, Andrea Sartori.

En cuanto a la implantación de la tecnología, los expertos lo tienen claro: "Tiene que mejorar la **experiencia de los aficionados**. Desde el momento que llegan al estadio hasta que se van", señaló el director general para Asia y mercado EMEA de Auditel, Pedro Sebastián. Y también, ayudar a mejorar el conocimiento que los clubes tienen de sus socios: "Los nuevos recintos deben ser una gran fuente de **big data**. ¿Para qué se puede usar? Para mejorar la experiencia del usuario, y ofrecer un producto más especializado", analizó José Manuel Benítez, profesor de la Universidad de Granada. Esa **conectividad** permite ofrecer los productos que mejor se adapten a sus gustos, o ser un canal donde los patrocinadores puedan hacer llegar sus propuestas comerciales.

Además, fomentar la **interactividad** de los fichas durante los partidos es otra de las claves. "Los equipos se están centrando mucho en instalar wifi en los estadios, pero **no es suficiente**. En la era del internet de las cosas, hay que ofrecer experiencias que vayan más allá, y que funcionan bien. Porque los que van a un estadio quieren que todo marche sin problemas", añadió David Molina, responsable de patrocinio en Europa de Master Card. Para Andrea Sartori, de KPMG, el gran reto debe ser "llevar la experiencia que el aficionado tiene en el salón de su casa, al interior del estadio".

---