

Los 3 Pilares de la digitalización deportiva



En un giro marcado por el avance tecnológico, **el deporte se sumerge en la era digital** con tres pilares fundamentales. El online se proyecta como el canal clave para el crecimiento, la captación y las ventas, según revela el Barómetro del Negocio del Deporte en España. A pesar de ello, el contacto físico no se queda atrás, marcando un récord histórico.

La estrategia se orienta hacia la generación del "engagement" , aunque ha experimentado un descenso en comparación con el año anterior. No obstante, la transformación global del negocio deportivo se asoma como una fuerza emergente.

La apuesta por la digitalización interna ha cobrado relevancia. Ahora, el foco no solo está en el contacto directo con los aficionados, sino también en la mejora de los procesos internos a través de aplicaciones tecnológicas como **el Big Data, la Inteligencia Artificial y el Machine Learning.**

Este enfoque refleja la intención de empresas y entidades deportivas de evolucionar en línea con las últimas tendencias tecnológicas.

El informe revela que casi la mitad de las organizaciones ya implementan el Big Data en sus procesos, mientras que la Inteligencia Artificial, el Machine Learning y el *Internet of things (IoT)* están ganando terreno.

En resumen, **el futuro del deporte se encuentra entrelazado con la tecnología**. Este cambio no solo redefine la relación entre las empresas y sus seguidores, sino que también transforma internamente la forma en que operan, adaptándose a un panorama digital en constante evolución.

Fuente: Palco23

Link to Original article: <https://www.valgo.es//w/valgo/34180/blog?elem=308678>