Publicado en Ciudad de México el 18/11/2022

# [La tecnología cambia el negocio del Fútbol en Qatar 2022](http://www.notasdeprensa.es)

## Los equipos tienen hoy inagotables fuentes de datos. De acuerdo con NEORIS, el tener una visión Data Driven puede hacer la diferencia para las marcas o empresas, en la coyuntura de la Copa Mundial

 El fútbol es la pasión que une y mueve tantas personas como millones de dólares. Según el portal de estadísticas Statista, en 2018, año del último mundial, la FIFA declaró ingresos por más de 4,600 millones de dólares, más del doble que en el 2014 cuando Brasil fue sede de este torneo. A unos días de que inicie Qatar 2022, la empresa de transformación digital NEORIS cuenta cómo bajo un modelo Data Driven, en el que las decisiones estratégicas están basadas en el análisis e interpretación de datos, puede reforzar el vínculo con los fanáticos y permitirles a los equipos potenciar el negocio de los patrocinadores, para que no dependan únicamente, por ejemplo, de la venta de jugadores. "En este enfoque, el dato se trata como activo y a través de Analíticos y Analíticos avanzados, se puede procesar la información para tomar mejores decisiones, en el caso del fútbol, por ejemplo, para: identificar, monetizar y fidelizar a los fanáticos. Esto permite generar un valor agregado interesante para los sponsors, potenciar los negocios que ya tiene el club y hasta desarrollar nuevos beneficios para la institución", aseguró Sergio Luján de NEORIS México. Luján contó que los equipos tienen hoy inagotables fuentes de datos como lo son las interacciones en las redes sociales, la navegación en las tiendas online, las asistencias a la cancha y hasta las búsquedas en Internet. Sin embargo, las dirigencias no pueden aprovechar todo su potencial y ese es el problema al que se están enfrentando. "Entendemos que el valor de la información es incalculable y que, para lograr sacar el mayor provecho, es necesario que se presente de la forma más clara. Por eso, se elaboran tableros e insights estratégicos del negocio en tiempo real, permitiendo que el proceso de toma de decisión sea más ágil, logrando así que objetivos como: conquistar nuevas audiencias, optimizar la venta de anuncios en su e-commerce, o seducir a nuevos patrocinadores, sean mucho más fáciles de alcanzar", agregó Sergio de NEORIS México. Respecto a la aplicación que podría tener el análisis de datos en Qatar 2022, NEORIS sugiere varias ideas: si un usuario busca en Google el nombre de su selección, a un costado de la pantalla puede aparecer estadísticas generales del equipo – partidos ganados, rendimiento, jugadores lesionados o también de algún miembro en particular o director técnico. "La FIFA puede conocer las locaciones o gustos y ofrecerte en redes sociales, por ejemplo, las mejores jugadas de Messi", agrega el directivo.  NEORIS ha colaborado con clubes de primera línea en Colombia a adoptar enfoques Data Driven en uno de los clubes de primera línea de Colombia, con un torneo local mexicano y hasta en una de las principales competiciones futbolísticas de España, con muy buenos resultados: en promedio triplicó el ingreso de usuarios vía móvil en anuncios personalizados, aumentó en un 200% la venta de anuncios e incrementó en un 10% mensual las suscripciones digitales y en un 80% los usuarios en las nuevas campañas de Marketing.

**Datos de contacto:**

Norma Aparicio

Karen Olmos

5544658486

Nota de prensa publicada en: [https://www.mexicopress.com.mx/la-tecnologia-cambia-el-negocio-del-futbol-en](http://www.notasdeprensa.es/educalivecom-disfruta-de-cursos-presenciales-y-clases-particulares-a-traves-de-internet)

Categorías: Nacional Telecomunicaciones E-Commerce Innovación Tecnológica



[**http://www.mexicopress.com.mx**](http://www.notasdeprensa.es)