Globant

AI Reinvention

Edición Sportainment

Cómo la IA está cambiando los medios de comunicación y la experiencia del fan

La época de los estadios calurosos y las pantallas de **televisión borrosas** en el mundo de los deportes quedó atrás.

Hoy en día, los medios de comunicación y las organizaciones deportivas son gigantes digitales, y su influencia se extiende a lo largo y ancho de los continentes y los píxeles. No solo luchan por trofeos, sino también por la atención de los aficionados en un entorno competitivo de contenido, comercio y tecnología de punta. Las reglas del juego cambiaron, y los jugadores ya no están solos en el campo.

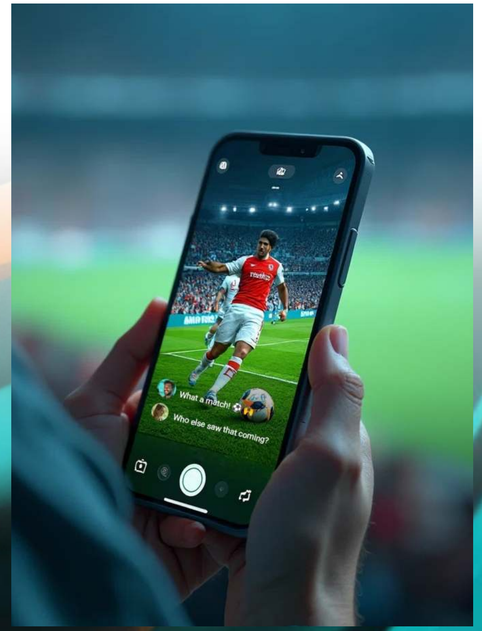
Te damos la bienvenida al nuevo mundo del entretenimiento deportivo o "sportainment", donde la línea que separa al deportista del público se difumina en un frenesí tecnicolor de sobrecarga sensorial. El sportainment va más allá del propio partido y aprovecha la tecnología, el contenido multimedia, la música y las experiencias interactivas para crear un espectáculo atrapante para los aficionados.

La forma tradicional en que los aficionados se relacionan e interactúan con el deporte ha evolucionado: las audiencias más jóvenes, las plataformas de video on-demand y las redes sociales se sumaron a los medios de comunicación convencionales. TikTok y Twitch se convirtieron en sus principales fuentes de información y entretenimiento, lo que exige un cambio en el contenido de las marcas. Los formatos de juego, los videojuegos, los reality shows y el contenido audiovisual emocionalmente expresivos son muy populares entre este grupo demográfico.

Los consumidores de hoy buscan estímulos y entretenimiento constantes, lo que refleja las exigencias de la economía de la experiencia.

¡Veamos qué tiene para ofrecer el mundo del sportainment!

Las expectativas de la gente en **torno a sus experiencias digitales están cambiando rápidamente. Las empresas de medios de comunicación y entretenimiento solían estar a la vanguardia de este cambio.**



Según un **reciente estudio** de IDC, la tecnología cloud y la virtualización seguirán siendo las principales áreas de inversión en tecnología de medios de 2020 a 2024, pero se están produciendo algunos cambios que modificarán las reglas del juego. La IA, el aprendizaje automático y la analítica saltaron al segundo puesto desde un modesto séptimo lugar en los promedios de 2020. 2022. ¿Y adivina qué? Las redes sociales y la tecnología publicitaria se encuentran entre los siete primeros puestos. Se prevé que la IA en el mercado deportivo se dispare hasta los **$19.200 millones en 2030**, impulsada principalmente por los cambios en las preferencias y el comportamiento de los aficionados.

Las empresas deportivas y de medios de comunicación deben estar preparadas para adoptar las tendencias y tecnologías emergentes, especialmente los datos y la inteligencia artificial, como veremos en este informe. Pero prepárense, amigos, porque esto es apenas el calentamiento. La IA está a punto de revolucionar todos los aspectos del sportainment.

Veamos los pilares clave que pueden ayudar a las organizaciones a cumplir su promesa de marca a través del deporte, el espectáculo y la tecnología, aumentando al mismo tiempo el alcance, la captación, la fidelidad y las ventas. ¿Listos para jugar?

Reimaginar la experiencia del aficionado con IA

Imagina una IA que te conozca tan bien como tu mejor amigo, que prepare videos personalizados de lo más destacado, que te ofrezca estadísticas interesantes en tiempo real e incluso que prediga la próxima jugada de tu equipo. No es ciencia ficción: es la nueva realidad de los aficionados al deporte.

Pero esta es la mejor parte: esta revolución impulsada por la tecnología no se limita a gadgets llamativos. Se trata de forjar conexiones profundas y emocionales con los aficionados a una escala sin precedentes. Gracias al poder del análisis de datos específicos y la IA, las organizaciones deportivas y de medios de comunicación están creando experiencias hiperpersonalizadas que convierten a los espectadores ocasionales en aficionados incondicionales.

01. *El poder de las* plataformas de streaming

El auge de las plataformas OTT (Over-the-Top) ofrece acceso flexible y on-demand al contenido deportivo, satisfaciendo las necesidades cambiantes de los espectadores modernos.

- El consumo de streaming ha aumentado un **266%** en los últimos tres años.

- El público más joven opta cada vez más por consumir deporte a través de plataformas ricas en datos. En comparación, casi el **50%** de las personas de 55 a 64 años no utilizan nunca Internet y dan prioridad a la televisión lineal tradicional.

Desde el fútbol al cricket, pasando por el béisbol o el golf, las plataformas de streaming de todo el mundo invierten miles de millones en derechos de retransmisión de deportes en directo para captar, atraer y monetizar a una audiencia cada vez más impredecible. Amazon logró un acuerdo por unos **$1.000 millones** anuales para retransmitir Thursday Night Football durante 11 años a partir de 2022. Además, ESPN y Hulu (ambas de propiedad de Disney) obtuvieron los derechos para retransmitir partidos de la NHL en un acuerdo de 7 años valorado en **$2.800 millones**.

Para los deportes y ligas más pequeños y nuevos, los servicios de streaming pueden ofrecer la ventaja de una cobertura inicial y generar una **mayor visibilidad y crecimiento.** Además, estas plataformas pueden ayudar a ampliar la base internacional de seguidores de un deporte, dando al público de distintas regiones el acceso a deportes que quizá no conozcan bien. La noticia prometedora es que los aficionados podrán disfrutar de **contenido ampliado** relacionado con sus deportes favoritos, como entrevistas exclusivas con deportistas estrella, imágenes detrás de escena, análisis detallados y concursos interactivos. Las plataformas de streaming también podrían aportar nuevos avances en **personalización, interactividad y análisis de datos en tiempo real.**

Las cadenas deportivas se enfrentan al desafío de satisfacer la creciente demanda de contenido accesible en **cualquier momento y lugar.** Aquí es donde las plataformas ofrecen una solución revolucionaria.

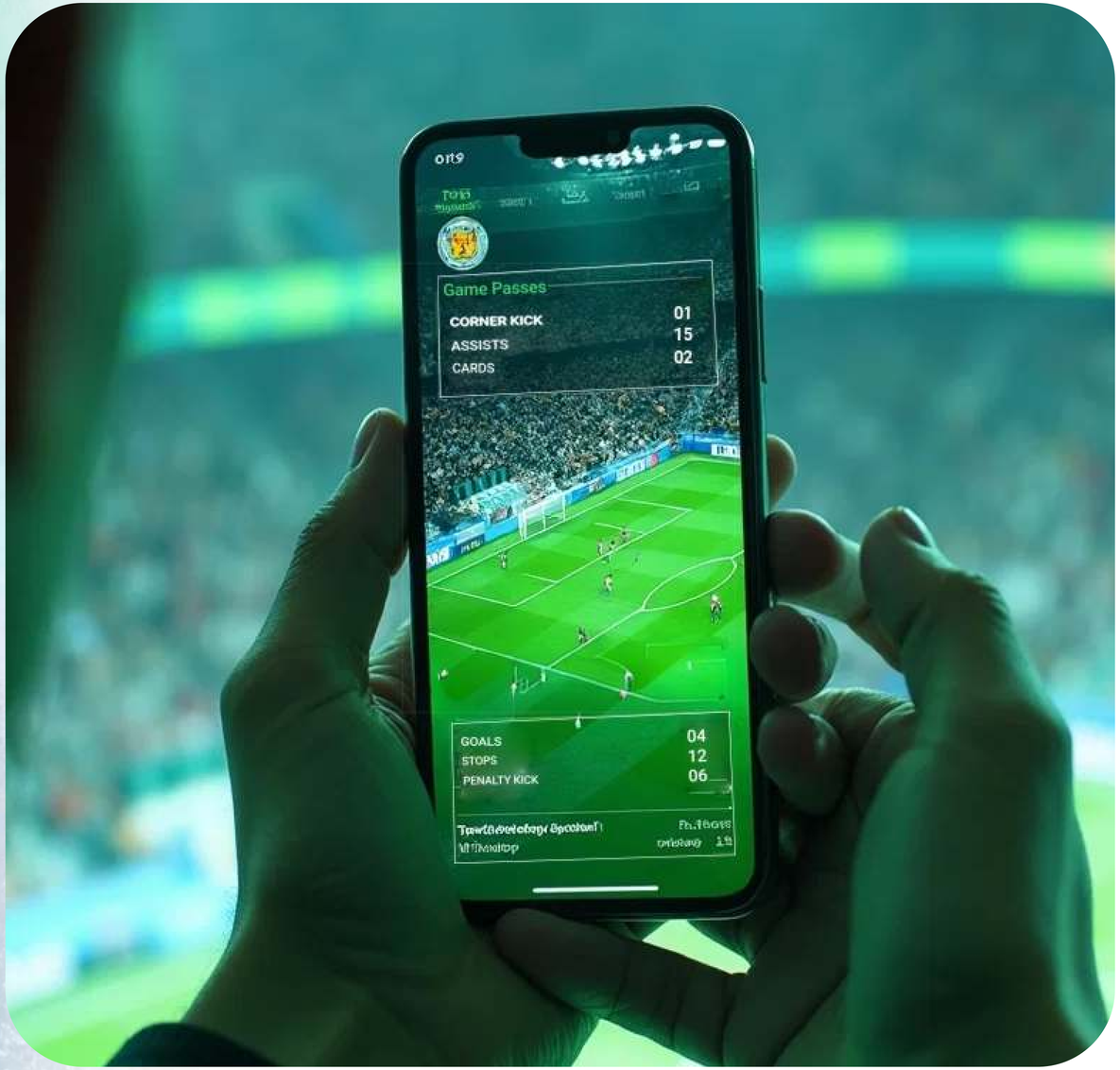
> Mediante las plataformas de streaming, los canales deportivos pueden extender su alcance más allá de la televisión tradicional a espectadores en múltiples dispositivos en todo momento, y así asegurar que los aficionados no se pierdan ni un segundo de la acción."

— **Gonzalo Zarza,**
Chief Data Officer de Sportian.

Ya se trate de partidos en directo, resúmenes o reportajes detrás de escena, los espectadores pueden acceder a su contenido deportivo favorito cuando les convenga. Esta disponibilidad constante aumenta el engagement y la fidelidad de los espectadores, que ya no están atados a horarios fijos de emisión. A medida que evolucione la tecnología, quienes adopten las plataformas de streaming estarán mejor posicionados para adaptarse a los cambios de comportamiento de los espectadores.

Cómo la Kings League cautiva a los aficionados en la era digital

La **Kings League** ejemplifica un claro intento de aprovechar las plataformas de streaming dentro de un enfoque de "sportainment", cautivando al público joven con su innovador uso de Twitch y otras plataformas para retransmitir partidos. La Kings League brilla por su carácter improvisado, su gran espectáculo y su imprevisibilidad. Se distingue por dar espacio a streamers carismáticos y antiguos jugadores en lugar de las tradicionales figuras corporativas. La personalización y el acceso instantáneo son vitales para atraer al público joven, y la Kings League aprovecha estas tendencias ofreciendo experiencias más personalizadas y accesibles a través de plataformas digitales. Los exitosos resultados de este caso ponen de manifiesto la **importancia de la innovación** en el deporte más allá de la mera tecnología y demuestran que los formatos gamificados experimentales son esenciales para mantener la relevancia cultural y el compromiso del público juvenil. El impacto de la Kings League ya se deja sentir en los medios de comunicación convencionales.



Otro valioso caso de uso de la IA en las plataformas de streaming es la automatización del **etiquetado de contenido y la generación de metadatos.** Los algoritmos de IA pueden analizar videos deportivos y etiquetarlos automáticamente con información relevante, como nombres de jugadores y equipos, estadísticas de partidos y momentos clave. Este proceso automatizado de etiquetado ahorra tiempo y esfuerzo a los creadores de contenido y permite organizar y buscar eficazmente el contenido deportivo.

Además, la IA puede generar metadatos para cada video, proporcionando descripciones detalladas, marcas de tiempo y palabras clave relevantes. Estos metadatos facilitan el descubrimiento de contenido deportivo, lo que permite a los usuarios encontrar partidos, resúmenes o momentos concretos de un encuentro. Al automatizar el etiquetado y la generación de metadatos con IA, las plataformas de streaming pueden mejorar la experiencia general del usuario y hacer que el contenido deportivo sea más accesible y atractivo para los espectadores.

Del mismo modo, la mayoría de las organizaciones deportivas poseen vastos archivos sin explotar y necesitan aprender a monetizarlos. La IA puede analizar estos archivos, identificar activos de video valiosos y presentarlos a las plataformas de streaming. Esta tecnología también ayuda a los editores y estudios a crear contenido preciso sin tener que revisar manualmente cada activo antiguo.

La búsqueda de videos con IA establece nuevos hitos en el sector

Globant revolucionó el sector con el lanzamiento de su innovadora herramienta de búsqueda avanzada de videos (AVS) basada en IA. Esta revolucionaria tecnología permite a las empresas explorar sin esfuerzo sus vastas bibliotecas de contenido mediante consultas tanto de texto como de imágenes.

Impulsada por la IA más avanzada, nuestra herramienta de AVS no se limita a procesar video on-demand, sino que extrae un contexto valiosísimo como nunca antes. Una de las características más destacadas de nuestra solución de AVS es su función de prompts múltiples, que ofrece un rendimiento superior y una precisión excepcional en comparación con otras ofertas del mercado.

La innovadora solución de IA generativa, fruto de la colaboración entre Globant y **Google Cloud**, busca transformar el sector de los medios de comunicación mejorando enormemente la eficiencia operativa.

02.

Luces, cámara, algoritmo: La IA en la retransmisión deportiva

La IA revoluciona la narración deportiva con la edición automatizada de videos y las retransmisiones personalizadas

En solo 5 segundos, los usuarios deciden si se quedan o abandonan una emisión en directo.

La IA puede revolucionar la narración deportiva como nunca antes. Gracias a los algoritmos de aprendizaje automático y aprendizaje profundo, los emisores ahora pueden automatizar diversas tareas de edición de video, desde el disparo de la cámara hasta el acercamiento a acciones fundamentales sobre el terreno. Pero eso no es todo. Los avances en el procesamiento del lenguaje natural (NLP) están sacudiendo el periodismo deportivo a medida que la IA generativa elabora noticias concisas para innumerables partidos. Esta tecnología permite a los medios de comunicación cubrir un mayor número de eventos y reducir al mismo tiempo el uso de recursos.

Imagina que posees una empresa de medios de comunicación y deseas proporcionar a tu red de periodistas acceso exclusivo a un ChatGPT privado conectado a cualquier LLM (gran modelo de lenguaje) que contenga información sobre partidos, atletas y campeonatos. Hoy en día, las soluciones de software robustas y fiables, como **GeneXus Enterprise AI**, pueden convertir esta visión en realidad creando soluciones empresariales privadas basadas en IA generativa que proporcionan la misma experiencia que ChatGPT con todas las capas de seguridad y privacidad para garantizar que tus datos permanezcan en la empresa.

Si te sorprende lo mucho que crecerán las empresas deportivas con la transmisión deportiva impulsada por IA, espera a ver su impacto en los aficionados, el verdadero ganador de la nueva era.

Imagina sintonizar un partido donde la cámara puede saber exactamente qué quieres ver, los comentarios hablan tu idioma y los videos destacados pueden personalizarse especialmente para ti. Ya no estamos en la era de la cobertura estandarizada para todos. La IA podría convertir a cada aficionado en un director personal, capaz de orquestar una sinfonía de ángulos de cámara, estadísticas e historias según sus gustos únicos. ¿Llegaste tarde al partido? No hay problema. Los algoritmos de última generación te pondrán al día en segundos con clips personalizados que te harán sentir como si hubieras estado mirando desde el principio. Ahora imagina todas estas ventajas increíbles, pero en tiempo real.

Las tecnologías de computación cloud y edge garantizan una distribución de contenido fluida y escalabilidad para los emisores. Los ángulos multicámara y las vistas de 360 grados ofrecen a los aficionados perspectivas únicas y conocimientos más profundos. La IA y el aprendizaje automático podrían hacer posibles experiencias de visualización altamente personalizadas que atiendan a las preferencias individuales.

La tecnología impulsada por IA puede revolucionar la traducción y generación de noticias deportivas en todo el mundo, mejorando significativamente la eficiencia y la velocidad de los equipos editoriales deportivos.

Los sistemas de IA pueden traducir rápidamente artículos de noticias deportivas, generar titulares y contenido deportivo en cuestión de segundos en lugar de esperar todo el proceso de traducción.

Pablo Peranzola, VP of Technology of Media & Entertainment Studio en Globant, destacó el rol transformador de la IA en el periodismo:

> “Este avance permite a los equipos editoriales deportivos acceder a noticias de diferentes fuentes e idiomas en tiempo real, lo que les permite cubrir una gama más amplia de eventos deportivos y llegar a una audiencia global de manera más eficiente.”

— **Pablo Peranzola,**
VP of Technology of Media & Entertainment Studio en Globant.

La liga de fútbol más importante de España, LALIGA, atrae a miles de millones de fanáticos en todo el mundo.

Con el avance de la tecnología y las expectativas cada vez más grandes de los aficionados, LALIGA necesitaba una estrategia para mantenerse a la vanguardia y seguir cautivando a su audiencia global. Para mejorar la experiencia de los aficionados, **Sportian**, una empresa conjunta entre LaLiga Tech y Globant, desarrolló un **portal web orientado a los aficionados impulsado por IA** que proporciona:

- Información avanzada en tiempo real y más de 50 métricas.
- Modelos avanzados de probabilidad de gol que ofrecen a los espectadores nuevas perspectivas jugada a jugada.
- Subtítulos de partidos en tiempo real que brindan información y comentarios dinámicos en todo momento, lo que permite a todos los espectadores sumergirse aún más en el juego.

03.

Transmitir, compartir, celebrar: Cómo las redes sociales deleitan a los aficionados

Los aficionados anhelan una interacción constante y personalizada, lo que hace que la IA y las redes sociales sean cruciales para lograr conexiones más profundas.

El **56%** de las personas usa las redes sociales para obtener contenido adicional sobre los partidos, el 64% ve videos destacados y el 48% consume resúmenes o análisis posteriores a los partidos.

> Los aficionados hoy quieren mucho más. Quieren conocer sus clubes y sus héroes a través de las redes sociales. Pero ahora exigen información todos los días de la semana. Quieren saber qué pasa entre los partidos."

— **Javier Tebas,**
Presidente de LALIGA.

Así como la IA y los algoritmos de las redes sociales construyen una experiencia personalizada, el deporte es un fenómeno masivo y colectivo. Uno de sus secretos radica en compartir e intercambiar opiniones sobre victorias, derrotas, jugadas, campeonatos e ídolos con los demás. **Los fanáticos globales se conectan y se sienten parte de la experiencia a través de las redes sociales.** Reaccionan en vivo en salas de chat en plataformas de transmisión como YouTube o Twitch, comentan en segundas pantallas en X o buscan momentos destacados en Instagram o TikTok.

Las redes sociales son el canal preferido de los atletas para conectarse con su comunidad. Las cuentas oficiales están llenas de mensajes de apoyo y admiración, y las publicaciones colaborativas de Instagram se han convertido en una forma natural de cruzar audiencias, uniendo a los atletas con sus marcas o equipos y mejorando su alcance."

— **Matías Mosquera,**
Social Media Global Manager en Globant.

Los Juegos Olímpicos fueron un gran ejemplo de este fenómeno, que incluye la conexión y la personalización. Cada persona vio su propia versión de los juegos entre la amplia gama de deportes: los usuarios educaron a su algoritmo para recibir y seguir sus disciplinas preferidas, ya sea en vivo u on-demand a través de reels. Muchas disciplinas nuevas, como el breakdance o el skate, debutaron en Tokio 2020. Además de un número récord de interacciones (11 mil millones), París 2024 ganó 27 millones de nuevos seguidores en cuentas olímpicas.

Por último, los datos de las redes sociales permiten a las organizaciones deportivas obtener conocimientos más profundos de su base de seguidores y complementan los datos propios con una comprensión más profunda de los consumidores. Al aprovechar la IA, las empresas pueden lograr la hiperpersonalización: crean una relación uno a uno con cada cliente ya que les ofrecen experiencias personalizadas que satisfagan sus preferencias y

Más allá del juego: El poder de las experiencias deportivas híbridas

Por otro lado, la experiencia híbrida es parte del recorrido de los aficionados. **La conexión entre el mundo digital y el físico se experimenta a través de las redes sociales.** Quienes asisten a los eventos comparten la competencia y el detrás de escena, y se convierten en periodistas y narradores. Desde los “Get Ready With Me” para ir al estadio hasta los vlogs que exploran la ciudad el día del partido, este tipo de contenido sigue siendo popular en TikTok, Reels y, especialmente, en YouTube. Permiten que los aficionados locales o que puedan viajar se conviertan en protagonistas y hacen posible que los que están lejos puedan acercarse a la acción.

Las organizaciones deportivas, los atletas y las celebridades deben estar al tanto de estas tendencias influyentes para mejorar su impacto en las redes sociales. La clave está en aprovechar **las interacciones en tiempo real, personalizar el contenido, integrar experiencias digitales y físicas** y adaptarse a las tendencias emergentes. Este enfoque fortalece la participación de los aficionados, amplía el alcance y fomenta una conexión más profunda con la audiencia.

Globant

e-GRAND PRIX

powered by

Globant y 9z Globant, una asociación entre **9z Team**, un equipo profesional de deportes electrónicos, y Globant, organizaron el **e-Grand Prix**, donde cientos de participantes compitieron utilizando el simulador rFactor2 para competir en vivo contra el piloto de Formula 1 Franco Colapinto y el sim racer profesional Facu Dudulec. Luego de un riguroso proceso de clasificación, los 20 mejores corredores se unieron a Colapinto y Dudulec en una gran final celebrada en las oficinas de Globant Tower.

El evento atrajo a miles de espectadores e interacciones en las redes sociales, **combinando los mundos físico y digital**. Un conductor virtual y analógico corrió en una pista digital frente a una audiencia mientras otros competían de forma remota. Una fan zone para 150 personas contó con activaciones de sponsors y el evento se transmitió en vivo por Twitch y Fox Sports, con la presencia de destacados periodistas del mundo automotor. **Cada segmento de audiencia disfrutó de una experiencia única:** desde vistas del escenario hasta transmisiones de televisión tradicionales y comentarios interactivos de Twitch.

04. *Marketing invisible:* El juego sigiloso de la IA en el deporte y el entretenimiento

La IA está revolucionando el entretenimiento deportivo con campañas de marketing personalizadas y fluidas.

Las recompensas personalizadas pueden generar entre **4-7 veces más ingresos** que las interacciones no personalizadas.

El sportainment surgió del marketing deportivo como una evolución de los simples eventos deportivos a los grandes espectáculos de entretenimiento, con el objetivo de impulsar la visibilidad y el posicionamiento de las marcas, los deportes y los atletas. Sin embargo, la comercialización excesiva dio lugar a un fallo crítico: los anuncios inundaban las pantallas en momentos cruciales, poniendo a los aficionados en contra de los patrocinadores y robándoles la alegría del juego. Esta estrategia de marketing obsoleta llegó a su fin.

La IA cambia las reglas del juego. Ahora estamos al borde de una revolución: podemos usarla para redefinir cómo los aficionados interactúan con los deportes y el entretenimiento. Dejamos atrás la era de los anuncios intrusivos. En su lugar, la IA está creando experiencias personalizadas y fluidas que mantienen el interés de los aficionados y la emoción por los patrocinadores.

Gracias al poder de la IA y el análisis de datos, las marcas ya no se limitan a satisfacer las necesidades de los clientes: las anticipan y se integran perfectamente en sus rutinas y narrativas cotidianas. El uso omnipresente de plataformas digitales ofrece una oportunidad incomparable para que las marcas establezcan conexiones profundas y significativas con sus audiencias.

Imagina enviar una notificación automática a un aficionado en el estadio justo en el entretiempo, y no durante la tensión de un posible gol, recordándole que puede comprar comida o productos. La IA hace posible esta precisión, ya que garantiza que las interacciones sean oportunas, relevantes y bienvenidas.

Este nuevo paradigma trasciende el marketing transaccional tradicional y pone el foco en una integración profunda e integral de las marcas en la vida de los clientes. No se trata solo de vender; se trata de volverse un personaje indispensable en la historia de los aficionados.

> Los aficionados de los deportes esperan que las marcas brinden contenido auténtico y atractivo, acceso exclusivo a momentos detrás de escena, experiencias interactivas y ofertas personalizadas. La IA hace posible estas experiencias y permite a los especialistas en marketing ofrecer contenido y ofertas relevantes, que son clave para aumentar la relevancia y el ROI."

— **Agostina Ardenghi,**
Advertising & Monetization Strategist en Globant

Tecnología, publicidad y pasión para mejorar el *juego para los fanáticos*

Las demoras en la entrega de la pelota alteran el ritmo de un partido de fútbol e incluso pueden afectar a su resultado. Por eso, Mercado Libre, el gigante de e-commerce conocido por las entregas más rápidas de Brasil, presentó **Ballboards**. Se trata de paneles publicitarios ubicados al costado de la cancha que están equipados con cañones de pelotas para devolverlas rápidamente al juego, lo que transformó un antiguo medio publicitario en la próxima revolución del fútbol y mostró al mismo tiempo la característica destacada de la marca.

05. *La era de los estadios inteligentes* y las experiencias conectadas

La IA está transformando el sportainment y crea experiencias inmersivas y personalizadas en los estadios.

En la era del sportainment, ver un partido es más que simplemente observar: se trata de vivir y sentir cada momento. Se trata de sumergirte en una experiencia conectada que aumenta la emoción desde la planificación del viaje al estadio hasta la celebración de la victoria de tu equipo.

La IA es la fuerza que impulsa esta evolución, ya que fusiona los ámbitos físico y digital para crear una experiencia conectada y personalizada para cada aficionado.

Se estima que el mercado global de la IA en estadios alcanzará los **$11.650 millones en 2029**, con un asombroso crecimiento anual del 30,3%. El uso de IA para personalizar las experiencias de los fanáticos y los programas de fidelización se está volviendo fundamental, pero es necesario innovar para evitar la estandarización.

Los estadios digitales están transformando la forma en que experimentamos los deportes y eventos en vivo (conciertos, artistas) porque integran tecnologías de vanguardia en cada aspecto de la experiencia. Estos lugares inteligentes captan mejor los datos y ofrecen interacciones personalizadas, desde programas de fidelización y recompensas hasta sistemas de venta de entradas transparentes y seguros. Los aficionados ahora pueden usar pagos contactless, participar en experiencias interactivas e incluso tener tokens de fan. La seguridad y la supervisión mejoradas garantizan un entorno seguro, mientras que características como precios dinámicos, espacios VIP y experiencias de realidad aumentada hacen que cada visita sea única. Al digitalizar completamente los estadios, estamos creando espacios que no solo están llenos, sino que están llenos de vida gracias al engagement de los aficionados.

La IA en el Intuit Dome de Los Angeles Clippers: Redefinimos la experiencia de los aficionados

Como entendemos el poder transformador de la IA en los estadios inteligentes, Globant se asoció con los LA Clippers para crear una experiencia para los fanáticos inigualable y perfecta que establece un nuevo estándar en el entretenimiento deportivo.

El **Intuit Dome**, que comenzó siendo no más que un plano y hoy se volvió una realidad, está equipado con un conjunto de tecnologías donde la IA mejora toda la experiencia del aficionado. La experiencia está diseñada para que no haya fricciones en ningún momento, ya sea en la selección del asiento perfecto, el upgrade de las entradas o la información personalizada en tiempo real durante el tránsito.

Una característica destacada del Intuit Dome es su **avanzado sistema de control de acceso.** Globant desarrolló hardware y software que utiliza reconocimiento facial para crear una experiencia de entrada sin efectivo y sin tarjetas. Esta tecnología sabe quién eres, confirma tu entrada y te da luz verde para ingresar, todo en segundos.

Esta característica también es crucial para la **seguridad**. El análisis de video con IA monitorea los estadios para detectar posibles amenazas de seguridad, como hacinamiento u objetos sospechosos, lo que garantiza que los fanáticos puedan disfrutar del juego con tranquilidad.

Las funciones de **reconocimiento facial** y verificación de edad garantizan un ingreso rápido y seguro, mientras que las plataformas de fidelización impulsadas por IA recompensan a los fanáticos en tiempo real en función de su participación. Ya sea reconociendo la lealtad de un aficionado o ajustando la temperatura del aire del espacio, la IA garantiza que cada detalle esté optimizado para la comodidad y el disfrute.

Pero la IA no se limita a mejorar la experiencia en vivo. Continúa después del evento: envía a los aficionados **contenido personalizado** que les interesa y mantiene viva la emoción mucho después del final del partido.

Adopta la IA y prepárate para el futuro del sportainment

El informe muestra la infinidad de posibles usos de la IA en el sportainment y revela cómo revoluciona la experiencia de los aficionados. La IA genera interacciones más inteligentes, hiperpersonalizadas y en tiempo real para los fanáticos, lo que aumenta la satisfacción y fomenta una lealtad inquebrantable a la marca. A su vez, el impacto en la productividad (desde la creación de contenido hasta la curación y distribución) es transformador, y las capacidades en evolución de la IA prometen avances aún mayores.

Las empresas de deportes y medios deben reforzar su stack de tecnología y su experiencia digital para mantenerse a la vanguardia, perfeccionando estrategias de datos sólidas. Esto es crucial para satisfacer las demandas cambiantes de los fanáticos, mantener el ritmo de los patrones cambiantes de consumo de medios y desbloquear nuevas vías de monetización.

Ahora es el momento de aprovechar el inmenso poder de la IA, cautivar al público y dar forma a un futuro en el que los deportes y los medios converjan de formas inimaginables. ¡Es tu turno de entrar al campo de juego!

El papel de Globant

Para simplificar la adopción de soluciones de IA diseñadas para los medios deportivos y el entretenimiento, puedes apoyarte en los expertos de Globant. Un socio tecnológico fuerte puede ayudarte a crear un modelo de sportainment impulsado por IA.

Sobre Globant

Somos una empresa nativa digital que ayuda a las organizaciones a reinventarse y liberar su potencial. Somos el lugar donde la innovación, el diseño y la ingeniería se unen a gran escala.

- Contamos con más de 29,100 empleados y estamos presentes en 33 países y 5 continentes trabajando para empresas como Google, Electronic Arts y Santander, entre otras.
- Fuimos nombrados Líder Mundial en Servicios de IA (2023) y Líder Mundial en Servicios de Mejora de Experiencia del Cliente (2020) por el informe de IDC MarketScape.
- Somos la marca de TI de más rápido crecimiento y la quinta marca de TI más fuerte a nivel mundial (2024), según Brand Finance.
- También fuimos destacados como un caso de estudio empresarial en Harvard, MIT y Stanford.
- Somos miembros activos de The Green Software Foundation (GSF) y del Cybersecurity Tech Accord.

Contacto: pr@globant.com
Regístrese para obtener las primicias en noticias de prensa y actualizaciones.

Para más información, visite
www.globant.com

Globant