

TRANSFORMACIÓN DIGITAL: RETOS Y OPORTUNIDADES EN LA GESTIÓN DEL DEPORTE

DIGITAL TRANSFORMATION: CHALLENGES AND OPPORTUNITIES IN SPORT MANAGEMENT

Ana M^a Gallardo-Guerrero¹ 

María J. Maciá-Andreu¹ 

¹ Facultad de Deporte, UCAM, Universidad Católica San Antonio de Murcia, Murcia, España

Introducción

La llegada de la cuarta Revolución Industrial, término acuñado por Klaus Schwab, fundador del Foro Económico Mundial, se caracteriza por una serie de nuevas tecnologías que están fusionando los mundos físico y digital, y que traen consigo cambios en el poder, la riqueza y el conocimiento (Xu et al., 2018). Esta Revolución se diferencia de las anteriores por su velocidad exponencial, su amplitud y profundidad, cambiando no solo el qué o cómo de las cosas, sino también quiénes somos, así como por el impacto en los sistemas, caracterizado por una completa transformación industrial y empresarial que también conlleva un profundo cambio social (Schwab, 2016).

Dentro de esta Revolución, una de las tendencias más relevantes es la influencia integral y continua de las tecnologías digitales, la cual suele resumirse mediante el término de 'transformación digital', entendido como un proceso que "pretende mejorar una entidad desencadenando cambios significativos en sus propiedades mediante combinaciones de tecnologías de la información, la informática, comunicación y conectividad" (Vial, 2019, p. 118). Esta transformación digital se configura como un elemento clave para el desarrollo económico y estratégico de la Unión Europea, materializando el programa de actuación Itinerario hacia la Década Digital, que establece metas e hitos específicos en el ámbito digital que deben alcanzarse de aquí a 2030 (Consejo de la Unión Europea, 2022).

Los cambios asociados a la era digital se aprecian tanto en las relaciones sociales como en el ámbito laboral, si bien la transformación digital es de las personas, no de la tecnología, la cual se puede entender más bien como la herramienta, por lo que se torna fundamental la habilidad para trabajar con ella. Es por ello que las organizaciones deben desarrollar su cultura corporativa para permitir la implementación de estas tecnologías (Slotnisky, 2016). Este hecho presenta a las empresas desafíos incomparables, al requerir un esfuerzo sistemático de integración profunda entre la industria y la tecnología digital para lograr una transformación económica (Wang et al., 2024).

La transformación digital en la gestión deportiva

En la actualidad, el deporte se configura como un fenómeno extremadamente complejo que afecta tanto a la cultura física, como a la política educativa y a la salud, destacando cada vez más su importancia económica y social (Soto-Fernández et al., 2022). Esto hace que se pueda hablar de 'industria del deporte', en la que el desarrollo tecnológico desempeña uno de los papeles más importantes en su evolución (Ágnes et al., 2024), siendo el ámbito deportivo una de las áreas en las que su impacto ha cobrado más fuerza en los últimos años, a través de una amplia variedad de tecnologías y equipamientos destinados a la mejora y optimización de la actividad deportiva a diferentes niveles (Gallardo & García-Unanue, 2023).

Esta situación además se vio impulsada por la pandemia COVID-19, que hizo que las organizaciones deportivas tuvieran que adaptarse de forma rápida e imprevista, siendo entonces más conscientes tanto de sus debilidades en el entorno digital, como de las oportunidades que se presentaban a todos los niveles, desde el aficionado hasta el deporte de alto rendimiento (Jiang, 2023). Esto produjo cambios a nivel organizacional que persisten hoy en día y que han sido el motor de arranque para que el sector deportivo se encuentre inmerso en el proceso de transformación digital (Glebova et al., 2022).

Por tanto, las organizaciones deportivas no son ajenas a la digitalización y deben llevar a cabo su propia transformación digital (Magaz-González et al., 2023), ya que la tecnología forma parte de la vida cotidiana y algunos de estos avances tecnológicos tienen su lugar dentro del deporte, ayudando de forma general a la mejora de sus diferentes ámbitos (Habibi & Khairandish, 2023).



Esta obra está bajo una [licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).

La implementación de estas innovaciones en el área de la transformación digital es de gran ayuda para las organizaciones deportivas que deben cooperar y competir en grandes áreas geográficas (Barnhill & Smith, 2022), principalmente debido a las notables diferencias en función del país que se trate, el tipo de estructura organizativa o estructura externa donde se aloja la institución (Ehnold et al., 2020). Por tanto, las organizaciones deportivas deben adaptarse a las nuevas necesidades que demanda la sociedad, mostrando la utilización de innovaciones tecnológicas de diversa índole y atendiendo a todos los interesados que forman parte del ecosistema deportivo (Schmidt, 2020).

Este compromiso con la innovación tecnológica no solo mejora la operatividad interna, sino que también enriquece la experiencia de los usuarios y espectadores, marcando un cambio significativo en la percepción y la interacción con el deporte. Es por ello que este impulso hacia la transformación digital ha llevado a una mejora notoria en el rendimiento deportivo y ha revolucionado la experiencia del espectador, evidenciando la importancia de desarrollar estrategias integrales en la gestión de la innovación (Ratten, 2020).

A raíz de esta gran revolución, los gestores deportivos se enfrentan a la necesidad de adaptar sus procesos para satisfacer a clientes, socios comerciales y empleados, lo que implica un replanteamiento profundo de sus modelos de negocio y operacionales (Jiang, 2023). En este sentido, es crucial que los profesionales de la gestión del deporte implementen software de gestión diseñado específicamente para sus necesidades, algo que no solo facilita la adaptación a estos cambios, sino que también mejora sustancialmente la calidad de la gestión en organizaciones y facilidades deportivas (Gallardo et al., 2008).

Esta transformación en la industria del deporte también ha revolucionado la comunicación con los aficionados y espectadores, mejorando significativamente la gestión de la información en el ámbito deportivo. Esta revolución no solo ha optimizado la organización de eventos, la venta de entradas y la mercadotecnia a través de aplicaciones móviles (Li & Wang, 2011), sino que también ha transformado la experiencia de los espectadores al ofrecer nuevas formas de interacción como son las transmisiones en realidad virtual en el que pueden disfrutar de una experiencia inmersiva y personalizada (Ráthonyi et al., 2018) y redefiniendo las experiencias de los espectadores utilizando entrevistas y análisis cualitativos para evaluar el impacto de la digitalización (Glebova & Desbordes, 2021), todos estos avances facilitan una gestión más eficiente y una mejor comunicación con los aficionados.

Conclusiones

Tal y como se ha expuesto anteriormente, la tecnología aplicada a la gestión del deporte es un campo en constante evolución que ofrece numerosas ventajas para mejorar el rendimiento deportivo, la eficiencia en la gestión y la experiencia de los participantes y espectadores, destacando la importancia de adoptar enfoques innovadores y estrategias de gestión de la tecnología en el ámbito deportivo.

Es por ello que se torna fundamental, ante un entorno en rápida y constante evolución, el contar con investigaciones relacionadas con la transformación digital en el ámbito del deporte y, concretamente, en el de la gestión deportiva, que permitan dotar de conocimiento a los profesionales e investigadores del sector, sirviendo como base para la efectiva implementación de nuevos recursos en las organizaciones deportivas.

Referencias

- Ágnes, T. N., Szabolcs, M., Zoltán, B., Dénes, D. L., József, T. G., & Gábor, M. (2024). Innovation, infocommunication and digital transformation in sport policing and certain aspects of sports. *Journal of Infrastructure, Policy and Development*, 8(3), 2617. <https://doi.org/10.24294/jipd.v8i3.2617>
- Barnhill, C. R., & Smith, N. L. (2022). Organizational behavior and digital transformation in sport. In M. L. Naraine, T. Hayduk III, & J. P. Doyle (Eds.), *The Routledge Handbook of Digital Sport Management* (pp. 7-21). <https://doi.org/10.4324/9781003088899-3>
- Council of the European Union (2022). *Itinerario hacia la Década Digital: el plan de la UE para lograr una Europa digital de aquí a 2030*. European Union. <https://www.consilium.europa.eu/es/infographics/digital-decade/>
- Dellaserra, C., Gao, Y., & Ransdell, L. (2014). Use of integrated technology in team sports: A review of opportunities, challenges, and future directions for athletes. *Journal of Strength and Conditioning Research*, 28, 556-573. <https://doi.org/10.1519/JSC.0b013e3182a952fb>
- Ehnold, P., Faß, E., Steinbach, D., & Schlesinger, T. (2020). Digitalization in organized sport – usage of digital instruments in voluntary sports clubs depending on club's goals and organizational capacity. *Sport, Business and Management: An International Journal*, 11(1), 28-53. <https://doi.org/10.1108/SBM-10-2019-0081>

- Gallardo, L., García-Tascón, M., & Burillo, P. (2008). New sports management software: A needs analysis by a panel of Spanish experts. *International Journal of Information Management*, 28, 235-245. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2007.09.005>
- Gallardo, L., & García-Unanue, J. (2023). Digitalización, herramientas y competencias digitales en el marco de la industria del deporte. *Cuadernos Económicos de ICE*, (106), 67-80. <https://doi.org/10.32796/cice.2023.106.7696>
- Glebova, E., & Desbordes, M. (2021). Identifying the role of digital technologies in sport spectators customer experiences through qualitative approach. *Athens Journal of Sports*, 8, 141-160. <https://doi.org/10.30958/AJSPO.8-2-3>
- Glebova, E. A., Zare, F., Desbordes, M., & Géczi, G. (2022). COVID-19 sport transformation: New challenges and new opportunities. *Physical Culture and Sport. Studies and Research*, 95, 54-67. <https://doi.org/10.2478/pcssr-2022-0011>
- Habibi, F., & Khairandish, M. (2023). Evolution of technology in sports: Impact on performance, management, and fan experience. *International Journal of Science and Research Archive*, 10(1), 995-1000. <https://doi.org/10.30574/ijrsra.2023.10.1.0831>
- Jiang, Y. (2023). Future challenges of sport manager. *Communications in Humanities Research*, 5, 49-53. <https://doi.org/10.54254/2753-7064/5/20230030>
- Li, C., & Wang, Z. (2011). Research on the applications of information technology in sport management. In X. Qu & Y. Yang (Eds.), *Information and Business Intelligence* (pp. 247-252). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-642-29087-9_37
- Magaz-González, A. M., García-Tascón, M., Sahelices-Pinto, C., Gallardo, A. M., & Guevara Pérez, J. C. (2023). Technology and digital transformation for the structural reform of the sports industry: Building the roadmap. *Proceedings of the Institution of Mechanical Engineers, Part P: Journal of Sports Engineering and Technology*. <https://doi.org/10.1177/17543371231197323>
- Ráthonyi, G., Bába, É. B., Müller, A., & Ráthonyi-Ódor, K. (2018). How digital technologies are changing sport? *Applied Studies in Agribusiness and Commerce*, 12(3-4), 89-96. <https://doi.org/10.22004/ag.econ.292396>
- Ratten, V. (2020). Digital transformation in sport and social media. In V. Ratten (Ed.), *Sport Startups: New Advances in Entrepreneurship*, (pp. 89-104). Emerald Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/978-1-78973-081-420201007>
- Schmidt, S.L. (2020). How technologies impact sports in the digital age. In S. L. Schmidt (Ed.), *21st Century Sports. Future of Business and Finance*, (pp. 3-14). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-030-50801-2_1
- Schwab, K. (2016). *The Fourth Industrial Revolution*. Crown Business.
- Slotnisky, D. (2016). *Transformación digital. Cómo las personas y las empresas deben adaptarse a esta evolución*. Digital House.
- Xu, M., David, J. M., & Kim, S. H. (2018). The fourth industrial revolution: Opportunities and challenges. *International Journal of Financial Research*, 9(2), 90-95. <https://doi.org/10.5430/ijfr.v9n2p90>
- Wang, H., Lu, L., Fu, Y., & Li, Q. (2024) An empirical assessment of the influence of digital transformation on sports corporate sustainability. *PLoS ONE*, 19(4), e0297659. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0297659>