



© 20 noviembre 2022, 19:34 (-05)

A la hora de ir al estadio, los fanáticos latinoamericanos también quieren una experiencia high tech

Se acerca uno de los mayores eventos deportivos del mundo y las expectativas de las personas son altas. Una nueva encuesta de Oracle muestra que los fanáticos quisieran usar la tecnología para esperar menos e interactuar más con sus equipos favoritos. Dentro de ella se halló que muchas personas estarían dispuestas a aceptar hasta árbitros robots.

19 de noviembre de 2022 – Desde sus dispositivos móviles hasta el metaverso, los consumidores latinoamericanos quieren tecnología para mejorar sus experiencias en el estadio, según una nueva encuesta de Oracle Food & Beverage. Por ejemplo, al 71 % de las personas le encantaría pedir comida y bebidas por adelantado para evitar las filas y el 73 % cree que sería increíble interactuar con sus deportistas favoritos en el metaverso.

“A la hora de ir al estadio, las personas sueñan con lo mejor de ambos mundos: disfrutar de la emoción del vivo, pero con la comodidad de otro tipo de experiencias cotidianas – como pedir comida para llevar desde una app”, dijo Augusto Fabozzi, SVP de Ventas de Aplicaciones para Oracle América Latina. “Si bien ofrecer una experiencia inmersiva y fluida presenta grandes desafíos para los organizadores, especialmente en América Latina, las crecientes expectativas de los fanáticos están empujando la oportunidad de llevar la innovación y la digitalización al mundo de los estadios”.

Tecnología para antes, durante y después del partido, un gol de mitad de cancha

El informe "Estadio sin fronteras: tecnología y tendencias de estadios en 2022 y más allá", realizado por el socio de investigación de Oracle, *Untold Insights*, encuestó a 5640 consumidores globales a comienzos de año y se halló que desde el ingreso al estadio hasta para obtener estadísticas de los jugadores y equipos, los consumidores quieren tecnología que les brinde una experiencia más completa:

- El 73 % piensa que sería increíble interactuar con sus equipos favoritos en el metaverso – especialmente los Millennials (81%).
- El 68 % dice que le gustaría usar su huella digital, en lugar de un boleto, para ingresar al estadio.
- El 35% quisiera ver estadísticas deportivas a través de su dispositivo móvil.
- El 66 % estaría interesado en recibir ofertas especiales para actividades previas a los partidos.

La velocidad y la comodidad son prioridades para los fans

Con la persistente escasez de personal, los fanáticos creen que el servicio al cliente está empeorando en los estadios y desearían que la tecnología acelere los procesos y acorte los tiempos de espera:

- El 48 % se siente frustrado con la espera en largas filas para ingresar a un estadio y el 52% preferiría una experiencia digital de autoservicio más flexible en lugar de interactuar con personas físicas.
- Al 71 % le encanta la idea de pedir comida y bebida por adelantado para ir a recoger cuando lo deseen y ahorrarse tiempo de espera en filas.
- El 36 % de las personas pagaría más para reservar su comida si eso significara una espera más corta.

Robots como protagonistas: ¿enemigos o amigos?

La encuesta mostró que los fanáticos aún tienen dudas respecto a la polémica de incorporar árbitros robots en los deportes. Si bien muchos consumidores aún son indiferentes al tema, su posición a favor o en contra depende en gran medida de su región:

- 45% de los latinoamericanos se manifestó en contra de esta propuesta; 30% estaría a favor y al otro 25% la resulta indiferente.
- A la cabeza del equipo de "odio la idea" están Alemania (58 %), Italia (53 %), España (52 %), Australia (50 %), Francia (48 %) y México (46%).

Para saber cómo los estadios están ganando con nuestra tecnología de punto de venta y análisis de negocios de restaurantes, [visite Oracle Food and Beverage](#).

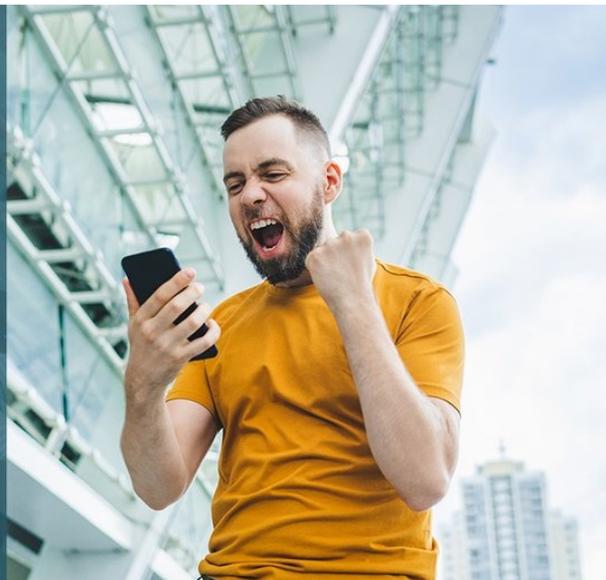
Sobre Oracle Food & Beverage

Oracle Food & Beverage, anteriormente MICROS, ofrece 40 años de experiencia en el suministro de soluciones de software y hardware para restaurantes, bares, pubs, clubes, cafeterías, cafeterías, estadios y parques temáticos. Miles de operadores, tanto grandes como pequeños, en todo el mundo utilizan la tecnología de Oracle para brindar experiencias excepcionales a sus huéspedes, maximizar las ventas y reducir los costos de funcionamiento.

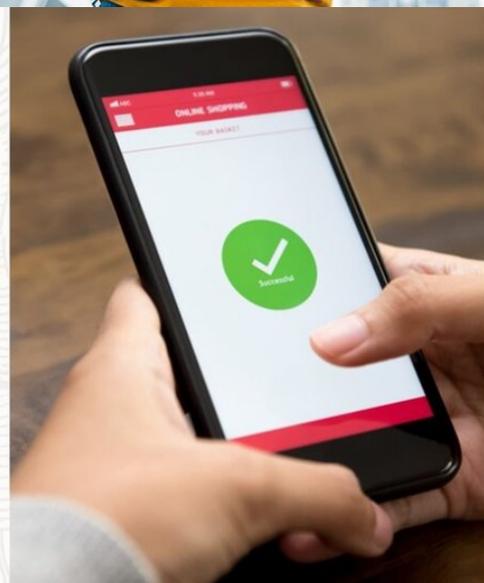
Acerca de Oracle

Oracle ofrece suites integradas de aplicaciones además de una infraestructura segura y autónoma en Oracle Cloud. Para obtener más información sobre Oracle (NYSE: ORCL), visítenos en www.oracle.com.

**73% de los fans
quiere más
experiencias en el
METAVERSO**



**71% de los fans
quiere pedir
online para
evitar FILAS**



ACERCA DE APOYO COMUNICACIÓN

Somos una consultora de **comunicación**, que busca ser aliada de sus clientes, ofreciendo servicios integrados a través de cuatro grandes disciplinas: **comunicación externa, comunicación interna, *insights* y transformación digital**, para contribuir con los objetivos de comunicación y reputación de nuestros clientes y que éstos a su vez se vean reflejados en los resultados de negocio.

 pr.co



APOYO Comunicación