

ENTORNO

Sanchiz (Amazon Web Services): “El fan no se va a conformar con una visualización plana”

El responsable del equipo de arquitectura de soluciones de Amazon Web Services en España, Carlos Sanchiz, explica cómo la tecnología está cambiando todos los sectores, “y el deporte no va a ser menos”.

Guillermo G. Recio
20 sep 2018 - 04:57

“El momento de la revolución tecnológica es ahora porque gracias a esta tecnología el p

Carlos Sanchiz es el responsable del departamento de soluciones arquitectónicas de Amazon Web Services en España. Anteriormente, fue el responsable europeo de sistemas para diferentes plataformas del gigante del comercio electrónico, como BuyVIP. Ahora, su objetivo es trasladar a la Península Ibérica algunos acuerdos mundiales en el mundo del deporte, como por ejemplo los ya existentes con la MLB y la Fórmula 1.

¿Cómo de importante es la tecnología para el mundo del deporte?

Es muy importante entender que la tecnología lo está cambiando todo: consumir, comprar, pedir un taxi... y el deporte no va a ser menos. Lo que sí que es cierto es que en algunos deportes la tecnología tiene mucha más incidencia que en otros, pero es evidente que durante el transcurso del tiempo las nuevas capacidades de *cloud* dan una agilidad para escalar e ingerir unas capacidades de datos enormes. Luego puedes utilizar esta información para hacer *machine learning*, estadísticas para mejorar tu rendimiento o dirigir un equipo.

¿Y para los fans?

El espectador, que cada vez es más digital, exige más y no se va a conformar con una experiencia de visualización plana, sino que vamos a tener que motivarle y atraerle a esa experiencia en el deporte con incentivos de todo tipo, predicciones, análisis, visualizaciones de datos. Es inevitable, pero cada deporte va a su ritmo haciendo su

propia transición. En el medio y largo plazo, todos ellos integrarán alguna de estas fórmulas.

¿En qué deportes está más extendido el uso de la tecnología?

Deportes como el béisbol van más avanzados. La MLB ha hecho grandes avances recopilando muchos datos de partidos y luego se están consumiendo de diferentes formas por los telespectadores y a través de BAMtech (el brazo tecnológico adquirido por Disney). Información como la velocidad y las curvas de la bola y de los jugadores se introduce en tecnologías *cloud* y, utilizando tecnologías analíticas y de inteligencia artificial, permiten que este tipo de deportes puedan ofrecer esa experiencia adicional y a los entrenadores también.

“El momento de la revolución tecnológica es ahora porque gracias a esta tecnología el punto de entrada se ha reducido muchísimo”

¿Por qué ahora?

Es algo que está pasando en muchos sectores. Gracias a la tecnología de la nube, que se ha convertido en un facilitador. Hacer las mismas cosas pero de una forma mejor y más afectiva. Digamos que el momento de la revolución tecnológica es ahora porque gracias a esta tecnología el punto de entrada se ha reducido muchísimo. El hecho de que cualquier empresa tenga acceso a esta basta capacidad tecnológica a nivel global a un coste muy bajo y sea capaz de lanzar sus proyectos es algo verdaderamente que cambia el espectro.

¿Trabajar con la nube es clave?

Efectivamente. La historia de AWS empieza en 2006 y aparece como un concepto nuevo. Negocio de mucho volumen y poco margen y eso fomenta mucho la innovación porque el coste de acceso es realmente bajo. Las grandes compañías que adoptan estos modelos también innovan más, porque el impacto de fallar es muy bajo y facilita que no haya riesgos.

Como ejemplo puedo poner la Fórmula 1, que son unos grandes consumidores de computación y almacenamiento. La nube les da unos factores de agilidad y unas capacidades que en un entorno tradicional no tienen. En la experiencia del usuario se

presentan nuevos cuadros de información, que son datos como si un piloto está cogiendo las curvas bien, si frena en el momento adecuado, cuántos van a durar los neumáticos o comparativas con otros pilotos.

¿Se puede llegar a un punto de saturación con tanta tecnología en el deporte?

Los expertos en la materia tienen que definir cuál es el modelo para deportes concretos. Hay que definir bien tanto en deportes como en países qué es necesario y qué no. En la NFL se hace mucho más caso a la estadística que en el fútbol, por ejemplo, pero al mismo tiempo tenemos que sorprender con nuevas experiencias. En la NFL trabajamos para crear una aplicación que se llama Next Gen Stars, por el que cada jugador lleva en su pechera un NFC y se puede tener una visión muy clara del movimiento que marca el jugador en todo el campo. Todo eso se va añadiendo en un modelo de *machine learning* que permite dar información al usuario, como cuánto de probabilidad tiene una jugada de ser satisfactoria.

¿Llegará todo esto a España?

Espero que sí. Como español me encantaría que siguiéramos la estela de otros países. Es cierta que tenemos una adopción de tecnología mucho más lenta. Es un tema sobre todo cultural, el hecho de hacer una transformación digital no es solo ponerte a utilizar nuevos servicios sino ayudar a tus equipos internos y formarlos para que utilicen esas nuevas tecnologías ágiles. Es difícil de predecir, pero nosotros lo que hacemos es escuchar y ayudar a ver cómo se puede aplicar mejor algo de la próxima generación para hacer más fácil esa revolución digital.

“Algunos deportes necesitan hacer un cambio cultural dentro de las propias organizaciones, hay algunos un poco conservadores”

¿La llegada del 5G supondrá una gran revolución?

Desde luego, el 5G significa tener una manera muy eficiente y óptima para conectar dispositivos IoT. A día de hoy todavía está en progreso, pero va a ser súper beneficioso para hacer predicciones de inteligencia artificial. Imagina la conducción autónoma, que con dispositivos conectados a los vehículos por el mundo permitirá hacer análisis matemáticos para que puedan tomar decisiones de forma independiente. En el deporte, esto habilita que un coche de F-1 esté conectado en la nube. No digo que se

vaya a conducir solo, pero sí que se puedan tomar ciertas decisiones en tiempo real. Va a facilitar mucho las cosas para mover esas grandes cantidades de información.

¿Cuáles son los principales retos del sector?

Detecto que hay deportes que suelen ser un poco conservadores. Algunos necesitan hacer un cambio cultural dentro de las propias organizaciones. En el caso de la MLB crearon una empresa paralela que se convirtió en algo revolucionario. Añadir, como reto, el hecho de conseguir automatizar al máximo posible para dar nuevas funcionalidades de manera rápida y a una escala global.

¿Cuáles son las grandes innovaciones por venir?

Personalmente, las que más me gustan son las que permiten a un espectro muy amplio seguir innovando. En Estados Unidos hay plataformas que pueden revisar de manera rápida un partido y editarlo y compartirlo. Son aplicaciones que allí las utiliza todo el mundo. El hecho de facilitar el acceso a esta tecnología a un amplio público es algo verdaderamente revolucionario. Cualquiera puede mejorar y optimizar un poco sus estrategias utilizando algo tan sencillo como una *app* en un móvil.