El deporte: datos y ¿qué más?

Vivimos en la era de los datos, el famoso Big data ha venido para mejorarlo todo, para abrirnos las puertas de un mundo en el que parece que ya nada se nos volverá a escapar nunca más. También en el deporte. Creo que todo el mundo es consciente del papel que juegan las estadísticas en deporte, del papel que siempre han jugado. A diferencia de otros sectores, los datos en deporte estaban ya disponibles para ayudarnos a medir muchas variables determinantes en el rendimiento deportivo de un equipo o de un jugador concreto. De ahí que la economía del deporte sirviera como laboratorio para contrastar empíricamente modelos económicos, especialmente en cuestiones de gestión del personal. Hoy en día ese arsenal de datos disponible crece exponencialmente, siendo las grandes Ligas americanas el principal generador de estadísticos. En el Mundial de Fútbol de Qatar han proliferado los rankings ELO que estimaban qué selecciones eran candidatas al título en base a acontecimientos del pasado, con una capacidad de acierto cuanto menos discutible porque el deporte, al igual que la economía no es una ciencia exacta. Y entonces es cuando llega el momento de plantearse si disponer de tal cantidad de datos también puede tener efectos negativos. Y es que, si las estadísticas son un factor predominante y distintivo del sector del deporte, también lo son los sentimientos que las empresas (es decir, los equipos) son capaces de despertar en su público objetivo. Y los sentimientos no se miden con cifras… A nivel empresarial siempre se habla de la

importancia que tiene la cultura de la empresa, su misión, su visión y sus valores, la imagen que quiere proyectar. Todo ello conforma la estrategia empresarial. Cuando la alta dirección define estos elementos no está pensando en estadísticas para medir la consecución de objetivos. La fortaleza económica será el resultado de implantar una buena estrategia en base a la IDENTIDAD de la empresa. Y esta dirección que toman todas las empresas en la actualidad, es justamente de la que parecen alejarse muchas entidades deportivas. Una pérdida progresiva de IDENTIDAD, de cultura, de valores con los que la sociedad del entorno en el que se desarrollan se identifique. Porque ese debería ser el primer gran objetivo de un club deportivo profesional. Y para ilustrarlo pongo un ejemplo de algo a lo que ya nos estamos acostumbrando a observar. Pongámonos en situación. Un equipo cuya cultura siempre ha sido la formación de jugadores, la cantera, el referente de los niños de la ciudad porque veían que el día de mañana podían vestir los colores de su club al igual que muchos lo habían logrado anteriormente. Pues ese mismo equipo decide cambiar a un jugador de la primera plantilla siendo canterano, por otro jugador extranjero porque según las estadísticas, su rating defensivo es mejor que el del canterano. Mejoramos la capacidad defensiva del equipo, pero ¿qué nos estamos dejando por el camino? La pérdida de la IDENTIDAD. Quizá los niños de esa ciudad ya no sientan la misma ilusión o la misma pasión por ese deporte porque ven que los número lo dominan todo y que si ellos no dan con los números adecuados no vestirán la camiseta de su club. Quizá esos niños incluso dejen de acudir al estadio o la cancha porque ya no se identifican con el equipo y a esos niños las estadísticas les dan exactamente igual. Otro aspecto que en deporte se incumple es alcanzar la anhelada estabilidad de la plantilla laboral. Toda empresa de éxito que se precie cuenta con una plantilla que ha variado poco o lo menos posible a lo largo de su historia. Los beneficios de esto son evidentes: conocen mejor los procesos, eliminamos costes de aprendizaje, conocimiento de sus compañeros y sus superiores y conocimiento de la IDENTIDAD de la empresa. Y conociendo esos valores será más fácil que los transmitan y los apliquen a su forma de trabajar logrando mejores resultados para la empresa. Sin embargo, en deporte también nos hemos acostumbrado a que de una temporada a otra entre el 70 y el 90% de la plantilla dependiendo del deporte, sea diferente, a ver un desfile interminable de entrenadores y jugadores incluso dentro de la misma temporada y curiosamente sin que ello suponga costes de aprendizaje porque directamente no hay tiempo para aprender sobre la IDENTIDAD del club. Sólo hay tiempo para mirar las estadísticas y ganar partidos. Y algunos piensan que eso lo es todo y considero que como mínimo se debería plantear el debate y establecer proyectos a medio-largo plazo. Y sigo exponiendo problemas que se detectan con respecto a la organización del marco laboral de los clubes. El incumplimiento de la cadena de mando. Existen muchas teorías desarrolladas que afirman que el éxito de una empresa depende de que exista una clara cadena de mando, que las órdenes se transmitan a través de un canal sin fisuras y que cada empleado sepa quién supervisa su trabajo y vea a ese mando como una autoridad. Pero en deporte las personas que mandan (entrenadores y directores deportivos) son los que menos estabilidad presentan, son además el eslabón más débil, los primeros en caer cuando los resultados no son los esperados, algo que juega en contra de los intereses de toda la entidad puesto que los trabajadores subordinados (es decir, los jugadores) son sabedores de esa debilidad. Digamos que un club deportivo no se caracteriza por tener una estructura sólida. Y la pregunta que nos debemos plantear es, si esos eslabones situados en la parte más alta de la cadena de mando caen con tanta facilidad ¿quién transmite la IDENTIDAD de la empresa a los jugadores? Hasta ahora he planteado prácticas a nivel de primera plantilla que ponen en peligro la IDENTIDAD de los clubes. Pero nos falta entrar a debatir cómo se está

trabajando la cantera, ese gran departamento dentro de las instituciones deportivas al que todo el mundo da mucha importancia pero al mismo tiempo y paradójicamente poco análisis y dedicación. Lo primero que cabe preguntarse es ¿cuál es el objetivo de destinar recursos a la formación de cantera? A priori y sin tener mucha idea uno contestaría sin titubear que el objetivo es formar jugadores para que un % más o menos elevado en función de varios factores lleguen a profesionales y se obtenga de ellos un rendimiento económico y lo que es más importante, una seña de IDENTIDAD. Pero la realidad es que hasta en las canteras hay prisa por ganar títulos pasando a ser el principal objetivo de los grandes clubes. Un objetivo quizá no verbalizado o reconocido, pero estamos asumiendo como algo normal ver equipos cadetes llenos de jugadores extranjeros que destacan por el físico sin plantearse en la proyección profesional, porque en ese aquí y ahora te dan el campeonato de España. Y nos debemos preguntar ¿están esas políticas alineadas con la misión y sobre todo visión de los clubes? Como ya habrá intuido el lector me preocupa la pérdida de IDENTIDAD, a todos los niveles de la sociedad, pero en el deporte en particular. Cuando surgió el fenómeno Moneyball muchos aplaudimos porque por fin se concretizaba la toma de decisiones a nivel deportivo en base a los datos, por fin se ponía en uso esa privilegiada disponibilidad de estadísticas que el deporte brindaba, y realmente suponía una innovación. Pero me preocupa que lo hayamos llevado al extremo y estemos perdiendo la esencia del deporte, ese punto de irracionalidad que hace que de repente ocurran fenómenos sociales en torno a un equipo o un deportista que traspasa los límites de los datos y la economía. Eso que se llama IDENTIDAD. Marta Brosed Lázaro. Universidad Isabel I

Link to Original article: https://www.seed-deporte.es/noticias/el-deporte-datos-y-que-mas?elem=295539