

Título: El Big Data como motor de cambio en las estrategias de marketing del fútbol.

Resumen: Este trabajo analiza cómo el uso del Big Data está transformando las estrategias de marketing en la industria del fútbol. La investigación se centra en cómo los clubes, patrocinadores y ligas utilizan los datos para conocer mejor a los aficionados, personalizar contenidos y optimizar la toma de decisiones comerciales. Se estudiará el papel de la analítica predictiva, las plataformas digitales y el uso de redes sociales para aumentar el compromiso del público. Además, se examinarán casos prácticos de equipos que han adoptado estrategias basadas en datos. El trabajo también abordará los desafíos éticos y de privacidad asociados al uso masivo de información. Finalmente, se reflexionará sobre cómo el Big Data redefine el futuro del marketing deportivo y la relación entre los clubes y sus seguidores.

Bibliografía:

- Maldonado, S. & Vairetti, C. (2024). *Analytics y Big Data. Ciencia de los Datos aplicada al mundo de los negocios*. RIL Editores. [Casa del libro](#)
- Lado, N. & Peña, D. (Eds.). (2022). *Marketing digital y Big Data*. Funcas. [Funcas](#)
- Rodríguez Álvarez, A. (2020, 10 Diciembre). “Concepto y aplicación del Big Data al deporte”. Gestión Sport UPV. [gestionssportupv.es](#)
- “El impacto de las nuevas tecnologías en el deporte: Big Data y análisis de datos para la mejora del rendimiento deportivo”. (2024, 12 Julio). The Impact Lawyers. [theimpactlawyers.com](#)
- “El Big Data irrumpe en el deporte para mejorar las decisiones estratégicas”. (2017). Confilegal. [Confilegal](#)
- “Big Data en el deporte: aplicaciones y tendencias”. EAE Madrid (blog). [EAEMadrid](#)
- “Big Data: la prioridad de la industria del deporte para conocer mejor al cliente”. (2025) Interempresas Media. [Interempresas](#).
- Perrino-Peña, M. & Valcarce-Torrente, M. (2024). “Use of digital marketing in Spanish sports federations”. *Cultura, Ciencia y Deporte*, 19(60), 2151. Dialnet
- “El impacto de las nuevas tecnologías en el deporte: Big Data y análisis de datos para la mejora del rendimiento deportivo”. (2024, 12 julio). *The Impact Lawyers*. [theimpactlawyers.com](#)
- “El ocio digital deportivo moverá cerca de 500 millones de euros en España en 2024”. (2024, 31 enero). *2Playbook*. 2Playbook
- “Marketing deportivo: claves y perspectivas globales desde una revisión sistemática”. (2025). *Revista InveCom*, 6(1), 1-12. [revistainvecom.org](#)
- “Comunicación y marketing deportivo en el contexto digital”. *IROCAMM – International Review of Communication & Marketing Mix*, Vol. 8 Núm. 2, 2025. [revistascientificas.us.es](#)
- Next IBS. “¿Qué es el Big Data Deportivo?” (febrero 2024). [nextibs.com](#)
- Nacsport Blog. “Big Data en el fútbol sin recursos: ¿cómo aplicarlo?” [Nac Sport](#)
- LaLiga Business School. (s. f.). *Big Data en el fútbol: Cómo transforma el juego*. <https://business-school.laliga.com/noticias/big-data-en-el-futbol-como-transforma-el-juego-s>
- Johan Cruyff Institute. (s. f.). *Big Data en la gestión de fichajes y análisis del rendimiento*. https://johancruyffinstitute.com/es/blog-es/administracion-del-futbol/big-data-en-la-gestion-de-fichajes-y-analisis-del-rendimiento/?srsltid=AfmBOootDgmHECH-YcWnGIIH8RJCCUXnTqUj9mLZLg1_-EKcp156tX4S
- SportsDataCampus. (s. f.). *Top 8 herramientas de Big Data para el fútbol*. <https://sportsdatacampus.com/top-8-herramientas-de-big-data-para-el-futbol/>

- Inesdi Digital Business School. (s. f.). *Big Data aplicado a los deportes*.
<https://www.inesdi.com/blog/big-data-aplicado-a-los-deportes/>
- Soccer Interaction. (s. f.). *Big Data en el fútbol: Cómo ha cambiado el entrenar*.
<https://soccerinteraction.com/es/big-data-futbol-cambiado-entrenar>
- Universidad Alfonso X el Sabio (UAX). (s. f.). *Impacto del Big Data en el fútbol*.
<https://www.uax.com/blog/deporte/impacto-big-data-en-el-futbol>

Posibles preguntas de investigación:

- ¿De qué manera los clubes de fútbol utilizan el Big Data para conocer mejor a sus aficionados?
- ¿Qué papel juega el análisis de datos en la personalización de experiencias y campañas de marketing?
- ¿Cómo influye el Big Data en la fidelización de fans nacionales e internacionales?
- ¿Existen diferencias entre los grandes clubes europeos y los más pequeños en el uso del Big Data?

Estructura posible del TFG:

1. Introducción
 - Contextualización del marketing en el fútbol.
 - El auge del Big Data en el deporte.
 - Justificación del tema y objetivos del trabajo.
2. Marco teórico
 - Concepto de Big Data aplicado al deporte.
 - Estrategias de marketing en el fútbol (antes y después del uso de datos).
 - Revisión de estudios previos.
3. Metodología
 - Estudio de caso (ej. Manchester City, Real Madrid, Barcelona, o incluso LaLiga).
 - Análisis comparativo de clubes que usan intensivamente el Big Data vs. clubes tradicionales.
 - Fuentes: artículos académicos, entrevistas, informes de la industria (PwC, Deloitte Football Money League, etc.).
4. Análisis y discusión
 - Cómo se recogen los datos (entradas, apps, redes sociales, wearables).
 - Ejemplos concretos de campañas basadas en datos.
 - Beneficios y retos (privacidad, costes, dependencia tecnológica).
5. Conclusiones y recomendaciones
 - Principales hallazgos.
 - Oportunidades de futuro en el marketing futbolístico gracias al Big Data.
 - Limitaciones del estudio.
6. Bibliografía

