



ESTEFANO ZAMMARELLI - DIRECTOR DE AZSPORTECH

"Tuvimos que reinventarnos y ser masivos"

El pandense de 34 años ideó, junto a dos compañeros de clase, la herramienta de análisis de fútbol por video para una tesis de grado. La idea decantó en proyecto y luego en empresa.

FOTO



Vota por esta noticia:
★★★★ 0 votos

Me gusta 47

TEMAS

Nacional - Peñarol - AZSportech - Krikor Attarian - Estefano Zammarelli - Selección uruguaya de básquetbol - VideoStats - VideoTag - ClubManager

25 may 2017 Antonio Larronda |

El licenciado en Sistemas por la Universidad ORT y entrenador de fútbol destaca que el éxito de la compañía le debe mucho al «Maestro» Óscar Tabárez, quien no solo fue su primer cliente sino que detectó más potencial en el producto del previsto. Hoy, además de con la Selección Uruguaya, trabajan con la gran mayoría de los clubes profesionales locales, varios del exterior, la Selección sub-20 de Argentina y la Conmebol. Reconoce que la competencia creció, por lo que se tendrá que «abrir la cancha» a otros productos y deportes. Está soltero, le gusta la música (es percusionista) y el tenis.

Cómo surgió la idea de unir deporte y tecnología?

Fue en la universidad, al momento de encarar la tesis final. Teníamos varias ideas con mi socio y otro compañero con quien hicimos el proyecto en ese momento. No queríamos hacer algo que quedara encajonado o que se limitara al ámbito académico sino que, tras invertir casi un año de tiempo en eso, pudiéramos posteriormente hacer algo con ello. Entonces, un amigo de uno de los compañeros que trabajaba en divisionales juveniles de un equipo, nos comentó algo de este tema y comenzamos a buscar qué había en el mundo sobre análisis de partidos de fútbol con tecnología. Vimos algunas ideas, comenzamos a refutarlas con personas allegadas al fútbol y definimos el proyecto: un software que analice el fútbol con video y estadísticas.

Ahora es común que se utilice, ¿cómo era en ese momento?

Sí, hoy a nivel de fútbol profesional es imprescindible, pero hace 10 años en Uruguay y la región prácticamente no existía. Por eso nos costó llegar con el proyecto a algunos entrenadores; era algo que nunca habían visto. Fueron pocos los que lo aceptaron. De hecho, el primero fue el Maestro (Tabárez) que por haber trabajado en Europa ya conocía algo y sabía qué podía hacer con eso y qué aplicación le podría dar en el día a día. Al inicio nos enfocamos en Uruguay (selección y algunos clubes) y con el tiempo comenzamos a hacer contactos afuera y nos dimos cuenta que en el exterior, en la gran mayoría de los clubes, no se utilizaba o se manejaba en forma muy básica: miraban el partido en crudo en VHS y DVD y para analizar alguna jugada la pasaban para adelante y para atrás.

¿Qué papel jugó Tabárez en la empresa?

Fue clave, porque vio mucho más el potencial del producto que le estábamos presentando que nosotros mismos. Si bien teníamos conocimiento a nivel académico, no poseíamos experiencia en el fútbol y no sabíamos hasta dónde le daba una ventaja competitiva al entrenador o en qué cosas se aplicaría en el día a día. El lo tenía muy claro e incluso nos sugirió temas para mejorar. Tuvimos el golpe de suerte de dar con la persona correcta en el momento correcto. Comenzamos y no paramos, incluso con otras divisionales de la Selección.

¿Cómo ha evolucionado el producto en el tiempo?

Comenzamos la empresa con un modelo de negocio orientado a servicios, donde le brindamos todo al entrenador; el video del partido con todo el análisis, estadísticas, etcétera. La herramienta es VideoStats; hace un análisis para que el entrenador o quien corresponda pueda transmitir los conceptos en forma rápida y clara, tanto a los rivales como al propio equipo. A nivel interno puede evaluar jugador por jugador, por ejemplo, cuántos pases hizo, cuántos fueron buenos, cuántos malos, en qué sector de la cancha, con qué jugador se asoció más y lo puede ampliar al equipo al analizar dónde está perdiendo más la pelota, por dónde le están atacando más, entre múltiples variables. Y todo eso se puede ver en video con dibujos y a un clic, lo que potencia mucho la comunicación y agiliza los tiempos a la hora de transmitir conceptos. Pero VideoStats segmentaba el mercado a equipos profesionales una realidad que no corresponde a la mayoría de los clubes, no solo en Uruguay sino en América Latina. Entonces, hace unos años comenzamos a orientar la empresa hacia productos de menor costo y lanzamos VideoTag para equipos o divisionales con menos recursos o incluso el sector *amateur*, como la Liga Universitaria.

¿De qué se trata?

Es la *vedette* de la empresa y a la que estamos apostando fuerte, porque apuntamos a llegar a más usuarios por un bajo costo. Es una plataforma en la «nube» que se vende 100% a través de la web mediante una suscripción anual o mensual que va de los US\$ 10 a US\$ 33 (al mes). Es *online*, se puede utilizar desde cualquier dispositivo donde están disponibles todas las herramientas. Además, está pensada para atender a la nueva generación, por ejemplo, permite compartir información mediante WhatsApp a un jugador (funcionalidad que está aplicando hoy la Selección sub-20 en el Mundial de Corea). Tiene las mismas utilidades que el análisis de video que hacemos nosotros. En este caso cualquier persona con una «camarita» o con una *tablet* puede filmar y al conectarlo a la herramienta, seleccionar en tiempo real las variables que ofrecemos para hacer un resumen en el entretiempo de las principales acciones o los errores. Puede sacar un resumen estadístico de, por ejemplo, cuántos centros, cuántas pelotas perdidas y hasta hacer un compacto de video con esas acciones.

El año pasado también lanzaron ClubManager, ¿cómo se ha comportado ese producto?

Es un sistema para gestión deportiva de los clubes y ya lo están utilizando 15 equipos. En Uruguay, por ejemplo, lo usan Nacional, Peñarol, Defensor Sporting, Juventud de Las Piedras, pero también salimos al exterior con River Plate de Argentina, Club Sport Cartaginés en Costa Rica y alguno en México. Apunta a centralizar las áreas deportivas del club, tanto las estadísticas de rendimiento de los jugadores, la parte médica (lesiones, evolución, informes psicológicos, nutricionales) y gestión de contratos.

¿Cómo se compone su cartera de clientes?

Por una cuestión de tiempo, el producto más importante aún es VideoStats, que representa más de un 50% de los ingresos, pero el resto de los productos han evolucionado y están creciendo más, sobre todo VideoTag, que llega a una porción de mercado mayor. Tras un estancamiento hace unos tres años, la facturación crece de la mano de los productos.

¿Quiénes son sus principales clientes?

Si sumamos River Plate (Argentina), Independiente Santa Fe (Colombia), Atlético Nacional (Colombia), Selección Uruguaya y Nacional y Peñarol, representan un 20% de la facturación de la empresa. En total, trabajamos con unos 70 clubes. Entre los entrenadores que confían en nosotros están, además de Tabárez, Gerardo Pelusso, Reinaldo Rueda, Guillermo Almada, Guillermo Sanguinetti, Eduardo Acevedo, Gustavo Costas, Mauricio Larriera.

¿Los contratan principalmente los entrenadores o los clubes?

La mayoría de los casos es a partir de entrenadores. Ellos solicitan el servicio y el club nos contrata, en casos muy puntuales se hace cargo el entrenador. Y cuando el entrenador deja el club, muchas veces nos lleva con él al nuevo equipo. Esta es nuestra principal forma de crecimiento. Además, si el club donde estaba el DT considera que nuestro aporte es bueno, nos mantiene para el técnico que llega. También lo comenzaron a pedir los jugadores. Por ejemplo, en el Mundial de Sudáfrica, Diego Forlán y Diego Lugano fueron de los primeros en pedirlo. Forlán lo solicitó para ver cómo se paraban las defensas y cómo se movían los arqueros, si eran de salir, dónde se paraban en un tiro libre, si eran buenos por arriba y eso lo ayudaba a tomar decisiones. Al día de hoy, en la selección nos piden los videos: (Luis) Suárez, (Diego) Godín y (Álvaro) «Tata» González lo piden siempre. Hoy más o menos ya sabemos qué necesita cada uno y se lo vamos preparando.

La competencia ha crecido en los últimos años, ¿cómo se mantienen vigentes?

Estamos en un momento en que los clubes están casi obligados a utilizar tecnología, porque es algo que se hizo muy común. Eso generó que aumentara la competencia y nos obligó a reinventarnos y sacar productos más masivos. También estamos cambiando nuestra forma de comercializar, por ejemplo, apuntamos a escuelas de entrenadores. Como resultado, hace poco más de un año hicimos un acuerdo de trabajo con la Asociación de Técnicos del Fútbol Argentino, que brinda el curso oficial de entrenador en ese país en sus más de 50 escuelas y a través de su plataforma educativa, que llega a miles de personas en el mundo. Precisamente, en esa plataforma tenemos nuestras herramientas embebidas y todos los alumnos estudian con ella. Gracias a ese acuerdo, este año firmamos para proveer del servicio de VideoStats a la Selección sub-20 de Argentina, que está jugando el Mundial ahora.

También tienen un acuerdo con la Conmebol, ¿qué implica?

Comenzamos a trabajar con ellos en 2015, en el Sudamericano sub-20. Es un modelo distinto que armamos de acuerdo a una necesidad que tenían. La Conmebol comenzó a armar un Grupo de Estudios Técnicos que tiene como objetivo estudiar las tendencias de juego, las nuevas variantes y los modelos, para difundir mediante diferentes publicaciones. Es con el producto VideoStats e implica cubrir todos los partidos que se juegan en los torneos, se analiza en detalle todos los equipos y cada jugador.

Además abrieron la cancha a otros deportes...

Sí, es que los productos y servicios son aplicables a otros deportes. En básquetbol lanzamos el año pasado al inicio de la liga y con VideoTag ya tenemos 10 equipos y la Selección Uruguaya para el próximo sudamericano, esta última con el servicio VideoStats. Utilizarán. Es que el básquetbol utiliza más que el fútbol las estadísticas, movimientos, jugadas, etcétera. Para este año vamos a lanzar para rugby, hockey y fútbol.

¿Cuál es el próximo paso de la empresa?

Ahora estamos trabajando para hacer crecer el negocio. Hasta ahora, la empresa ha crecido orgánicamente, pero para este salto necesitamos un inversor, por lo cual estamos focalizados a la búsqueda de los que tengan un perfil en la venta de productos de nivel masivo, tecnológico e innovador.

La ventaja del éxito de los DT uruguayos en el exterior

¿Cuanto representa el exterior en su negocio? Más del 50% de la facturación de la empresa. Salimos hace varios años. El primer cliente fue el Atlético Nacional de Colombia en 2010 con el que seguimos hasta el presente. Contamos con cientos de clientes en productos y servicios, pero al hablar de clubes profesionales son más de 30. Colombia, Ecuador y México son los principales, pero también estamos en Costa Rica, Venezuela, Perú y Argentina.

¿Cómo se hacen conocer?

Funcionamos mucho con el boca a boca apalancados por entrenadores uruguayos que se destacan. Tenemos un punto a favor y es que los entrenadores locales salen mucho al exterior, algo que no pasa con otros países, excepto Argentina. En Sudamérica hay entrenadores uruguayos en varios lugares, y van y salen campeones, como Gerardo Pelusso, que ganó la Sudamericana 2015 con (Independiente) Santa Fe de Colombia o Pablo Repetto, que jugó la final de la Libertadores en 2016 con Independiente del Valle. Es una gran ventaja, porque a la mayoría de ellos, si no los conocemos, es fácil acceder.

OPINIONES

EDITORIAL DE HOY

El "brete" del Fiscal de Corte

La velocidad con que la fiscal Llorente (la misma que tuvo un rol protagónico en el caso Amodio Pérez) se sacó de encima las denuncias por delitos de integrantes del MLN tras el regreso a democracia, dejó mal parado al fiscal Díaz.

Gerardo Sotelo

Mides: atención al cliente



Ricardo Reilly Salaverri

OIT, la sacra (2)



ÚLTIMO MOMENTO

Últimas noticias

Gobierno no participó de reunión con la CIDH sobre crímenes en dictadura Un representante del Observatorio Luz Ibarburu dijo que sentía "vergüenza ajena" de que el Estado no...

16:05

Claudia Fernández habló de cómo lleva la fibromialgia "Lo llevo muy bien con una medicación diaria leve y mucho ejercicio", comentó en *Buen Día Uruguay*...

15:36

El "maradoniano" fue el más votado Tras la selección de diez grandes goles de Lionel...

GALLITO

Automotores

Inmuebles

Trabajo

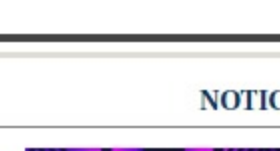
Clasificados



NOTICIAS DE HOY



DERECHOS HUMANOS
Gobierno no participó de reunión con la CIDH sobre crímenes en dictadura



ÍNTIMA
Claudia Fernández habló de cómo lleva la fibromialgia



ENCUESTA
El "maradoniano" fue el más votado



CUMBRE
La foto de las primeras damas en la OTAN



tvshow
TELEDOCE
CAMBIO
¿Qué programa ocupará el lugar de Código País?

ENTERATE
Dolores Moreira rechazó posar desnuda

CRÍTICAS
Zaira Nara publica polémica foto y borra críticas



OVACIÓN
DIARIO DEPORTIVO
MUNDIAL SUB 20 SELECCIÓN

Alemania puede asomar en el horizonte celeste

COPA LIBERTADORES
Iván Villalba denunciado por Palmeiras por una agresión

COPA LIBERTADORES
Nacional terminó como el peor segundo en la tabla general