



Facultad de
**Información y
Comunicación**



**UNIVERSIDAD
DE LA REPÚBLICA
URUGUAY**

**El uso del Big Data en los clubes del fútbol uruguayo
entre 2020 y 2025**

**Trabajo Final de Grado
Licenciatura en Comunicación
Perfil: Periodismo**

Autores:

Franco Abreu 5.641.515-4

Pía Boniatti 5.129.306-0

Ignacio Fernández 5.205.071-2

Juan Lauz 5.418.595-3

Tutor:

Facundo Franco

Agradecimientos

A Facundo Franco, nuestro tutor, por su tiempo, disposición y acompañamiento a lo largo de este proceso.

A todos y cada uno de los profesores de la FIC que se cruzaron en nuestro camino, por los conocimientos, enseñanzas y herramientas que nos brindaron en todos estos años de carrera.

A los entrevistados, por sus valiosos aportes para que este trabajo cobre vida y sentido.

Y especialmente a nuestras familias y amigos, por su apoyo incondicional, no solo en esta, sino en cada etapa de nuestras vidas.

Índice

Agradecimientos.....	2
Presentación de la investigación.....	4
Campo y tema de la investigación.....	4
Justificación de la investigación.....	4
Objetivos.....	5
Hipótesis.....	6
Pregunta central.....	6
Metodología.....	6
Contexto de casos.....	8
El análisis de datos empieza a cambiar la gestión del fútbol.....	11
Albion F.C.: competir con información.....	12
Montevideo City Torque: un modelo pensado desde la gestión.....	15
Peñarol: innovación dentro de una estructura tradicional.....	21
Nacional: integración del dato dentro de la estructura.....	27
De cara al futuro.....	31
Reflexiones individuales.....	33
Franco Abreu.....	33
Pía Boniatti.....	35
Ignacio Fernández.....	37
Juan Lauz.....	39

Presentación de la investigación

Campo y tema de la investigación

La presente investigación propone un abordaje periodístico de la gestión del fútbol profesional, con foco en el impacto de las tecnologías de análisis en el deporte.

El tema central es el uso de Big Data en los clubes profesionales del fútbol uruguayo, tomando como referencia el período entre 2020 y 2025. El término *Big Data* hace referencia al procesamiento y análisis de grandes volúmenes de datos que no pueden ser tratados eficazmente mediante herramientas tradicionales. Su funcionamiento se basa en una serie de tecnologías que permiten captar, almacenar, procesar y analizar datos provenientes de diversas fuentes. Entre ellas se incluyen sensores físicos, redes sociales, dispositivos móviles, cámaras, GPS y plataformas digitales.

El objetivo es analizar cómo estas herramientas comenzaron a aparecer en los clubes, qué rol cumplen hoy y cómo logran influir en las tomas de decisiones deportivas, estratégicas y económicas de las instituciones. Si observamos el lustro 2015-2020, anterior al que tomamos como referencia para este estudio, la distribución y actualización de las tecnologías dentro de las instituciones deportivas era de un nivel considerablemente menor dentro del fútbol de nuestro país.

Particularmente, este reportaje busca comprender de qué forma los clubes usan los datos para factores como el *scouting* de jugadores, el análisis del rendimiento y la planificación deportiva. A su vez, se busca explorar si el modelo de gestión de los clubes, ya sea como asociaciones civiles o como sociedades anónimas deportivas, influye en el grado de incorporación y utilización de estas herramientas.

A partir de entrevistas realizadas a los distintos actores y de análisis de algunos casos, el trabajo reconstruye el proceso de incorporación de Big Data en el fútbol uruguayo, así como sus impactos en la disciplina y en las instituciones deportivas. Asimismo, analiza el lugar que han obtenido las plataformas de Big Data en el fútbol uruguayo en un contexto en el que los clubes apuntan a profesionalizar cada vez más su infraestructura e intentan adaptarse a nuevas formas de gestión.

Justificación de la investigación

Consideramos pertinente la elección del tema, ya que resulta relevante para la época. Esta investigación nos permite abordar analíticamente uno de los procesos de transformación más recientes en el fútbol uruguayo en cuanto a la incorporación de herramientas tecnológicas y nuevas formas de ver y tratar este deporte.

El análisis de datos es un instrumento que ya se encuentra consolidado en ligas *top* de Europa y Sudamérica —Argentina y Brasil— y que desde hace ya varios años se ha radicado su uso en Uruguay, en una etapa provisionalmente experimental y de crecimiento. Resulta de nuestro interés estudiar de qué forma los clubes integran estas herramientas y qué efectos tienen estas en cuanto a la toma de decisiones de planificación deportiva dentro de las instituciones, la creación de nuevas áreas y/o profesionalización de las mismas, y la gestión directiva y económica de los clubes. Considerando, a su vez, que esta situación acontece en varias ocasiones en un contexto que está marcado por limitaciones económicas e infraestructurales, o por organizaciones institucionales más tradicionales.

El fútbol en Uruguay cumple un rol fundamental en el ámbito social y cultural. Trasciende lo meramente deportivo, generando un sentimiento de identidad y de pertenencia y crea dinámicas culturales que están presentes en la cotidianidad de la mayoría de la población del país.

A su vez, en el ámbito profesional, esta disciplina adquiere una dimensión económica cada vez más relevante. Los clubes ya no solo buscan resultados en lo deportivo, sino también potenciar la venta de futbolistas y la inversión en tecnologías e infraestructura que les permiten ser más competitivos y mejorar sus formas de gestión. En algunos casos, el aspecto económico pasa a ocupar un lugar central dentro de la planificación institucional.

A nivel periodístico, la temática resulta relevante dado que es un fenómeno que aún no ha sido explorado con profundidad en el fútbol uruguayo, particularmente tomando en cuenta las diferencias que puedan darse entre los distintos modelos de gestión de los clubes. En este sentido, la investigación busca ayudar a comprender de qué manera el Big Data y las nuevas tecnologías están teniendo influencia dentro del fútbol uruguayo y qué desafíos plantean estos para el futuro.

Objetivos

Objetivo general:

Conocer la influencia del Big Data en la toma de decisiones de los equipos del fútbol uruguayo entre 2020 y 2025.

Objetivos específicos:

- Investigar qué clubes utilizan Big Data en el armado de los planteles profesionales de primera división y de qué modo obtienen y procesan los datos.
- Comparar el uso del Big Data en clubes profesionales de primera división del fútbol uruguayo según su forma de gestión institucional, distinguiendo entre sociedades anónimas deportivas y asociaciones civiles.

- Analizar si los clubes que han incorporado el uso de Big Data han experimentado una mejora en su rendimiento deportivo y económico.

Hipótesis

- El uso del Big Data, acompañado de una estructura organizativa adecuada, contribuye a mejorar el rendimiento deportivo de los equipos profesionales de fútbol.
- El uso del Big Data permite a los clubes un mayor rédito económico, especialmente a través de la compraventa de futbolistas incorporados mediante esta metodología.
- Los clubes que adoptan la figura de sociedad anónima deportiva (SAD) utilizan Big Data con mayor frecuencia y profundidad que aquellos que se gestionan como asociaciones civiles.

Pregunta central

¿Cómo incide el uso Big Data en la cotidianidad de los equipos del fútbol uruguayo al momento de la toma de decisiones deportivas, estratégicas y económicas y qué transformaciones ha generado en la gestión del rendimiento y la competitividad en esta divisional?

Metodología

El enfoque metodológico de esta investigación es de tipo cualitativo, con el objetivo de comprender en profundidad cómo se utiliza el Big Data en los clubes del fútbol uruguayo y qué impacto tiene en la toma de decisiones deportivas, organizativas y económicas.

Para ello, se emplearon entrevistas semiestructuradas como instrumento principal de recolección de datos. Este tipo de entrevistas permite partir de un guión base con temas preestablecidos, pero ofrece al entrevistador la flexibilidad de adaptar las preguntas en función del perfil del entrevistado y del desarrollo de la conversación, favoreciendo así la obtención de información rica, contextual y experiencial.

Los actores entrevistados fueron seleccionados por su vinculación directa con el ecosistema del fútbol uruguayo y su participación en procesos relacionados con el análisis, la planificación y la gestión. Las mismas incluyeron:

- Analistas de datos: Guzmán Montgomery - Albion Football Club (2024 - Actualidad) y Club Atlético River Plate (2023 - 2024); Mauro Di Donna (2024 - 2025), Lautaro Villares (2024) y Darío Ramos (2023/2025) - Liverpool Fútbol Club; Estefano Zammarelli - Club Nacional de Football (2020 - Actualidad); Augusto Rammauro - Club Atlético Peñarol (2021 - 2022).

- Entrenadores y miembros del cuerpo técnico: Alejandro Capuccio - Entrenador en Montevideo Wanderers Fútbol Club (2023-2024), Club Nacional de Football (2021), Plaza Colonia (2022) y Club Atlético Rentistas (2018-2021); Federico Blanco - Preparador Físico en Boston River (2023), Danubio Fútbol Club (2024-2025) y Wanderers Fútbol Club (2025)
- Dirigentes y autoridades institucionales: Flavio Perchman - Vicepresidente del Club Nacional de Football (2024 - Actualidad); Gastón Píriz - Scout Secretaría Técnica del Club Atlético Peñarol (2024 - Actualidad)
- Directores deportivos: Diego Dorta - Albion Football Club (2022 - 2023); Andreu Freixes - Montevideo City Torque (2025)
- Futbolistas profesionales: Lucas Agazzi - Defensor Sporting Club (2023 - Actualidad)

El criterio de selección de los entrevistados contempla dos aspectos fundamentales: su pertenencia actual o reciente a clubes del fútbol uruguayo, y la diversidad de roles, con el fin de obtener una visión integral que contemple perspectivas técnicas, deportivas e institucionales.

Contexto de casos

Albion Football Club

Fundado en 1891, Albion Football Club es la institución pionera del país. Tras algunos años de competencia, en 1905 pierde terreno y no vuelve a competir de forma profesional hasta 2018, cuando logra su retorno a la Segunda División Profesional del fútbol uruguayo. En 2021 se consagra por primera vez campeón del ascenso y logra acceder a la Primera División para disputar el campeonato en 2022, cuando no logra mantener la categoría y en 2023 vuelve a bajar a la Divisional B. Tras una estabilidad en Segunda División, se consagra nuevamente campeón de esta divisional para volver a jugar en la Liga AUF Uruguay de cara a la temporada 2026.

Desarrollando el aspecto institucional, desde 2013 empieza un proyecto para transformar al club en una sociedad anónima deportiva (SAD), objetivo que se consigue entre 2016 y 2017. A fines de 2025, Albion confirma una alianza con Spurs Sports & Entertainment, dueños de los San Antonio Spurs de la NBA y San Antonio FC de la United Soccer League.

Montevideo City Torque

El Montevideo City Torque es una anomalía dentro del fútbol uruguayo y representa un modelo de gestión por fuera del personalismo, en una evolución ascendente desde la adquisición por parte del City Football Group. Fundado el 26 de diciembre de 2007, aún como asociación civil y bajo el nombre de Club Atlético Torque, logró excelentes resultados deportivos en sus primeros años de vida (tras su registro en torneos AUF en la temporada 2007/2008). En su cuarto año, logra el ascenso a Segunda División con el título de campeón incluido.

Luego de una gran primera temporada como equipo profesional, alcanzando la final del Play-Off de ascenso y estando muy cerca de convertirse en el primer equipo en ascender a Primera División con solo una temporada en la Divisional B, el equipo continuó con campañas irregulares hasta la temporada 2016/2017, cuando conseguiría el ascenso y título de la categoría bajo la dirección de Paulo Pezzolano.

Sin embargo, el hito más importante en aquella temporada fue sin dudas la adquisición del club por parte del City Football Group (CFG), el 6 de abril de 2017. De esta forma, Torque se convertiría en el noveno club perteneciente al holding. En enero de 2020, hace oficial su *rebranding*, con el club pasando a denominarse Montevideo City Torque. En esa misma campaña consigue su primera clasificación a torneos internacionales: la Copa Sudamericana 2021.

Un sorprendente descenso en 2023, tras haber disputado la fase previa de la Copa Libertadores en 2022, obligó al club a consolidar su modelo dentro de la Divisional B. Con un breve pasaje por el ascenso profesional logra volver a la primera categoría para la campaña 2025. Para la temporada 2026, el club consiguió la clasificación a la primera fase de la Copa Sudamericana, disputando su tercera competencia internacional en su historia

Club Atlético Peñarol

El Club Atlético Peñarol nace en septiembre de 1891 en ese momento bajo el nombre de Central Uruguay Railway Cricket Club (CURCC). En el 1900 se hace acreedor del título de campeón del primer Campeonato Uruguayo de Fútbol. Más adelante, en 1960, logra consagrarse campeón de la primera edición de la Copa Libertadores de América consiguiendo este título en cuatro ocasiones más, en 1961, 1966, 1982 y 1987.

Este representa uno de los ejemplos más claros del modelo tradicional de gestión de un club como asociación civil dentro del fútbol uruguayo. En este tipo de esquema institucional, el club pertenece a sus socios y sus autoridades se definen mediante elecciones periódicas, por ende, la gestión está atravesada por una dinámica interna en la que participan dirigentes, agrupaciones y diferentes comisiones de trabajo. Esta estructura incide directamente en la manera en que se toman las decisiones dentro del club, las cuales en muchos casos no dependen únicamente de criterios técnicos sino también de acuerdos políticos y espacios de deliberación donde conviven distintas visiones.

Club Nacional de Football

El Club Nacional de Football fue fundado el 14 de mayo de 1899 en Montevideo. En ese entonces fue clave para el desarrollo del fútbol uruguayo y se posicionó como uno de los equipos más competitivos del ámbito local.

A lo largo de los años, Nacional se ha mantenido constantemente participando de la primera división donde se ha consagrado 50 veces como campeón. En el plano internacional, conquistó la Copa Libertadores en tres ocasiones (1970, 1980 y 1988), logrando a su vez obtener la Copa Intercontinental en cada uno de esos años.

Respecto a lo institucional, Nacional está gestionado bajo el modelo de asociación civil, por lo tanto, al igual que Peñarol, el club corresponde a sus socios y sus autoridades son elegidas por medio de elecciones llevadas a cabo de forma regular. Este modelo, sin dudas, lleva a la participación de dirigentes y distintas agrupaciones al momento de la toma de decisiones dentro del club, lo que genera una fuerte actividad política dentro del mismo.

En el último tiempo, se han ido incorporando estructuras más técnicas tanto en el ámbito deportivo como en el administrativo, apostando a mejorar la infraestructura y al desarrollo de los juveniles, para así seguir profesionalizando las distintas áreas del club, en busca de adaptarse a un fútbol cada vez más competitivo y exigente.

El análisis de datos empieza a cambiar la gestión del fútbol

El uso del Big Data ocupa un lugar cada vez más importante en el fútbol uruguayo y transforma la organización y la planificación deportiva, en un contexto marcado por distintos modelos de gestión de los clubes.

El análisis de datos se ha convertido en un nuevo actor en el deporte. No juega con el balón, pero es clave para tomar las decisiones más importantes dentro de un club. Si bien desde hace décadas ha ido avanzando a nivel mundial, en Uruguay aún permanece como una herramienta innovadora que no ha logrado consolidarse dentro de todos los clubes —y que aún se mira con cierto recelo—, con un permanente y silencioso debate entre modelos y formas distintas de presidir.

Con la apertura del fútbol contemporáneo, el concepto de *Big Data* y el análisis de datos se han difundido en el último tiempo. Con la profesionalización del *scouting* y la creación de nuevos puestos de trabajo en el fútbol y ponderación de los mismos, los datos, que dejaron de ser algo exclusivo del fútbol de primer nivel, se han transformado y trasladado a plataformas digitales y a su uso sistemático. Pasaron de ser herramientas complementarias —aún conservando su valor secundario detrás del aspecto cualitativo— a convertirse en factores centrales de la toma de decisiones deportivas.

En Uruguay, esta transformación coincidió con el arribo y consolidación de las sociedades anónimas deportivas (SAD). Es un modelo de gestión que ha introducido un formato más distribuido, que dejó de lado el presidencialismo que persistía frente a la creación de secretarías y equipos dedicados al análisis tanto cualitativo como cuantitativo para tomar decisiones. Instituciones como Montevideo City Torque o Albion Football Club —como principales exponentes— comenzaron a estructurarse bajo esquemas que priorizan la planificación y la captación de talento en base a la sistematización.

El scouting y la planificación deportiva en la era de los datos

En los últimos años, el análisis de datos cobró relevancia dentro de los procesos de planificación deportiva de los clubes. La incorporación de herramientas tecnológicas permitió ampliar la información disponible para la toma de decisiones, tanto en la evaluación del rendimiento individual y colectivo como en la identificación de posibles incorporaciones.

El *scouting*, tradicionalmente basado en la observación directa y en la experiencia de entrenadores o dirigentes, comenzó a complementarse con el uso de plataformas que sistematizan estadísticas físico-técnicas y patrones de juego. “Hoy los datos forman parte del proceso de contratación de futbolistas junto con el análisis de video y el estudio del rendimiento físico de temporadas anteriores”, explica el preparador físico Federico Blanco. Esta evolución posibilita construir perfiles más detallados de los jugadores y reducir el margen de incertidumbre en las contrataciones.

En el contexto uruguayo, el uso de estas herramientas también ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años. Según la experiencia profesional de Blanco, “cerca del 80 % de los clubes de Primera División ya utilizan tecnología de monitoreo físico”, lo que refleja un proceso de adaptación progresiva a nuevas metodologías de trabajo en la disciplina.

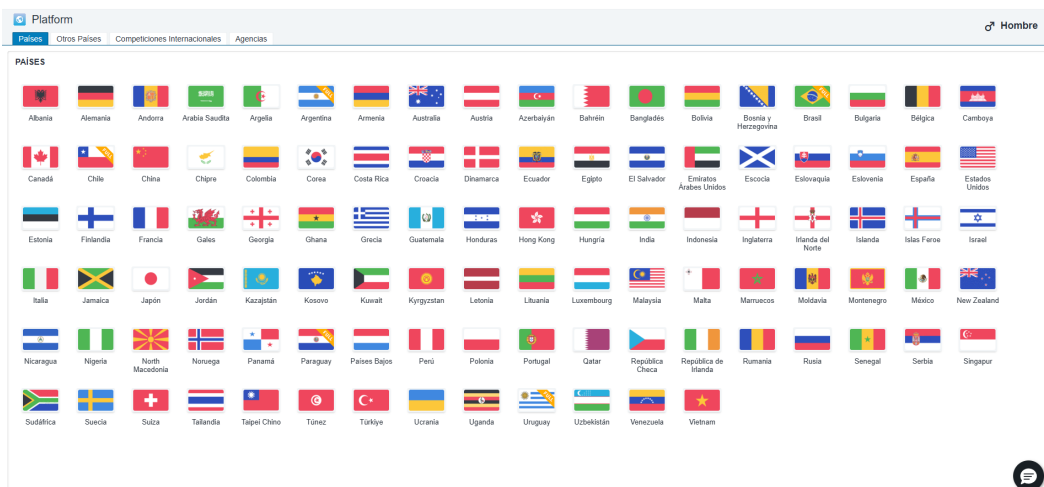
A través de dispositivos GPS, el club monitorea distancia, *sprints* y aceleraciones. “Permiten registrar la distancia total, los metros recorridos por minuto y las acciones explosivas”, señala Blanco. Estas métricas contribuyen a planificar las cargas de entrenamiento y a proyectar el rendimiento físico dentro de la competencia.

A su vez, la tendencia actual apunta a integrar la información física con el análisis técnico-táctico del juego. El preparador físico sostiene que “no se trata solo de medir cuánto corre un jugador, sino de entender en qué contexto del partido se producen esas acciones”. Esta mirada funcional del rendimiento permite interpretar el aporte real de cada futbolista dentro de las dinámicas colectivas.

No obstante, la creciente utilización del *Big Data* no implica la sustitución de los criterios tradicionales del fútbol. “El rendimiento es multifactorial y los datos son una herramienta complementaria, no determinante”, advierte Blanco, y subraya la importancia de factores como la gestión emocional de los planteles, la cohesión grupal y la experiencia del cuerpo técnico. En este marco, la incorporación sistemática de estas tecnologías también ha modificado el rol de los profesionales vinculados al área física y al análisis deportivo: “El uso del *Big Data* fortaleció el trabajo del preparador físico, porque permite respaldar las decisiones con información objetiva”, concluye. De esta manera, el análisis de datos comienza a consolidarse como un insumo cada vez más presente en la planificación deportiva de los clubes, y contribuye a una gestión más profesionalizada y a una comprensión más precisa del rendimiento competitivo.

Albion F.C.: competir con información

En diciembre de 2024 Albion F.C. incorpora el trabajo de análisis de datos. Se da en un formato de consultoría externa, en principio enfocado en mejorar el periodo de pases, teniendo como primer objetivo el *scouting* de jugadores. Para esto se hizo uso de la plataforma Wyscout. Con el tiempo se creó un área específica de análisis de datos dentro del club y hacia julio de 2025 se formalizó el vínculo con la empresa tercerizada. El equipo está integrado por dos personas y cuenta con un plan estratégico con proyección hasta 2028. Guzmán Montgomery, uno de los analistas de la institución, explica que el objetivo es que el club sea uno de los que más preponderancia le dé al análisis de datos.



Inicio de sesión en Wyscout. *Full* representa las ligas contratadas en el servicio.

En la práctica, el modelo combina herramientas externas tales como plataformas de datos y acuerdos para obtener estadísticas, el uso de GPS y la construcción de una base de datos propia. Es relevante considerar que el departamento creó una aplicación de uso interno para así ordenar y facilitar el acceso a los datos. Esto apunta, según Montgomery, a resolver un problema que se da en muchas ocasiones dentro de las instituciones deportivas uruguayas, que, si bien realizan una inversión en este tipo de tecnologías, no terminan por sistematizarse con un óptimo guardado de datos. Por lo tanto, los datos terminan perdiéndose y se desaprovecha información que podría servir a mediano o largo plazo.

Como es previsible, el mayor impacto del análisis de datos se dió en el refuerzo del plantel profesional. La forma de trabajo se basa en la gestión de armado del equipo desde la junta directiva, donde se marcan las posiciones a reforzar y qué perfil de jugador se busca; en base a dicha información, el área de análisis arma informes con distintas opciones, siempre sustentadas con datos y métricas.

Advanced search

Todos los resultados 12 Mis Pines

Establecer filtros...

Competiciones: Primera División

Periodo: 2026

FILTROS ACTUALES

Posición específica

Minutos en campo

Jugador	Equipo	Posición específica	Edad	Partidos jugados	Minutos jugados	Pases/90	Precisión pases, %	Pases hacia adelante/90	Precisión pases hacia adelante, %	Pases hacia atrás/90	Precisión pases hacia atrás, %	Pases laterales/90	Precisión pases laterales, %	Pases largos/90
E. Remedi	Peñarol	LCMF, LDMF, RDMF	'95(30)	9	866	48.85	88.3	15.09	75.33	5.3	92.16	20.27	97.95	5.61
J. Trindade	Peñarol	LB, LCMF, RDMF	'93(32)	9	758	45.59	86.72	16.74	84.4	6.53	94.55	13.77	90.52	3.8
T. Moschón	Albion	RCMF, DMF, RDMF	'00(25)	10	939	54.73	86.51	15.43	69.57	9.2	95.83	21.09	94.09	4.5
S. Rodríguez	Danubio	RCMF, DMF, LDMF	'92(33)	10	932	51.47	84.8	19.7	70.59	6.95	97.22	17.67	93.44	5.7
A. Amado	Boston River	LCMF, DMF	'01(25)	10	805	39.24	83.76	13.08	69.23	5.25	89.36	14.87	95.49	3.35
M. González	Deportivo Maldonado	DMF	'04(21)	10	962	37.98	83.74	12.35	71.97	4.49	89.58	13.57	93.79	3.84
I. Rossi	Danubio	DMF, RDMF	'93(32)	8	687	38.52	83.33	16.77	67.97	6.03	97.83	11.4	95.4	6.42
F. Ginella	Albion	LCMF, LDMF, RDMF	'99(27)	10	916	35.47	83.1	10.91	74.77	4.81	97.96	13.66	87.05	3.24
L. Boggio	Nacional	RCMF, LCMF, RDMF	'99(27)	11	903	35.78	82.17	12.26	77.24	5.18	96.15	10.76	84.26	3.09
M. Rabuñal	Liverpool	LCMF, RDMF, DMF	'94(31)	10	843	35.55	81.98	13.35	71.2	5.02	95.74	12.28	89.57	3.95
S. Barrios	Boston River	RCMF, RDMF, LCMF	'02(24)	10	819	33.19	81.46	11.54	67.62	4.84	93.18	13.63	87.1	4.95
C. Mayada	Danubio	RB, RCMF, LB	'91(35)	10	926	31.3	80.43	11.08	69.3	5.83	85	8.84	88.01	3.11

Exportar en Excel

Escribir aquí para filtrar los resultados de búsqueda

RESULTADOS POR PÁGINA: 30 1 de 29

Montgomery explica que varios de los futbolistas sugeridos bajo este modelo de captación fueron finalmente contratados por el club, y, a posteriori, el buen funcionamiento se reflejó en los resultados, con el ya mencionado ascenso a Primera División, teniendo en cuenta que el club no contó con el máximo presupuesto de la categoría. En este caso, el análisis de datos funcionó de tal forma que redujo el margen de error en las decisiones del plantel profesional.

Otro aspecto a destacar es el lugar que ocupa el área de análisis dentro del club. En Albion, esta área dialoga directamente con el presidente de la sociedad anónima y con el gerente general, con el objetivo de formar una sólida y fluida vinculación con el cuerpo técnico, coordinada desde la gerencia deportiva.

Montgomery señala que hay una diferencia estructural entre los clubes gestionados como asociaciones civiles y los que son SAD. Desde su perspectiva, las SAD tienden a comprender de manera más natural al análisis como una inversión y no como una condición de gasto, lo cual facilita la incorporación de este tipo de herramientas. Sin embargo, no obvia que, en la mayoría de los casos, las SAD tienen mayor posibilidad de inversión más allá del interés por la incorporación de las herramientas. De todas formas, Montgomery también menciona que el principal obstáculo no es únicamente económico: la base cultural de Uruguay genera una falta de conocimiento sobre el uso correcto de los datos, lo que provoca que persista cierta desconfianza.

En síntesis, el modelo de análisis de datos en Albion se desarrolla de la siguiente manera:

- Identificación de las necesidades del plantel.
- Búsqueda y filtrado de jugadores a partir de las bases de datos externas o plataformas tercerizadas.
- Elaboración de informes por parte de los analistas con métricas y datos según cada caso.
- Presentación de informes a la gerencia y área deportiva.
- Toma de decisiones combinando la información proporcionada con los distintos factores deportivos y contextuales.
- Centralización de los datos en base de datos propia del club.
- Proyección de trabajo a mediano y largo plazo.

El caso de Albion evidencia que, incluso en un club de Segunda División, el análisis de datos puede ocupar un lugar central dentro del modelo de gestión. Su impacto no se limita al rendimiento

deportivo, sino también incide en la optimización de recursos y en la toma de decisiones. Esto refleja que el *Big Data* en el fútbol uruguayo ya opera como una herramienta que logra incidir en la estructura institucional y en la dinámica de los clubes. Como tal, el análisis de datos se utiliza como complemento del *scouting* tradicional, ya que aporta información que permite evaluar posibles incorporaciones y contribuye a sistematizar los procesos y a fundamentar las decisiones deportivas sin reemplazar la observación directa.

Asimismo, la experiencia del club revela la importancia del asesoramiento externo en las etapas iniciales de implementación. La colaboración con especialistas permitió introducir nuevas metodologías de trabajo y generar una mayor conciencia institucional sobre el valor estratégico de la información. Este proceso se desarrolla de forma gradual, condicionado por las posibilidades económicas del club y por la necesidad de adaptar las herramientas tecnológicas a su realidad estructural. La incorporación del análisis de datos se vincula con una visión de crecimiento sostenido, en la que la planificación deportiva adquiere un rol central.

En definitiva, Albion representa un ejemplo de cómo el *Big Data* comienza a integrarse en clubes con recursos limitados que buscan modernizar su gestión y mejorar su competitividad.

Montevideo City Torque: un modelo pensado desde la gestión

Andreu Freixes, director deportivo de la institución, menciona que la decisión de ponderar el *Big Data* y los departamentos de análisis no tienen otro objetivo que ser una herramienta para que “nos acerque a ganar” y, fundamentalmente, poder responder las preguntas que se pueden generar a partir de los malos resultados o rendimientos en el análisis propio.

Torque utiliza un sistema de análisis fundamentado en la inversión del City Football Group (CFG), con el acceso a empresas de datos como Opta, que, en caso del análisis de rendimiento propio, proporciona un *score de performance* basado en la calidad del oponente y la propia. Por ejemplo, en la previa de cada encuentro, se establece un porcentaje de probabilidad de éxito basado en métricas previas.

“En la primera fecha [del Torneo Apertura 2025] contra Nacional teníamos un 19% de chances de ganar, en base a la calidad del rival. Hay un porcentaje de empate y un porcentaje para el triunfo del rival. Después del encuentro, en base a un buen partido que hicimos, tuvimos un 28% de chances de ganar y ganamos”, afirma Freixes.



Representación de métricas individuo-colectivas en Opta Analyst.

Luego, en el partido en sí, se presentan métricas internas específicas de cada encuentro, como la variable crítica de los *expected goals* (goles esperados) a favor y en contra, la *threat created* (peligro generado sin necesidad de remate), los períodos de fases de transición y las ABP (acciones a balón parado).

Estos informes resultan imprescindibles para decisiones trascendentales, como la continuidad de un entrenador. Freixes explica que el uso de métricas como los *expected goals* permite identificar rachas estadísticas y evitar despidos apresurados: “Teníamos -7 puntos esperados: éramos el equipo con más diferencia entre *expected goals* a favor y hechos y *expected goals* en contra y hechos. Juventud de las Piedras tenía un +12, que no es sostenible. Éramos [en aquel momento] el equipo con más *underscores* y que más *over concedes*, o sea, el que más concede de lo que debería.”

Scouting en mercados

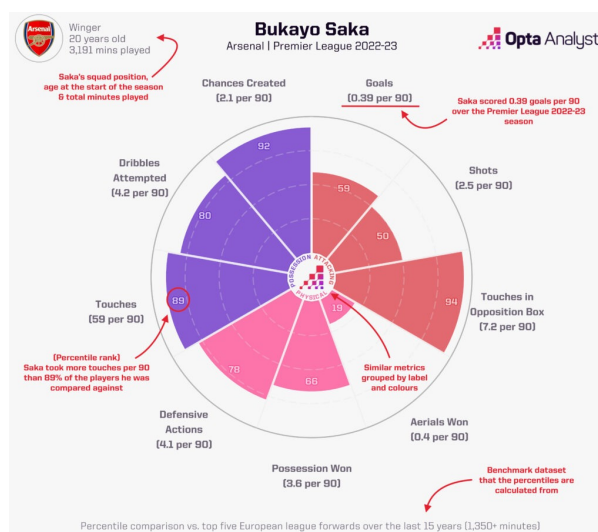
No solo a partir de los comportamientos de los departamentos a la hora de manipular y contextualizar datos (y las herramientas, por supuesto), sino que a partir de los hechos concretos se puede concluir que Torque ejerce un *scouting* moderno. A diferencia de otros modelos de organización y captación deportiva, con una actividad basada puramente en la observación cualitativa —y por consiguiente subjetiva—, el club *ciudadano* produce una ingeniería de datos que define los criterios de decisión deportiva y, en el éxito, económica.

Freixes menciona una métrica estadística interesante: el *action value*, métrica que permite que cada una de las acciones de un futbolista (un pase, un dribbling o una intercepción) cobre un valor estadístico.

A partir del *scouting* basado en métricas, se generan y gestionan dinámicas de perfilación a la hora de la captación e incorporación de futbolistas, donde el uso de datos y su contextualización garantizan profundidad en la elaboración de perfiles específicos.

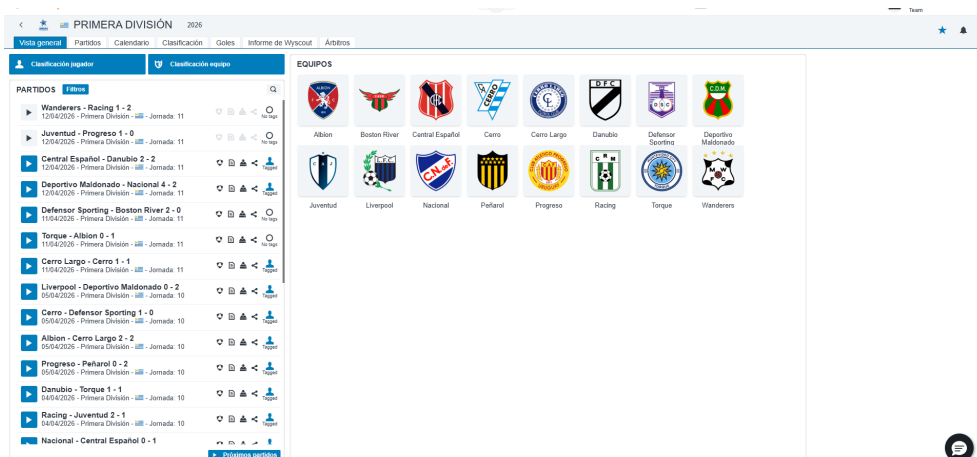
La herramienta de **gráficas de comparación** permite la creación y visualización de radares para contrastar un candidato con un jugador del plantel actual, o encontrar un perfil similar a este a partir de filtros. Por ejemplo, para buscar un perfil similar a José Neris (en aquel momento delantero centro del equipo), se comparan sus métricas de “toques en el área”, “pressing” y “juego aéreo” con otros centrodelanteros del campeonato, como Abel Hernández o Facundo Rodríguez.

La **media de la liga** (*coverage*) se utiliza como herramienta para comparar a un futbolista con la media de la liga en su posición. Por ejemplo, en el caso de los delanteros, cobra especial valor el *expected goal*; si el jugador está muy por encima del promedio —aún sin rubricarlo en goles—, el departamento de *scouting* sabe que está ante un perfil aprovechable.



Ejemplo de gráfica percentil de jugador en Opta Analyst.

El uso sistemático de métricas y datos es indudablemente canalizado por la visión del departamento del club. En este sentido, otra de las potencialidades del *Big Data* es el visionado de partidos de forma remota y en forma de clips, lo que permitió una gran expansión del universo de captación y análisis de jugadores. Las plataformas digitales, principalmente Wyscout, permiten el acceso al visionado de ligas de poco o nulo alcance visual en el día a día. Si bien el dato aporta un sustento indudable, la observación cualitativa mediante el seguimiento de partidos y clips sigue siendo —y lo será mientras el fútbol sea fútbol— el filtro definitivo.



Visualización de partidos en la pestaña de Primera División de Uruguay, en Wyscout.

Durante la temporada 2025, Torque consolidó dos casos paradigmáticos de captación en el ascenso del fútbol argentino. El primero es el de Walter Núñez, quien llegó tras sumar solamente 589 minutos en Ferro Carril Oeste en 2023. Freixes afirmó que “es un jugador que había visto mucho” y que “tenía unas condiciones para ser un buen jugador”. En Torque explotó en 2025 como extremo izquierdo, sumando 2343 minutos y nueve contribuciones de gol por Campeonato Uruguayo, para luego ser cedido a préstamo a Newell's Old Boys, con una opción de compra por el 70% de su ficha.

Por otro lado, el caso de Diogo Guzmán ilustra cómo la intuición —o el azar— supera al dato: el scouting se centraba originalmente en el arquero de Comunicaciones, pero el debut de Guzmán con 16 años activó el protocolo de seguimiento. Tras el visionado doméstico de clips, se concretó su llegada; hoy es pieza clave y tercer capitán del equipo, con 1656 minutos en la temporada 2025. Ambos ejemplos demuestran cómo la ingeniería de datos y el scouting remoto expanden el universo de captación.

Diferentes modelos y enfoques

La entrevista permite identificar dos paradigmas opuestos en la gestión y enfoque de la captación e identificación de perfiles. El modelo tradicional, arraigado en las asociaciones civiles y los clubes “de barrio”, puede definirse por un enfoque presidencialista; Freixes pone el foco en Liverpool, presidido por José Luis Palma desde el año 2001, con un poder de decisión que recae en una figura central —en este caso Palma— o en un círculo reducido de directivos.

A pesar de contar con un correspondiente equipo de coordinación de *scouting*, la estructura presenta una figura como “hombre fuerte” que oficia de arquitecto del plantel o tomador de decisiones finales. Las secretarías técnicas, si existen, suelen ocupar un rol secundario o meramente consultivo. La toma de decisiones está fuertemente influenciada por la intuición o peso cualitativo de la observación y el conocimiento histórico del medio local.

Según Freixes, Liverpool “es una estructura muy presidencialista, con una figura que es José Luis (Palma), una persona de su confianza, que es la que le hace el mercado, y el cuerpo técnico. Por eso, en el fútbol existen distintos modelos y todos son súper complementarios. Es mucho el *feeling* de José Luis, que conoce un montón este campeonato, y el medio lo conoce espectacular, entiende bien el momento del jugador.”

Freixes alude a la confección del plantel de Liverpool en 2025 y señala los casos de Martín Rabuñal, mediocentro titular del equipo negriazul, que venía de un 2024 irregular en Cerro y un descenso reciente con La Luz, en 2023. También resaltó el caso de Abel Hernández, de 222 días de inactividad durante el 2024, quien finalizó el último Campeonato Uruguayo como goleador del torneo.

Como en el caso de City Torque, este esquema de captación propone una gestión distribuida en los departamentos. Aquí, la secretaría técnica y los departamentos de análisis (*Big Data*) son los motores de la planificación estratégica; el director deportivo puede delegar en especialistas y la decisión final es el resultado de un consenso técnico respaldado por informes de carácter cuantitativo y cualitativo, con el objetivo de reducir el margen de error y el sesgo personal.

Sin embargo, los modelos de gestión no pueden reducirse a la forma de utilizar los recursos disponibles —plataformas terciarias que proporcionan datos y partidos—, sino que también pueden encontrarse diferencias en el enfoque de la captación y la elaboración de perfiles, lo que depende de la búsqueda institucional. La entrevista con Freixes permite indagar en la bifurcación de objetivos; si se comparan dos SAD como City Torque y Boston River, estas no persiguen el mismo rédito ni utilizan el Big Data para la misma búsqueda.

Freixes apunta que Torque se encuentra en una etapa de captación temprana, desde el primer equipo hasta las formativas. La planificación no busca el rendimiento deportivo a corto plazo, lo que explica la priorización etaria del club a la hora de captar e incorporar. Al captar talento “en bruto”, el club asume un riesgo mayor en el proceso de maduración y el impacto en los resultados del primer equipo. Dicho riesgo se intenta mitigar a partir del uso del *Big Data* y el *scouting* en ligas de poco alcance, como los torneos argentinos mencionados anteriormente.

CLUBES DE LIGA AUF APERTURA 2025					
Club	Equipo ↑	Edad ↓	Extranjeros ↑	Valor de mercado medio ↑	Valor de mercado total ↑
CA Progreso	46	24,6	6	135 mil €	6,22 mill. €
CA Peñarol ↓	45	24,4	4	1,14 mill. €	51,50 mill. €
Club Nacional	47	24,4	9	602 mil €	28,30 mill. €
CA Juventud ↗	43	24,2	8	199 mil €	8,56 mill. €
Miramar Misiones	46	24,0	8	148 mil €	6,81 mill. €
Montevideo Wanderers	42	23,7	5	181 mil €	7,60 mill. €
CA Cerro	50	23,6	6	188 mil €	9,40 mill. €
Club Plaza Colonia ↗ ↓	37	23,4	9	241 mil €	8,93 mill. €
Cerro Largo FC	40	23,0	8	198 mil €	7,92 mill. €
Danubio FC	45	23,0	6	133 mil €	6,00 mill. €
CA River Plate Montevideo	47	22,8	8	193 mil €	9,08 mill. €
Liverpool FC Montevideo	38	22,3	5	356 mil €	13,54 mill. €
Montevideo City Torque ↗	34	22,2	6	244 mil €	8,29 mill. €
Racing Club de Montevideo	47	22,2	11	150 mil €	7,06 mill. €
Defensor Sporting Club	43	21,9	8	394 mil €	16,93 mill. €
CA Boston River	47	21,8	4	224 mil €	10,55 mill. €
	697	22,8 Años	111	296 mil €	206,66 mill. €

Promedio de edad dentro de la Primera División de Uruguay (2025). Fuente: Transfermarkt.

El modelo de City Torque está diseñado para generar ventas disruptivas: casos como el de Tiago Palacios demuestran el éxito del modelo a nivel económico. El hoy mediapunta de Estudiantes de la Plata fue vendido en 2,3 millones de dólares con plusvalías adicionales, tras una adquisición inicial en 2021 por 612 mil euros, cuando el jugador aún tenía 19 años.

En contraste, Boston River representa un modelo de SAD de consolidación deportiva, con una estabilidad notable en Primera División. A diferencia del elenco *ciudadano*, ascendieron en 2016 y permanecieron en la categoría hasta hoy en día, con cinco participaciones en torneos internacionales, incluyendo el acceso a dos fases previas de Copa Libertadores, en 2023 y 2025.

Aunque comparten herramientas de análisis, el enfoque a la hora de su utilización es parcialmente distinto. Su búsqueda se orienta a jugadores “más hechos”, generalmente en el rango de los Sub-23. Estos futbolistas, usualmente, ya han pasado por un proceso de pulido táctico y físico, lo que garantiza un rendimiento más estable y predecible en el Campeonato Uruguayo. Esto se verifica en el hecho de que, en el Campeonato Uruguayo 2025, City Torque alineó como titulares (al menos en una ocasión en todo el año competitivo) a siete futbolistas en edad de competencia Sub-20, según la normativa FIFA y CONMEBOL; por otra parte, Boston River solamente alineó como titular —cabe destacar, de forma sostenida— a un jugador de esa categoría.

RENDIMIENTO 2025							
Compacto		Ampliado					
Competición							
Liga AUF Apertura	11	-	-	1	-	1	399'
Liga AUF Intermedio	5	-	1	1	-	-	164'
Liga AUF Clausura	1	-	-	-	-	-	5'
Total 2025:	17	-	1	2	-	1	568'

Minutos de Luka Andrade (categoría 2007) durante la temporada 2025. Fuente: Transfermarkt.

Este enfoque “te lleva a tener algún resultado deportivo mejor”, pero “ya no puedes vender un jugador, por ejemplo, en 3 millones”, señala Freixes, al haber una depreciación del valor de mercado por edad y la falta de proyección de crecimiento.

El caso de City Torque permite observar con claridad la integración del análisis de datos dentro de una estructura institucional orientada a la planificación estratégica y a la profesionalización de la gestión deportiva. Desde su incorporación al Grupo City, el club desarrolló metodologías basadas en la sistematización de la información y el uso de herramientas tecnológicas aplicadas al rendimiento y al *scouting*. En este modelo, el análisis de datos cumple un rol transversal, ya que incide en la captación de futbolistas, la evaluación del rendimiento, la planificación de los entrenamientos y la conformación del plantel. Ello permite identificar patrones de juego, anticipar tendencias competitivas y proyectar escenarios deportivos con mayor fundamento.

Asimismo, el uso del *Big Data* se vincula con una lógica institucional que prioriza la estabilidad de los procesos y la continuidad de los proyectos. La existencia de áreas especializadas contribuye a consolidar una cultura organizacional en la que la información adquiere un valor estratégico.

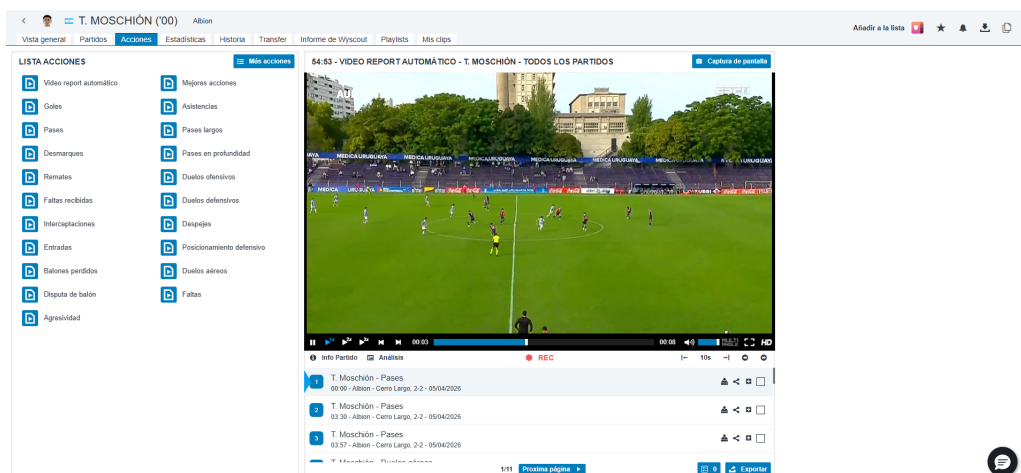
El modelo se caracteriza por la ampliación de los mercados de *scouting* y el uso de bases de datos globales, lo que facilita la identificación de oportunidades en mercados menos explorados y refuerza la lógica de formación, desarrollo y transferencia de futbolistas como parte de la sustentabilidad del proyecto. En este sentido, City Torque se posiciona como una referencia en la incorporación estructural del análisis de datos dentro del fútbol uruguayo, y el *Big Data* se integra como parte constitutiva de un modelo de gestión que busca combinar eficiencia organizacional, competitividad deportiva y proyección institucional a mediano y largo plazo.

Peñarol: innovación dentro de una estructura tradicional

Augusto Rammauro, desde su experiencia como analista de datos de Peñarol, abre el caso señalando que “los clubes uruguayos por su estructura sociopolítica tienden a no tener profesionales en determinadas áreas y ocupar esos cargos con comisiones políticas”.

En este contexto, se incorpora el análisis de datos en el club. La iniciativa surge en 2020, cuando Augusto Rammauro y Francisco Lorenzo le presentan a Guillermo Varela, en ese momento candidato a la presidencia y posteriormente parte de la dirigencia, un proyecto para incorporar herramientas de *Big Data* en distintas áreas, principalmente el *scouting* de jugadores, análisis del rival y la evaluación del rendimiento del propio equipo. Según Rammauro, “Peñarol no contaba con un departamento de datos, había cambiado a su gerente deportivo y estaba un poco acéfalo en ese sentido”, por lo que la propuesta apuntaba a cubrir ese vacío.

Inicialmente, la idea estaba enfocada en el *scouting* a partir del uso de datos para poder detectar perfiles de jugadores mediante distintos filtros, analizar el desempeño del equipo tanto de forma individual como grupal y generar informes para antes y después de cada partido. Para llevar a cabo esto, se utilizó la plataforma Wyscout, la cual permite acceder a videos y estadísticas de partidos de cualquier liga del mundo, dependiendo del pack a contratar. De acuerdo con Rammauro, “la combinación del dato con el video permite ver tanto partidos enteros como fracciones de partidos e incluso acciones individuales. Es algo bastante rico a la hora de tomar las decisiones más inteligentes posibles”.



Visualización de clips en pestaña del jugador en Wyscout.

Además del análisis externo en torno a la búsqueda de perfiles a captar, Peñarol también hizo uso de herramientas vinculadas al rendimiento físico y al análisis táctico tales como los sistemas de GPS. El departamento físico trabaja a la par de cara al monitoreo de las cargas en entrenamientos y partidos; en el caso del videoanalista, hasta hace algunos años se encargaba de filmar estas instancias para luego presentar recortes y acciones etiquetadas a pedido del cuerpo técnico para su posterior revisión. Con toda esta información, el departamento de análisis realizaba informes. Estos reportes se hacían semanalmente, junto con un documento sobre el rival antes de cada partido. Allí se detallaban sus patrones de juego y posterior al encuentro se analizaba el rendimiento del equipo y de cada futbolista del club.

Si bien el análisis de datos tomó un rol importante entre 2021 y 2022, por la forma de gestión de este tipo de clubes no es el único factor a la hora de tomar ciertas decisiones. Esta herramienta convive con otros factores más tradicionales, como la visión del cuerpo técnico, de referentes del club y las discusiones de la gerencia: “Era un club que intentaba hacer convivir lo político, la visión del exjugador, lo técnico, los contactos y la restricción presupuestaria”, comenta Rammauro.

A estas dinámicas institucionales se le suman las limitaciones económicas. Según Rammauro, el desarrollo de estas áreas en el fútbol uruguayo muchas veces se ve condicionado por los recursos. Esto lleva a los clubes a priorizar ciertas inversiones frente a otras. Si bien al día de la fecha Peñarol cuenta con herramientas de análisis de datos, el proyecto presentado en ese entonces tuvo una corta duración y no logró consolidarse como un área permanente dentro del club. Tal es así que en 2022 se decide reducir drásticamente el presupuesto de este departamento.

Para el analista, esta decisión trajo consecuencias a nivel deportivo, ya que Peñarol quedó eliminado en fase de grupos de la Copa Libertadores, no logró revalidar el título de campeón uruguayo y, por si fuera poco, tampoco accedió a la Copa Libertadores del año siguiente. Esto implicó, además, no recibir ingresos económicos importantes por premios o participación internacional. Como conclusión primaria, la reducción presupuestaria del área de análisis resultó en graves implicaciones en el aspecto macroeconómico del club.

Herramientas y proveedores

Gastón Píriz, integrante de la secretaría técnica de Peñarol como *scout*, comentó sobre las plataformas tercerizadas que tienen a disposición, entre ellas, Wyscout. Píriz destaca que, en ausencia de otros proveedores, el club solía exportar bases de datos en Excel desde Wyscout para transformarlas en visualizaciones propias.

El departamento se nutre de métricas y datos a través de Driblab, plataforma española destinada para el grueso del *scouting* y visualización de datos. Píriz destacó su capacidad a la hora de crear radares comparativos —como en el caso de Torque con Opta—, donde el rendimiento del jugador se mide frente al promedio de la liga en su posición, y da una pauta clara de su nivel medio, que en Peñarol, por razones lógicas, deberá ser óptimo. Uno de los apoyos, sobre todo en aquellas ligas a las que no llega el plan contratado en Driblab, es Libro de Pases. Se trata de una plataforma de origen argentino que permite el monitoreo de mercados clave para nuestro país, como la Primera B Nacional, la Primera B Metropolitana o el Torneo de Proyección (Reserva).



Ejemplo de visualización en Driblab.

El “perfil” Peñarol

A diferencia de las SAD que, como se ha señalado, buscan el “talento en bruto” para revalorizar y generar ganancias netas, Peñarol define sus búsquedas bajo un perfil institucional estricto condicionado por la exigencia de su camiseta; claro está, sin negar su actual condición como club vendedor a mercados de mayor poder económico: “Tenemos el perfil general del jugador de Peñarol con determinadas características a nivel mental. El perfil general debe tener personalidad, porque para jugar en un gran destino debe estar el carácter”, menciona Piriz.

Este perfil se adapta también a las necesidades del cuerpo técnico de turno. Por ejemplo, en esquemas de juego directo se filtran extremos con características específicas que encajen en un modelo de transiciones rápidas. Además, se aplica *benchmarking* interno: un segundo volante o mediocampista mixto es evaluado y comparado métricamente con jugadores propios.

Datos en tiempo real

Dentro de la estructura deportiva de Peñarol, la figura de Tiago Cigliuti como científico deportivo y encargado de cargas cobra relevancia como nexo entre el dato crudo y la ejecución física para compensar. Piriz comenta sobre la importancia que han cobrado los dispositivos GPS, que pasaron de ser una herramienta de análisis diferido a un monitoreo en vivo. Mediante una tablet sincronizada, el equipo técnico puede visualizar instantáneamente si un futbolista está cumpliendo o no con las exigencias del microciclo.

Se controlan métricas de distancia tales como la distancia total, distancia a alta intensidad y, fundamentalmente, los metros de *sprint*; todo esto con el objetivo de cumplir y respetar la planificación del día. En caso de incumplimiento o si el trabajo físico está por debajo de las expectativas, se realiza trabajo compensatorio inmediato. Basándose en los datos recolectados durante

el entrenamiento, si un jugador se aleja de la métrica objetivo establecida, se le asignan tareas adicionales al finalizar la sesión principal.

Sin embargo, el “dato duro” del GPS es insuficiente si no se cruza con la percepción del futbolista. Aquí es donde entra la retribución del jugador con respecto a la práctica, a través de aplicaciones de autogestión. Cada mañana, los futbolistas completan un listado de preguntas puntuadas del 1 al 10 sobre factores críticos: nivel de cansancio, calidad del descanso nocturno y percepción de dolores musculares. El cruce de variables como análisis cualitativo permite detectar si un jugador está en riesgo de sobreentrenamiento. Por ejemplo, si el GPS indica una carga normal, pero el jugador reporta un descanso deficiente y fatiga alta, el departamento técnico puede decidir bajar la intensidad de su entrenamiento individual para evitar una lesión. Como señala Píriz, este sistema busca evitar el sesgo de la observación directa; el dato subjetivo del jugador valida o pone en duda la eficiencia de las cargas programadas.

El sesgo en el dato

Es fundamental entender que el *Big Data* en el fútbol uruguayo no busca reemplazar al ojo humano, sino servirle de soporte. Sin embargo, como plantea Píriz, el dato descontextualizado puede generar una "falsa realidad" si no se realiza la pertinente evaluación cualitativa.

Píriz pone como ejemplo el caso de un defensor central al que fue a observar tras evaluar sus excelentes números y acierto desde el pase, liderando la estadística de “pases hacia adelante” como uno de los mejores de la liga. Sin embargo, el visionado reveló que el jugador evitaba filtrar pelotas entrelíneas, donde se generan las ventajas y superioridades posicionales a la espalda de una línea de presión; sus pases eran “hacia adelante” por dirección, pero sin romper el bloque rival ni generar ventajas para el receptor. Este ejemplo se torna clave a la hora de evaluar y captar jugadores; si bien el dato captura el envío exitoso, ignora la intencionalidad. El segundo central evaluado por Píriz tenía métricas inferiores en este aspecto y, sin embargo, “tenía tal capacidad para filtrar que hasta escondía el pase, encontraba los volantes con una facilidad increíble y generaba ventajas”, menciona.

A partir de la evaluación de métricas se genera, entonces, la necesidad de una especialización del área de *scouting*. La integración efectiva del *Big Data* no depende solo del acceso a los datos a partir de generación propia o acceso a empresas tercerizadas (como Wyscout o Driblab), sino de contar con analistas que sepan “leer” el partido detrás del número. A este respecto, Píriz puntualiza en dos detalles. Sostiene que antes de decantarse por o descartar un jugador basándose en su radar estadístico, es vital detectar cuestiones micro-tácticas que el sensor de GPS o la cámara no logran categorizar.

Se han dado casos de clubes que han incorporado basándose exclusivamente en métricas y han fracasado porque el jugador no encajaba en el modelo del entrenador y cuerpo técnico de turno. En Peñarol el modelo se torna híbrido: contiene las visualizaciones propias (radares, ranking en liga, comparativa con jugador propio) pero siempre supeditado a la validación del director deportivo y el entrenador.

Diferencia entre modelos

Piriz presenta su punto de vista sobre los diferentes modelos de gestión dentro de las organizaciones deportivas, considerando los objetivos opuestos entre los clubes grandes del fútbol uruguayo que, además, son asociaciones civiles, y las SAD. Las diferencias en objetivos generan a su vez comportamientos diversos en la captación, que determina qué perfil de jugadores se buscan, cómo se utiliza el *Big Data* y bajo qué criterios se evalúa el éxito.

Para las SAD, la estabilidad que otorga la inversión privada permite que el club funcione como un “puente” o plataforma de desarrollo. En este esquema, el *Big Data* se utiliza para mitigar el riesgo de apuestas y la inversión en el mediano y largo plazo. Esto, a su vez, permite al departamento de *scouting* elegir futbolistas con un potencial de crecimiento más alto, aunque aún no sea un futbolista consolidado. La estructura institucional puede soportar este detalle y tolerar el proceso de maduración del jugador, porque el objetivo final es la rentabilidad económica.

En el caso de clubes grandes como Nacional y Peñarol, Píriz analiza que hay otras responsabilidades y urgencias con el resultado del domingo. La estructura sociopolítica (elecciones periódicas, presión de socios y comisiones políticas) imponen un nivel de exigencia infinita de veces mayor. En este punto, para Píriz se genera un dilema del perfil buscado por Peñarol, con una realidad cruda para los mercados de ambos grandes del fútbol uruguayo. Si la secretaría técnica identifica a dos jugadores, uno con un techo de potencial alto que explotará dentro de tres años y otro que garantiza rendimiento inmediato pero tiene nulo valor de reventa, el club optará por la segunda opción. La urgencia no espera al jugador.

Para una asociación civil, el éxito deportivo se torna en el mayor motor financiero. La clasificación a la Copa Libertadores, sobre todo en los casos de ambos grandes, no solo es prestigio sino un flujo de caja por los premios otorgados por CONMEBOL. En este modelo, el *Big Data* convive con el presidencialismo y el peso de la opinión pública. Una mala racha puede forzar cambios de rumbo que borren todo un proyecto dedicado al apartado de análisis, ya que la estabilidad institucional depende de la paz social que solo otorgan los resultados inmediatos.

El análisis de datos se utiliza principalmente como apoyo en la evaluación de futbolistas y en la planificación de aspectos específicos del rendimiento deportivo. No obstante, las decisiones finales

suelen estar atravesadas por dinámicas internas que responden a la complejidad organizativa del club y a la coexistencia de distintos enfoques sobre la gestión deportiva. Esta situación genera escenarios en los que la tecnología convive con criterios tradicionales, configurando un proceso de adaptación gradual más que una transformación estructural inmediata.

Asimismo, la continuidad de los proyectos vinculados al uso del *Big Data* depende en gran medida de los ciclos dirigenciales y de las prioridades establecidas por cada administración. Esto puede provocar avances significativos en determinados períodos y retrocesos o estancamientos en otros, dificultando la consolidación de una política institucional sostenida en el tiempo.

De este modo, el caso de Peñarol refleja las tensiones propias de los clubes organizados como asociaciones civiles en el contexto de la modernización tecnológica del fútbol. La incorporación del análisis de datos aparece como una necesidad reconocida, pero su desarrollo efectivo se encuentra sujeto a las particularidades estructurales y culturales de la institución.

Nacional: integración del dato dentro de la estructura

En su condición de equipo grande del fútbol uruguayo, Nacional ofrece, al igual que Peñarol, una perspectiva particular de las herramientas de análisis dentro de un modelo de asociación civil con un nivel de exigencia deportiva considerable. La figura de Estefano Zammarelli, de experiencia previa en la Selección Uruguay como videoanalista entre 2006 y 2019 y actual responsable del departamento de videoanálisis y *scouting* de Nacional, aporta la experiencia del club tricolor con relación al dato y la utilización de este tipo de insumos. “Hoy en día, el área de datos, o este rol como tal, se integra dentro de la estructura deportiva con una línea directa de trabajo entre la dirección deportiva y una coordinación con el Departamento de *Scouting*, es decir, el área de rendimiento y el cuerpo técnico. Fluyen en ese microclima”, comenta Zammarelli.

Aplicación del modelo de juego como filtro

Como ya se ha podido recapitular en los casos que acuden a una mayor utilización del dato para la toma de decisiones en la organización deportiva, uno de los mayores problemas a la hora de manipular la información cuantitativa es su *estandarización*. Zammarelli señala que, por ejemplo, las métricas de un volante central en términos defensivos, de distribución y físicos son de fácil acceso; sin embargo, sólo cobrarán valor al tener en cuenta el modelo de juego aplicado. Este último puede condicionar la efectividad o precisión del jugador en cuestión: “Si [el modelo] es extremadamente directo, lo obligan a saltar líneas, y eso te obliga a forzar los pases o a que sean pases mucho más divididos, lo que puede implicar una efectividad baja”, comenta Zammarelli.

Como tal, el modelo termina por ser un filtrador adicional a la hora de la búsqueda de futbolistas. Zammarelli pone como ejemplo el objetivo de incorporar un delantero centro, cuya búsqueda inicial puede ser extensa, la cual se realiza aplicando filtros de scouting. En caso de que el filtrado haya sido exitoso, los resultados se reducen a un número de pocos delanteros ajustados a las características buscadas.

Aunque recalca la importancia de realizar un seguimiento interno y externo de otros jugadores a la hora del reemplazo dentro del plantel y reforzar el equipo, se trata de generar un recambio con futbolistas de similares características. En el caso de un volante central, no es lo mismo un número 5 que debe realizar coberturas laterales en un equipo que presiona alto, que uno que debe defender en un bloque bajo y proteger el eje central. Los recorridos —distancias totales y *sprints*— son distintos en este caso e inevitablemente la gestión con pelota también lo es.

Seguimiento de divisiones formativas

Según explica el analista, el uso de datos y videos ha transformado el proceso de seguimiento y promoción de futbolistas de las divisiones formativas al plantel profesional. Como en todo el resto de ámbitos en el cual se utiliza el *Big Data*, la aplicación de herramientas tecnológicas en categorías juveniles tiene por objetivo reducir la incertidumbre a la hora de categorizar futbolistas tan jóvenes y, a la par, reducir gastos innecesarios en el mercado de pases cuando la solución ya se encuentra dentro del club.

La base de este modelo es el registro visual de todos los partidos juveniles y su desarrollo estadístico. Nacional ha implementado un sistema de captura que permite tener una trazabilidad total del desarrollo de sus juveniles. “En juveniles tenemos las cámaras VEO, para tener todos los partidos juveniles cubiertos, y también se hace un seguimiento estadístico”, explica. El registro no implica el desarrollo único del video análisis táctico, sino que genera una especie de memoria estadística. Cuando un jugador llega al primer equipo o es evaluado para su promoción, el club no solo cuenta con una impresión subjetiva de su rendimiento, sino con el agregado de una base de datos de sus años de competencia dentro de las categorías juveniles, que permite predecir su adaptabilidad al profesionalismo.

A partir de este registro, Nacional utiliza el dato ya no solo para el seguimiento externo en la conformación del plantel, sino en el proceso interno. Antes de avanzar en el *scouteo* de un jugador fuera del club, el área deportiva prioriza la introspección en las categorías formativas; Zammarelli alude a este momento en la búsqueda del jugador, donde el departamento analiza “qué es lo que tenemos en juveniles, y si hay jugadores con esas características que se puede proyectar”.

Sin embargo, Nacional mantiene una postura cauta: el dato puede mostrar potencial adaptación a Primera División, pero no puede sustituir el análisis respecto al tiempo de maduración que puede conllevar al altibajo de un juvenil. Zammarelli advierte que la superioridad estadística de un juvenil no garantiza un rendimiento inmediato en Primera División y sostiene que “por más que capaz tenés un jugador que creés que puede ser mejor que cualquiera que podamos traer” también hay que contemplar que “no es poner un jugador y ya te rinde, es todo un proceso”.

Esto marca una diferencia sustancial de gestión con clubes bajo un modelo de SAD o de menor exigencia deportiva en competencia, que pueden “lanzar” a un juvenil al campo para valorizarlo rápidamente e intentar generar un retorno de inversión. En el caso de Nacional, donde “la prioridad siempre va a ser ganar” y las exigencias de hinchas y socios son considerablemente mayores, se debe gestionar la transición con cuidado, con el futbolista como patrimonio social.

Desventajas de la acumulación informativa

El fútbol uruguayo ha experimentado un claro crecimiento en las áreas de *scouting* y videoanálisis, sobre todo de la mano del desarrollo de tecnologías y la creación de plataformas tercerizadas. Lo que en 2006 representaba una ventaja disruptiva, por el simple hecho de poseer contenido audiovisual de forma diferida o contar con métricas básicas, hoy se ha transformado en un requisito mínimo. A la par, el valor del dato ha cambiado, ya no reside en el básico acceso a la información, sino en la capacidad instrumental de filtro bajo criterios de conocimiento cualitativo del juego.

Como rememora Zammarelli, la ventaja competitiva residía en la capacidad de poder subir un vídeo, para lo cual se debía contratar servidores y poseer conocimientos técnicos específicos; el hecho de mostrar una imagen editada —o incluso sin edición— a los jugadores para corregir errores, pulir aspectos tácticos o adaptarse al rival ya otorgaba una superioridad en la preparación.

Esa tecnología se ha convertido, define el analista, en un “*commodity*”, donde el acceso a plataformas como Wyscout, Libro de Pases u Opta es moneda común en clubes y agencias, sobre todo en ligas altamente profesionalizadas a nivel de infraestructura, como el caso de Brasil en Sudamérica, y donde el problema se ha desplazado de una falta de información a una sobreacumulación de la misma; la abundancia de recursos puede, paradójicamente, jugar en contra de la toma de decisiones si no hay una *cabeza* que canalice la información.

Zammarelli pone el ejemplo de la plataforma SkillCorner como herramienta estratégica, que permite obtener y recolectar estadística y volúmenes de información física a partir de la utilización de los GPS; datos que, sin embargo, carecen de valor si no se vuelcan a un análisis enfatizado en el modelo

de juego y las características del futbolista: “Si te dicen que un jugador es rápido con pelota (...) pero cuando no tiene la pelota se desconecta del juego, no tiene retroceso (...), entonces, también ahí lo dirigís al modelo de juego, para el lado estratégico”, agrega.

Dos formas de tomar decisiones deportivas

El análisis de los casos estudiados permite identificar diferencias significativas en la forma en que los clubes integran el uso del *Big Data* dentro de sus procesos de gestión deportiva. Estas diferencias no responden únicamente al acceso a determinadas herramientas tecnológicas, sino que se vinculan con la estructura institucional, la estabilidad de los proyectos y la lógica organizativa que caracteriza a cada modelo de club.

En las SAD, el uso del análisis de datos suele presentarse como parte de una planificación estratégica más amplia, en la que las decisiones deportivas se apoyan en información sistematizada y en la existencia de áreas específicas dedicadas al rendimiento y al *scouting*. Este enfoque tiende a favorecer la continuidad de los proyectos, la definición de objetivos a mediano plazo y la adopción de criterios más homogéneos en la conformación de los planteles.

Por el contrario, en los clubes organizados como asociaciones civiles, la incorporación del *Big Data* aparece con mayor frecuencia como una herramienta complementaria dentro de estructuras más complejas, donde la toma de decisiones se encuentra atravesada por dinámicas dirigenciales, procesos electorales y cambios en las prioridades institucionales. En este contexto, la tecnología puede ser valorada como un recurso útil, pero su integración plena suele verse condicionada por factores que exceden el ámbito estrictamente deportivo.

Estas diferencias no implican necesariamente que un modelo garantice mejores resultados que el otro, pero sí evidencian que la forma en que los clubes organizan su gestión influye en el modo en que adoptan nuevas metodologías de trabajo. La coexistencia de prácticas tradicionales con procesos de modernización tecnológica configura un escenario de transición, en el que cada institución avanza a ritmos distintos en función de sus recursos, su cultura organizacional y su visión estratégica.

Una brecha que empieza a marcar diferencias

A partir del contraste entre los casos analizados, puede observarse que el uso del análisis de datos comienza a configurarse como un factor que incide en la forma en que los clubes uruguayos planifican su desarrollo deportivo y organizacional. Si bien su incorporación no determina por sí misma los resultados competitivos, sí introduce nuevas lógicas de gestión que modifican los procesos internos de toma de decisiones y redefinen el rol de los distintos actores dentro de las instituciones.

En este sentido, se evidencia una brecha progresiva entre aquellos clubes que logran integrar herramientas tecnológicas de manera sistemática y aquellos que, por limitaciones estructurales o culturales, avanzan de forma más gradual en este proceso. Esta diferencia no se manifiesta únicamente en el acceso a plataformas o recursos económicos, sino también en la capacidad de sostener proyectos deportivos coherentes y de consolidar estructuras profesionales orientadas al análisis y la planificación estratégica.

El *Big Data* deja de ser percibido como una tendencia externa o una innovación distante, para convertirse en un componente cada vez más presente dentro del ecosistema del fútbol uruguayo. No obstante, su implementación aún se encuentra en una etapa de consolidación, marcada por avances parciales, resistencias internas y adaptaciones progresivas a las particularidades de cada institución.

De cara al futuro

El avance del análisis de datos en el fútbol uruguayo abre interrogantes sobre el rumbo de la gestión deportiva. A medida que estas herramientas se vuelven más accesibles y se expanden a distintos niveles, los clubes enfrentan el desafío de incorporarlas sin perder su identidad histórica y cultural.

En este proceso, la profesionalización de las estructuras internas resulta clave para sostener la modernización que permite mejorar la competitividad deportiva y optimizar recursos. La adopción de nuevas metodologías de trabajo, la formación de perfiles técnicos especializados y la consolidación de proyectos institucionales de largo plazo pueden reducir brechas entre clubes y fortalecer el desarrollo del fútbol local.

Sin embargo, dicho proceso también implica desafíos culturales, especialmente en la convivencia entre modelos tradicionales y nuevas lógicas basadas en datos. La capacidad de articular ambos enfoques será determinante para que el *Big Data* se consolide como una herramienta efectiva y sostenible. El fútbol uruguayo atraviesa una etapa de transición en la que la tecnología comienza a ocupar un lugar cada vez más relevante, no solo como recurso técnico, sino como elemento que redefine las dinámicas de planificación, competencia y proyección institucional. En este escenario, la evolución del uso del análisis de datos dependerá tanto de las condiciones estructurales de los clubes como de la visión estratégica con la que estos afronten los cambios del deporte profesional.

Sebastian Taramasco, desde su experiencia como entrenador y director deportivo, concuerda con esta observación y aporta que los mayores avances se están dando en el plano de lo deportivo, con cuerpos técnicos que muestran cada vez más interés por el uso de estas herramientas y adquieren conocimientos sobre su manejo. Mientras tanto, a nivel institucional y de gestión su aplicación aún presenta resistencias ligadas a cuestiones presupuestales y culturales.

En este contexto, Uruguay se presenta como un caso donde estas tecnologías tienen gran potencial pero su aplicación depende de factores tales como los recursos disponibles, la estabilidad de los proyectos y la capacidad de adaptación de los actores. Taramasco sugiere que, si bien hay diferencias entre las formas de gestión de los clubes en la incorporación y uso de herramientas tecnológicas, no hay una relación directa entre estas, ya que funcionan como estructuras jurídicas y no son el único factor determinante al momento de incorporar el análisis de datos; también lo son el contexto específico y las decisiones dirigenciales.

En el escenario regional, Uruguay se encuentra por detrás de países como Brasil y Argentina, aunque el uso de estas tecnologías está alineado con su nivel y posibilidades. A nivel internacional, la brecha es mayor debido principalmente a limitaciones presupuestales. A largo plazo, para continuar avanzando en su profesionalización, el fútbol uruguayo se verá obligado a darle cada vez más relevancia a estas herramientas. El desafío no será el acceso a las tecnologías, sino su correcta incorporación y uso efectivo de las mismas.

Reflexiones individuales

Franco Abreu

A partir de todo lo recabado, se puede decir que Uruguay no está atrasado ni avanzado en materia de Big Data, sino más bien que se encuentra en un estado intermedio, una especie de “modernización incompleta”. En los últimos años se han incorporado herramientas que han permitido avanzar en el uso de datos, pero este proceso no se ha dado de forma homogénea. Más que responder a una política estructural sostenida en el tiempo, su desarrollo depende en gran medida de iniciativas puntuales dentro de los clubes.

En este escenario, considero que existen dos factores que condicionan esta cuestión. Por un lado, la limitación de recursos económicos y tecnológicos, que dificulta igualar el nivel de implementación de ligas más desarrolladas. Pero, por otro lado –de manera quizás menos visible– aparece una cierta desconfianza hacia los datos como herramienta central en la toma de decisiones. Esta desconfianza se explica por una tradición futbolera fuertemente apoyada en la experiencia, la intuición y el llamado “ojo clínico”, lo que genera tensiones, muchas veces de carácter generacional, en torno al rol que debe ocupar el Big Data.

En este sentido, el desafío del fútbol uruguayo no es solo el acceso a la tecnología, sino también la construcción de una confianza real en su uso, capaz de integrarla sin desplazar por completo las lógicas tradicionales que históricamente han construido identidad.

También resulta necesario tener en cuenta el contexto particular del fútbol uruguayo, donde la presión por obtener resultados inmediatos influye fuertemente en la toma de decisiones. A diferencia de otros países, donde los proyectos deportivos suelen sostenerse en el mediano y largo plazo, en Uruguay la falta de paciencia con los procesos genera entornos inestables, en los que los cambios son frecuentes y las decisiones deben responder a la urgencia del resultado. En contextos donde el margen de error es mínimo y la exigencia es constante, resulta más complicado apostar por procesos que requieren tiempo de desarrollo, como la integración plena del análisis de datos en la estructura deportiva.

Sin embargo, existen excepciones que demuestran que, bajo ciertas condiciones, es posible consolidar proyectos más estables. Casos como los de Boston River o Montevideo City Torque evidencian que,

cuando se logra cierta continuidad institucional, los modelos de trabajo –incluyendo el uso del Big Data– pueden desarrollarse con una línea clara y ordenada y con menor presión coyuntural.

A partir de esto, también puede observarse que la efectividad del uso de datos no depende únicamente de su incorporación formal, sino de su apropiación dentro de las distintas áreas del club. Entonces, el desafío pasa por conseguir que la información generada por el análisis de datos sea efectivamente utilizada por cuerpos técnicos, áreas deportivas y direcciones institucionales de forma articulada.

Sin embargo, este proceso difícilmente pueda consolidarse si no existe previamente un lineamiento de trabajo marcado por parte del club, que oriente las decisiones y unifíque criterios entre los distintos actores involucrados. La existencia de una estructura común no solo facilita la comunicación interna, sino que también permite que el uso del Big Data no dependa de interpretaciones aisladas y que sí se inscriba en una lógica institucional compartida que le dé coherencia al proceso.

Pía Boniatti

A lo largo de nuestra investigación, fuimos descubriendo que muchos clubes del fútbol uruguayo han avanzado exponencialmente en materia tecnológica y de datos durante el periodo comprendido entre el año 2020 y el 2025. Se han logrado incorporar herramientas de Big Data transformando la toma de decisiones y el rendimiento de los equipos así como el crecimiento de los clubes en cuanto a lo futbolístico y a la infraestructura.

Sin embargo, algo que llamó especialmente mi atención es que esta modernización del deporte parece estar concentrada en el sector masculino y no necesariamente viene acompañada de un avance equivalente en cuanto a estructuras de género. Los espacios vinculados al análisis de datos y a la gestión de los clubes siguen siendo en su mayoría ocupados por el género masculino. Esta situación evidencia que si bien el fútbol uruguayo apunta cada vez más a la profesionalización y al crecimiento tecnológico esto coexiste con desigualdades de género que son históricas y que muchas veces más que avanzar parecen retroceder. Mientras el fútbol masculino crece e incorpora recursos que optimizan su competitividad (y frecuentemente se convierten en noticia por eso), el fútbol femenino enfrenta limitaciones estructurales y presupuestales que condicionan su acceso a recursos y su crecimiento deportivo y no cuenta con el mismo nivel de cobertura periodística lo que también influye en su visibilidad.

Asimismo, este fenómeno no solo se ve presente en casos particulares de clubes sino que se traslada al periodismo. Si bien cada vez vemos y escuchamos más mujeres que eligen y logran abrirse camino en esta profesión, porque son innegables los cambios que se han dado, estos no son grandes y mucho menos se dan con la misma rapidez que en otros aspectos del fútbol. Tanto en el ámbito futbolístico como en el de los medios de comunicación la presencia masculina, sigue siendo sin lugar a dudas, predominante.

Sin ir más lejos, mientras escribo esta reflexión me doy cuenta que yo soy la única mujer en un grupo de cuatro personas, todos futuros comunicadores. Nuestro trabajo final de grado se centra en clubes profesionales del fútbol uruguayo, y el hecho de que hayamos elegido analizar únicamente el fútbol profesional implica que el femenino quede por fuera. Esto se da porque, incluso en pleno 2026, el fútbol femenino en Uruguay aún está en proceso de profesionalización.

Esta situación me lleva inevitablemente a hacerme algunas preguntas, ¿hasta cuando el género va a seguir condicionando las oportunidades dentro del fútbol y del periodismo uruguayo? ¿Hasta cuándo se van a permitir estas desigualdades como si fueran algo normal? Si bien me encantaría, no tengo la respuesta definitiva a estas preguntas, es por eso que invito a cada lector a reflexionar sobre esta situación que a veces parece avanzar más lento de lo que debería. Y principalmente, este proceso me

invita a mi, desde mi lugar no solo como futura comunicadora sino también como mujer, a no naturalizar desigualdades, a crearme capaz y a no tener miedo de hacerle frente a estas situaciones.

Ignacio Fernández

Antes incluso de comenzar esta investigación, la presencia cada vez más frecuente de sociedades anónimas deportivas en el fútbol uruguayo era un fenómeno que me generaba ciertas dudas e inquietudes. Con el paso de los años, comenzaron a aparecer clubes con estructuras cada vez más profesionalizadas, mayores capacidades económicas y herramientas tecnológicas que contrastaban con las posibilidades de muchas instituciones tradicionales de nuestro fútbol. Sin embargo, esa percepción inicial se encontraba más vinculada a una sensación personal y a la observación cotidiana del campeonato uruguayo que a una reflexión realmente desarrollada.

A medida que avanzó el trabajo de investigación sobre el uso del Big Data en el fútbol uruguayo, esa idea inicial comenzó a fortalecerse. Las entrevistas realizadas, el análisis de distintos modelos de gestión y la observación de las realidades institucionales de varios clubes permitieron identificar diferencias estructurales mucho más profundas de lo que imaginaba al comienzo. El acceso desigual a recursos económicos, estructuras profesionales y herramientas de análisis de datos no solo modifica la forma en que los clubes planifican o toman decisiones, sino también las condiciones bajo las cuales compiten entre sí.

Históricamente, gran parte de los ingresos de los clubes uruguayos estuvieron relacionados con su masa social, la venta de entradas, la comercialización de indumentaria y la capacidad de generar interés televisivo. En cierta forma, el arraigo popular y la construcción histórica de una institución condicionaban también su potencial económico y deportivo. Sin embargo, la consolidación de modelos basados en inversión privada alteró parcialmente esa lógica. Hoy existen clubes con escasa masa social o poca tradición dentro del fútbol uruguayo que, gracias al respaldo económico externo, poseen estructuras más modernas y profesionalizadas que instituciones históricas con mucho mayor peso popular.

Uno de los casos que más reforzó esta percepción durante la investigación fue el de Montevideo City Torque. Desde su adquisición por parte del Grupo City en 2017, el club logró ascender rápidamente, sostenerse durante varias temporadas en Primera División y recuperarse con rapidez luego de cada descenso. Algo similar ocurre con Albion Football Club, que tras convertirse en sociedad anónima deportiva comenzó un proceso de crecimiento sostenido que hoy lo encuentra disputando puestos de clasificación internacional. Mientras tanto, clubes tradicionales del fútbol uruguayo como Danubio Fútbol Club, Defensor Sporting o Montevideo Wanderers atravesaron en los últimos años descensos, crisis deportivas e importantes dificultades institucionales.

Esto no significa que las sociedades anónimas deportivas garanticen automáticamente mejores resultados, ni que el dinero por sí solo explique el rendimiento dentro de la cancha. El fútbol continúa

siendo un deporte atravesado por múltiples factores imposibles de controlar completamente. Sin embargo, la investigación sí permitió observar que algunos clubes cuentan con mayores herramientas para reducir la incertidumbre, sostener proyectos deportivos y reorganizarse frente a escenarios adversos. En ese contexto, el acceso al Big Data, a estructuras de scouting profesional y a tecnologías de análisis deja de aparecer como un recurso neutral y comienza a transformarse también en una ventaja competitiva.

Con el paso de la investigación, la discusión dejó de parecerme exclusivamente deportiva y empezó a resultarme también ética. Si todos los clubes participan de una misma competencia, pero algunos cuentan con recursos, tecnologías y capacidades de planificación significativamente superiores, resulta inevitable preguntarse hasta qué punto las condiciones de competencia siguen siendo realmente equivalentes. La igualdad reglamentaria existe, pero la igualdad real de posibilidades parece cada vez más discutible.

Más que llegar a una respuesta definitiva, esta investigación me llevó a profundizar una inquietud que ya existía previamente. El fútbol uruguayo atraviesa un proceso de transformación cada vez más visible, donde las diferencias estructurales entre clubes parecen ampliarse progresivamente. Y en ese escenario, la discusión ya no pasa solamente por quién gana o pierde, sino también por las condiciones bajo las cuales cada institución construye sus posibilidades de competir.

Juan Lauz

Como preveíamos desde un principio, encontramos diferencias sustanciales en modelos de gestión en los clubes de desarrollo, acentuadas por sus particulares raíces históricas y culturales. Resultó especialmente gráfica la comparación trazada por Andreu Freixes entre la labor sistémica del departamento de scouting y análisis de datos de Montevideo City Torque y la toma de decisiones de corte “presidencialista” que ejerce Liverpool a través de la figura de José Luis Palma.

Considerando que no existe una fórmula mágica para el triunfo, observamos que todos los casos analizados en profundidad han cosechado éxitos recientes en el último lustro, aunque partiendo de prioridades divergentes o un orden de prioridades diferentes. Como puede ser la venta de futbolistas para prevalecer o garantizar el objetivo de la inversión inicial —en el caso de las SAD— por sobre los logros deportivos en materia de títulos o clasificaciones a competencias internacionales. Como tal, todos los logros conseguidos por estos equipos se han alcanzado a partir de una buena ejecución de su modelo, en el caso de Liverpool a través de un acertado análisis cualitativo de futbolistas (un ‘ojo clínico’) que han recuperado efectivamente sensaciones en el equipo negriazul, o en el caso de Albion y City Torque mediante un bien ejecutado proceso de scouting a partir de sus departamentos de scouting y análisis de datos.

Rescato una premisa que marcó mi visión tras la entrevista con Freixes: todos los modelos buscan, en definitiva, “acercar a ganar”. Cualquier camino es válido siempre que garantice la reducción del margen de error en la incorporación de futbolistas y, fundamentalmente, vele por la salud deportiva institucional mediante la instauración de filtros basados en el modelo de juego. El caso de Liverpool, con la obtención de su primer Campeonato Uruguayo y múltiples títulos cortos, es quizás el ejemplo más destacado de un proyecto donde los departamentos trabajan en función de una identidad de estilo y características de futbolistas que encajen con la visión del club.

Esta consolidación de los modelos de juego como base estratégica ha acortado significativamente la brecha competitiva entre los clubes en desarrollo y los grandes del fútbol uruguayo. Se trata de una distancia que, con el paso del tiempo, podría convertirse en la más estrecha de la historia local. Un dato que respalda esta tendencia es que, entre 2020 y 2026 (incluyendo el reciente título de Racing Club), Nacional y Peñarol han conquistado apenas seis de los últimos trece torneos cortos disputados.

En conclusión, el foco de la discusión debe desplazarse de la naturaleza del modelo a la efectividad de su ejecución. En el deporte de alta competencia, el éxito es lo que hace rentable la inversión, una tarea que los clubes en desarrollo están cumpliendo por encima de los estándares históricos. Mientras tanto, los clubes grandes navegan la controversia de administrar instituciones bajo una exigencia deportiva máxima —la obligación de ser campeón— al tiempo que deben alcanzar los niveles de rentabilidad y

modernización técnica que las SAD están imponiendo mediante el uso del Big Data y la creación de departamentos de análisis especializados.