

O San Francisco Giants vence com a tecnologia da informação

O San Francisco Giants é uma das equipes de beisebol mais antigas dos Estados Unidos, e também uma das mais bem-sucedidas. Eles ganharam mais jogos do que qualquer outra equipe na história do beisebol norte-americano e do que qualquer time esportivo profissional dos Estados Unidos. O Giants conquistou 22 flâmulas da Liga Nacional e participou de 19 competições da World Series — ambos recordes na Liga Nacional. Seu triunfo mais recente foi ter ganhado a World Series em 2012. O Giants tem muitos treinadores e jogadores de destaque (apresentando o maior número de jogadores no Hall da Fama em todo o beisebol profissional), mas parte de seu sucesso, tanto como uma equipe como um negócio, pode ser atribuída ao uso da tecnologia de informação.

O beisebol é um jogo de estatísticas, e todas as principais equipes estão constantemente analisando seus dados sobre o desempenho do jogador e o posicionamento otimizado em campo (ver caso de abertura do Capítulo 11 sobre Moneyball). Mas o Giants está fazendo mais do que isso. Eles começaram a usar um sistema de vídeo do Sportsvision chamado Fieldf/x, que auxilia as equipes nas análises de tempos de reação do jogador. As informações produzidas pelo sistema sobre a velocidade do jogador e seu tempo de resposta, como a velocidade com que um defensor externo chega a uma bola ou reage às rebatidas do tipo line drive, tornarão a análise dos dados do jogador muito mais precisa. Em alguns casos, ele fornecerá informações até então desconhecidas. O sistema Fieldf/x gera um milhão de registros por jogo. Isso totaliza cinco bilhões de registros em três anos, a quantidade de tempo necessária para fornecer um alto nível de precisão nos dados. Além das estatísticas dos jogadores e da equipe, o Giants está começando a coletar dados sobre os seus fãs, incluindo dados sobre a aquisição de ingressos e atividade na mídia social.

Sob a liderança do Chief Information Officer (CIO) Bill Schlough, o San Francisco Giants foi o pioneiro na precificação dinâmica dos ingressos, baseada em software da empresa Qcue, no qual o preço de um ingresso varia de acordo com o nível de demanda para um determinado jogo. É como se os preços tivessem os valores dos ingressos alterados dinamicamente, como no setor de aviação civil. Se um jogo faz parte de uma série importante, ou se o Giants está jogando contra um rival na divisão, ou se os ingressos de um jogo parecem estar vendendo rapidamente, os preços subirão. Se o jogo não é um grande atrativo, os preços dos ingressos caem. Os ingressos do Giants esgotam em 100% dos seus jogos em casa, desde outubro de 2010, e as vendas de ingressos da temporada completa aumentaram de 21 mil em 2010 para 29 mil ingressos em 2012.

Os detentores dos ingressos da temporada completa normalmente não assistem a todos os jogos, e isso pode diminuir a receita para a equipe. Cada vez que um fã com um ingresso de temporada decide ficar em casa, a empresa franqueada perde em média 20 dólares em concessões e vendas de mercadorias. Para certificar-se de que os assentos dos estádios estarão sempre ocupados, o Giants criou um mercado secundário on-line de ingressos, no qual o titular do ingresso poderá revendê-lo usando a Internet. Os especialistas em tecnologia da informação do Giants encontraram uma maneira de ativar e desativar os códigos de barras dos ingressos de modo que eles possam ser revendidos. O sistema também é uma maneira para o Giants fornecer serviços adicionais aos clientes. A equipe também se aproveita da tecnologia wireless para melhorar a experiência dos seus fãs. O AT&T Park, estádio do Giants, tem uma extensa rede wireless de alta velocidade, que os fãs podem usar para verificar as pontuações e destaques em vídeo ou para transmitir mensagens por e-mail. Uma “sede de mídia social” chamada @Cafe oferece um espaço para que os fãs se reúnam, comprem um café gelado, verifiquem os tweets, visualizem fotos de outros fãs, e até mesmo se conectem com os jogadores.

Os desafios que o San Francisco Giants e outros times de beisebol enfrentam mostram como os sistemas de informação são essenciais hoje. A Major League Baseball é uma empresa, assim como é um esporte, e equipes como o Giants precisam lucrar com a receita dos jogos, a fim de permanecerem nesse negócio. A Major League Baseball também é um negócio no qual o que importa acima de tudo é ganhar, e qualquer maneira de usar informações para melhorar o

desempenho do jogador é uma vantagem competitiva. O diagrama a seguir chama a atenção para pontos importantes levantados por este caso e este capítulo. Para aumentar a receita obtida no estádio, o San Francisco Giants desenvolveu um sistema de precificação dinâmica dos ingressos projetado para ajustar os preços dos ingressos conforme a demanda do cliente e vender os assentos com o preço ideal. A equipe desenvolveu outro sistema que permite ao portador do ingresso vendê-lo facilmente on-line para outra pessoa. Outra forma de manter os clientes é implantar modernas tecnologias de informação no estádio AT&T Park, incluindo uma enorme rede Wi-Fi com serviços interativos. Para melhorar o desempenho do jogador, o Giants implementou um sistema que captura vídeo com os jogadores e depois usa os dados para analisar a velocidade e os tempos de reação.

