

Estadio Mercedes-Benz

Introducción

1. Compitiendo contra el sofá
2. Escribiendo un nuevo manual para estadios inteligentes
3. Marcando puntos de los aficionados con alto rendimiento
4. Sobre el Mercedes-Benz Stadium



Transformando la experiencia de los fanáticos con tecnologías revolucionarias.

Hoy en día, los estadios compiten con las opciones de entretenimiento que se transmiten directamente a todos los hogares. Para crear un destino que lleve a los fanáticos a ver eventos en vivo, el Estadio Mercedes-Benz utiliza soluciones de IBM® Storage en las instalaciones y basadas en la nube para enviar contenido a las pantallas de todo el estadio. De esta manera, el aficionado nunca se pierde la acción en el campo o en el escenario. El estadio multipropósito de \$ 1.5 mil millones de dólares también alberga eventos deportivos, civiles, culturales y privados, que incluyen fútbol profesional, fútbol universitario y juegos de baloncesto universitario.



Desafío comercial

A medida que la competencia crecía en los televisores de pantalla grande del hogar y los aficionados esperaban experiencias más interactivas y conectadas en el estadio, AMBSE percibió que entregar una experiencia para los aficionados más atractiva y digitalmente potenciada era esencial para el éxito del Mercedes-Benz Stadium.

Transformación

Para brindar a los aficionados una mejor y más cautivante experiencia, AMB Sports and Entertainment (AMBSE), propietario y operador del Mercedes-Benz Stadium, eligió de IBM una plataforma integrada de tecnología de estadio. La solución incluía una infraestructura de datos de alto rendimiento, aplicaciones móviles con un conserje digital con tecnología de IBM® Watson® y aplicaciones operacionales esenciales alojadas por IBM Cloud™.

Resultados

- 7.700 kilómetros de cable de fibra óptica conectado a cada puerto y punto de acceso, listo para futuras tecnologías
- 1.800 puntos de acceso Wi-Fi para optimizar la conectividad inalámbrica y permitir una mayor participación de los aficionados
- 100 TB de datos generados por las operaciones del estadio cada mes y respaldados por IBM Cloud

Estadio Mercedes-Benz

Introducción

1. Compitiendo contra el sofá

2. Escribiendo un nuevo manual para estadios inteligentes

3. Marcando puntos de los aficionados con alto rendimiento

4. Sobre el Mercedes-Benz Stadium

Compitiendo contra el sofá

En una era de televisores de pantalla gigante de ultra alta definición e interacción constante con “segundas pantallas” de dispositivos móviles, ¿cómo persuadir a los aficionados de deportes para que abandonen sus sofás y vean los principales eventos deportivos presencialmente?

Para llenar sus asientos, los operadores del estadio deben mejorar su propio juego y presentar una experiencia superior de evento en vivo. Cuando comenzaron las construcciones en el Mercedes-Benz Stadium, el objetivo era ofrecer una experiencia para los invitados sumamente entretenida y fácil. Además de una arquitectura imponente y una gama completa de servicios, los operadores del estadio querían proporcionar una atractiva variedad de servicios digitales para dinamizar la experiencia de los aficionados.

Después de considerar los métodos tradicionales de contratar varios proveedores de tecnología, AMBSE decidió buscar un socio que pudiera diseñar y construir toda la tecnología en el nuevo Mercedes-Benz Stadium y crecer con ella en 10-15 años.

Estaba claro que IBM podía cumplir el requisito de entregar el rendimiento y las ventajas de ahorro de costos de una plataforma tecnológica integrada, y AMBSE eligió a IBM como el integrador general de los sistemas de TI.

Crear una infraestructura de TI en un entorno de construcción complejo, como un estadio deportivo, es un desafío técnico enorme, pero AMBSE lo vio como una oportunidad para hacer de su nueva sede un destino mucho más atractivo para los visitantes. AMBSE participó en sesiones de IBM Enterprise Design Thinking™,

un método de desarrollo de diseño que se enfoca rigurosamente en cada aspecto de la experiencia del cliente.

Con el aporte de los aficionados y operadores del estadio, un equipo de IBM iX® de IBM Services™ creó un "mapa de viaje" detallado de cómo los aficionados interactuarían con el estadio, trazando cada punto de contacto de la experiencia de los aficionados para organizar servicios móviles y digitales amigables para ellos. IBM también montó un laboratorio de diseño externo para construir prototipos y probar sistemas y componentes de TI antes de instalarlos en el estadio.

Además de asegurar que los sistemas de tecnología se ejecutaran según las especificaciones en el día de la inauguración del estadio, IBM diseñó la arquitectura del sistema de TI para que sea "flexible en el futuro". A medida que las tecnologías digitales evolucionen durante las próximas décadas, la infraestructura tecnológica del estadio tendrá la capacidad de crecer, adaptarse y mantenerse al día con las expectativas de los aficionados y los requisitos operacionales.

“Es la mejor instalación de entretenimiento deportivo, no solo en los Estados Unidos, sino posiblemente en el mundo”.

— Arthur M. Blank, Presidente, Grupo AMB, Propietario, Atlanta Falcons, Atlanta United y Mercedes-Benz Stadium

Estadio Mercedes-Benz

Introducción

1. Compitiendo contra el sofá
2. Escribiendo un nuevo manual para estadios inteligentes
3. Marcando puntos de los aficionados con alto rendimiento
4. Sobre el Mercedes-Benz Stadium

Escribiendo un nuevo manual para estadios inteligentes



Todo lo que un aficionado ve en las 2.500 pantallas de TV del estadio y escucha a través de sus 4.200 altavoces está impulsado por una infraestructura digital a escala de ciudad, diseñada y construida por IBM.

El eje central es una red óptica pasiva Gigabit (GPON), que tiene una vida útil de décadas más larga que el cableado Ethernet convencional basado en cobre. De extremo a extremo, la red GPON incluye 7.700 kilómetros de cable de fibra óptica conectado a 15.600 puertos Ethernet.

La instalación de GPON requiere la mitad de los armarios de cableado que el de cobre, reduce el consumo de energía y libera más espacio para actividades que generan ingresos. GPON entrega datos y energía a más de 700 registros de puntos de venta (POS), 590 cámaras de seguridad y 400 puntos de acceso de seguridad de puertas.

A medida que una nueva tecnología está disponible y crece la demanda de banda ancha, la fibra GPON tiene la capacidad y flexibilidad para nuevas actualizaciones tecnológicas, por lo que AMBSE puede evitar el costo significativo de instalar nuevo cableado.

Incluso con ocupación completa con más de 70.000 espectadores, los aficionados que consumen datos no tienen que preocuparse por las zonas muertas de Wi-Fi en el Mercedes-Benz Stadium. Más de 1.800 puntos de acceso Wi-Fi, muchos alojados en recintos de diseño personalizado de IBM debajo de los asientos, están conectados a GPON e integrados en toda la estructura

En un evento reciente de un juego importante, esta red de ultra velocidad admitió un récord de 24 TB de tráfico de datos y un rendimiento máximo de 13,06 Gps para 48.845 visitantes.

Estadio Mercedes-Benz

Introducción

1. Compitiendo contra el sofá
2. Escribiendo un nuevo manual para estadios inteligentes
3. Marcando puntos de los aficionados con alto rendimiento
4. Sobre el Mercedes-Benz Stadium

Criando um playbook para estádios inteligentes



Equipado con una red de área de almacenamiento (SAN) de 4 PB y 7 TB de RAM, el Centro de datos de IBM también sirve como puerta de entrada del Mercedes-Benz Stadium a IBM Cloud, que alberga tres aplicaciones móviles para aficionados.

Además, IBM Cloud sirve como el sistema principal de respaldo y recuperación para más de 100 TB de datos operacionales producidos y utilizados cada mes.

“Cuando comenzamos este camino hacia un nuevo estadio, nos dimos cuenta de que íbamos a necesitar un socio de integración de sistemas. IBM desempeñó ese papel para nosotros e hizo un trabajo estupendo”

— Danny Branch, Director de información, AMB Sports and Entertainment

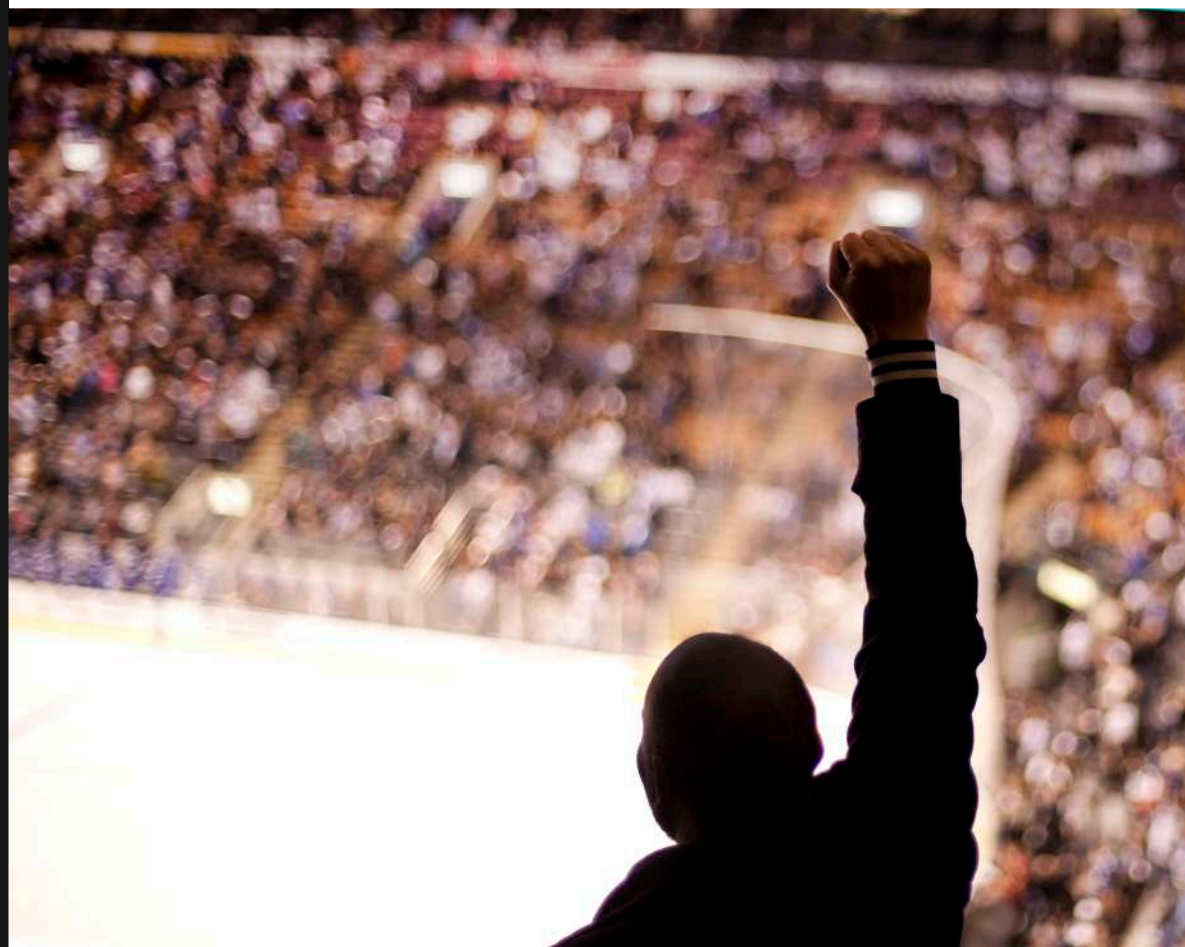
Estadio Mercedes-Benz

Introducción

1. Compitiendo contra el sofá
2. Escribiendo un nuevo manual para estadios inteligentes
3. Marcando puntos de los aficionados con alto rendimiento
4. Sobre el Mercedes-Benz Stadium

Marcando puntos de los aficionados con alto rendimiento

Desde el día en que se abrió su icónico techo, el Mercedes-Benz Stadium ocupó su lugar como una de las sedes deportivas y de entretenimiento más tecnológicamente avanzadas del mundo. Con el aporte detallado de los aficionados y operadores del estadio, el equipo de iX desarrolló un conjunto de aplicaciones móviles amigables para los aficionados diseñadas para lograr su participación antes, durante y después de cada visita al estadio. Las aplicaciones, que se han descargado más de 800.000 veces, incluyen versiones para los aficionados de los equipos Atlanta Falcons y Atlanta United, y para los invitados que asisten a otros eventos del estadio. Más de 45.000 personas usan la aplicación Falcons en un día de juego.



Antes de un juego, los aficionados pueden usar una aplicación para comprar y transferir entradas, planear la ida al estadio, así como encontrar y pagar estacionamientos. Durante el juego, los aficionados pueden usar las aplicaciones para ingresar sin entradas, hacer compras, navegar por el estadio e interactuar con contenido relacionado con el equipo. Después del juego, las aplicaciones permiten a los aficionados reservar servicios de transporte compartido, comprar más productos y ver los momentos destacados del juego. Con la plataforma de aplicaciones móviles de IBM, AMBSE puede mejorar la velocidad del servicio, lo que a su vez aumenta la eficiencia y mejora la experiencia general de los aficionados.

Para localizar concesiones y acceder a los servicios para visitantes, los aficionados pueden recurrir a "Ask Arthur", un asistente virtual que lleva el nombre de Arthur Blank, el propietario de los equipos Atlanta Falcons y Atlanta United. Ask Arthur se basa en la inteligencia artificial de Watson™ y dialoga con los usuarios en lenguaje natural para responder preguntas sobre el estadio y experiencias del día del juego. El resultado es una mejor experiencia para los aficionados con información para mejorar las operaciones generales de AMBSE.

Además del Mercedes-Benz Stadium, otros estadios deportivos, arenas y grandes espacios como aeropuertos, centros de transporte, hospitales y campus universitarios y corporativos pueden beneficiarse de la experiencia y conocimiento de IBM con plataformas tecnológicas integradas a gran escala. "Los aficionados desafían continuamente a los operadores del lugar para innovar", dice Ben Brillat, Jefe arquitecto de servicios de red de IBM. "El próximo estadio debe ser más interactivo, más atractivo, más sorprendente. IBM siempre está evolucionando la tecnología para estar al día con las expectativas.

Estadio Mercedes-Benz



Introducción

1. Compitiendo contra el sofá
2. Escribiendo un nuevo manual para estadios inteligentes
3. Marcando puntos de los aficionados con alto rendimiento
4. Sobre el Mercedes-Benz Stadium

Sobre el Mercedes-Benz Stadium

Mercedes-Benz Stadium es una instalación deportiva y de entretenimiento de nivel mundial ubicada en el corazón de la zona céntrica de Atlanta, Georgia. Inaugurado en agosto de 2017, el estadio donde juegan como local el Atlanta Falcons de la NFL y el Atlanta United F.C. de la MLS y es operado por AMB Sports and Entertainment (AMBSE).

El estadio multiusos y de US\$ 1.5 mil millones alberga eventos deportivos, cívicos, culturales y privados, que incluyen juegos de campeonato para fútbol profesional, fútbol y baloncesto universitario.

Componentes de la solución

- [IBM Cloud](#)
- [IBM Enterprise Design Thinking](#)
- [IBM iX](#)
- [IBM Services™](#)
- [IBM Watson](#)

Dé el próximo paso

Para saber más acerca de las soluciones de IBM destacadas en esta historia, póngase en contacto con su representante de IBM [aquí](#).

