



# Estrategias para el Nou Espai Barça: Estadios Conectados del Futuro

El Nou Espai Barça representa la visión del FC Barcelona para crear un complejo deportivo de vanguardia que transformará la experiencia de los aficionados. En esta presentación, exploraremos las estrategias clave para gestionar los desafíos y aprovechar las oportunidades que surgen durante la transición a un estadio renovado.

Analizaremos soluciones innovadoras para la gestión del aforo, sistemas digitales de venta y control, nuevas experiencias para aficionados, y medidas de seguridad avanzadas que definirán el futuro de la asistencia a eventos deportivos.



por Jose Beltran

# Gestión de Ventas con Aforo Reducido

## Análisis de escenarios

Desarrollo de múltiples escenarios de renovación basados en el estadio temporal, con proyecciones de precios equivalentes y porcentajes variables de renovación.



## Distribución del aforo

Cálculo preciso del aforo disponible tras reservar espacios para abonados, socios, clientes VIP, compromisos institucionales y familiares de jugadores.



## Selección de estadio "amigo"

Identificación de un recinto céntrico, con buena accesibilidad y aceptación por parte de la afición, minimizando barreras para la movilización de socios.



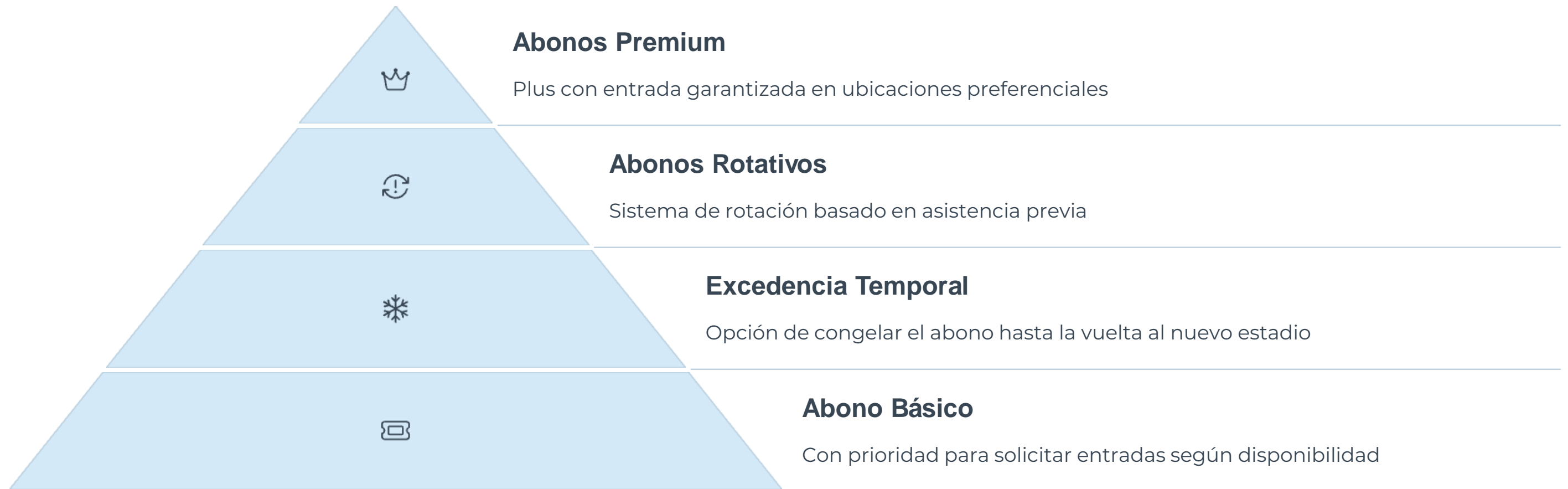
## Políticas de precios

Implementación de una variación de precios moderada o inexistente para evitar complicar las proyecciones y mantener la fidelidad de los abonados.



La gestión eficaz del aforo reducido durante las obras del Nou Espai Barça requiere un enfoque estratégico que equilibre los intereses de todas las partes interesadas, priorizando siempre la experiencia del socio y abonado culé.

# Administración de Abonados Durante la Reconstrucción



La gestión de abonados durante la reconstrucción plantea dos escenarios principales: cuando hay más abonados que asientos disponibles y cuando hay menos. En el primer caso, es crucial implementar un sistema de rotación justo que premie la fidelidad, garantizando ciertos partidos clave y ofreciendo la posibilidad de solicitar asistencia con antelación.

Para quienes prefieran no renovar durante este período, se pueden ofrecer modalidades de excedencia que mantengan la vinculación con el club mientras aseguran prioridad para el regreso al nuevo estadio.

# Sistemas de Control de Aforo en Estadios Modernos



## Gestión del stock

Control centralizado del inventario total de entradas disponibles para cada partido.



## Modelos predictivos

Análisis de factores como solicitudes de asiento libre, interés del partido y estacionalidad turística.



## Liberación programada

Sistema de liberación de asientos no utilizados para maximizar la ocupación.



## Distribución estratégica

Asignación óptima de asientos para mejorar la experiencia visual y la atmósfera del estadio.

Un sistema eficaz de control de aforo debe considerar múltiples variables que afectan la asistencia, como el horario del partido, eventos simultáneos en la ciudad, y la presencia de turistas. La implementación de un departamento centralizado de Logística de Ticketing resulta fundamental para coordinar todas estas variables y optimizar la distribución del aforo.

La flexibilidad en la asignación de asientos, especialmente si se implementa un sistema sin selección previa, permite una mejor gestión del espacio y mejora la experiencia televisiva al concentrar a los espectadores en las zonas más visibles.

# El Abono Flotante: Flexibilidad para Socios y Club

## Concepto y Funcionamiento

El abono flotante asigna al socio un rango de precio y calidad, pero no un asiento específico. Para cada partido, el abonado solicita asistencia dentro de un plazo establecido y recibe su ubicación exacta aproximadamente una semana antes del evento, garantizando siempre un asiento acorde a su categoría.

## Ventajas para el Club

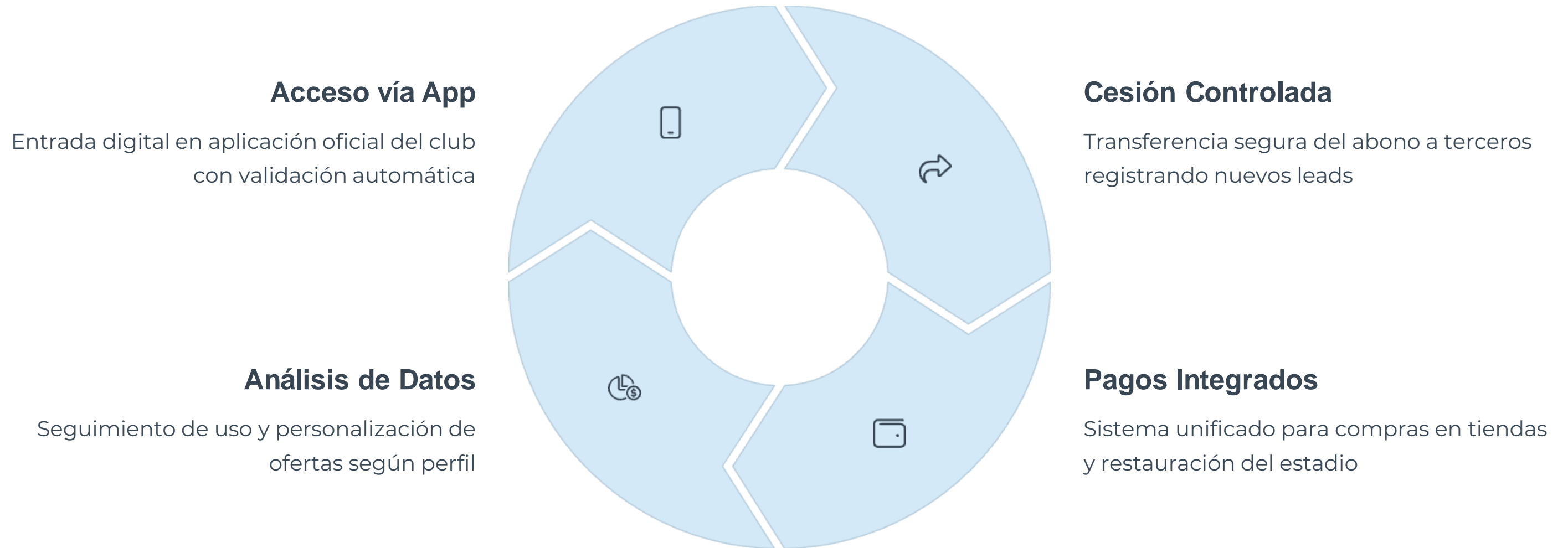
Permite una gestión más dinámica del aforo, optimizando la distribución de espectadores según las características de cada partido. Facilita la concentración de aficionados en zonas visibles para transmisiones televisivas y mejora la capacidad de respuesta ante eventos especiales.

## Beneficios para el Abonado

Ofrece mayor flexibilidad al no estar atado a un asiento fijo, posibilidad de mejorar ubicaciones en partidos de menor demanda, y garantía de obtener siempre un asiento de calidad equivalente o superior a la categoría contratada.

La implementación del abono flotante representa un cambio significativo en la cultura tradicional del estadio, pero ofrece ventajas considerables tanto para el club como para los aficionados. Este sistema ha demostrado su eficacia durante la etapa en Montjuïc, permitiendo una mayor flexibilidad y eficiencia en la gestión del aforo.

# El Abono Digital: La Evolución Necesaria



La digitalización completa del abono permite un seguimiento preciso del comportamiento de los abonados, facilitando la cesión de asientos no utilizados y la personalización de ofertas comerciales. Al integrar el abono con sistemas de pago digital, se crea un ecosistema que mejora la experiencia del usuario y aumenta las oportunidades de ingresos adicionales.

Este sistema también proporciona datos valiosos sobre los patrones de asistencia y consumo, permitiendo al club adaptar sus servicios a las preferencias reales de los aficionados y optimizar la experiencia en el estadio.

# Seguridad Avanzada: Validación Biométrica y Medidas Adicionales



## Entradas Nominales

Implementación obligatoria de entradas personalizadas con verificación de identidad en los accesos, reduciendo significativamente la reventa fraudulenta y mejorando el control de asistentes.



## Reconocimiento Biométrico

Sistemas de identificación facial o biométrica para abonados y aficionados frecuentes, agilizando el acceso mientras se mantiene un alto nivel de seguridad y verificación.



## Códigos QR Dinámicos

Implementación de códigos QR que se activan solo por proximidad geográfica o en ventanas temporales específicas, evitando la duplicación fraudulenta de entradas.



## Monitoreo Continuo

Sistemas de seguimiento de cesiones de abonos para detectar patrones sospechosos, como transferencias frecuentes a distintas personas o a aficionados del equipo rival.

La seguridad en los estadios modernos trasciende las medidas físicas tradicionales para incorporar tecnologías avanzadas que protegen tanto la integridad del evento como la experiencia del aficionado legítimo. La coordinación con bases de datos policiales permite identificar a personas con prohibición de acceso a recintos deportivos.

# Taquillas Digitales y Máquinas de Autoventa

## Evolución del Punto de Venta

El mercado evoluciona hacia la reducción de taquillas físicas tradicionales, reemplazándolas con asesores de venta y quioscos digitales de autoventa. Esta transformación responde a las nuevas expectativas de los aficionados y optimiza los recursos del club.

Los quioscos digitales ofrecen una experiencia consistente, disponibilidad 24/7 y reducen significativamente los costes operativos asociados con personal de taquilla.



Las máquinas de autoventa modernas incorporan interfaces intuitivas que guían al usuario a través del proceso de compra, ofreciendo múltiples opciones de pago y la posibilidad de personalizar la experiencia según las preferencias del aficionado.

Aunque la tecnología de autoventa reduce costes operativos, es importante mantener un equilibrio con la atención personalizada. Los asesores de venta complementan las máquinas proporcionando asistencia para transacciones complejas o aficionados menos familiarizados con la tecnología, asegurando una experiencia positiva para todos los públicos.

# Catálogo de Productos para Instalaciones Deportivas



## Productos Básicos

Entradas regulares y abonos tradicionales

---



## Experiencias Mejoradas

Paquetes Basic Plus y servicios adicionales

---



## Productos Premium

Experiencias VIP y hospitality exclusivo

---



## Experiencias Únicas

Accesos especiales y momentos irrepetibles

Un catálogo completo de productos para las instalaciones deportivas debe estructurarse en diferentes niveles de exclusividad y precio, ofreciendo opciones para todos los segmentos de aficionados. Desde la entrada básica hasta experiencias completamente personalizadas, cada producto debe estar claramente definido en cuanto a sus beneficios y valor añadido.

La documentación detallada de cada producto, incluyendo sus características, público objetivo, precios recomendados y estrategias de venta, facilita la gestión coherente por parte de todos los departamentos involucrados en su comercialización.

# Eventos en el Metaverso: Nuevas Fronteras Digitales



## Partidos Virtuales

Transmisiones inmersivas de encuentros en entornos virtuales tridimensionales donde los aficionados pueden interactuar entre sí mediante avatares personalizados.



## Comunidad Global

Experiencias compartidas entre aficionados de todo el mundo sin limitaciones geográficas, creando nuevas formas de vivir la pasión por el Barça.



## Comercio Virtual

Tiendas digitales con merchandising exclusivo, tanto físico (con envío real) como virtual (NFTs y artículos para avatares).



## Encuentros con Jugadores

Eventos especiales donde los aficionados pueden interactuar virtualmente con sus ídolos en ambientes exclusivos del metaverso.

El metaverso representa una oportunidad sin precedentes para expandir la experiencia del aficionado más allá de las limitaciones físicas del estadio. Esta nueva frontera digital permite al club conectar con seguidores internacionales que nunca podrían asistir presencialmente a un partido, generando nuevas fuentes de ingresos y fortaleciendo la comunidad global culé.

# Experiencias Gastronómicas de Alto Nivel



## Gastronomía Local

Oferta de alta cocina catalana con productos de proximidad y elaboraciones tradicionales reinventadas por chefs de prestigio. Menús que reflejan la identidad cultural de Barcelona mientras proporcionan una experiencia culinaria memorable.



## Espacios Exclusivos

Restaurantes y zonas de degustación con vistas privilegiadas al terreno de juego, donde la experiencia gastronómica se complementa con la deportiva. Diseño interior que combina elegancia y pasión por el club.



## Experiencias Interactivas

Chef's tables y showcookings que permiten a los aficionados VIP disfrutar de elaboraciones en directo e interactuar con los cocineros, añadiendo un componente de entretenimiento a la oferta gastronómica.

La gastronomía se ha convertido en un elemento diferencial en la oferta de hospitality de los estadios modernos. Las experiencias culinarias de calidad no solo complementan el evento deportivo, sino que pueden convertirse en un atractivo por sí mismas, incrementando el valor percibido de los paquetes premium.

# Experiencias VIP Redefinidas

**200%**

**Mayor ROI**

Retorno de inversión en áreas VIP comparado con asientos regulares

**15%**

**Crecimiento Anual**

Incremento en la demanda de experiencias premium

**4h**

**Tiempo de Estancia**

Permanencia media de clientes VIP en el estadio

**92%**

**Fidelización**

Tasa de renovación de clientes hospitality

Las experiencias VIP en el estadio moderno van mucho más allá del simple asiento premium y el catering exclusivo. Los nuevos conceptos incluyen accesos privilegiados como el "Pase Estelar", que permite a un grupo reducido de aficionados presenciar la llegada de los jugadores al estadio y recorrer las mismas zonas que ellos antes de que se abran las puertas al público general.

Otros productos exclusivos incluyen la "Zona de Jugadores", donde los clientes pueden ver el calentamiento desde una perspectiva privilegiada, o experiencias de calentamiento que permiten estar a pie de campo durante los ejercicios previos al partido, creando momentos irrepetibles para los aficionados premium.

# Experiencias Regular Plus: Elevando lo Cotidiano

## Fast Track

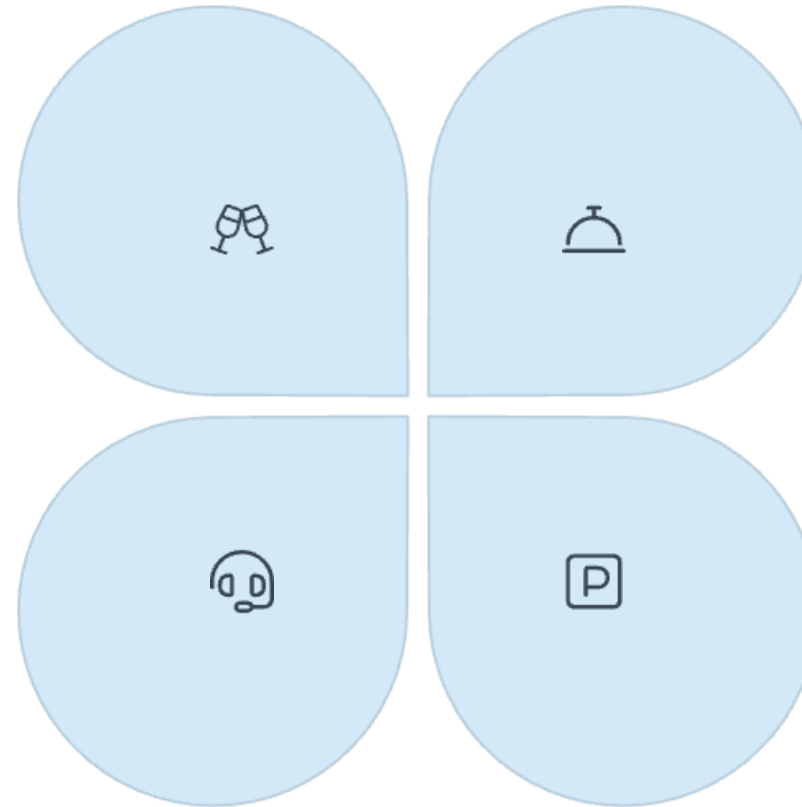
Acceso prioritario al estadio sin colas

- Puertas dedicadas con menor tiempo de espera
- Personal de asistencia exclusivo

## Contenido Exclusivo

Información ampliada durante el partido

- Acceso a estadísticas en tiempo real
- Auriculares con comentarios técnicos



## Servicios Añadidos

Comodidades adicionales incluidas

- Servicio de comida y bebida en el asiento
- Cojines y mantas en meses fríos

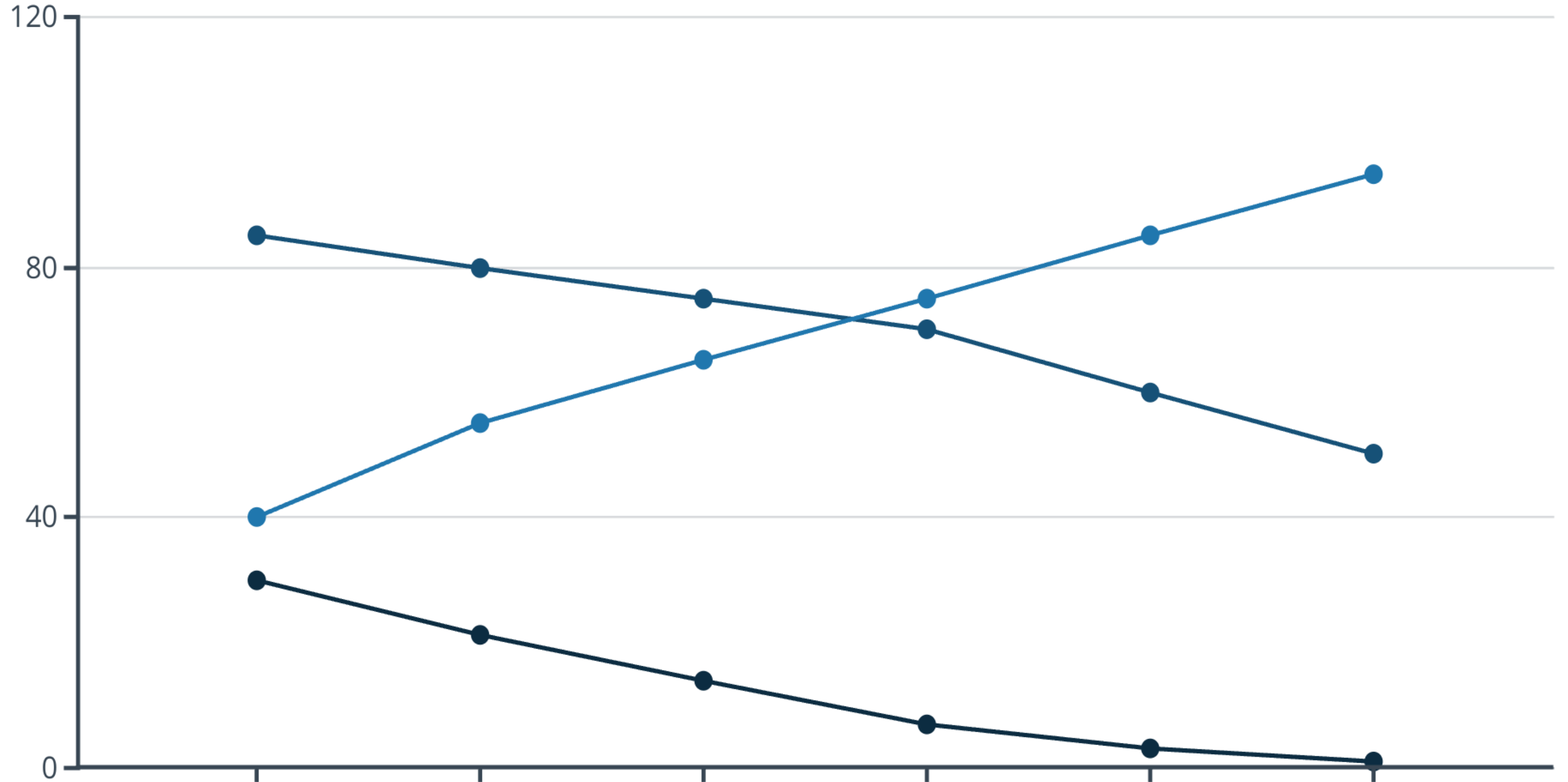
## Parking Garantizado

Solución integral de transporte

- Plaza reservada cerca de la entrada
- Opción de servicio de valet

El segmento "Regular Plus" representa una oportunidad para incrementar el valor percibido y el precio de las entradas estándar mediante la adición de servicios complementarios accesibles. Estos paquetes permiten a aficionados que no pueden o no desean acceder a las zonas VIP disfrutar de una experiencia mejorada sin el coste de las áreas premium.

# Estrategias Last Minute: Maximizando la Ocupación



# Barça Fest: Experiencia Completa Pre-Partido

## Planificación Estratégica

Creación de un eje de entretenimiento en los alrededores del estadio con horarios adaptados al público familiar y turístico. Coordinación con autoridades locales para facilitar el acceso y garantizar una experiencia fluida.

El concepto Barça Fest transforma la asistencia a un partido en una experiencia de día completo, aumentando el tiempo de permanencia de los aficionados en el entorno del estadio y, por consiguiente, incrementando las oportunidades de gasto en restauración, merchandising y actividades complementarias.

## Oferta Diversificada

Implementación de bares temáticos, zonas gastronómicas con oferta sorprendente, espacios interactivos para niños y adultos, y áreas de exhibición de la historia del club, creando un ambiente festivo previo al partido.

## Integración de Patrocinadores

Incorporación de los patrocinadores del club en activaciones específicas dentro del Barça Fest, generando experiencias de marca relevantes que añaden valor a la experiencia del aficionado mientras crean nuevas oportunidades comerciales.

## Programación de Contenidos

Organización de conciertos íntimos en directo, encuentros con leyendas del club, y actividades participativas que extienden la experiencia más allá del partido y fomentan la llegada temprana de los aficionados.

# La Transformación del Museo y Tours del Estadio



La renovación del estadio ofrece una oportunidad única para transformar también la experiencia del museo y los tours, integrando tecnologías inmersivas como realidad aumentada, realidad virtual y exhibiciones interactivas que cuentan la rica historia del club de manera innovadora.

Durante el período de obras, se pueden crear experiencias alternativas como tours virtuales del futuro estadio, exhibiciones temporales en ubicaciones emblemáticas de la ciudad, o paquetes combinados con el estadio provisional, manteniendo este importante flujo de ingresos mientras se construye el nuevo recinto.

# Paquetes Turísticos Integrados



## Captación Internacional

Colaboración con agencias de viajes, hoteles y operadores turísticos para ofrecer paquetes completos que incluyan entradas al partido, alojamiento y experiencias adicionales en la ciudad.



## Integración de Servicios

Creación de productos combinados que incluyan entrada al partido, visita al museo, tour por el estadio y descuentos en tiendas oficiales, maximizando el valor percibido y el gasto medio por visitante.



## Rutas Temáticas

Desarrollo de itinerarios por Barcelona centrados en la historia del club, conectando lugares emblemáticos de la ciudad con la narrativa del FC Barcelona.

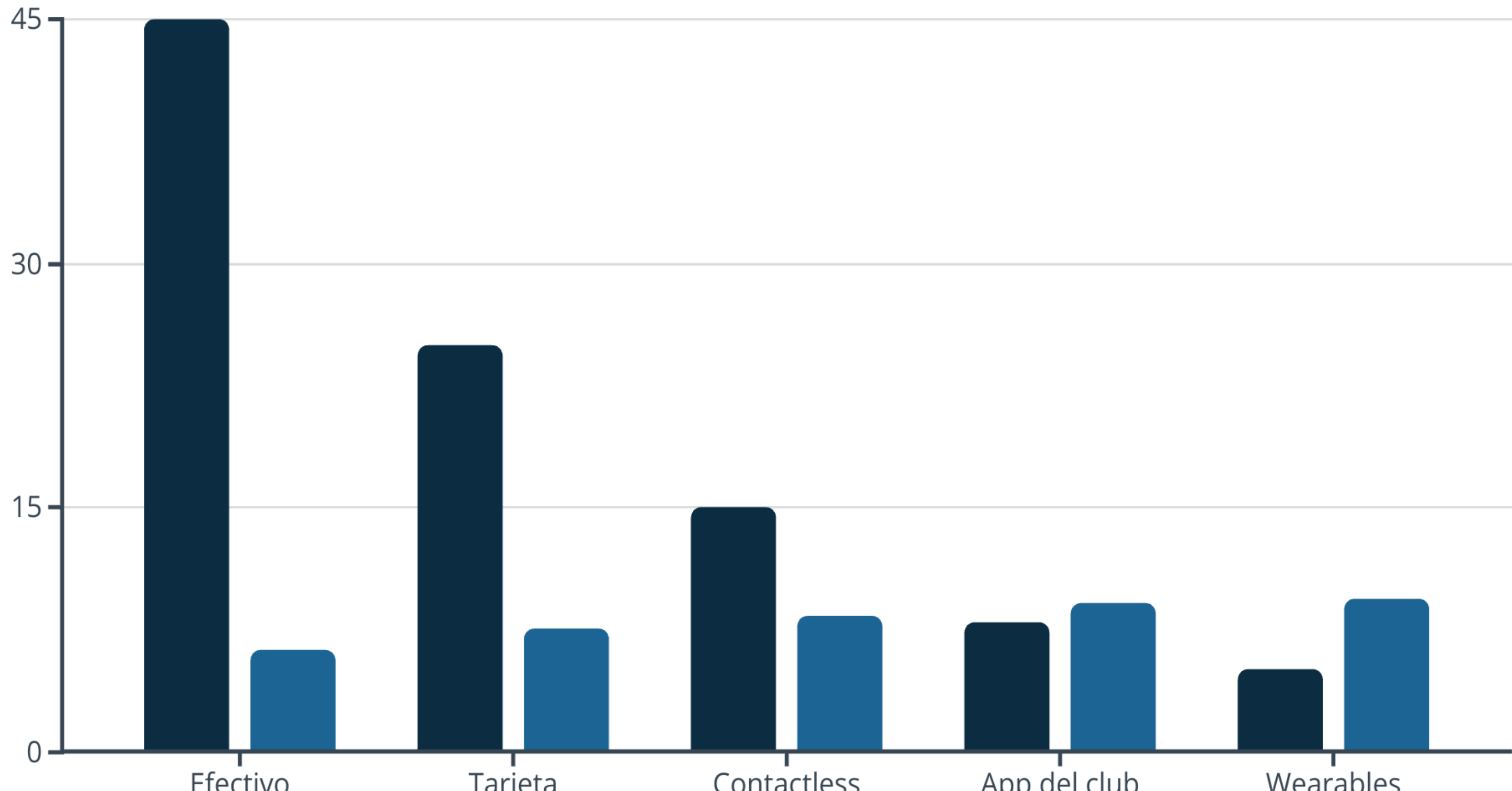


## Programa de Fidelización

Implementación de una tarjeta turística específica para visitantes internacionales que ofrezca beneficios progresivos según la frecuencia de visitas y compras realizadas.

El turismo deportivo representa una oportunidad significativa para el FC Barcelona, especialmente durante la transición al nuevo estadio. La creación de productos específicamente diseñados para este segmento no solo genera ingresos adicionales, sino que contribuye a la internacionalización de la marca y a la creación de una base de aficionados global.

# Sistemas de Pago Integrados en la Experiencia del Estadio



# Expansión de la Red de Tiendas Oficiales



## Diversificación de Formatos

Implementación de múltiples formatos de tienda adaptados a diferentes ubicaciones: flagship stores en zonas premium de Barcelona (Paseo de Gracia, Ramblas), tiendas de tamaño medio en centros comerciales, y módulos temporales en zonas turísticas y el aeropuerto.



## Experiencias de Compra Mejoradas

Integración de tecnologías como probadores virtuales, personalización en tiempo real de productos, y espacios experienciales que conectan la historia del club con la oferta de merchandising actual.



## Expansión Geográfica

Apertura estratégica de tiendas en Madrid, otras ciudades españolas y destinos internacionales clave, especialmente en mercados con alta afinidad a la marca como Asia y América Latina, reforzando la presencia global del club.



## Omnicanalidad

Desarrollo de una estrategia omnicanal que integre perfectamente la experiencia de compra física con la digital, permitiendo reservas online para recogida en tienda, devoluciones cruzadas y acceso al inventario completo desde cualquier punto de venta.

Durante el período de transición al nuevo estadio, la expansión de la red de tiendas oficiales representa una oportunidad para compensar posibles reducciones en otros flujos de ingresos y para mantener la visibilidad de la marca en ubicaciones estratégicas de Barcelona y otras ciudades.

# Implementación de Procesos y Próximos Pasos



## Evaluación y Diagnóstico

Análisis detallado de la situación actual, incluyendo capacidades tecnológicas, recursos humanos y procesos existentes. Identificación de brechas y áreas de oportunidad.



## Formación de Equipos Multifuncionales

Creación de grupos de trabajo que integren diferentes departamentos (ticketing, marketing, operaciones, tecnología) para abordar cada aspecto de la transición al Nou Espai Barça.



## Implementación por Fases

Desarrollo escalonado de las soluciones, priorizando aquellas con mayor impacto en la experiencia del aficionado y en la generación de ingresos durante el período de transición.



## Monitoreo y Optimización Continua

Establecimiento de KPIs claros para cada iniciativa y revisión periódica de resultados, permitiendo ajustes ágiles basados en datos reales de comportamiento y satisfacción.

La transición hacia el Nou Espai Barça representa un desafío complejo pero también una oportunidad única para reinventar la experiencia del aficionado culé. El éxito de este proceso dependerá no solo de la calidad de las soluciones implementadas, sino también de la eficacia en la comunicación con socios y abonados, la capacitación del personal, y la integración fluida de sistemas tecnológicos.

El legado del FC Barcelona, combinado con la visión de futuro plasmada en el Nou Espai Barça, sentará las bases para una nueva era en la relación entre el club y sus seguidores, estableciendo un referente mundial en estadios conectados y experiencias deportivas de vanguardia.