

Introducción

El entorno a analizar que he elegido son los días de partido del FC Barcelona, analizaré únicamente los días en los que se juega de local en el estadio olímpico Lluís Companys o el Spotify Camp Nou. Durante los días de partido miles de personas se personan en el estadio no solo para disfrutar del espectáculo del fútbol sino también para vivir la experiencia que es un día de partido del FC Barcelona. Este análisis se dividirá en dos partes, un análisis interno y un análisis externo.

Análisis Interno

En esta primera parte del análisis nos centraremos en las fortalezas y debilidades que tienen los partidos del FC Barcelona como local.

Fortalezas

Los partidos del FC Barcelona atraen a miles de aficionados de todas partes del mundo, tanto locales como turistas visitan las instalaciones del estadio olímpico Lluís Companys (antes las del Spotify Camp Nou) y consumen servicios y productos del club. Durante el transcurso del partido el club ofrece comida y bebida y merchandising oficial para los aficionados además de acceso a servicios como zonas vips, conciertos y actuaciones en entretiempo o la fotografía oficial de los socios más pequeños con el 11 titular esa jornada.

Todos estos servicios permiten que el club se lucre con los días de partido además de la venta de entradas, esto a su vez repercute en la experiencia que reciben los aficionados tanto socios como no socios que disfrutan de una mejor experiencia cada vez que ven un partido del FC Barcelona.

Debilidades

Aunque hemos visto que hay muchas ventajas para los socios y no socios y también el club, pero también hay inconvenientes. Dada la situación excepcional del club, ya que no juegan en el estadio habitual y por tanto la experiencia no es cien por cien la misma. En esta etapa actual donde juegan lejos del estadio del club y se han tenido que adaptar las instalaciones actuales para ofrecer en parte la experiencia que se ofrecía originalmente, hay problemas que afectan de manera principal a los visitantes del estadio y en consecuencia al club.

Uno de los problemas principales es el acceso al estadio, en las nuevas instalaciones no hay un parking destinado al público general, únicamente a directivos, jugadores y empleados. Esta dificultad para aparcar al lado del estadio provoca una saturación de los

parkings cercanos al estadio y del transporte público que necesitan los aficionados para llegar.

De el primer problema podemos derivar el segundo, que es el acceso, por el control de seguridad, al interior del estadio. Una vez llegado a las inmediaciones del estadio olímpico, hay que llegar al acceso asignado en las entradas y pasar el control de seguridad, esto resulta tedioso y largo dadas las colas que se forman en todos los accesos y en algunos casos provoca que algunos de los aficionados se pierdan los primeros minutos de juego.

Otro de los problemas que presenta el estadio son las largas colas para ir al baño o comprar productos en el bar. En las horas pico, antes del inicio y al finalizar el primer tiempo, se forman colas de más de quince o veinte minutos y por tanto de la misma manera que en el problema mencionado anteriormente provoca que algunos aficionados se pierdan parte del partido.

Al finalizar los partidos he podido observar dos problemas diferentes, el primero es la limpieza del estadio, los asistentes dejan los restos de la comida y bebida en sus asientos, generando un gasto al club para recoger toda la basura generada. El segundo problema es la saturación en las escaleras de bajada del estadio hasta el transporte público que también sufre la misma saturación.

Además de todo esto hay que sumar los precios abusivos de las entradas que frenan a muchos aficionados de ir al estadio de manera presencial y por tanto reduciendo los ingresos que recibe el club de entradas y servicios.

Una vez finalizado el análisis interno repasare las amenazas y oportunidades que derivan de las fortalezas y debilidades expuestas en un análisis externo.

Análisis Externo

Esta sección trata sobre el análisis de amenazas y oportunidades que tiene el día de partido del FC Barcelona.

Amenazas

Dado lo expuesto anteriormente claramente hay amenazas de las que el club debe protegerse para mantener los ingresos que supone el día de partido e incluso aumentarlos.

La poca eficiencia en los accesos a la zona y recinto, así como las dificultades para salir y llegar a casa de manera tranquila frenan a muchos aficionados de visitar el estadio.

En la misma línea las largas colas para ir al baño y comprar comida y bebida, contribuyen a que los aficionados no consuman dentro del estadio o adquieran los productos previamente a venir en otros establecimientos.

Finalmente los precios altos en la mayoría de entradas reducen el número de visitantes pues una inversión alta en una experiencia no tan buena como era antes o será en poco más de un año provoca que muchos aficionados extranjeros decidan esperar para adquirir entradas.

Oportunidades

Todas estas amenazas nos proporcionan grandes oportunidades para mejorar enormemente la experiencia de los socios y aficionados y como consecuencia aumentando la rentabilidad de los “matchdays” del FC Barcelona.

Los problemas principales de movilidad no son fácilmente solucionables por el club, però si lo es la organización una vez arriba del estadio. El club ya facilita la subida hasta arriba del estadio con buses lanzadera para los aficionados, però no se les avisa e indica de manera activa de la puerta de acceso que consta en su entrada y muchos intentan entrar por la puerta incorrecta pensando que no importa, esto genera colas y discusiones y es fácilmente solucionable con indicaciones en la propia entrada o mediante la aplicación ya existente para socios y la publicación de una para el día de partido general.

Además de las indicaciones en la aplicación se podrían solucionar los problemas con el bar ofreciendo la posibilidad de comprar desde esa aplicación la comida y bebida que el usuario desee y recogerla en la barra de manera más eficiente y ordenada.

El resto de problemas no son fácilmente solucionables por el club de manera directa y dependería de asociaciones con el ayuntamiento y demás empresas privadas para gestionar parkings, transporte público y regulación de la subida y bajada al estadio por parte de los aficionados.

Conclusión

Los partidos del FC Barcelona atraen a miles de personas a la ciudad y generan muchos beneficios, pero a cambio generan una saturación muy elevada y hacen un poco peor la experiencia que es ver un partido del FC Barcelona de manera presencial en su estadio.

Para solucionar todos estos problemas y mejorar aún más la experiencia y los beneficios que esta produce el club debe asociarse con el ayuntamiento y otras empresas privadas para solucionar las amenazas que derivan de esta cambio de estadio y aprovechar las herramientas ya existentes para mejorar la experiencia interna de sus socios y aficionados implementando una aplicación para el día de partido donde se puedan consultar las entradas, obtener indicaciones de como acceder de manera correcta y ordenada a las instalaciones y contratar y comprar los distintos servicios que se ofrecen dentro y fuera.

Además como apunte la asociación con el ayuntamiento puede servir para potenciar la previa al partido con actividades en las cercanías del estadio para gente que tenga o no entradas para ver el partido luego.

Todas estas mejoras llevarán al siguiente nivel la experiencia de “Matchday” del FC Barcelona y en algunos puntos del resto de clubes españoles que pueden imitar o aplicar los puntos (sin detalle) aquí expuestos.