

CLUBES

El Barça unificará su marca tras una 'macroencuesta' para definir su estrategia

El club quieren potenciar el nombre por el que es más conocido y empezará a eliminar la nomenclatura FCB de algunos proyectos, en plena expansión global de la entidad.

Palco23
7 nov 2017 - 09:05

El FC Barcelona ha sellado una serie de alianzas que le otorgarán presencia física en muchos países. Una nueva actividad que también ha obligado a repensar toda su estrategia de marca, para lo que se ha realizado un estudio entre más de 12.000 personas de diez mercados estratégicos para saber cuál era el conocimiento y la percepción del club. Y una de las conclusiones es que Barça es más conocido que las siglas FCB.

De ahí que el departamento dirigido por Guillem Graell haya adoptado como una de sus primeras decisiones la supresión de estas letras en muchos productos de la entidad deportiva, para ser sustituido por la denominación más habitual del equipo. Es más, algunas de las nuevas escuelas ya no se han presentado como FCB Escola, sino como Barça Academy. En los documentos en inglés del club también se habla de Barça Store.

Lo mismo ha sucedido con el proyecto de transferencia de conocimiento, que pasó de FCB Universitat a Barça Innovation Hub, también motivado porque la normativa impedía al club utilizar ese concepto sin tener la homologación de centro universitario. La alianza musical con el portal Deezer también supuso apostar por este concepto: Barça Sound.

Por el momento se desconoce el alcance de esta nueva estrategia, de la que ayer fue informada únicamente la junta directiva. En un comunicado, el club presidido por Josep Maria Bartomeu sí matizó que, de momento, se está en la primera fase de implantación de los cambios.