

La nueva aplicación oficial de RCD Espanyol de Barcelona, una de las primeras del mundo en llevar “wallet” integrado para potenciar los servicios comerciales, estará disponible en los próximos 15 días

El RCD Espanyol de Barcelona y CaixaBank crean el primer estadio cashless de España

- **Los aficionados podrán reservar desde el móvil todo lo necesario para disfrutar de un partido y recogerlo en el estadio sin hacer colas y sin llevar encima ni dinero ni tarjetas o solicitar la entrega de productos en el domicilio, trascendiendo el concepto cashless del propio estadio.**
- **Entre las funcionalidades de la nueva app destacan el acceso al estadio sin llevar la entrada física, la cesión del abono de manera segura, la compra de productos de restauración para recoger a una hora pactada sin hacer colas o la compra de “merchandising”.**
- **El proyecto es fruto de la implicación de CaixaBank como patrocinador oficial del club, acuerdo mediante el cual ambas entidades trabajan conjuntamente en experiencias y ventajas exclusivas para los aficionados que posicionan a CaixaBank como el banco de los clubes de fútbol.**

Barcelona, 5 de febrero de 2020. CaixaBank y el RCD Espanyol de Barcelona han convertido al RCDE Stadium en el primer estadio cashless de España. Ambas entidades han presentado hoy el proyecto de innovación desarrollado conjuntamente que permitirá realizar todas las gestiones y compras necesarias para disfrutar de un partido oficial a través de una *app* móvil, de manera ágil, segura e integrada y sin que el aficionado tenga que llevar dinero encima (ni efectivo, ni tarjetas) al desplazarse al estadio.

La aplicación, que estará disponible en los próximos 15 días, está diseñada para dar un paso adelante en la experiencia de vivir un partido de fútbol. Por ello, está a disposición de cualquier persona interesada, sea abonada del club o espectador, e independientemente de la entidad financiera o de la tarjeta bancaria que utilice. Asimismo, para que la experiencia resulte todavía más ágil, se han habilitado puntos de recogida rápida para todas las compras de restauración y *merchadising* hechas desde la *app*. De esta forma, el RCDE Stadium se convierte en el primer estadio de fútbol en España que permite utilizar sus instalaciones y servicios de forma totalmente *cashless*.

Con motivo de la presentación al mercado de la aplicación móvil, Agustín Filomeno, director de marketing y comercial del RCD Espanyol de Barcelona, ha querido poner en valor este proyecto que ofrece al aficionado “todas las transacciones que le puedan interesar, desde la consulta de información a la oportunidad de no tener que llevar dinero en efectivo porque todo se podrá hacer desde la *app*. De hecho, la *app* está pensada para que los abonados no tengan que llevar el carnet físico para acceder al estadio y poder entrar con el móvil o si no pueden venir, con un par de clicks cederlo a otra persona”.

Por su parte, María Alsina, directora territorial de CaixaBank en Barcelona, ha destacado que “la nueva aplicación tiene el objetivo de facilitar a los aficionados ir al estadio con la tranquilidad y la comodidad que supone haber reservado previamente todos los servicios necesarios y disfrutarlos durante el partido sin tener que preocuparse de llevar suficiente dinero encima o de tener las tarjetas adecuadas”. En su opinión, “este desarrollo es un ejemplo de cómo CaixaBank impulsa proyectos de innovación en los que el centro es el cliente”.

Asimismo, la directora territorial de CaixaBank ha explicado que la entidad “trabaja de forma muy estrecha con todos los clubes con los que mantiene acuerdos de patrocinio para impulsar iniciativas que permitan mejorar la experiencia de usuario de los aficionados”. “Este es un primer paso para crecer y añadir propuestas de valor dentro del *marketplace* con los clubes y mejorar la interacción entre el aficionado y el club”, ha concluido Alsina.

Una de las primeras aplicaciones del mundo del fútbol con *wallet* integrado

La base del proyecto se centra en la creación de la nueva *app* oficial disponible para iOS y Android. Cabe destacar que se trata de una de las primeras aplicaciones de un club de fútbol en el mundo que lleva un *wallet* integrado, gracias al cual es posible reunir en la propia *app* una amplia gama de funcionalidades comerciales que, habitualmente, se desarrollan en aplicaciones independientes.

Entre los servicios de la nueva *app* figuran todos aquellos que el aficionado puede necesitar en su visita al estado, como la adquisición de los productos de Aramark, empresa que gestiona el servicio de restauración del RCD Espanyol de Barcelona, o la compra de *merchandising* oficial del club. La *app* también incorpora el servicio de llevar la entrada en el móvil o de ceder su carnet a otro aficionado de forma totalmente digital y de forma segura.

En el módulo de restauración, que incorpora toda la carta de Aramark en el RCDE Stadium, el usuario realiza el pedido y escoge el horario de entrega que más se ajusta a sus necesidades. Posteriormente, la *app* pregunta al usuario en qué ubicación se encuentra y sobre ésta ubicación se muestran los puntos de venta más cercanos. El cliente escoge el lugar de entrega y se acerca al punto de venta seleccionado donde éste recoge su comida y su bebida accediendo al punto Click&Collect habilitado en cada bar del estadio sin necesidad de realizar colas.

En cuanto a la compra de merchandising oficial del club, el usuario puede realizar pedidos para recoger en la propia tienda o recibir en su domicilio. En la tienda virtual de la *app*, están disponibles todos los productos oficiales del RCD Espanyol de Barcelona, con fotografías reales y descripciones detalladas.

En referencia al sistema de acceso al estadio, cualquier socio podrá convertir su móvil en una entrada válida gracias a un código QR que genera la propia *app*. El sistema funciona tanto con entradas puntuales como con el abono de temporada. De esa forma, el terminal hace las funciones del carnet oficial y el socio no necesitará llevar encima el documento físico.

Además, si se desea ceder el abono a un tercero, la aplicación permitirá realizar este movimiento de forma digital de *app* a *app*.

Respecto al contenido informativo de la aplicación, ésta permitirá a los aficionados estar permanentemente conectados a la actualidad del club, con noticias en tiempo real, actualizaciones del calendario deportivo e incluso datos más especializados, como perfiles y estadísticas de los jugadores.

Objetivo *cashless*: pago digital para una mejor experiencia de usuario

Para CaixaBank, el proyecto desarrollado con el RCDE Espanyol de Barcelona responde tanto a su interés por trabajar en iniciativas de innovación ligadas a la experiencia de usuario, una de las claves de su Plan Estratégico 2019-2021, como al impulso de proyectos *cashless*, vinculados a los nuevos medios de pago digitales.

De hecho, CaixaBank es actualmente la entidad líder en pago móvil, con un millón trescientos mil de clientes de ese sistema y más de 100.000 usuarios de los pagos con relojes inteligentes o dispositivos wearable. Asimismo, es la entidad líder en pagos con tarjeta, con un parque de más de 17 millones de tarjetas y una cuota por facturación del 23,7% en compras y del 28% a través de los TPV en los comercios.

Aunque la aplicación creada junto al RCDE Espanyol es el primer proyecto *cashless* para el sector deportivo, la entidad financiera ha impulsado otras iniciativas relacionadas con el pago digital, como la experiencia Morella Cashless City, realizada en 2018 y dirigida a impulsar el pago digital y el pago móvil entre el comercio local de la población de Morella (Castellón), o Pamplona Cashless City, iniciativa que pretende potenciar en la ciudad el uso de medios de pago físicos (tarjeta) o digitales (móvil, tarjeta, wearable, etc.) y reducir la utilización de efectivo en transacciones de pequeño importe.

CaixaBank, el banco de los clubes de fútbol

Por otro lado, el proyecto es fruto de la implicación de CaixaBank con las entidades con las que mantiene acuerdos de patrocinio, con el objetivo de trabajar conjuntamente en experiencias y ventajas exclusivas a los aficionados que puedan ayudar a la entidad a crecer en captación y fidelización de clientes y también en aumento de la notoriedad de la marca.

Esta estrategia es especialmente visible en el caso del fútbol, donde CaixaBank es la entidad de referencia para los clubes. En la actualidad, la entidad financiera patrocina a 17 equipos de Primera División y 13 de Segunda División, lo que le da presencia en toda la geografía española.

Desde 2011, año en que inició una estrategia especial para reforzarse como entidad patrocinadora del fútbol, CaixaBank ha comercializado 200.000 tarjetas vinculadas a los clubes de fútbol patrocinados, ha captado más de 25.000 nóminas y ha financiado 50.000 abonos con la intención de vincularse con este colectivo y acercar el club a sus necesidades e intereses.