



2026-2030

ESTADIO LA CARTUJA

BRANDING STRATEGIC



HOJA DE RUTA

01. PRÓPOSITO

02. DIAGNÓSTICO

03. ENFOQUE ESTRATÉGICO

04. OBJETIVOS

05. PLAN DE EJECUCIÓN

01. PRÓPOSITO

¿QUÉ QUEREMOS CONSEGUIR?

¿QUÉ QUEREMOS CONSEGUIR?

01. PROPÓSITO

Estadio **top neutral** del sur de Europa

El lugar de los **grandes eventos**

Excelencia en la **experiencia**

Consolidación de la **marca**

02. DIAGNÓSTICO

PUNTOS FUERTES

CAPACIDAD E
INFRAESTRUCTURA

PRESELECCIÓN COMO
SEDE DEL MUNDIAL 2030

CRECIMIENTO DE
MERCADO DE CONCIERTOS
MASIVOS

EXPERIENCIA EN EVENTOS
DEPORTIVOS NACIONALES

PUNTOS DÉBILES

IMAGEN DE MARCA DIFUSA

LOCALIZACIÓN DEL ESTADIO

PUNTOS DE ACCESOS

EXPERIENCIA FAN MEJORABLE

FALTA DE EXPERIENCIA EN
EVENTOS DEPORTIVOS
INTERNACIONALES

03. ENFOQUE ESTRATÉGICO

EL CLIENTE NO ES EL ESPECTADOR, ES EL PROMOTOR

03. ENFOQUE ESTRATÉGICO



NUESTRO TARGET



GTS

GLOBAL
TALENT
SERVICES

EXPERIENCIA COMO PROPUESTA DE VALOR

ENFOQUE *B2B*

03. ENFOQUE ESTRATÉGICO



IMPLICACIONES

FIABILIDAD OPERATIVA
SEGURIDAD EN EL EVENTO
SERVICIO INTEGRAL
GESTIÓN DE CRISIS
EXPERIENCIAS EFICACES Y
RENTABLES
ADAPTACIÓN DEL ESPACIO
OPTIMIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA

IDENTIDAD VISUAL ACTUAL



PROPUESTA IDENTIDAD VISUAL

03. ENFOQUE ESTRATÉGICO

MANTENIMIENTO C LOGO PREVIO



NUEVO COLOR CORPORATIVO

AZULEJO DE LA CARTUJA

IDENTIDAD VISUAL

03. ENFOQUE ESTRATÉGICO



PRIMARIO HEX #0B2A3D



NEUTRO HEX #20587B



SECUNDARIO HEX #E2E7E8

DM SANS

Fuente principal

¿A QUÉ RESPONDE?

PSICOLOGÍA DEL COLOR

AZUL: Confianza, seguridad, confianza, profesionalismo, y estabilidad

Profesionalidad **técnica y operativa**

No compite con **colores de clubes.**

MANTENIMIENTO SANS SERIF

Profesional, legibilidad, neutralidad, señalización



HISTORY IN THE MAKING



UEFA
EUROPA
LEAGUE™



FINAL

20 MAY 2027

ESTADIO LA CARTUJA
SEVILLA



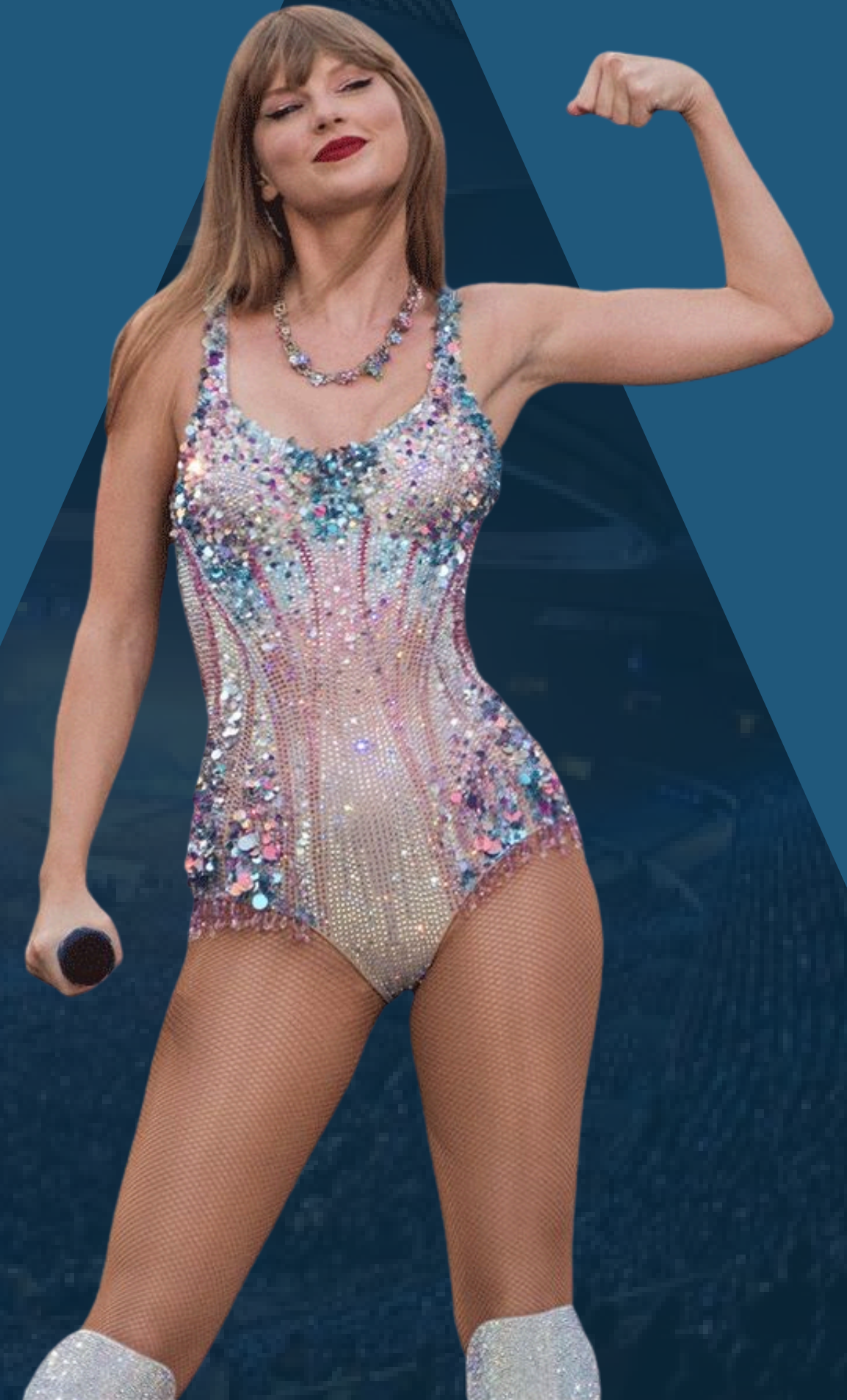


TAYLOR SWIFT

The Life of a Showgirl Tour

ESTADIO LA CARTUJA

29 & 30 MAY 2028



04. OBJETIVOS

1

ATRACCIÓN

AUMENTAR UN
30% LA
CONSIDERACIÓN
DEL ESTADIO
COMO SEDE
PRINCIPAL PARA
EVENTOS, EN 24
MESES

1

ATRACCIÓN

AUMENTAR UN
30% LA
CONSIDERACIÓN
DEL ESTADIO
COMO SEDE
PRINCIPAL PARA
EVENTOS, EN **24**
MESES

2

CONVERSIÓN

INCREMENTAR EN
UN **25%** EL
NÚMERO DE
EVENTOS
RECURRENTE, EN
36 MESES.

1

ATRACCIÓN

AUMENTAR UN
30% LA
CONSIDERACIÓN
DEL ESTADIO
COMO SEDE
PRINCIPAL PARA
EVENTOS, EN **24**
MESES

2

CONVERSIÓN

INCREMENTAR EN
UN **25%** EL
NÚMERO DE
EVENTOS
RECURRENTES, EN
36 MESES.

3

PRESTIGIO

ASOCIAR LA
MARCA AL MENOS
A **5 EVENTOS**
ANUALES DE ALTO
VALOR E IMPACTO,
EN LOS PRÓXIMOS
3 AÑOS

1

ATRACCIÓN

AUMENTAR UN
30% LA
CONSIDERACIÓN
DEL ESTADIO
COMO SEDE
PRINCIPAL PARA
EVENTOS, EN **24**
MESES

2

CONVERSIÓN

INCREMENTAR EN
UN **25%** EL
NÚMERO DE
EVENTOS
RECURRENTE, EN
36 MESES.

3

PRESTIGIO

ASOCIAR LA
MARCA AL MENOS
A **5 EVENTOS**
ANUALES DE ALTO
VALOR E IMPACTO,
EN LOS PRÓXIMOS
3 AÑOS

4

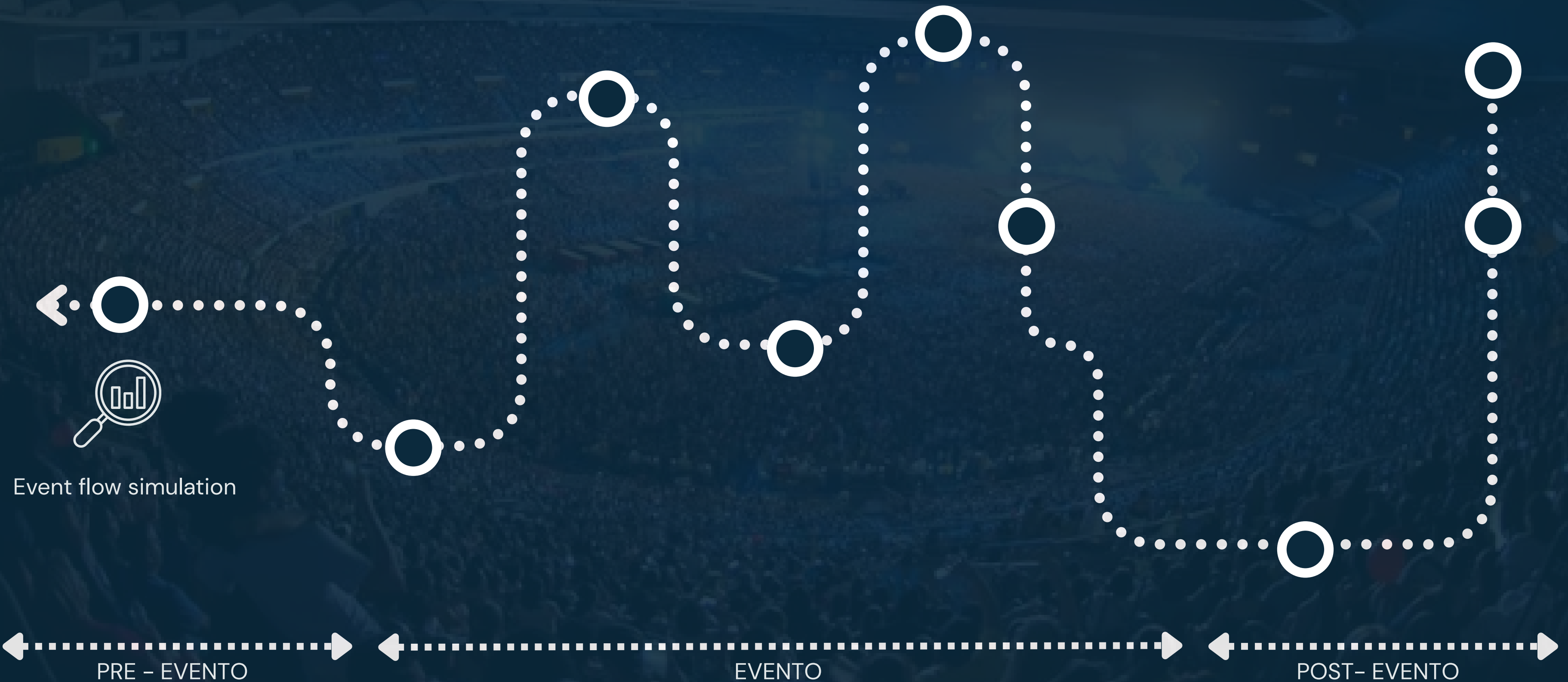
RELACIÓN

CONSTRUIR UNA
RED DE
RELACIONES CON
AL MENOS **50**
ACTORES CLAVES
DEL SECTOR
EVENTOS, EN **24**
MESES

05. PLAN DE EJECUCIÓN

COSTUMER JOURNEY MAP

05. PLAN DE EJECUCIÓN



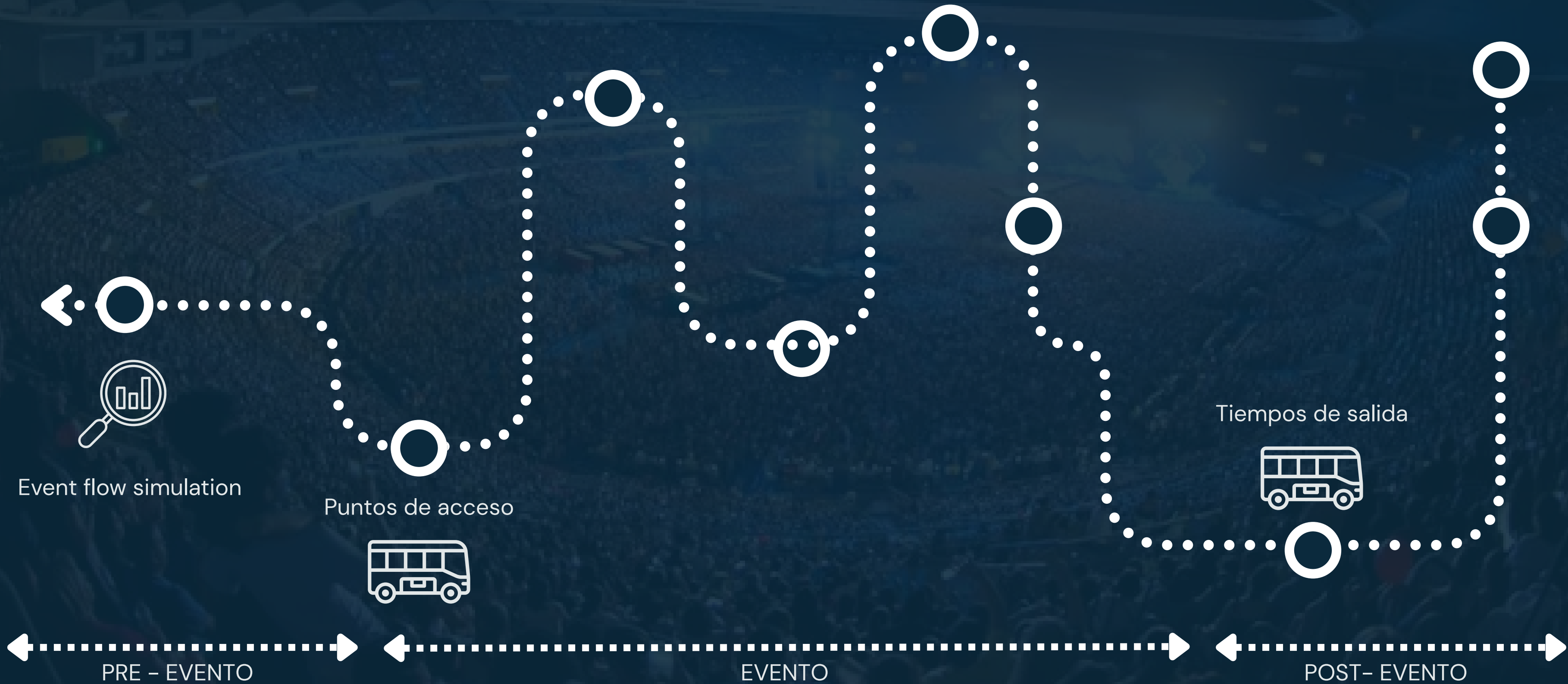
EVENT FLOW SIMULATION



COMPETIMOS EN EFICIENCIA,
PLANIFICACIÓN Y
PROTOCOLOS NO EN LEGADO

SIMULACIÓN REAL DE
ACCESOS, FLUJOS,
EVACUACIÓN Y GESTIÓN DE
CRISIS

COSTUMER JOURNEY MAP



A LA CARTUJA CON TUSSAM



NUEVA LÍNEA DE AUTOBÚS
URBANO "LC"

LANZADERAS DESDE VARIOS
PUNTOS CLAVES DE LA
CIUDAD.

LA LÍNEA LC SE ACTIVARA DE
FORMA EXCLUSIVA EN DÍAS DE
EVENTOS EN EL ESTADIO

COSTUMER JOURNEY MAP



La previa al evento



FAN ZONE LA CARTUJA



LA PREVIA DEL EVENTO, TAMBIÉN SE DISFRUTA

ESPACIO ALREDEDOR DEL ESTADIO DONDE PUEDES APORVECHAR LA ESPERA

CON:

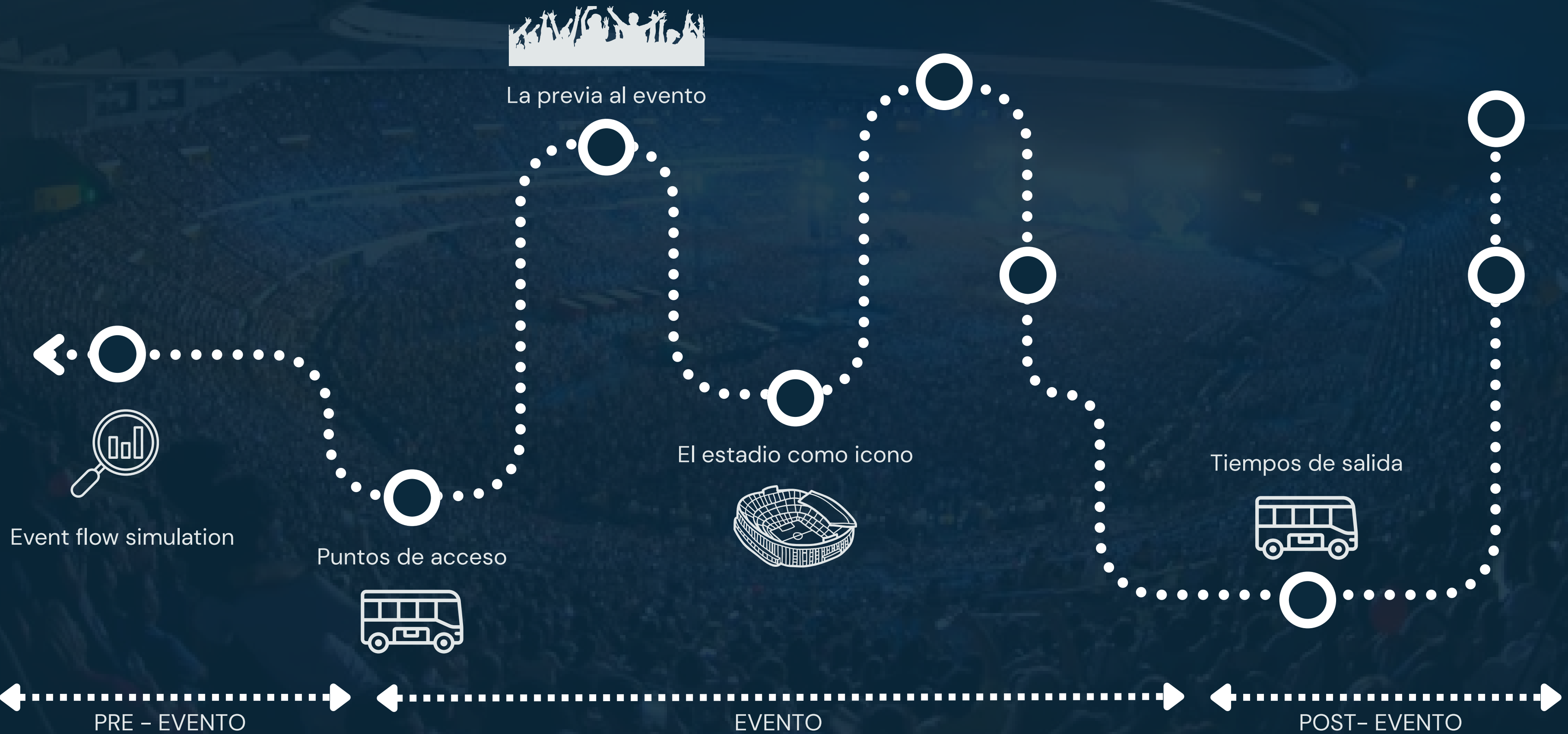
ZONA GASTRO

ESCENARIO CON DJ

ZONA DE DESCANSO

ACTIVACIONES DE MARCA

COSTUMER JOURNEY MAP



REVIVE LA CARTUJA



EL MUSEO DEL ESTADIO DE LA
CARTUJA

DISEÑO Y CONSTRUCCIÓN DE
UN ESPACIO QUE REVIVE LA
HISTORIA DEL ESTADIO

EL ICONO DE LA CIUDAD



FACHADA DIGITAL CON 3
MODOS DE USO

- MODO CIUDAD
- MODO EVENTO
- MODO CELEBRACIÓN

COSTUMER JOURNEY MAP

05. PLAN DE EJECUCIÓN



MEJORA HOSPITALITY / VIP



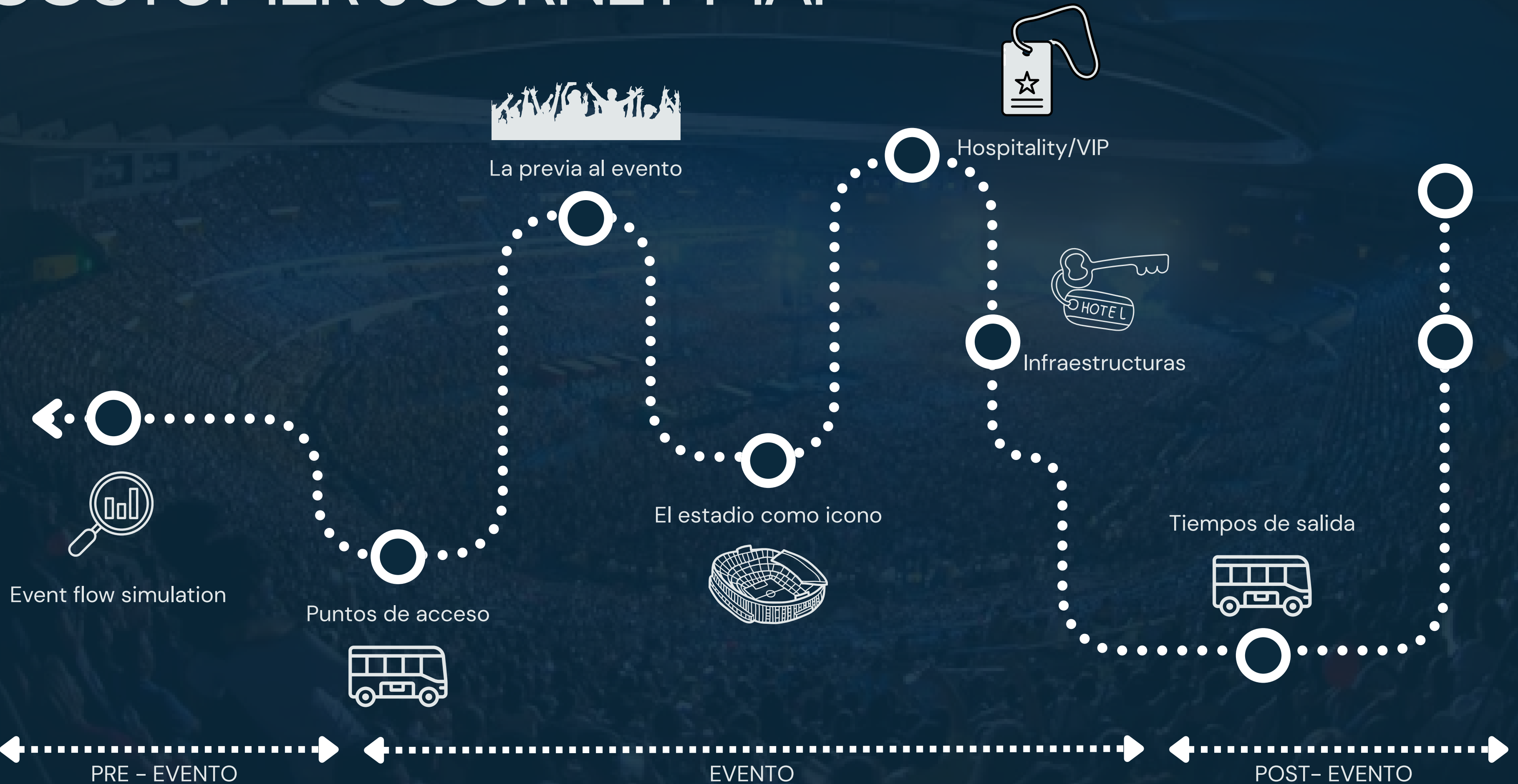
PUNTO DE ENCUENTRO B2B

PRESENCIA DE LA MARCA

CENTRADO EN LA
OPERABILIDAD Y FLUJOS DE
TRABAJO

COSTUMER JOURNEY MAP

05. PLAN DE EJECUCIÓN



ESTADIO LA CARTUJA X EXE ISLA CARTUJA.



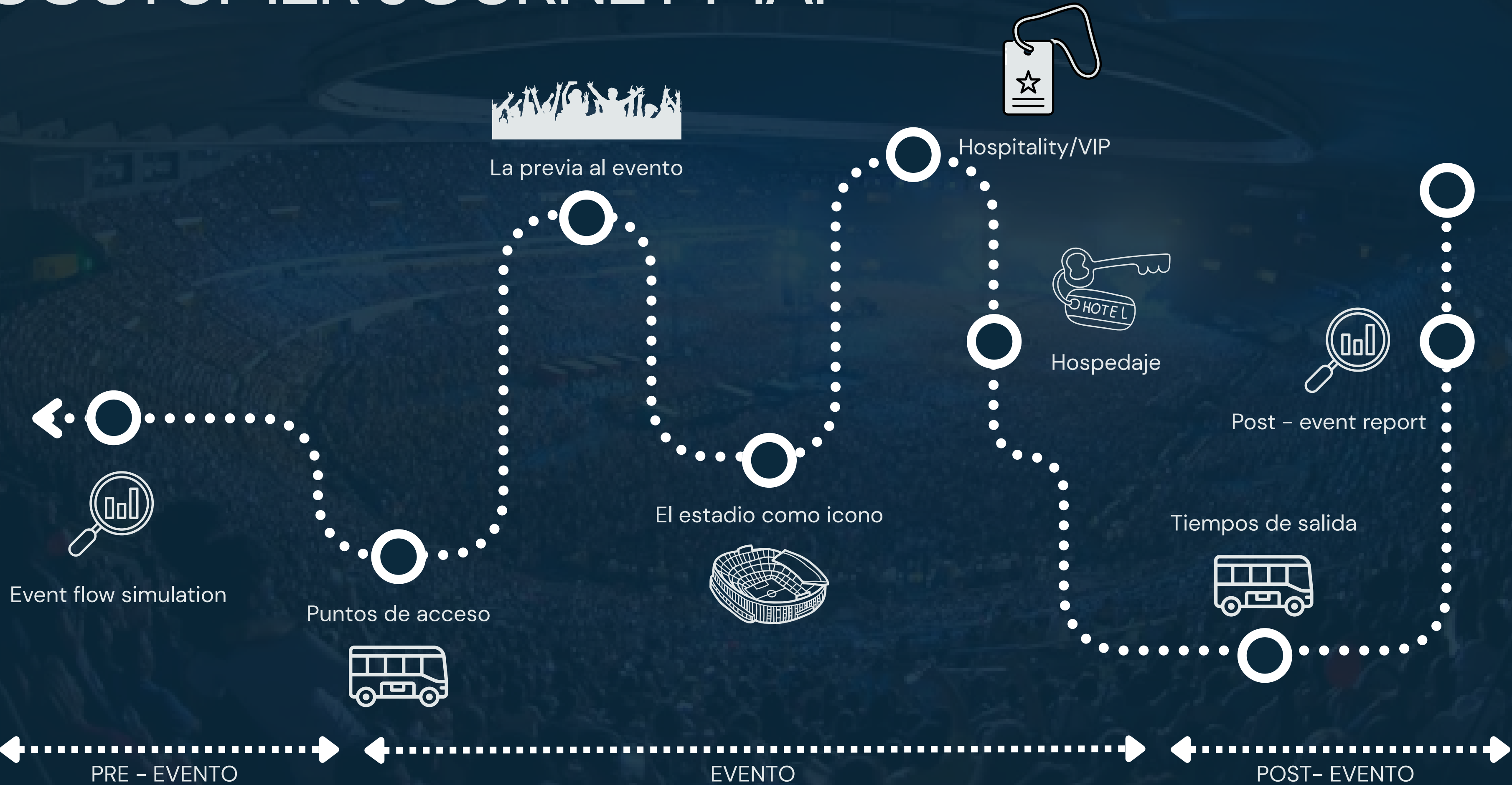
ALIANZA CON EXE ISLA CARTUJA

ENFOCADO EN CONSUMIDORES
FINALES, PROMOTORES Y MARCAS

LA EXPERIENCIA COMPLETA EN EL
ESTADIO DE LA CARTUJA

COSTUMER JOURNEY MAP

05. PLAN DE EJECUCIÓN



POST – EVENT REPORT



RESULTADOS Y MÉTRICAS QUE
RESPALDEN NUESTRA
GESTIÓN

CONSTRUYE NUESTRA
REPUTACIÓN OPERATIVA

COSTUMER JOURNEY MAP

05. PLAN DE EJECUCIÓN

