

## CLUBES

# El Madrid, a por 600 millones de consumidores en China de la mano del 'ecommerce' Alibaba

---

Palco23

26 jul 2015 - 12:23

El Real Madrid ha dado un paso importante para acelerar sus ventas en China. El club blanco ha aprovechado su aterrizaje en el país asiático para anunciar una alianza con el gigante del comercio electrónico, por el que abrirá su tienda online en la plataforma Tmall. "Este acuerdo nos permite lanzar la tienda oficial del Real Madrid en China para los más de 600 millones de consumidores chinos *vía on line*", ha enfatizado el presidente, Florentino Pérez.

"El Real Madrid es una de las más valiosas marcas en el mundo y nosotros somos la mayor plataforma de venta on line del mundo. Estamos muy orgullosos de esta alianza y esperamos que los compradores tengan una experiencia única de compra a través de Tmall", ha comentado Jeff Zhang, presidente del negocio de *marketplaces* de Alibaba Group. "Debemos trabajar más que nunca con los mejores, tanto en el terreno de juego como en el desarrollo de su fortaleza económica", ha añadido Pérez, que en este viaje está acompañado por José Ángel Sánchez, director general del club.



Florentino Pérez, en el centro, se ha unido en China a la gira del Real Madrid para presentar el acuerdo. /Real Madrid

Pérez ha confiado en que esta apuesta comercial sea "el nuevo punto de partida para seguir siendo el mayor club del mundo en un entorno cada vez más competitivo". El Real Madrid fue el primer club deportivo del mundo que superó la barrera de los 600 millones de euros de facturación, pero esta temporada se verá superado por el FC Barcelona gracias a la consecución del triplete. Para conseguirlo, la entidad ha decidido potenciar su presencia en dos de los mercados más incipientes (Australia y China), tras conquistar Estados Unidos el pasado verano. Pese a ello, *Forbes* la ha situado por tercer año consecutivo como la marca más valiosa del deporte.

La apuesta del club español por China no es nueva. Como ha recordado Pérez en su intervención, se trata de la cuarta ocasión en la que visitan el país en el marco de sus giras estivales desde 2003. "Dije en anteriores visitas que el Real Madrid había venido para quedarse. Y así ha sido. Hemos sido el primer club del mundo que ha abierto una oficina permanente en China", ha indicado sobre una estrategia que también han seguido Bayern de Munich y FC Barcelona, entre otros. A este acuerdo se le suma la firma de su primer patrocinio regional en el país, con la automovilística Luyuan.

El conjunto madridista no es el único que ha decidido apostar por este portal, pensado por Alibaba para facilitar la entrada de marcas occidentales en uno de los mercados más grandes del mundo. El Bayern de Munich también ha anunciado un acuerdo similar en el marco de su gira por China, con idéntico objetivo. Se da la circunstancia de que ambos clubes tienen a Adidas como patrocinador técnico. El FC Barcelona, en cambio, tiene cedida a Nike la gestión de todo su negocio online, pero en virtud de ese acuerdo y desde hace varios años también están presentes en Tmall.