

CLUBES

El Manchester United firma otro socio regional en Indonesia

Palco23
27 ene 2016 - 13:47

El Manchester United sigue ampliando su red de patrocinadores regionales. El conjunto británico ha anunciado una nueva alianza en Indonesia, por el que la marca de bebidas isotónicas YOU.C1000 se convierte en producto oficial en este mercado para los próximos años. Los términos económicos del acuerdo no han trascendido.

Como es habitual en este tipo de acuerdos, la compañía ha adquirido los derechos para utilizar la imagen de los *Red Devils* en sus campañas promocionales, de manera que el club también se asegura contar con mayor interacción con los aficionados a través de concursos. Según sus cálculos, en este país del Sudeste Asiático hay unos 54,5 millones de seguidores. En el país trabaja ya con el fabricante de neumáticos Achilles Radial y Unilever.

Para dar inicio a su colaboración con el club, YOU.C1000 ha lanzado la iniciativa *We Are United*, por el que cuatro equipos de aficionados deben organizar su propio evento para seguir en directo los partidos del Manchester United en Indonesia. Las propuestas serán evaluadas (asistencia, decoración, imaginación, etcétera), y los aficionados que mejor puntuación obtengan podrán viajar a Old Trafford para presenciar en directo un partido, así como productos oficiales. "Indonesia es el hogar de algunos de los aficionados más apasionados del Manchester United y YOU.C1000 ha ideado una manera única de relacionarnos con ellos", ha valorado el director general, Richard Arnold.

En la actualidad, el club británico dispone de 16 patrocinadores regionales, la mitad que hace un año, debido a que estos contratos acostumbran a tener una duración corta y tampoco se acostumbra a buscar una relación tan a largo plazo. Además, dependen mucho de las estrategias comerciales puntuales de cada operador local.

El conjunto británico cerró el primer trimestre del ejercicio, que va de julio a septiembre, con un incremento del 39,3% de los ingresos, hasta los 123,6 millones de libras (174,57 millones de euros). Pese a ello, el beneficio neto cayó un 43,8%, hasta 5 millones de libras (7 millones de euros), por las minusvalías derivadas de los traspasos de futbolistas.