

## CLUBES

# El Bayern aumenta su presencia en China con un nuevo patrocinio regional

Palco23

2 ene 2017 - 10:17

El FC Bayern Múnich pone un segundo pie en suelo chino. El club alemán ha anunciado una nueva alianza regional en el país asiático con Vöhringer Wood Product, empresa especializada en la fabricación de parquet. El acuerdo tendrá una duración de dos años pero se desconocen los detalles económicos de la firma.

La compañía tendrá derecho al uso de la imagen de la marca alemana hasta 2019, y en el anuncio de la unión ya se ha desvelado que el fabricante llevará a cabo actividades comerciales en China y campañas de publicidad con el Bayern en varios canales de medios de comunicación de todo el país.



El club muniqués logra su segundo patrocinio en suelo chino. / FC Bayern

Jörg Wacker, director de internacionalización y estrategia del Bayern, ha explicado que la entidad bávara está "encantada de dar la bienvenida a Vöhringer", ya que "representa la más alta calidad, convirtiéndola en un socio perfecto para nuestras actividades en China. Este es otro paso importante en nuestra estrategia internacional y demuestra la fuerza global de nuestra marca".

Hasta la fecha, el actual campeón de Alemania contaba con un único patrocinio regional en China, el productor de agua mineral Evergrande Spring, firmado el verano pasado y que se convirtió en su primer aliado en un país que es referencia para todos los grandes clubes en materia de marketing. Además, el Bayern posee otro acuerdo en el gigante asiático con Alibaba para potenciar las ventas online entre la sociedad china.

Como en la mayoría de acuerdos de este tipo, los detalles económicos de los patrocinios regionales no suelen trascender, aunque acostumbran a rondar entre un millón y los tres millones de euros, en función de los activos que se cedan.

Cabe recordar que el conjunto bávaro es el que más ingresa del mundo del fútbol en el área comercial, con 277 millones de euros en la temporada 2015-2016, lo que representa un avance del 15,4%. El pasado año, el Bayern facturó 626,8 millones de euros, de los cuales 587,7 millones de euros se atribuyen a la mercantil que gestiona las operaciones del fútbol, una mejora del 21%.