

CLUBES

El Bayern de Munich abre oficina en Shanghái tras el éxito de su gira china

Palco23
1 sep 2015 - 11:11

El Bayern de Munich ha decidido ampliar su presencia internacional. El conjunto bávaro, que hace un año abrió en Nueva York (EEUU) su primera oficina comercial fuera de Alemania, ha decidido replicar esta fórmula en China para estar más cerca de sus aficionados y patrocinadores en el continente asiático.

Jörg Wacker, director de internacionalización y estrategia del club, avanza en una entrevista con el diario económico *Handelsblatt* que su intención es que la delegación ya esté operativa este mismo otoño. A diferencia del Barça, que optó por Hong Kong, el Bayern de Munich ha escogido Shanghái como ciudad para instalarse. Según explica al citado rotativo, esa elección se debe a que el equipo de trabajo que se ubicará allí podrá desplazarse a cualquiera de las dos grandes ciudades en unas dos horas.

"El éxito de la oficina abierta en Nueva York hace 16 meses nos ha animado", explica Wacker, quien acompañó al presidente, Karl Heinz Rummenige, durante toda la gira que realizaron este verano por China. En la misma se cerraron importantes acuerdos, como el primer patrocinio regional de su historia y la apertura de una tienda online en Tmall, la plataforma del gigante del comercio electrónico Alibaba.

Uno de los principales problemas para el club entrenado por Pep Guardiola es la escasa visibilidad de la Bundesliga en el mercado internacional, de ahí que estén buscando acuerdos bilaterales para tener mayor presencia en los medios de comunicación. Por ejemplo, hoy ha anunciado un acuerdo con el portal online *Goal.com*, por el que se producirá un intercambio mutuo de contenidos para fortalecer la marca del Bayern en las ediciones de la web para China y Estados Unidos. Su objetivo es incrementar una base de aficionados que cifran en 400 millones de personas.

En la temporada 2013-2014, la última con datos disponibles, el Bayern de Munich obtuvo unos ingresos de 528,7 millones de euros, lo que supone un incremento del 22%. Según el informe *Deloitte Football Money League*, la clave son los acuerdos comerciales, con una facturación de 291,8 millones. El beneficio neto también mejoró, al pasar de 14 millones a 16,5 millones de euros.