

## CLUBES

# El Manchester United se une a Alibaba para ganar presencia en el mercado chino

El club inglés ha alcanzado un acuerdo de patrocinio con el gigante tecnológico para desarrollar contenido exclusivo y aumentar su repercusión en este país.

Palco23  
8 dic 2019 - 19:19



El Manchester United, a la conquista de China. El club inglés ha alcanzado un acuerdo con Alibaba para desarrollar contenido exclusivo en sus plataformas y aumentar su repercusión en este mercado. Los términos económicos no se han desvelado, aunque también incluirá la apertura de un ecommerce propio dentro del portal Tmall.

El club estima que hay 700 millones de potenciales consumidores chinos, a los que tratará de acercarse a través de partidos del primer equipo, resúmenes con las mejores jugadas y producciones originales desarrolladas únicamente para este territorio. Todas se emitirán a través de los canales de Alibaba. Además, dentro de Youku, una de sus plataformas de **streaming**, el United tendrá un canal propio.

En esta plataforma no sólo se incluirán contenidos del primer equipo, sino también de las categorías inferiores y el femenino. Por ahora, los *red devils* ya han emitido tres encuentros de pretemporada, que sirvieron como una primera toma de contacto en

Youku.

Richard Arnold, director general del United, ha asegurado que “siempre buscamos nuevas formas de conectar con nuestros aficionados y este patrocinio con Alibaba nos permitirá desarrollar nuestra base en China y mirar hacia nuevos compromisos en un futuro”.

El Manchester United obtuvo unos ingresos de 135,4 millones de libras (158 millones de euros), apenas un 0,3% más entre julio y septiembre de este año. El beneficio neto se desplomó al pasar de 6,6 millones a 1,1 millones de libras (de 7,7 millones a 1,3 millones de euros).

Los **Red Devils** obtuvieron unos ingresos comerciales de 80,4 millones de libras (93,8 millones de euros), un 5,9% más, gracias a contratos como los firmados con Visit Malta, Lego, Konami y Yabo Sport. Sin embargo, este departamento es el que más podría sufrir si el equipo no consigue clasificarse para la Champions, pues el contrato con Adidas permite a la marca reducir un 30% sus pagos.