

## La LFP redobla su apuesta por China de la mano de Charm Communications

Palco 23  
1 oct 2014 - 05:00

China se ha convertido en uno de los países clave para aumentar los ingresos por televisión de la Liga de Fútbol Profesional (LFP). Después de sucumbir a la adaptación de los horarios para ganar audiencia en el país asiático, ahora ha cerrado un importante acuerdo de publicidad con Charm Communications, el principal grupo chino de publicidad para televisión.

El acuerdo con esta empresa debe servir para “promover la imagen de la Liga en el mercado asiático, gracias a la fuerza de una empresa líder en servicios publicitarios”. El conocimiento de Charm sobre el mercado chino, especialmente, debe servir para dar un nuevo impulso a las acciones de marketing de la LFP en la región.

La entidad ya visitó el país antes del verano junto al Valencia y el Villarreal, que disputaron partidos amistosos y participaron en actos publicitarios para dar a conocer la Liga BBVA. El presidente de la LFP, Javier Tebas, y el director de marketing, Adolfo Bara, también aprovecharán el viaje para contactar con empresas chinas y ofrecer oportunidades de colaboración, principalmente, acuerdos de patrocinio.

Estos eventos se enmarcan dentro del programa LFP Challenge, con el que se quiere dar a conocer el fútbol español en el extranjero. Además de partidos amistosos en China, el regulador de la Liga también ha organizado giras en América Latina y otros rincones del continente asiático, como Tailandia.

El FC Barcelona y el Real Madrid también han realizado giras en estos países en otras temporadas; además, el club azulgrana ha cerrado este año su primer patrocinio con una empresa china, Suning, que ayudará a difundir la imagen del Barça en el país.