
Modaes

Back Stage

Alibaba se cuelga en los Juegos Olímpicos

El grupo de comercio electrónico desembolsará más de cincuenta millones de euros anuales por su alianza con el Comité Olímpico Internacional.

Modaes
19 ene 2017 - 12:55

Alibaba se cuelga en los Juegos Olímpicos

Image not found or type unknown

Las grandes corporaciones chinas apuestan fuerte por los eventos deportivos de ámbito mundial. Si Wanda firmó hace unos meses como primer patrocinador chino de la Fifa, ahora ha sido Alibaba el que ha dado un giro histórico para los Juegos Olímpicos. El gigante de comercio electrónico ha firmado un acuerdo de patrocinio global hasta 2028 con el Comité Olímpico Internacional (COI), un nivel en el que las marcas pagan más de 50 millones de euros anuales.

El proyecto entre las dos partes se centrará en iniciativas que ayuden a cumplir los objetivos de digitalización hasta 2020. En concreto, la compañía tendrá la condición de socio oficial en las categorías de servicios *cloud* y plataformas de comercio electrónico, por lo que podría darse un renovado impulso a la venta de *merchandising* oficial de las competiciones que organiza. También figura como socio-fundador de Olympic Channel, la plataforma de vídeos online oficial.

“El uso de nuestras innovaciones y tecnologías ayudará a evolucionar los Juegos Olímpicos de la era digital”, ha señalado Jack Ma

El presidente del COI, Thomas Bach ha indicado que “en este nuevo mundo digital, Alibaba tiene una posición única para ayudar al COI a lograr una variedad de objetivos fundamentales señalados en el Programa Olímpico de 2020”. “Se trata de

1 / 2

<https://www.modaes.com/back-stage/alibaba-se-cuela-en-los-juegos-olimpicos>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Modaes

una alianza innovadora, y ayudará a impulsar eficiencias en la organización de los Juegos Olímpicos hasta 2028, además de apoyar el desarrollo global de las oportunidades digitales, incluyendo el Canal Olímpico”, ha enfatizado tras anunciar el acuerdo en el Foro Económico Mundial en Davos (Suiza).

El fundador y presidente ejecutivo de Alibaba Group, Jack Ma, ha celebrado este primer patrocinio deportivo a nivel global, ya que “el uso de nuestras innovaciones y tecnologías ayudará a evolucionar los Juegos Olímpicos de la era digital”. Entre otros servicios que se implantarán, están la plataforma de *e-commerce* para productos oficiales, sus infraestructuras de almacenamiento de datos en la nube y el aprovechamiento de su conocimiento del mercado chino para fomentar el consumo de Olympic Channel.

“Vamos a aprovechar nuestra experiencia al servicio de una base de usuarios jóvenes para ayudar a conectar a las personas más jóvenes con el Movimiento Olímpico, ayudando a fortalecer nuestra marca a través de esta asociación histórica”, ha avanzado Daniel Zhang, consejero delegado de Alibaba.