

El patrocinio olímpico de Toyota: de los Juegos de Tarragona 2018 a Tokio 2020

La compañía nipona quiere aprovechar los Juegos Olímpicos para explicar el cambio de estrategia a los consumidores de forma global.

Guillermo G. Recio
26 ene 2018 - 04:56

El objetivo es “activar iniciativas para contar una historia hasta el 2020”, cuando se celeb

Los Juegos Olímpicos son el mayor evento deportivo del mundo, con tantas disciplinas como países, algo que sólo los grandes grupos multinacionales pueden explotar. Y Toyota deberá aprovechar el recorrido figurado entre Tarragona y Tokio para explicar la historia con la que quiere que los consumidores asocien su marca durante los próximos años.

Alejandro San Martín, portavoz de la compañía en la Península Ibérica, explica en un nuevo reportaje de la serie iniciada por *Palco23* que “el objetivo es utilizar el deporte para acercarnos a la sociedad y ser más cercanos y más familiares”.

Toyota, que es patrocinador de la Federación Internacional de Atletismo (laaf) desde 2003, firmó su mayor acuerdo con el Comité Olímpico Internacional (COI) para los dos ciclos que van de 2017 a los Juegos Olímpicos (JJOO) de París 2024. “Es la primera vez que una compañía está en la categoría de movilidad implicando a todos los comités nacionales”, detalla San Martín.

El ejecutivo señala que “bajo el acuerdo con el COI está el transmitir esta transformación de la compañía, que va de ser una empresa de vehículos a una de movilidad”. Por ello, “tenemos una alineación a nivel global y el apoyo internacional es la base, pero hay que implicarse en cada país”.

El objetivo es “activar iniciativas para contar una historia hasta el 2020”, cuando se celebrarán los

JJOO en Tokio

El objetivo, según San Martín, es “activar iniciativas para contar una historia hasta el 2020”, cuando se celebrarán los JJOO en Tokio, en el país de origen de la compañía. De momento, en España, empezarán con los Juegos Mediterráneos, que se celebrarán este verano en Tarragona.

Con el patrocinio tanto del Comité Olímpico Español (COE) como del Comité Paralímpico Español (CPE), Toyota ha empezado a poner a disposición de los deportistas sus coches híbridos y “contar a la sociedad qué es lo que estamos haciendo”. De momento, sus esfuerzos se han centrado en los paralímpicos, ya que trabajarán para ofrecer soluciones de movilidad que demandan estos deportistas, desde vehículos adaptados hasta robots.

Además, en línea con los paralímpicos y junto a la Fundación A Víctimas de Tráfico, celebraron el pasado año un *trail* de alta montaña denominado *Rompe Tus Barreras*. “A pesar de contar con un acuerdo sobre el que tenemos que trabajar todos, tenemos bastante libertad”, añade San Martín.

Además de volver al Mundial de Rallys, estar implicado con el motor con el Campeonato del Mundo de Resistencia (WEC) y con las 24 horas de Nürburing, también apuesta por acuerdos locales en fútbol en Sudamérica y Asia. Además, en Estados Unidos, Toyota acaba de aterrizar en los eSports con el patrocinio de la Overwatch League.