

## Las escuderías de F-1 pisan el acelerador para cerrar nuevos patrocinios tras la primera carrera del año

Palco23

16 mar 2015 - 11:07

El Mundial de Fórmula 1 arrancó este fin de semana en Australia, pero la maquinaria comercial de las escuderías no se detiene. En las últimas horas se han cerrado nuevos acuerdos de patrocinio en distintos equipos, aprovechando el que muchos confían será un año de recuperación de las audiencias televisivas gracias a América Latina.

McLaren sigue sin encontrar un sponsor principal tras la salida de Vodafone hace un año, pero al menos esta vez sí ha logrado retener a AkzoNobel, que han extendido a la actual temporada el acuerdo que se fraguó en 2008 y que sitúa al grupo de pinturas como proveedor oficial. Está por ver qué sucederá con Santander y si la llegada de Fernando Alonso atraerá nuevas marcas.

En el caso de Force India, la escudería ha firmado un acuerdo para 2015 con el fabricante de bebidas energéticas Hype, que estampará su logo en el alerón de los monoplazas. Hasta ahora, el equipo había centrado sus patrocinios en marcas indias y mexicanas, atraídas por el piloto local Sergio Pérez.

Williams, por su parte, ha renovado la relación comercial con Oris. En este caso, el fabricante de relojes ya estampó la firma antes del Gran Premio de Australia para que su logo pudiera aparecer en el morro de los monoplazas.