

Telefónica renueva con el equipo ciclista Movistar Team hasta 2019

Palco23

12 sep 2016 - 14:35

Nairo Quintana y Alejandro Valverde seguirán buscando nuevos triunfos con el logotipo de Movistar en su maillot. Telefónica ha anunciado la renovación del contrato de patrocinio con Abarca Sports, por el que su equipo de ciclismo continuará llamándose Movistar Team hasta 2019. Los términos económicos no se han hecho públicos, pero en el sector cifran el acuerdo en unos siete millones de euros al año.

"El balance deportivo es impresionante; hemos conseguido un posicionamiento y exposición de marca magníficos a nivel mundial, muy especialmente en España y en Latinoamérica, esencial ésta para Telefónica; y sobre todo, nadie representa como este grupo el trabajo en equipo", ha argumentado hoy Carlos López Blanco, director general de Asuntos Públicos y Regulación del grupo de telecomunicaciones, sobre los motivos de la renovación.



Nairo Quintana se ha proclamado vencedor de La Vuelta este fin de semana.

Eusebio Unzué, responsable de la compañía ciclista, ha tenido palabras de agradecimiento para un patrocinador clave en la existencia de un equipo que lleva

cuarenta años de forma ininterrumpida en la élite de este deporte. "Fuisteis valientes apostando por este equipo en un momento complicado y lo agradecemos profundamente. [...] Con Alejandro y Nairo como pilares consolidados, nuestro objetivo para este nuevo trienio es seguir construyendo equipo y liderar el ciclismo como lo hemos hecho en los últimos años", ha dicho.

La activación del acuerdo no se ha limitado únicamente a la presencia de marca en todos los activos del equipo, sino que Telefónica también ha destinado una parte importante de recursos a acciones promocionales. Entre ellas, las Marchas Ciclistas Movistar o la Fiesta de la Bici Movistar; las cunetas del Tour o la Vuelta; los desafíos #RetosMovistarTeam- o actividades lejos de la carretera, con juegos como Chapas, iniciativas de uso de Realidad Aumentada o experiencias de vídeo en 360 grados.

Gracias a estos proyectos, la compañía de telefonía ha creado una comunidad de 1,1 millones de seguidores entre Facebook, Twitter o Instagram, a los que puede dirigir sus promociones y buscar impactos de marca. A nivel audiovisual, su marca se ha visto en la celebración de 182 triunfos desde 2011 y ha logrado miles de horas de presencia en televisión gracias a que el equipo acumula 1,7 millones de kilómetros recorridos desde entonces.

Con este acuerdo, la compañía sigue reforzando su apuesta por el patrocinio deportivo, que también incluye un equipo en MotoGP, el Estudiantes de la ACB, el Inter de fútbol sala y la academia que Rafa Nadal está construyendo en Manacor (Mallorca) para combinar la formación con el entrenamiento de alto rendimiento.