Toyota acelera en Latinoamérica tras renovar el patrocinio de la Libertadores

Con este acuerdo, el fabricante automovilístico cumplirá 19 años como patrocinador de la competición, que reúne en una misma competición a los mejores equipos del continente.

Palco23
11 abr 2017 - 19:17

Continúa la larga relación entre Toyota y la Copa Libertadores. El fabricante japonés de automóviles, que patrocina la competición desde 1998, ha renovado como esponsor oficial de la liga organizada por la Conmebol para la temporada 2017.

“Estamos encantados de profundizar y fortalecer nuestra relación con Toyota como patrocinador oficial de la Copa Libertadores Bridgestone. Esta gran marca mantiene un sólido compromiso con el desarrollo del fútbol sudamericano desde hace muchos años. Esta alianza será muy beneficiosa, no sólo para ambas partes, sino también para los amantes del fútbol”, ha explicado Marcos Senna, director comercial de Conmebol.

Cabe recordar que la pasada temporada esta organización renovó la estructura de la Copa Libertadores con el fin de potenciar sus ingresos comerciales al aumentar de 27 a 42 las semanas de duración del torneo, que a partir de esta temporada se disputa desde febrero hasta noviembre.

Al ampliar la duración de la competición, la organización pretende ofrecer a las marcas más presencia así como un mayor tiempo de explotación audiovisual a los operadores televisivos.

Entre los anunciantes de la Copa Libertadores destacan Bridgestone como patrocinador principal, el Banco Santander, en 2012 dejó de ser esponsor principal para seguir apoyando a la competición, Gatorade, que hace un mes renovó con el torneo por sexto año consecutivo, la cervecera Amstel, que recientemente ha renovado hasta 2020.