

# Toyota anota un gol mediante su asociación con el Club América para el Tour Águila en Estados Unidos

March 22, 2018



**PLANO, Texas, 22 de marzo de 2018** — Los gritos se escucharán desde muy lejos cuando los aficionados hispanos al fútbol animen a sus equipos durante un año repleto de acción futbolística. Toyota está entrando de lleno en la acción como el patrocinador oficial de los aficionados mediante varias asociaciones importantes que pondrán la pasión por el deporte en el centro de la atención.

Para comenzar con broche de oro el 2018, Toyota se está asociando con el Club América, el equipo de fútbol más ganador y seguido en América del Norte. El patrocinio incluye la participación en el Tour Águila, la gira anual del club por Estados Unidos. Toyota pondrá a los aficionados más cerca de su adorado equipo mediante actividades con la participación de jugadores, programas digitales y de contenido social y mucho más.

“Toyota quiere amplificar la experiencia de los aficionados encendiendo la llama de su pasión y su espíritu por el juego según animan a sus equipos favoritos”, dijo Tyler McBride, engagement and marketing manager de Toyota Motor North America. “Nuestra fantástica asociación con el Club América y nuestra participación en otras plataformas de fútbol de alto nivel subrayan nuestro compromiso genuino con el deporte y con las

personas que lo ven y lo viven”.

En calidad de patrocinador automotriz oficial del Tour Águila, la marca llevará la acción hasta los aficionados a partir del 24 de marzo en San Diego (California) contra su rival, el Club Tijuana. El Tour consta de una serie de partidos amistosos contra varios de los equipos más importantes de la Liga MX y de la MLS durante la pretemporada y las Fechas FIFA. Estos partidos se jugarán en mercados hispanos clave, incluyendo ciudades en California y en Texas, y serán transmitidos por Univisión Deportes en Estados Unidos y por Televisa en México.

“Estamos muy emocionados de poder continuar nuestra expansión en Estados Unidos mediante esta asociación con Toyota, un líder e innovador de talla mundial en el sector automotriz”, dijo Mauricio Culebro, presidente operativo del Club América. “Toyota entiende la pasión que genera el fútbol como punto clave y ve el valor de conectar con nuestros aficionados durante el Tour Águila”.

Toyota será además el patrocinador presentador de la Fiesta Futbolera antes del partido, una celebración interactiva festiva de los fanáticos del Club, que incluye una exhibición de los trofeos ganados por el equipo en campeonatos, Agui la mascota oficial y comparencias de jugadores legendarios del Club. Otros elementos de la asociación incluyen letreros en los estadios y en las canchas, anuncios en vivo de la asociación y video, boletos y mucho más.

Se puede ver el calendario de los partidos y la información sobre el equipo, además de seguir toda la acción, en los canales sociales de Toyota Latino con el hashtag Vayamos Juntos, en el sitio web oficial del tour del club en [www.touraguila.com](http://www.touraguila.com) y en los alias sociales @TourAguila y @ClubAmerica. El patrocinio fue coordinado con PRIMETIME Sports, la agencia comercial para el Club América en Estados Unidos y productora del Tour Águila anual.

Junto con Club América, Toyota conectará con los aficionados al fútbol a nivel de comunidad a través de una asociación con Alianza de Fútbol, la principal organización en Estados Unidos dedicada al soporte y desarrollo del fútbol amateur hispano. En calidad de patrocinador automotriz exclusivo de Alianza, Toyota será el patrocinador principal de la Copita Alianza, una serie de torneos juveniles que se llevarán a cabo desde mayo hasta octubre en mercados hispanos clave y en los cuales participarán miles de niños. El patrocinio incluye áreas de activación donde Toyota se relacionará con las familias y los niños con una huella experiencial total, incluso camisetas con marcas, trofeos y presentaciones de invitados especiales relacionados con el fútbol. El torneo comienza el fin de semana del 12 y 13 de mayo en Houston, Texas.

“El hecho de ser una parte de Alianza este año nos brinda una oportunidad para vincularnos con los niños y sus familias en terrenos de juego locales en todo Estados Unidos”, añadió McBride. “El fútbol brinda un entorno positivo y saludable para los niños y esperamos ser parte de estos torneos repletos de diversión”.

El frenesí por el fútbol alcanzará su punto culminante este verano durante el torneo global más visto del deporte. Toyota mantendrá su compromiso con todos los arduos trabajadores aficionados al fútbol mediante un esfuerzo robusto que encauzará la emoción y la energía de los partidos. Y contará con la compañía de la Toyota Tundra para este viaje.

Además de asociaciones activas y en el terreno de juego, Toyota tiene vínculos con varias propiedades futbolísticas populares como la Liga Mexicana, el Equipo Masculino Estados Unidos, la Selección Nacional Mexicano y la Liga de Campeones de la UEFA, con integraciones en transmisiones y *streaming* en directo durante partidos televisados.