

AFA presenta a McDonald's como nuevo sponsor de la selección argentina

lunes, 03 de febrero de 2020

La Asociación de Fútbol Argentino (AFA) y McDonald's firmaron un acuerdo de patrocinio digital que incluye a todas las selecciones nacionales.

La Asociación del Fútbol Argentino (AFA) y McDonald's anuncian que cerraron un acuerdo por medio del cual la marca será un nuevo sponsor digital de las selecciones nacionales de fútbol, tanto masculinas como femeninas. A través del acuerdo, que tendrá una vigencia de 3 años, McDonald's tendrá presencia en todos los activos digitales de AFA y ambas organizaciones desarrollarán en conjunto diversas campañas y activaciones que involucren a todos los seleccionados nacionales. En la sede de la AFA, Claudio Tapia, presidente de la Asociación del Fútbol Argentino, y Guillermo Córdoba, Director General de Arcos Dorados Argentina, la empresa que opera la marca McDonald's en el país y en otros 19 mercados de América Latina y Caribe, firmaron el contrato de patrocinio.

Dentro de su estrategia comercial y de expansión global, la Asociación del Fútbol Argentino ha incorporado diversos acuerdos con compañías multinacionales en los últimos 2 años, reforzando su plataforma de patrocinio y generando nuevos ingresos para la Asociación. En ese marco y continuando con esta política comercial, AFA estableció un acuerdo estratégico con McDonald's, una de las compañías más importantes y reconocidas del mundo, quien se suma como sponsor digital de las selecciones nacionales de fútbol. Con este importante anuncio, AFA refuerza su plataforma de patrocinio global de la mano de marcas líderes que apuestan por el proyecto de selecciones nacionales.

En relación a este acuerdo, Claudio Tapia, Presidente de AFA, destacó: "Estamos muy contentos de presentar este nuevo acuerdo de patrocinio con una marca como McDonald's, una de las compañías más importantes del mundo y con presencia global. Para AFA es un acuerdo estratégico dentro de nuestra política de expansión en todo el mundo, sabiendo que tenemos una marca que está entre las más importantes del deporte mundial y en este caso nos asociamos con una compañía con la que compartimos la misma visión y valores.

En esta gestión hemos generado muchos acuerdos con compañías multinacionales de distintos rubros que se sumaron a nuestro proyecto de selecciones, eso significa que las marcas valoran la gestión y confían en nuestro trabajo. Además, estos nuevos ingresos comerciales son importantes para seguir fortaleciendo la economía de AFA y consolidar todos los proyectos que estamos llevando adelante en esta nueva etapa del fútbol argentino. Con McDonald's llevaremos a cabo distintas campañas que abarquen a todas las selecciones femeninas y masculinas y eso para nosotros representa un punto clave dentro de nuestro proyecto. Agradecemos a McDonald's por la confianza en nuestra gestión y estamos convencidos que haremos un gran trabajo en conjunto;

Por su parte, McDonald's tiene el propósito de generar un impacto positivo en las sociedades donde opera.

Con este sponsorship, la marca reafirma su apoyo al desarrollo del deporte en Argentina, a la práctica deportiva y a generar momentos y experiencias únicas para toda la familia. McDonald's es sinónimo de atractivo emocional para todos los que simplemente quieren pasar un buen momento disfrutando de una deliciosa comida.

"Para McDonald's es un orgullo apoyar a la AFA y a todas las selecciones argentinas. Somos una marca con un fuerte arraigo con el país, por lo que este acuerdo tiene un enorme valor simbólico para nosotros.

Estar cerca del deporte más popular del mundo es una forma de seguir brindando experiencias únicas a las familias argentinas. Como hemos hecho en los últimos años con diversos patrocinios al fútbol nacional y a los Mundiales de FIFA, hoy avanzamos aún más en nuestro apoyo al deporte para promover la actividad física", aseguró Guillermo Córdoba, Director General de Arcos Dorados Argentina.

