



Microsoft Dynamics™ Todos lo entenderán.

DESCUBRA MÁS >>

Anuncios Google

El Marketing Directo

Marketing Definition

Marketing Sectorial

Marketingdirecto

Fernando Alonso



**MARKETINGdirecto.com**

El portal de la Publicidad y el Marketing.

**Teletipo:** Introduzca su email y recibirá las últimas noticias semanalmente

→ **SUSCRIBIRSE**

→ NOTICIAS DE ACTUALIDAD | ARCHIVO DE NOTICIAS | NOTICIA DE LA SEMANA | TV | TITULARES RSS |

HOME

Publicidad



**EDITORIALES**  
Javier Piedrahita

↓ MENÚ

ÁREA DE USUARIOS

- Registro de usuarios
- Modificación
- Baja
- Recordar contraseña

**REGÍSTRASE AHORA**

y entrará en el sorteo de este fabuloso regalo por gentileza de El Corte Inglés.



→ QUIERO REGISTRARME

NOTICIAS POR SECCIONES

- Agencias
- Agencias Interactivas
- Anunciantes
- Bases de Datos y CRM
- Comunicación y RRPP
- Consumidores
- E-Mail Marketing
- Eventos y Formación
- Gente
- Internet
- Listas y Ficheros
- Marketing de Buscadores
- Marketing Directo
- Marketing Móvil
- Marketing Online
- Marketing y Tecnología
- Medios
- Neuromarketing
- Publicaciones
- Publicidad
- Publicidad Online
- Telemarketing
- Tendencias

→ **NOTICIAS** Gente

→ Gente  
Fecha: 27 de marzo de 2008

## ALONSO SIGUE GENERANDO NOTORIEDAD A PESAR DE SUS RESULTADOS

Sección patrocinada por:

optimización web  
SEO  
web analytics  
posicionamiento en buscadores  
Canal IP 902 351 821 www.canalip.com

Las competiciones deportivas son un negocio millonario. De hecho, cada prueba del Gran Premio de Fórmula 1 genera 138 millones de euros, según un informe de Deloitte. Las grandes escuderías alcanzan importantes volúmenes de negocio a la par que sus patrocinadores ensanchan sus arcas y consiguen mayor notoriedad para sus marcas.

Según datos de un estudio elaborado por el grupo de la Universidad de Navarra de Economía, Deporte e Intangibles recogidos en *Cinco Días*, Ferrari y McLaren serían los dos equipos con mayor relevancia y presencia en medios e internet. Ferrari ocupa el primer puesto pero las tornas podrían cambiar si los segundos consiguen ganar finalmente el Gran Premio.

El asturiano más famoso del planeta a pesar de su cuarto puesto en el Gran Premio de Australia y su descenso en la clasificación sigue siendo la gallina de los huevos de oro. Desde que Renault ha fichado a Alonso su presencia mediática ha ascendido un 53% según el informe, y sus esponsorizadores (ING, Silestone, Mutua Madrileña y Cajastur) tendrían la posibilidad de mejorar su imagen considerablemente en España y Latinoamérica.

Sin embargo esta visión favorable podría no ser eterna. Para Francesc Pujol, autor principal del estudio, los éxitos a corto plazo son muy importantes en este deporte. Tal y como comentó a *Cinco Días*, el efecto Alonso podría disminuir "si Renault no consigue un mínimo de éxitos deportivos".

McLaren, por su parte, gana presencia en el mundo británico, y el que Hamilton sea inglés puede que sea un factor determinante. Esto beneficiaría al Banco Santander, actual patrocinador de la escudería, en sus planes de expansión a través de Abbey, su filial inglesa.

añadir a del.icio.us

añadir a Meneame

RSS

Imprimir

Enviar a un amigo

← VOLVER

**Iberinform - Grupo CyC**

Nuevos informes comerciales Gratis 1 Informe de empresas

[www.iberinform.es](http://www.iberinform.es)

Anuncios Google



### **Symbol**

Tu pequeña gran  
agencia publicidad  
Identidad  
Corpotativa -  
Marketing  
[www.symbol.es](http://www.symbol.es)

### **envie fax, emails, cartas**

al mejor precio del  
mercado mailings,  
cambios de  
domicilios etc  
[www.clarimarket.com](http://www.clarimarket.com)

### **Busca Ideas Publicitarias**

Busca y compra  
ideas originales de  
mas de 9900  
creativos de 123  
países  
[www.openad.net](http://www.openad.net)

### **Campañas de emailing**

Email marketing  
con tu CRM Online  
¡Envía ahora tus  
campañas gratis!  
[www.b-kin.com](http://www.b-kin.com)