

Aon y el Manchester United: la importancia de hacer equipo

PATROCINIO/ Los consejeros delegados de la correduría de seguros, Eduardo Dávila, y del equipo de fútbol, David Gill, resaltan los valores en común de ambas firmas.

Expansión. Madrid

“Nuestra asociación con el Manchester United ha superado las expectativas tanto en España como a nivel mundial”, afirma Eduardo Dávila, consejero delegado de la correduría Aon en España y Portugal. Desde 2010, la firma de seguros es el *sponsor* del equipo británico que ayer se enfrentó al Real Madrid en el Santiago Bernabeu en el partido de ida de los octavos de la final de la Liga de Campeones. El encuentro terminó con empate a un gol, lo que deja abierta la eliminatoria.

“La relación con el Manchester ha evolucionado más allá de un nombre en una camiseta y somos ahora socios de confianza. Los dos somos líderes en nuestros respectivos negocios y compartimos valores como el trabajo en equipo, la integridad, el servicio comunitario y la excelencia”, añade Dávila, que se confiesa seguidor del Deportivo de La Coruña, su tierra, para hacer honor a su lugar de nacimiento.

Promoción personal

“Las dos sociedades tenemos seguidores en todo el mundo y muchos valores en común, apostamos por la promoción personal más que por los fichajes estrella”, afirma David Gill, consejero delegado del Manchester. Aon se convirtió en patrocinador del equipo británico tras detectar que tenía “una fuerte necesidad de mantener una marca única. Hay que tener en cuenta que en sus veinticinco años de historia ha realizado cerca de 450 adquisiciones en todo el mundo”, apunta Dávila.

Desde que Aon se convirtió en *sponsor* del equipo, la co-



David Gill y Eduardo Dávila, consejeros delegados del Manchester United y Aon, respectivamente.

reduría ha aumentado su conocimiento de marca desde un 25% a un 58%, “una cota alta para una empresa no relacionada con el consumo”, según Dávila.

La colaboración ha aumentado la exposición al gran público a través de la visibilidad en televisión de todos los partidos del Manchester. “Hemos observado importantes cambios en el tráfico web de aon.com. Los días de partido, la página de Aon genera hasta un 55% más de visitas únicas en comparación con los días

“La correduría tenía una fuerte necesidad de reforzarse como marca única tras 450 compras en sus 25 años de vida”

sin partido. Esta tendencia puede continuar, ya que el patrocinio se mantiene hasta 2014. Después, la relación entre las dos entidades se extenderá a largo plazo, según el consejero delegado del Manchester, aunque con una transformación fundamental en las funciones.

Business Network

La *sponsorización* directa con el nombre de Aon en las camisetas de los jugadores de Manchester dejará paso en 2014 a la segunda fase de esta

colaboración. A partir de ese momento, comenzará una etapa en la que Aon será el patrocinador principal del Business Network del Manchester, una organización donde los patrocinadores, ejecutivos mundiales y jefes de Estado pueden reunirse para discutir temas críticos de la economía. “Esta relación permitirá a Aon centrarse aún más en los clientes y los ámbitos en los que desarrollamos nuestra actividad”, apunta el consejero delegado de la correduría.

“La notoriedad de marca de Aon en todo el mundo ha aumentado del 25% al 58% con el patrocinio al Manchester”

“A partir de 2014, Aon será patrocinador del Business Network del Manchester, un foro de discusión económica”

Las eólicas piden a la UE que fuerce a España a parar los recortes

Miguel Ángel Patiño. Madrid

La Asociación Empresarial Eólica (AEE), donde hay empresas como Iberdrola, EDP y Enel Green Power, se sumó ayer a las protestas de otras agrupaciones de renovables contra los recortes en subvenciones que ha aprobado el Gobierno. Según los responsables de la AEE, que ya se ha dirigido a la UE para que fuerce a España a replantear esa legislación, los últimos recortes supondrán una merma de 6.000 millones de euros hasta 2020 en primas para las eólicas (ver EXPANSIÓN del pasado sábado).

Medida “dictatorial”

La presidenta de la AEE, Rocío Sicre, criticó ayer la ausencia de diálogo del Gobierno y llegó a lamentar la adopción de unas medidas “dictatoriales y equivocadas”. Sicre anunció que la AEE acudirá “si es necesario” a los tribunales, a pesar de que la judicialización “no es el mejor camino y no es bueno para nadie”. Las últimas medidas son retroactivas y generan inseguridad, dijo. El Congreso prevé convalidar hoy el último real decreto ley aprobado por el Gobierno con los recortes. Las renovables aspiran a que,

UN RESPIRO

Mientras crecen las críticas de las renovables, se alivia ligeramente el agujero financiero que sufre el sector eléctrico. Ayer, el Fade emitió bonos por 230 millones para cubrir parte del déficit. Ese fondo ya ha colocado 17.000 millones.

aunque sea en el último minuto, el Congreso replantee la tramitación de ese decreto y lo haga como proyecto de ley, abriendo la puerta a posibles enmiendas que lo suavicen. En la AEE, en cualquier caso, dicen que “iniciarán acciones en la UE” y, de hecho, “ya se han dirigido” a las instituciones comunitarias al entender que se está infringiendo directivas.

En la presentación, a Sicre le acompañaban los presidentes de las distintas asociaciones autonómicas, que también anunciaron futuras medidas legales de inconstitucionalidad contra la normativa aprobada por el Gobierno.



Rocío Sicre es presidenta de la Asociación Eólica.

XXIV PREMIO SALMÓN DE Expansión



1.500€ para los lectores

EXPANSIÓN convoca el XXIV Premio Salmón al mejor título bursátil de 2012 para galardonar al que haya mantenido el comportamiento más favorable en el mercado de valores durante el año pasado. El Premio Salmón de EXPANSIÓN –que en su edición de 1988 fue concedido a Prosegur; en 1989 a Asturiana de Zinc; en 1990 a Unión Fenosa; en 1991 a Telefónica; en 1992 a Repsol; en 1993 a Argenteria; en 1994 y 1995 a Banco Popular; en 1996 a Telefónica; en 1997 a BBV; en 1998 a TelePizza; en 1999 a Telefónica; en 2000 a Zeltia; en 2001 a Inditex; en 2002 a Ferrovial; en 2003 a Sogecable; en 2004 a Ferrovial; en 2005 a ACS; en 2006 a Endesa; en 2007 a Telefónica; en 2008 a Unión Fenosa; en 2009 a Ferrovial; en 2010 a Inditex; y en 2011 a Ferrovial– se otorgará por votación de los lectores del periódico, que participarán en la elección rellenando el cupón que se publicará todos los días hasta el día 1 de marzo. Entre los cupones recibidos y votaciones se sortearán 1.500 euros para un único ganador. EXPANSIÓN, a través de sus lectores, quiere destacar con este Premio el título bursátil que haya reunido más méritos en el último ejercicio: mayor revalorización, seguridad, transparencia informativa y regularidad en su actuación diaria.

Para conceder el Premio Salmón de EXPANSIÓN al ‘Mejor Título Bursátil de 2012’, entre la totalidad de los valores que cotizan en las cuatro bolsas españolas, otorgo mi voto a:

VALOR ELEGIDO PARA PREMIO SALMÓN

Nombre del lector
Domicilio
Ciudad.....
Teléfono.....

Envíe este cupón a EXPANSIÓN (Premio Salmón) Avenida de San Luis, 25-27. 28033 MADRID

Los datos de carácter personal suministrados a través de este cupón serán utilizados por UNIDAD EDITORIAL INFORMACIÓN ECONÓMICA, S.L.U. única y exclusivamente para la gestión del presente sorteo en el que usted voluntariamente participa y no serán incluidos en ningún fichero automatizado de ésta u otra entidad.