vinetur

Carlos Sainz convierte el centro de Madrid en escaparate del Gran Premio de España

Estrella Galicia 0,0 y Williams acercan la Fórmula 1 a los aficionados fuera del circuito

viernes 11 de septiembre de 2026



Carlos Sainz reunió el pasado 9 de septiembre en Madrid a dos de sus principales socios comerciales en la Fórmula 1, Estrella Galicia 0,0 y Atlassian Williams F1 Team, en un acto celebrado dos días antes del inicio de la actividad en pista del Gran Premio

de España. El encuentro se desarrolló en la Estrella Galicia 0,0 Rooftop Experience, instalada en la terraza de los Cines Callao, dentro de la Fan Zone del equipo británico en la capital, patrocinada por Kraken.

La cita tenía una carga personal para el piloto madrileño. Según trasladó el propio Sainz, el Gran Premio de España suponía su primera participación en una prueba de Fórmula 1 en Madrid, la ciudad en la que nació y creció. “Correr en España siempre ha sido muy especial para mí, pero hacerlo en Madrid lleva todo a otra dimensión. Es la ciudad en la que nací y el lugar en el que he crecido”, afirmó el piloto de Atlassian Williams F1 Team.

Sainz añadió que ver la Fórmula 1 en las calles de Madrid y comprobar la respuesta del público daba a la prueba un valor añadido. En sus palabras, la presencia de la fan zone del equipo y las actividades impulsadas por Estrella Galicia 0,0 ayudaban a llevar el ambiente del Gran Premio al centro de la ciudad y a acercarlo a los aficionados más allá del circuito.

El acto también sirvió para visualizar la relación a tres bandas entre el piloto, la marca cervecera y Williams. Estrella Galicia 0,0 patrocina a Sainz desde 2013 y, desde esta temporada, ejerce además como Official Beer Partner de la escudería británica. La compañía, perteneciente a Hijos de Rivera, presentó esa unión como una coincidencia de valores vinculados a la autenticidad, la innovación y el respeto por una trayectoria propia.

Ignacio Rivera, presidente ejecutivo de Corporación Hijos de Rivera, enmarcó el encuentro en esa relación de largo recorrido con el piloto español. “Para Estrella Galicia 0,0, también es un Gran Premio especial. Carlos representa desde hace muchos años nuestros valores fundamentales como compañía. Después de muchas vueltas juntos, de muchos kilómetros recorridos desde 2013, por fin Estrella Galicia 0,0, Carlos Sainz y Atlassian Williams F1 Team podemos brindar juntos con toda la afición española y madrileña”, señaló.

Rivera sostuvo además que la intención de la empresa era aprovechar el Gran Premio para reforzar la relación con el público. En ese sentido, defendió la organización de actividades en el centro de Madrid como una forma de compartir la afición por la

Fórmula 1 y el apoyo al piloto español sin limitar la experiencia al recinto de la prueba.

La programación preparada por Estrella Galicia 0,0 durante la semana del Gran Premio incluía propuestas tanto en el circuito como en el centro de la ciudad. En la terraza de Callao, el espacio abierto al público mediante registro previo reunía una exposición sobre la relación entre la marca y Carlos Sainz, varias piezas históricas del Atlassian Williams F1 Team y una agenda de actividades para aficionados al motor.

Entre esas propuestas figuraban experiencias de tiraje de cerveza diseñadas para el público de la Fórmula 1, degustaciones de productos de Hijos de Rivera y hamburguesas de Boogie Burgers, la hamburguesería vinculada al piloto. Con ese formato, la marca trató de convertir la zona en un punto de encuentro para seguidores del equipo y para aficionados que querían seguir de cerca la semana del Gran Premio en el centro de Madrid.

La operación tiene también una lectura comercial y de imagen para las tres partes. Para Sainz, refuerza su papel como uno de los nombres españoles con más peso en la parrilla y como embajador del Gran Premio de España. Para Estrella Galicia 0,0, consolida una apuesta de más de una década por el piloto y amplía su presencia en la Fórmula 1 con el acuerdo firmado esta temporada con Williams. Para la escudería británica, abre una vía de conexión con la afición española en una cita de gran exposición pública.

Williams llegaba a esta acción con una trayectoria histórica en la categoría. El equipo, fundado en 1977 por Sir Frank Williams y Sir Patrick Head y con sede en Grove, Oxfordshire, acumula nueve campeonatos del mundo de constructores, siete de pilotos y 114 victorias en Grandes Premios, según sus propios datos. Ese historial explica el peso que la escudería mantiene en la Fórmula 1 y el interés de sus socios por vincular su imagen a un fin de semana de tanta visibilidad en Madrid.

En el caso de Estrella Galicia, la compañía recordó también su recorrido empresarial. La marca principal de Corporación Hijos de Rivera nació en A Coruña en 1906 y mantiene el carácter familiar de la empresa, al tiempo que ha ampliado su presencia en ámbitos como la gastronomía, la música, la cultura y el deporte. Esa estrategia, según la empresa, encaja con una alianza como la de Sainz y Williams, donde la marca busca

asociarse a perfiles y proyectos con recorrido propio y con una relación directa con el público.