LiuGong e rede de distribuidores ampliam presença regional com incentivos ao esporte na América Latina

Iniciativas no Brasil e na Argentina usam o esporte como plataforma para fortalecer vínculos com clientes e comunidades locais

Campinas, julho de 2026 - A LiuGong, em parceria com sua rede de distribuidores, vem consolidando iniciativas de patrocínios esportivos. Essa atuação reforça a presença regional da marca e aprofunda a conexão com clientes, parceiros e comunidades locais.

Para Denis de Andrade, Gerente de Marketing da LiuGong Latin America, essa coerência é um dos pilares do posicionamento da empresa na região. “Quando olhamos para o que a LiuGong faz diretamente, com o patrocínio ao Arthur Gama, e para o que nossos distribuidores realizam em suas regiões, vemos a mesma lógica de atuação. Queremos estar perto do cliente, valorizar a identidade local e usar o esporte como uma forma genuína de criar relacionamento”, analisa o executivo.

No Brasil, a LiuGong retomou o patrocínio ao piloto Arthur Gama na NASCAR Brasil. A parceria foi construída ao longo dos anos, baseada em confiança, desenvolvimento e alinhamento de valores entre a marca e o automobilismo, numa categoria que vive um momento de renovação, com maior visibilidade nacional por meio de transmissões em TV aberta e plataformas digitais.

No Nordeste, a Damaq Equipamentos, distribuidor LiuGong com atuação em estados como Pernambuco, Paraíba, Rio Grande do Norte, Piauí, Sergipe e Alagoas, ampliou sua presença institucional na Paraíba com o patrocínio ao Serra Branca Esporte Clube, conhecido como “Carcará do Cariri”.

Com a marca Damaq e LiuGong estampadas na parte frontal da camisa, a parceria aumenta a visibilidade das marcas na região e reforça o compromisso com iniciativas que contribuem para o desenvolvimento local. O apoio fortalece projetos ligados ao crescimento do Nordeste e ao fortalecimento do esporte como vetor social.

O slogan da Damaq, “A força que move o Nordeste”, ganha ainda mais significado ao ser associado a um time com forte identidade regional. O patrocínio integra a estratégia de posicionamento institucional da empresa e aproxima a marca dos setores que impulsionam a economia local.

Na região Sul do Brasil, o Grupo Priori, distribuidor LiuGong, aposta na motovelocidade como meio de relacionamento. A empresa patrocina os pilotos Jonatas Rosa de Oliveira (#78) e Ederson Gasparetto (#46).

Os pilotos competem em campeonatos como a Copa Carlos Barcelos, o Sul Brasileiro de Motovelocidade e o Campeonato Gaúcho. Integrada à programação oficial do Campeonato

Gaúcho de Motovelocidade e do Sul Brasileiro, a Copa Carlos Barcelos funciona como vitrine para talentos em ascensão.

Ao apoiar pilotos em diferentes estágios de carreira, a Priori reforça valores como desempenho, disciplina, superação e segurança. A iniciativa aproxima a marca do público da motovelocidade e cria oportunidades de relacionamento com clientes e parceiros em um ambiente de forte engajamento emocional.

Na Argentina, a ZMG, distribuidora LiuGong, mantém um portfólio robusto de patrocínios no automobilismo nacional, apoiando pilotos que competem em algumas das principais categorias do país.

Entre eles está Nicolás Pezzucchi, piloto de Olavarría com longa trajetória no esporte, atualmente na Turismo Pista Classe 3. Com experiência iniciada no kart, ele passou por diferentes categorias ao longo da carreira.

Outro destaque é Marcelo Rafael Ciarrocchi, piloto profissional com mais de três décadas dedicadas ao automobilismo argentino. Natural de Almafuerte, na província de Córdoba, ele começou no kart em 1992 e construiu uma trajetória marcada por títulos e resultados de destaque.

Em comum, todas essas a proximidade com o cliente, a presença regional e o apoio ao esporte como plataforma de desenvolvimento humano. Também estimulam o espírito de equipe e a superação de desafios – valores centrais para o negócio de máquinas e equipamentos.

Sobre a LiuGong

Fundada em 1958, a LiuGong Machinery Corporation é uma fabricante global de equipamentos para construção, mineração e infraestrutura, reconhecida por sua engenharia robusta e foco em inovação.

Em 2002, a LiuGong lançou sua estratégia de globalização. Desde então, a empresa passou a contar com mais de 30 subsidiárias e escritórios no exterior, 4 fábricas fora da China e 17 centros globais de P&D. Mais de 500 distribuidores ao redor do mundo fornecem produtos e serviços LiuGong a clientes em mais de 180 países e regiões.

Orientada pela transformação para se tornar uma empresa de classe mundial com competitividade global, a LiuGong continuará a desenvolver ativamente parcerias estratégicas globais integradas em toda a cadeia de valor, promovendo de forma consistente a estratégia de “Solução Total, Inteligência Total e Globalização Total”.

Sobre a LiuGong Latin America

Responsável pelas operações da LiuGong no Brasil e na América Latina, a subsidiária

atua desde 2008 no desenvolvimento do mercado regional de equipamentos para construção, mineração, pavimentação e indústria. Com estrutura industrial própria e rede de distribuidores em expansão, a companhia mantém infraestrutura e centro de treinamento em Mogi Guaçu (SP), escritórios em Campinas (SP) e em Belo Horizonte (MG). A operação regional tem como foco ampliar a proximidade com clientes, fortalecer o pós-venda e sustentar o crescimento da marca no continente.

Atendimento à imprensa

MARKETING LIUGONG
marketing@liugongla.com

ADRIANA ROMA
adriana@haproposito.com.br
+55 (19) 9 9816-6272