

# Subway lanza campaña “Pasión por el Fútbolong” para celebrar el fútbol en Latinoamérica

Los aficionados podrán disfrutar de promociones especiales en cada país, footlongs gratis y hasta una canción de barra

The graphic is a promotional poster for Subway's 'Pasión por el Fútbolong' campaign. It features a dark green background with a soccer ball icon integrated into the word 'PASIÓN'. Below it, 'FÚTLONG' is written in large, bold, light green letters. To the right, a large '30' is positioned above the word 'CENTÍMETROS' in white. Below this, a Subway Footlong sandwich is shown. At the bottom left, there is a circular logo with a green 'S' and a circular arrow, next to a soccer ball icon. To the right of these icons are several white arrows pointing right. At the bottom right, the text 'PARA 90 MINUTOS' is displayed in white, with '90' in a larger font. Below this, the Subway logo is shown in white.

*Pasión por el fútbolong*

Subway, una de las marcas de restaurantes de servicio rápido más grandes del mundo, se suma a la fiebre del fútbol en Latinoamérica y lanza su campaña regional, “Pasión por el Fútbolong”. Así, del 20 de junio al 14 de julio, mientras se lleva a cabo el torneo de fútbol más importante de América, los aficionados al deporte rey podrán disfrutar de promociones especiales en cada país, footlongs gratis y hasta una canción de barra brava.

Una de las principales promociones que trae la campaña “Pasión por el Fútbolong” es el 2x1 en FOOTLONG en fechas específicas:

- Argentina: 25 de junio y 14 de julio
- Perú: 21 de junio y 14 de julio
- Chile: 21 de junio y 14 de julio
- México: 22 de junio y 14 de julio

De esta forma, las personas que pidan sus subs en tamaño FOOTLONG a través de aplicaciones de delivery en las fechas indicadas, se llevarán automáticamente dos subs por el precio de uno. **La promoción es válida solamente para pedidos online.**

**Himno de barra y convocados**

De otro lado, cabe precisar que la campaña cuenta con una canción creada exclusivamente para todos los apasionados por el FÚTLONG. Se trata de un tema musical exclusivo de la marca, con toda la fuerza y la emoción de un himno de barra. La canción está diseñada para que los fanáticos puedan disfrutar y vibrar con cada nota.

Además, al mejor estilo de una convocatoria a la selección, Subway ha fichado a cinco de los creadores de contenido más reconocidos de la región para formar parte de esta iniciativa bajo el concepto de “apasionados por el fútlong”. Durante los días del torneo de fútbol más importante de América, los “convocados” crearán contenido exclusivo, compartiendo su pasión y entusiasmo, y conectando aún más con la audiencia.

Finalmente, como parte de la campaña y para vivir la fiesta del fútbol en todas sus formas, se llevará a cabo la [Copa Pasión por el Fútlong](#), conformada por cuatro torneos de fútbol en línea organizados por Infinity, el club de esports más grande de Latinoamérica, con el auspicio de Subway.

*"En Subway, sabemos que el fútbol en Latinoamérica es más que un deporte, es una pasión que une a toda la región. Por eso, con nuestra campaña Pasión por el Fútlong queremos celebrar esa unión ofreciendo a nuestros clientes la oportunidad de disfrutar de dos pasiones juntas: Fútbol y Footlong. Porque aunque seamos rivales en el campo, fuera de él compartimos la misma pasión por el fútbol y por Subway",* comentó Daniela Espinoza, Gerente de Marketing Digital para Subway América Latina y el Caribe.

Con esta campaña, Subway invita a todos los latinoamericanos a vivir la fiesta del fútbol y a disfrutar de sus subs favoritos a través de las distintas promociones en cada país.

---

[https://regional.newsroom.subway.com/Subway\\_lanza\\_campana\\_Pasion\\_por\\_el\\_futlong\\_en\\_LAC](https://regional.newsroom.subway.com/Subway_lanza_campana_Pasion_por_el_futlong_en_LAC)