

Enfoque: Cómo los bancos ganan visibilidad a través del deporte

En una era donde la publicidad tradicional compite con el ruido digital interminable, los bancos han encontrado una fórmula ganadora: alinear sus marcas con la pasión, la lealtad y el alcance global de los deportes.

Patrocinios de eventos: donde la banca genera titulares

	Eventos patrocinados	Deportes	SoV de redes sociales
1	Liga BBVA MX, México (BBVA - Patrocinador principal, contratos de 2 a 3 años)	Fútbol / Fútbol americano	51,3%
2	Superliga Femenina Barclays (Barclays - Patrocinador principal)	Fútbol / Fútbol americano	23,4%
3	Liga MX Femenil, Mexico (BBVA - Title Sponsor)	Fútbol / Fútbol americano	10,3%
4	BNP Paribas Open, Indian Wells (BNP Paribas - Patrocinador principal desde 2009)	Tenis	4,6%
5	Premier League (Barclays - Socio bancario)	Fútbol / Fútbol americano	3,1%
6	Campeonato HSBC en el Queen's Club de Londres (HSBC - Patrocinador principal)	Tenis	1,1%
7	HSBC SVNS (HSBC - Socio principal, anteriormente HSBC World Rugby Sevens Series)	Rugby	1,0%
8	Campeonato Femenino Barclays (Barclays - Patrocinador principal)	Fútbol / Fútbol americano	1,0%
9	Copa de Francia (Crédit Agricole)	Fútbol / Fútbol americano	0,5%
10	Abierto de Estados Unidos (JP Morgan Chase, socio a largo plazo)	Tenis	0,5%
11	Copa Mundial de Clubes de la FIFA 2025 (Bank of America - Socio Oficial)	Fútbol / Fútbol americano	0,5%
12	Equipo de F1 Scuderia Ferrari (Unicredit - Socio Oficial desde 2025)	Fórmula 1	0,3%
13	Fórmula 1 (Santander - Socio Oficial de Banca Minorista desde 2025)	Fórmula 1	0,3%
14	Maratón de Chicago (Bank of America - Socio titular)	Correr / Maratón	0,2%
15	Maratón de Boston (Bank of America - Socio patrocinador 2024-2034)	Correr / Maratón	0,2%

Clasificación: Top 15 de cuota de voz en redes sociales durante un año en 75 eventos estudiados para nuestros 10 bancos seleccionados

- **El fútbol mexicano domina la conversación (61.6% en total).** El patrocinio principal de BBVA en la Liga BBVA MX (51.3 %) y la Liga MX Femenil (10.3 %) genera un extraordinario 61.6 % de todas las menciones en redes sociales entre los 75 eventos analizados.
- **Fútbol femenino:** Tres de los 8 patrocinios principales corresponden al fútbol femenino (Barclays WSL 23.4 %, Liga MX Femenil 10.3 %, Barclays Women's Championship 1.0 %), representando colectivamente el 34.7 % de la conversación en redes.
- **La brecha de visibilidad:** Mientras los 3 patrocinios principales captan el 85 % de la conversación, los 12 eventos restantes compiten por solo el 15 %. La dinámica de "el ganador se lleva casi todo" muestra que ser el patrocinador principal de grandes ligas supera con creces a las colaboraciones secundarias. El deporte importa: el fútbol domina con una cuota del 91.6 % de todas las menciones.

Derechos de nombre: La ventaja de la localía.

	Derechos de nombre de recintos	SoV de redes sociales
1	Estadio Bank of America (Charlotte, Carolina del Norte NFL Carolina Panthers y MLS Charlotte FC)	34,0%
2	Chase Center (San Francisco, CA NBA Golden State Warriors)	33,6%
3	Barclays Center (Brooklyn, NY NBA Brooklyn Nets y WNBA New York Liberty)	19,8%
4	Estadio Chase (Fort Lauderdale, FL MLS Inter Miami CF)	4,1%
5	Estadio BBVA (CF Monterrey, Liga MX)	4,1%
6	Chase Field (Phoenix, Arizona MLB Diamondbacks de Arizona)	2,1%
7	Deutsche Bank Park (Frankfurt, Alemania Eintracht Frankfurt FC, Bundesliga)	1,6%
8	Barclays Hampden (Glasgow, Escocia Estadio Nacional de Escocia)	0,4%
9	Estadio BBVA (Houston, TX MLS Houston Dynamo y NWSL Houston Dash)	0,1%
10	Nivel Club del Bank of America en el Xfinity Mobile Arena (Filadelfia, PA NBA Philadelphia 76ers y NHL Philadelphia Flyers)	0,1%

- **Los tres grandes dominan (87,4%):** solo tres lugares acaparan casi el 90% de todas las menciones en las redes sociales.
- **La supremacía del baloncesto en las redes sociales:** los estadios de la NBA (Chase Center, Barclays Center y Chase Lounge en el MSG) demuestran un compromiso social descomunal en comparación con otros deportes.
- **La fuerte caída:** Después de los tres primeros lugares, la visibilidad se desploma drásticamente. El estadio en cuarto lugar (Chase Stadium) capta solo el 12 % de lo que genera el líder.