

El BBVA patrocinará la NBA los próximos cuatro años



El banco español será el patrocinador oficial de la liga de baloncesto más importante del mundo, la NBA, tras firmar un acuerdo de 100 millones de dólares -78 millones de euros- por los próximos cuatro años.

Este acuerdo se suma al acuerdo que mantiene en España con la Liga de Fútbol Profesional (LFP) a través de la Liga BBVA y la Liga adelante. El acuerdo firmado con la NBA incluye la liga femenina (WNBA) y la NBA Development League tanto en Estados Unidos como en España y Puerto Rico.

El gigante financiero, que posee más de 700 oficinas en Estados Unidos, refuerza así su estrategia de marketing en este país y toma ventaja respecto a sus competidores al convertirse en el principal patrocinador de una disciplina que tiene cada vez más seguidores en Europa.

La filial estadounidense de BBVA, BBVA Compass será la cara del patrocinio en la liga de baloncesto más importante del mundo. Con sede en Birmingham, Alabama, BBVA Compass tiene sucursales en siete estados, incluyendo Florida y California. Es el 15º mayor banco de EEUU por cuota de mercado de depósitos, y uno de los más grandes de Texas (el cuarto), Alabama (el tercero) y Arizona (quinto).

La NBA está inmersa desde hace unos años en un proceso de búsqueda de inversores extranjeros que empieza a dar sus frutos. Un grupo de empresarios chinos ha comprado una participación de los Cavaliers de Cleveland, y los Nets fueron adquiridos por Mikhail Prokhorov, un multimillonario ruso. Además, la liga tiene alianzas con Lenovo y Haier, dos compañías chinas de electrónica. Esta es la primera vez que la NBA tiene como patrocinador a un banco.

La liga de baloncesto ya ha hecho importantes labores publicitarias en varias partes del mundo. Ha reforzado su papel en China y la semana pasada anunció planes para abrir una delegación en Moscú, mientras que en mayo abrió su primera oficina en África. Este año, los equipos de la NBA jugarán partidos de pretemporada en España y China, y algunos partidos de la temporada se disputarán en Londres, en una liga donde alrededor del 20% de los jugadores han nacido en el extranjero.

"Este acuerdo consolida aún más a BBVA como el 'Banco del Deporte' y abre una nueva y ambiciosa vía de crecimiento en España, Puerto Rico, y también en Estados Unidos a través de nuestra marca BBVA Compass", afirmó Gregorio Panadero, director global de Comunicación de BBVA. "Tanto BBVA como la NBA coinciden además en muchos puntos estratégicos, para los que la visibilidad de ambas marcas en Europa y América resulta fundamental", añadió.

Con el tiempo, el banco estudiará la posibilidad de contratar a un NBA jugador como portavoz, tal vez Pau Gasol, pivot de Los Angeles Lakers, según afirma el periódico The New York Times. Mientras tanto, se mostrará el logotipo del banco en las camisetas de las jugadoras durante las finales de la WNBA -liga de baloncesto femenina- , que comenzaron el domingo. Hasta ahora, los equipos han hecho sus propios acuerdos de patrocinio en las camisetas, pero esta es la primera vez que la liga ha hecho este tipo de acuerdo.

La filial estadounidense BBVA Compass tendrá una presencia significativa en las transmisiones nacionales de partidos de la NBA a través del ABC, ESPN, TNT, así como también un protagonismo destacado en NBA TV y NBA.com.

En España, el lanzamiento oficial del patrocinio tendrá lugar el 7 de octubre en el partido de la NBA Europe Live en el Palau Sant Jordi de Barcelona entre Los Angeles Lakers, campeones de la NBA, y el FC Barcelona, campeón de la Euroliga.

Fonte: El Mundo, Madrid, 13 septiembre 2010, Deportes, online.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais