



INFORME INSIGHTS 2022



ÍNDICE DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	3
TENDENCIAS DE CONTENIDO	
El auge de los vídeos cortos	4
Un cambio en la forma de publicar en redes	5
Por cifras: Video views en redes sociales	6
Por cifras: Engagement en redes sociales	7
AD RATES	8
TENDENCIAS DE PATROCINIO	
Top 10 marcas: Engagement total	9
Por deporte:	
Fútbol	10
Fútbol americano	11
Baloncesto	12
Hockey	13
Béisbol	14
Motor	15
Críquet	16
Esports	17
ESCENAS & ASSETS	
Las 5 mejores escenas con marca	18
Assets	19
Assets de fútbol	19
Assets de baloncesto	20
Assets de hockey	21
Assets de esports	22

MOMENTOS DEL DEPORTE

Copa Mundial de la FIFA	23
Messi, 'the GOAT', <i>el mejor de todos los tiempos</i>	24
Temporada 2021-2022 LaLiga	25
Temporada 2021-2022 NBA	26
Atletas que brillaron en 2022:	
Alexia Putellas	27
Rafael Nadal	28
Carlos Alcaraz	28
Serena Williams	29
Roger Federer	29
Ducati MotoGP	30
La racha de Verstappen en la F1	30
Eliud Kipchoge	31
Stéphanie Frappart	31
SOBRE BLINKFIRE	32

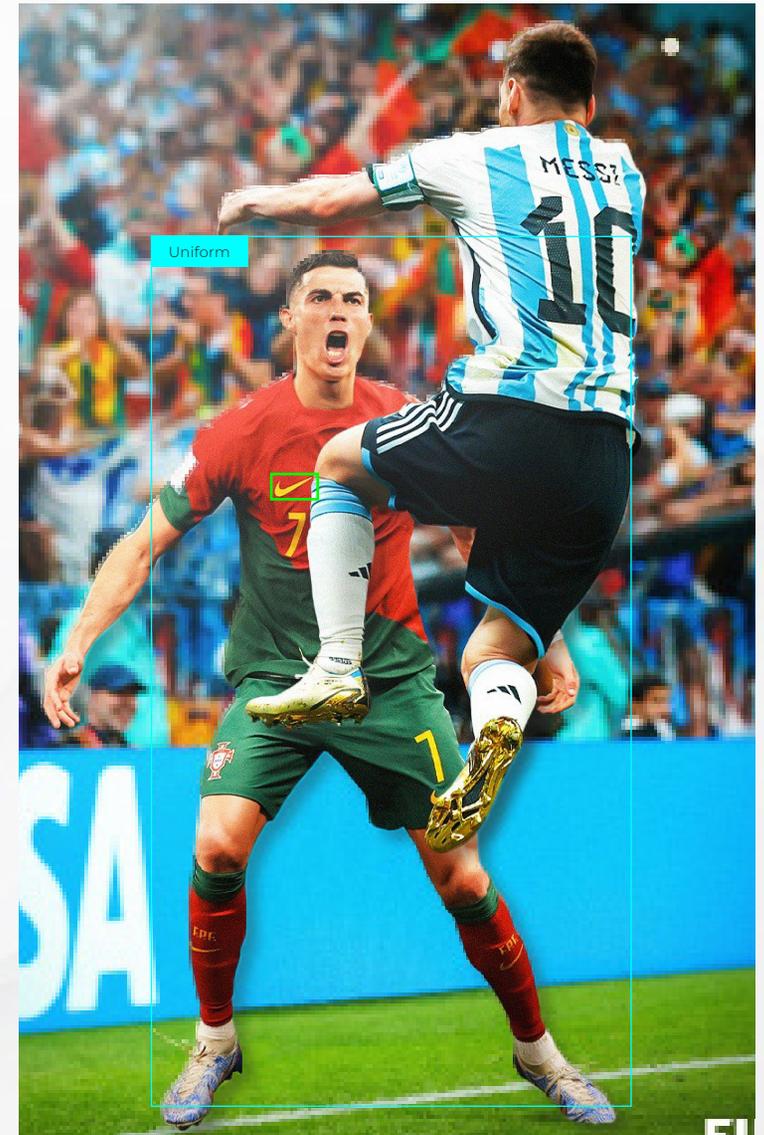
INTRODUCCIÓN

Bienvenido al informe **Blinkfire 2022 Insights**, nuestro resumen con datos e información sobre deporte, redes sociales, medios digitales y patrocinios.

2022

Nuestro Informe Insights 2022 incluye datos de Blinkfire sobre redes (actualmente monitorizamos 17 redes sociales), plataformas digitales, broadcast y OTT. Un dato interesante para comentar en el rato del café: Este año, Blinkfire ha recopilado más de **55,2 millones de publicaciones** -que incluyen ligas, influencers, marcas, atletas y medios de comunicación. BrandSpotter™, la tecnología patentada de IA y Computer Vision de Blinkfire, detectó un 23% más de logos de marcas en 2022 que en 2021.

En nuestro resumen del año, destacamos las 10 principales marcas por deporte, tendencias de contenido, ad rates y los momentos deportivos inolvidables en 2022. **Esperamos que este informe te enseñe algo nuevo y te sirva para el 2023.**



TENDENCIAS DE CONTENIDO

EL AUGE DE LOS VÍDEOS CORTOS

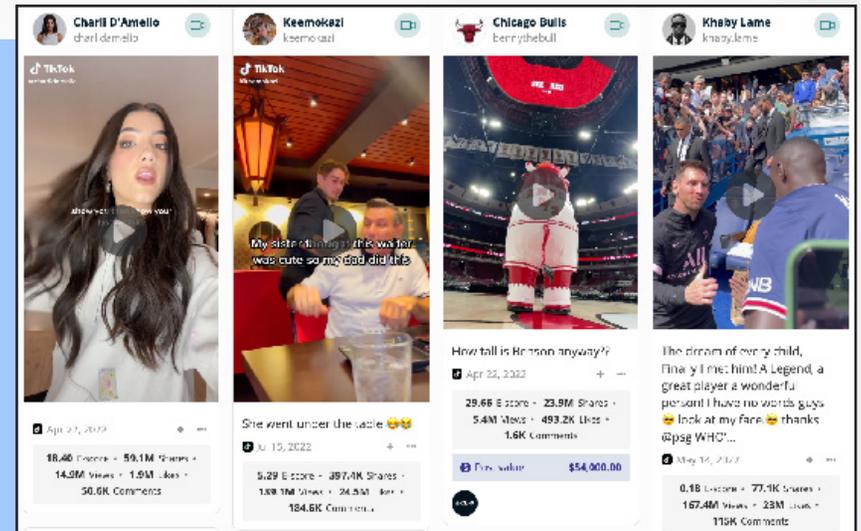
Con el éxito de TikTok, más redes sociales como Instagram y YouTube están apostando por los vídeos cortos. Combinar música, diseño, edición del vídeo y creatividad digital en cada publicación puede ser considerado una forma de arte hoy en día. Influencers, deportistas y equipos utilizan vídeos creativos para conectar con sus seguidores. La popularidad de estos vídeos cortos ha contribuido al **crecimiento global de Facebook, Instagram TikTok, Twitter y YouTube.**



Video Views totales TikTok

76,1MM → 2021

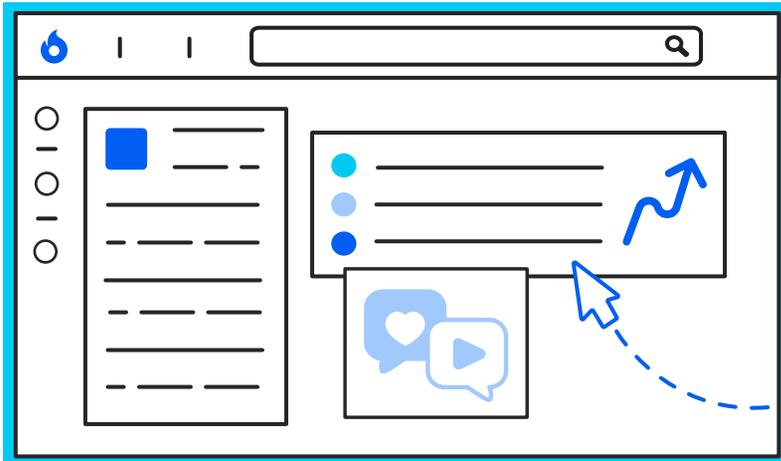
147MM → 2022



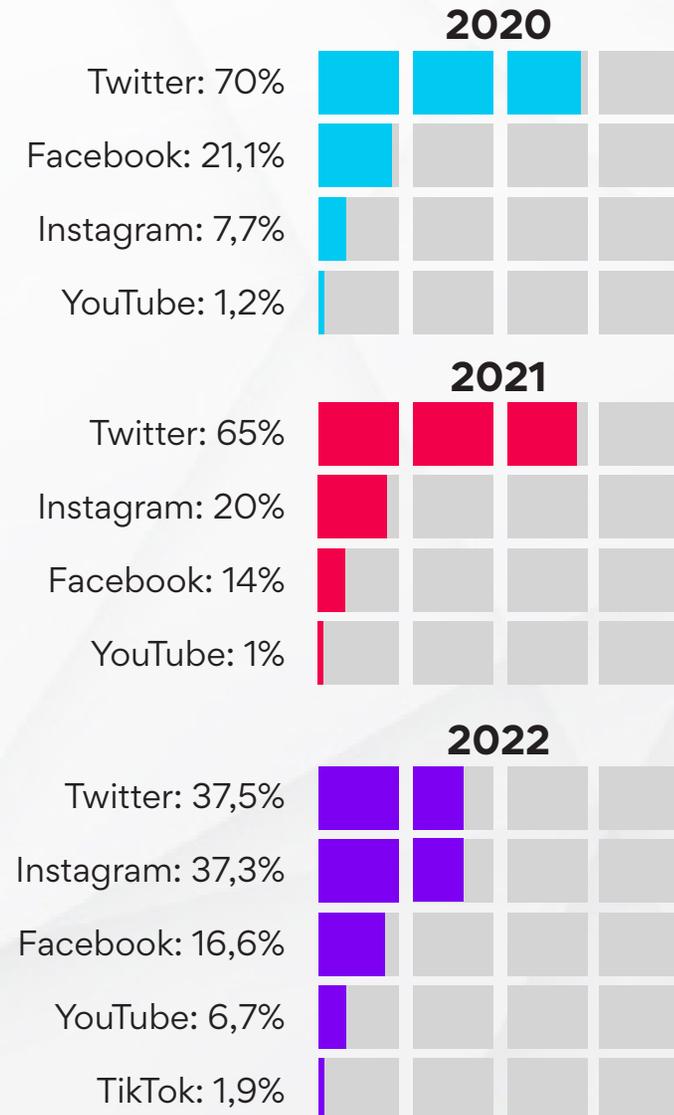
TENDENCIAS DE CONTENIDO

UN CAMBIO EN LA FORMA DE PUBLICAR EN REDES SOCIALES

Blinkfire lleva recopilando datos sobre redes desde 2014. Como este es nuestro tercer informe anual, hemos revisado los de 2020 y 2021 para ver cómo el contenido en cada red ha cambiado teniendo en cuenta Facebook, Instagram, Twitter y YouTube. Basándonos en las publicaciones en Blinkfire, en los últimos tres años se ha pasado de publicar en Twitter y Facebook a un aumento de las publicaciones en Instagram y YouTube, y a la irrupción de TikTok.



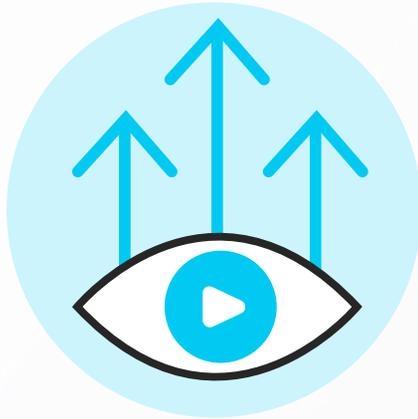
Publicaciones por red social



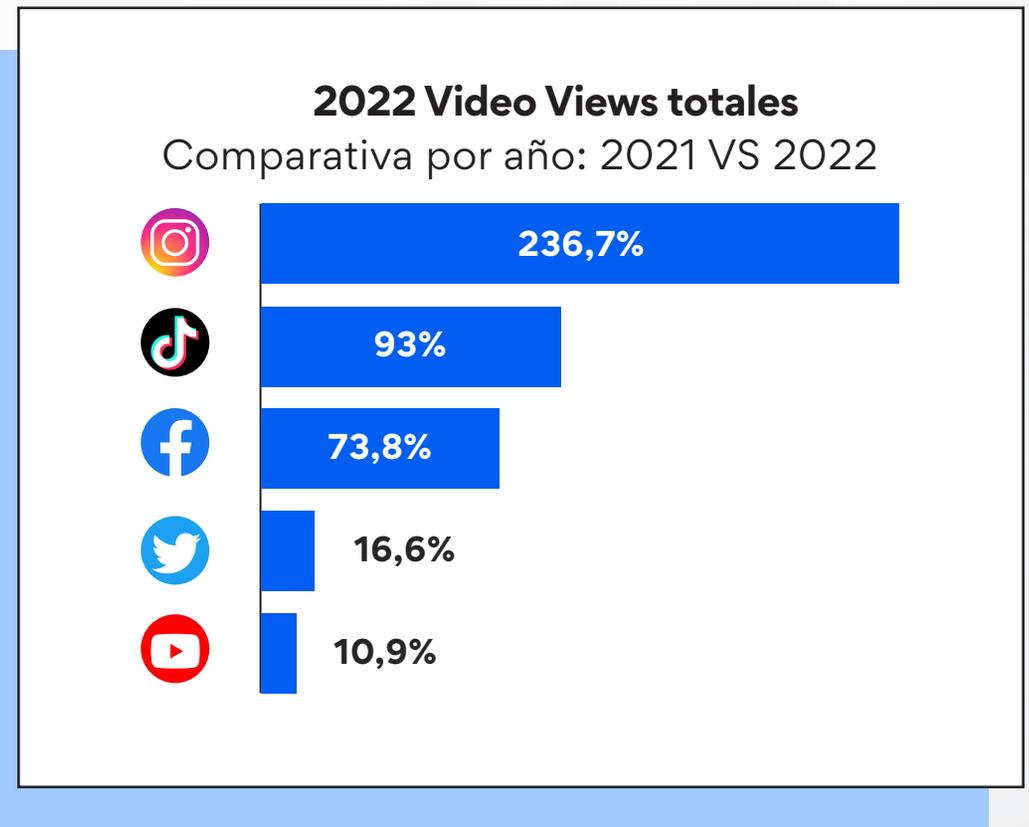
TENDENCIAS DE CONTENIDO

POR CIFRAS: VIDEO VIEWS EN REDES SOCIALES

Respecto a las video views, TikTok e Instagram aventajan al resto. TikTok encabeza el ranking con más de 147.000 millones de visualizaciones este año, mientras que Instagram le sigue con 123.000 millones.



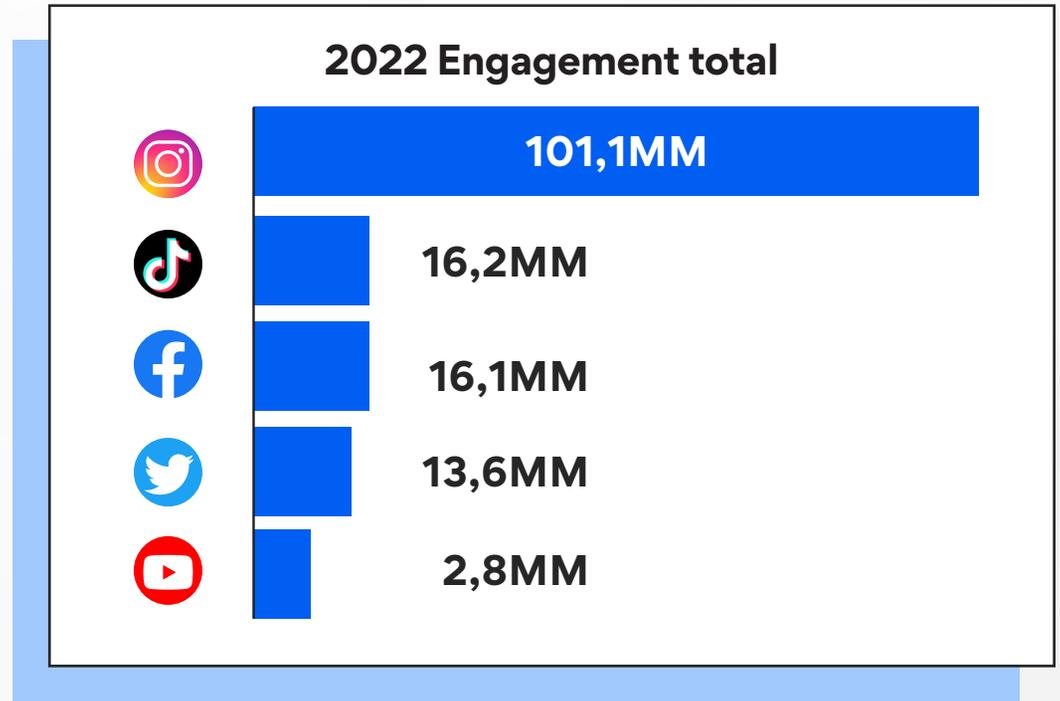
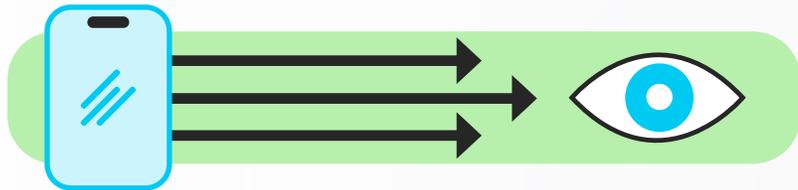
Las video views totales en Instagram aumentaron más de un 236% en comparación con 2021, debido al cambio de Instagram en julio de 2022, que convirtió los vídeos compartidos en la plataforma en Reels. YouTube también tuvo un aumento significativo en 2022, con casi un 11% de crecimiento en las visualizaciones totales. YouTube introdujo YouTube Shorts en septiembre de 2022 para competir con TikTok e Instagram.



CONTENT TRENDS

POR CIFRAS: *ENGAGEMENT EN REDES SOCIALES*

Mientras que en la mayoría de las redes sociales no hubo cambios de 2021 a 2022, TikTok creció sustancialmente. TikTok experimentó un aumento del 60% en el engagement total en 2022 en comparación con 2021. **La plataforma de creación de vídeos ha demostrado contar con una fórmula ganadora.** Puede que TikTok haya sido la que más creció, pero la corona pertenece a Instagram. La plataforma consiguió más de 101.000 millones de interacciones en 2022.



PUBLICACIONES MIXED MEDIA DE INSTAGRAM

El engagement medio por publicación en Instagram para Mixed Media (una publicación con imagen y vídeo) es de 34.500 interacciones por post. Esto supone un aumento del 105% en comparación con el engagement medio por publicación de imágenes de Instagram.

AD RATES

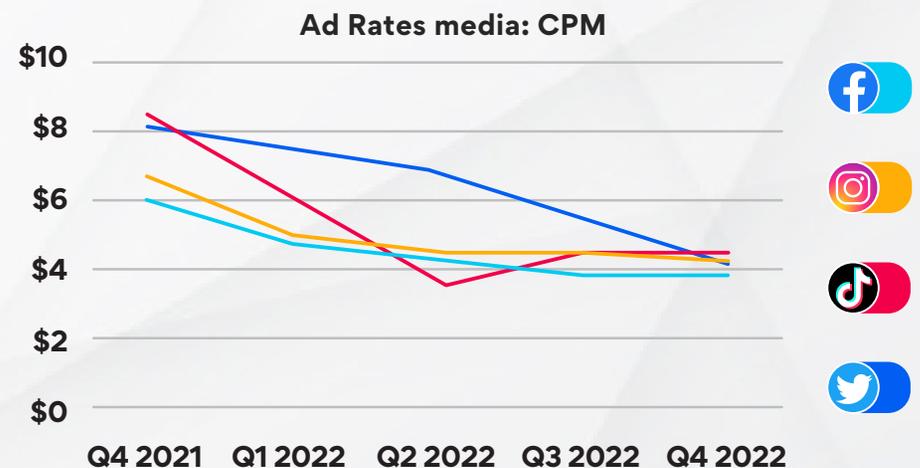
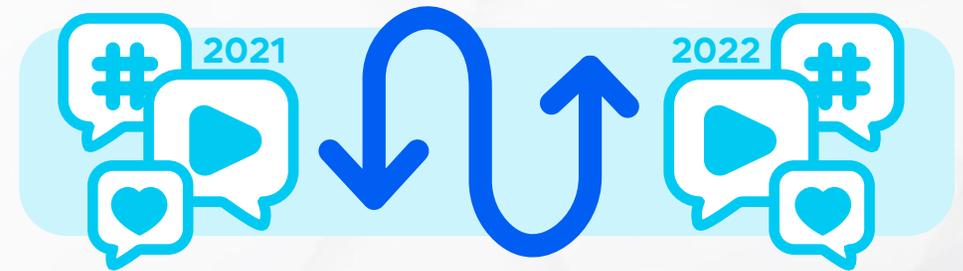


La herramienta de tarifas publicitarias en tiempo real de Blinkfire utiliza datos anónimos de tarifas publicitarias en Facebook, Instagram, Twitter y TikTok, ofreciendo a los usuarios una de las mejores maneras de valorar el contenido y seguir la evolución de las tarifas.

El universo de las redes sociales ha experimentado cambios en 2022, como el nacimiento de nuevas plataformas, cambios en el número de usuarios y desafíos publicitarios.

En octubre de 2022, Meta presentó sus resultados del Q3 que mostraban que Facebook e Instagram habían perdido una cantidad considerable de ingresos procedentes de la publicidad. Ese mismo mes, Google informó de pérdidas de ingresos brutos y una disminución en los ingresos publicitarios de YouTube, la primera vez que la plataforma tenía pérdidas desde que comenzó a reportar ganancias en el Q4 de 2019.

Facebook, Instagram, TikTok y Twitter han visto cómo el CPM de sus tarifas alcanzó su cota más alta durante el Q4 de 2021, con TikTok sufriendo la mayor disminución porcentual durante 2022. A partir del Q4 de 2022, el CPM de las ad rates de Twitter fue el más bajo de todo el año, lo que tiene sentido teniendo en cuenta algunos de los desafíos que Twitter ha enfrentado recientemente con un nuevo propietario, despidos y marcas disminuyendo el gasto publicitario.



Basado en datos de ad rates en Blinkfire.

SPONSORSHIP TRENDS

TENDENCIAS DE PATROCINIO

Hemos creado rankings con las 10 marcas con más engagement en fútbol, baloncesto, béisbol, fútbol americano, hockey, motor, críquet y esports. El engagement son interacciones públicas, como un “me gusta”, un comentario, compartir un post o un “retweet” en redes sociales. Estos rankings ofrecen información sobre cómo los equipos y las ligas dan exposición a las marcas y qué patrocinadores dominan en los distintos deportes.

1

El top 10 en fútbol son, en su mayoría, patrocinadores principales de las equipaciones de todopoderosos equipos europeos como el Liverpool FC, Real Madrid o PSG.

2

Las marcas técnicas están presentes en el top en todos los deportes excepto en críquet. Adidas, Puma, New Era, Bauer y CCM aparecen en assets de uniformes o gorras.

3

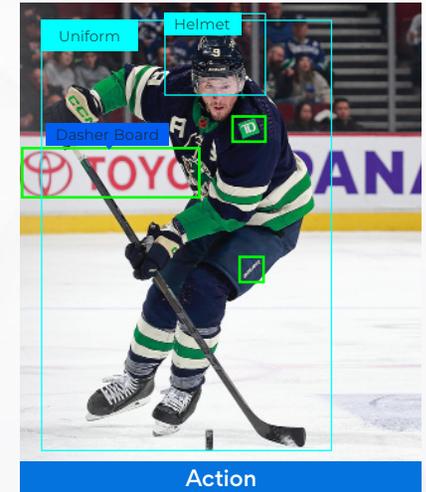
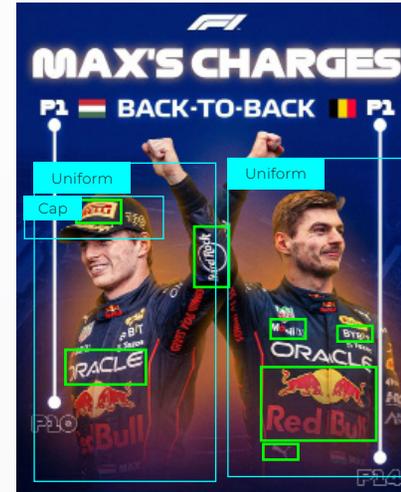
El top 10 de fútbol americano, baloncesto y hockey son, sobre todo, patrocinadores de las competiciones.

4

Como en fútbol, las marcas de baloncesto son sponsors de los parches de las camisetas de equipos NBA top como Golden State Warriors, Milwaukee Bucks y LA Lakers.

5

En motor la gran parte de las marcas provienen de la industria de la automoción, postventa de automoción o son marcas de lujo.

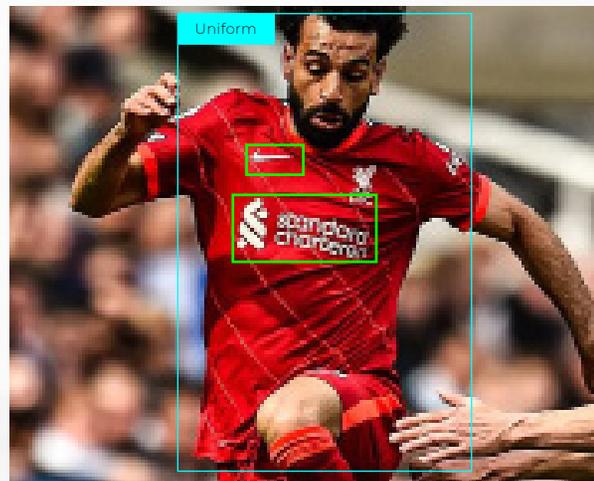
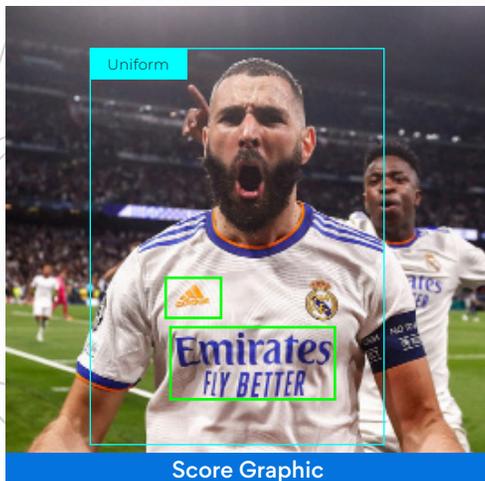


TOP 10 MARCAS POR ENGAGEMENT

FÚTBOL

Cada una de las 10 marcas con más engagement patrocinan las camisetas o las equipaciones de algunos de los clubes más importantes del mundo. Hay tres proveedores (Adidas, Nike y Puma) y siete sponsors de la parte delantera de la camiseta: Emirates Airlines x Real Madrid; Qatar Airways x PSG; Accor Hotels x PSG (equipación de entrenamiento); Teamviewer x Manchester United; Standard Chartered x Liverpool; Spotify x FC Barcelona; Etihad Airways x Manchester City.

Emirates Airlines, patrocinador principal de la camiseta del Real Madrid, logró más de 2.800 millones de interacciones en 2022, un 49,3% más que en 2021. Patrocinar a un gran equipo además de ganar la Liga de Campeones de 2022, supone una mayor exposición y nuevas oportunidades.



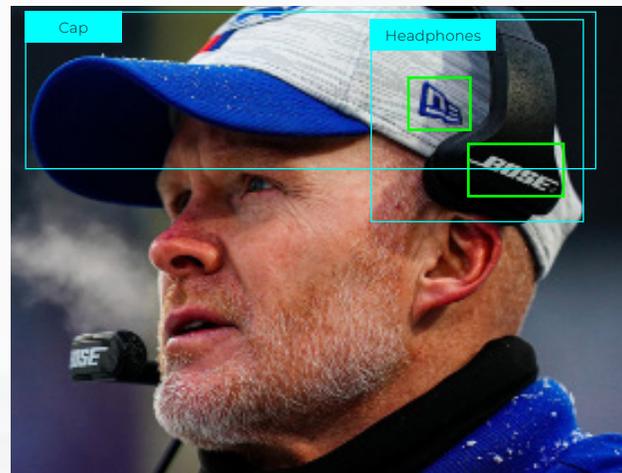
MARCA	ENGAGEMENT
	7,3MM
	5MM
	2,8MM
	1,9MM
	1,1MM
	1,1MM
	974,9M
	842,2M
	796,1M
	705,5M

TOP 10 MARCAS POR ENGAGEMENT

FÚTBOL AMERICANO

En 2022, nueve de las diez marcas que más engagement lograron en el fútbol americano fueron patrocinadores oficiales de la NFL. Nike, proveedor de camisetas de la NFL, **encabeza la lista con 132,3M de engagement**. El único patrocinador que no pertenece a la NFL es Adidas, que fabrica ropa y equipamiento de fútbol americano y patrocina muchos programas universitarios de este deporte.

Una marca que destaca es New Era, proveedor oficial de gorras de la NFL. La marca **no figuraba en la lista de las 10 primeras en 2021, pero este año ha pasado a la tercera posición con más de 23,1 millones de engagement**. Las interacciones de New Era se deben a que apareció en 11 veces más publicaciones en redes sociales de la NFL en 2022 en comparación con 2021.



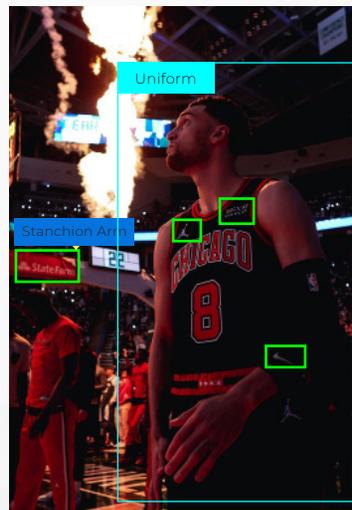
MARCA	ENGAGEMENT
	132,3M
	32,9M
	23,1M
	20,3M
	20,2M
	13,6M
	13M
	12,5M
	10,9M
	9,6M

TOP 10 MARCAS POR ENGAGEMENT

BALONCESTO

Siete marcas del top 10 son patrocinadores oficiales de la NBA: **Nike, Nike Jordan, State Farm, Kia, Tissot, Wilson y Google**. Las otras tres, son patrocinadores de parches de camisetas: Rakuten y Golden State Warriors; Motorola e Indiana Pacers, Milwaukee Bucks y Chicago Bulls; LA Lakers y Bibigo.

Los Golden State Warriors, campeones de la NBA 2021-22, cuentan con uno de los jugadores más populares y relevantes de la NBA en su equipo, Steph Curry. **Rakuten se vio beneficiada por el éxito de los Warriors, ya que la empresa tecnológica aumentó su engagement total en 2022 en más de un 85% en comparación con 2021.**



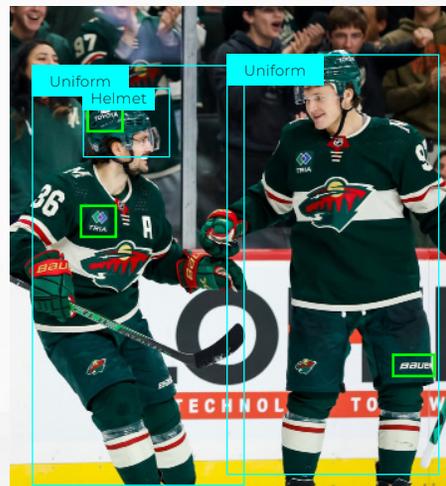
MARCA	ENGAGEMENT
	572,4M
	408,2M
	296,2M
	221,5M
	168,2M
	161,3M
	152,6M
	125,4M
	116,4M
	112,6M

TOP 10 MARCAS POR ENGAGEMENT

HOCKEY

2022 fue un gran año para los patrocinadores de hockey ya que por primera vez los equipos han tenido una marca en el parche de la camiseta, además del patrocinador del casco que fue introducido en 2021. La temporada de hockey 2022-23 de la NHL ha sido también la primera en el que la liga ha contado con las vallas publicitarias digitales. Siete de las 10 marcas con más engagement en hockey en 2022 aparecen en las vallas que rodean la pista: Enterprise, Geico, Ticketmaster, Tim Hortons, Honda, Bud Light y Pepsi..

Ticketmaster, el portal oficial de venta de entradas de la liga, ha logrado una gran victoria entre las marcas. **Pasó de no estar en el top 10 en 2021 a ser la sexta marca con más engagement en 2022.**



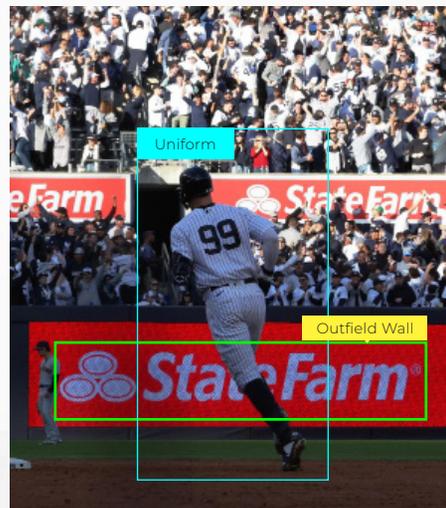
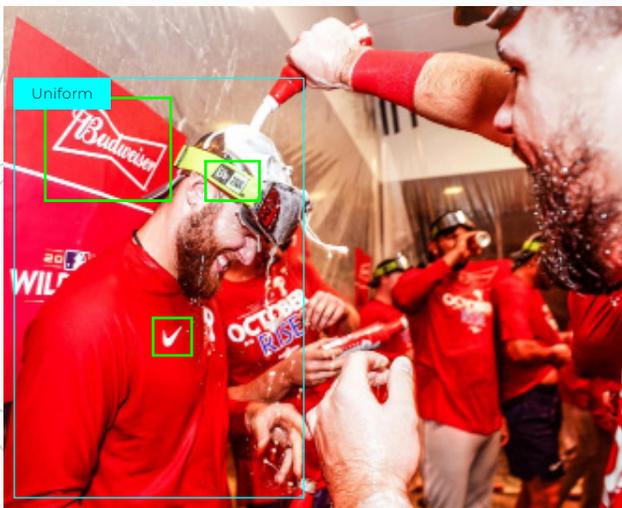
MARCA	ENGAGEMENT
	88,7M
	74,5M
	69,6M
	61,2M
	59M
	27,8M
	25,6M
	23,1M
	22,7M
	20,3M

TOP 10 MARCAS POR ENGAGEMENT

BÉISBOL

Ocho de las 10 principales marcas en béisbol fueron patrocinadores oficiales de la MLB durante la pasada temporada: Nike (patrocinador de las camisetas), New Era (proveedor de gorras), Budweiser, State Farm, Coca-Cola, Capital One, Chevrolet y Geico. **Budweiser pasó del quinto puesto en 2021 al tercero en 2022, con un impresionante aumento del 37% en el engagement logrado.**

Parece más que probable que la MLB permita patrocinadores en las camisetas a partir de 2023. **Un mayor acceso de los consumidores a las retransmisiones de la temporada de 162 partidos y un mayor acceso a los jugadores entre bastidores se ve reflejado en nuevas oportunidades para que las marcas lleguen a los aficionados.**



MARCA	ENGAGEMENT
	108,3M
	40,7M
	16,1M
	10,8M
	9,5M
	6,7M
 TRUIST	6,6M
	6,4M
 CHEVROLET	6,2M
	6,1M

TOP 10 MARCAS POR ENGAGEMENT

MOTOR

A diferencia de otros deportes, las principales marcas de motor suelen tener relación directa con el mundo de las competiciones y el mercado automovilístico. Seis de las diez primeras en 2022 pertenecen a la industria del automóvil (vehículos, combustibles o posventa de automoción) lo vemos en patrocinadoras de equipos como Mercedes-AMG Petronas y Red Bull Racing: Mobil, Pirelli, Shell, Petronas, Mercedes Benz y Ferrari.

Shell se quedó fuera del top 10 en 2021 pero en 2022 está quinta en interacciones totales. La marca aumentó el engagement en los grandes premios en un 91% gracias al segundo puesto de Charles Leclerc, piloto de Ferrari, en el campeonato de F1. Shell aparece en el mono del equipo italiano.



MARCA	ENGAGEMENT
	584,6M
	345,6M
	243,2M
	233,9M
	227,3M
	204,9M
	203,6M
	184,5M
 Mercedes-Benz	178M
	161,7M

TOP 10 MARCAS POR ENGAGEMENT

CRÍQUET

Nueve de las 10 principales marcas de críquet en función del engagement en 2022 son nuevas en la lista. Siete de las marcas en el top 10 son sponsors oficiales del International Cricket Council (ICC).

BYJU'S es la marca de críquet número 1 en 2022, con más de 499 millones de interacciones. La empresa de tecnología educativa patrocina al ICC y al popular equipo nacional de críquet de la India, lo que ha tenido mucho peso en su enorme aumento de exposición durante 2022.



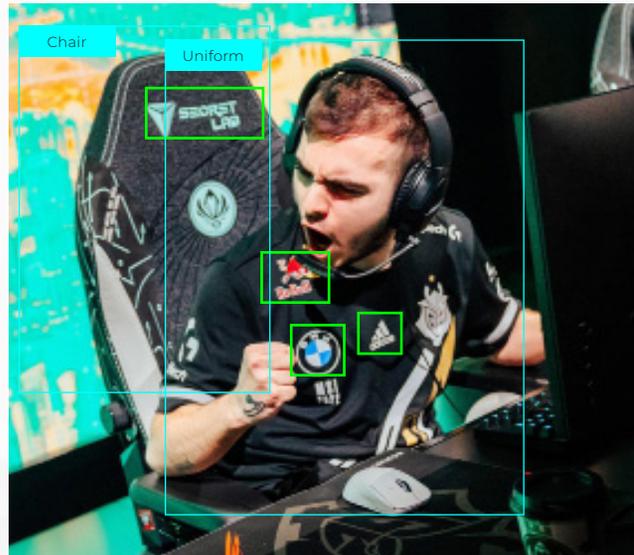
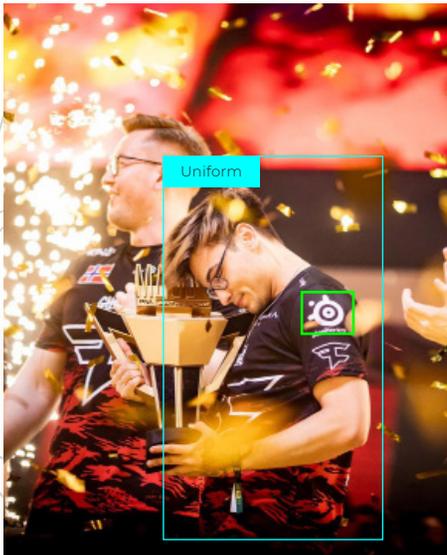
MARCA	ENGAGEMENT
	499,3M
	474,9M
	324,1M
	312M
	281,4M
	264,8M
	158,1M
	157,3M
	142,8M
	130,3M

TOP 10 MARCAS POR ENGAGEMENT

ESPORTS

La mitad de las 10 principales marcas en esports el pasado año aparecen por primera vez en la lista. **El aumento de la inversión y los patrocinios con los principales equipos ha elevado el engagement que logran las marcas en esports: FaZe Clan x Steelseries y Team Heretics x Legion.**

Red Bull consiguió un engagement de más de 246 millones en 2022. Las grandes marcas como Red Bull, Xfinity, Samsung y BMW han sabido aprovechar la pasión y juventud de la audiencia de los esports. Steelseries, fabricante líder de accesorios para juegos, experimentó el mayor crecimiento el pasado año, con más del 25%.



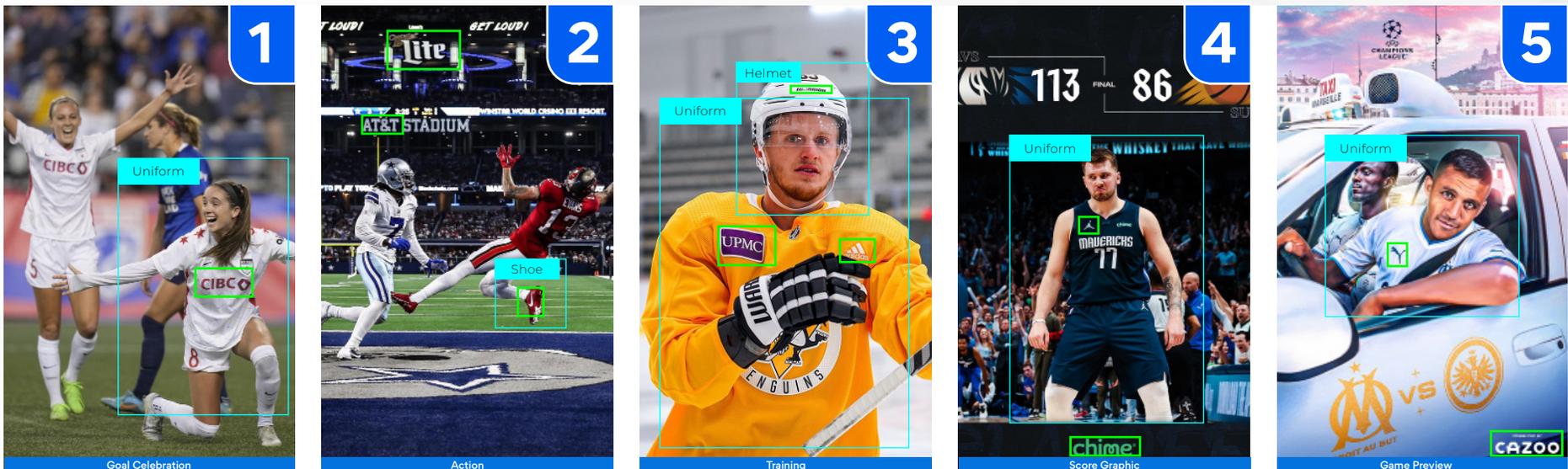
MARCA	ENGAGEMENT
	246,7M
	238,4M
xfinity	212,1M
logitech 	203,1M
	186,3M
	183,2M
SAMSUNG	177,2M
	142,7M
	138,1M
	135,8M

ESCENAS & ASSETS

TOP 5 ESCENAS CON PRESENCIA DE MARCA

La tecnología BrandSpotter™ de Blinkfire monitoriza marcas, assets y escenas. Las **escenas** son fragmentos específicos de contenido de redes sociales, como una publicación de cumpleaños, un gráfico con la alineación o un cartel con la información básica antes de un partido. La mayoría de las organizaciones deportivas crean escenas que utilizan a lo largo de una temporada, estas escenas generan valor y engagement para las marcas mediante su exposición de manera activa o pasiva.

Equipos de todo el mundo han publicado y vendido escenas de contenido este año. **El seguimiento y el análisis del rendimiento de las escenas permite a los equipos crear estrategias potentes en redes sociales y asociaciones valiosas.** Según datos de Blinkfire, las cinco principales escenas con presencia de marca en 2022 (donde una marca fue detectada por BrandSpotter™ o a través de @ mención, hashtag, o branded content) fueron: celebración de gol, acción, entrenamiento, gráfico del marcador y previa de partido.



ESCENAS & ASSETS

ASSETS

La tecnología BrandSpotter™ de Blinkfire monitoriza más **60 assets** en más de 40 deportes. Basándonos en datos de Blinkfire, hemos hecho una clasificación de los cinco principales assets en fútbol, baloncesto, hockey y esports.

FÚTBOL

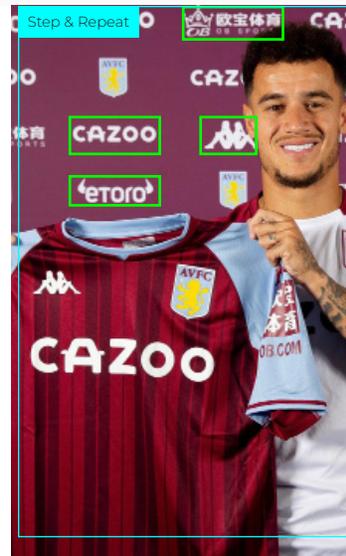
Blinkfire monitoriza assets específicos de cada deporte, entre ellos fútbol. **Los vídeos de los partidos, resúmenes y entrenamientos, han hecho que el campo de fútbol y las vallas publicitarias de las gradas ocupen los cinco primeros puestos, ya que estos sus assets son activos de gran valor para los patrocinadores.** Un dato interesante: En 2020 y 2021 surgieron los assets de las cubiertas de asientos debido al COVID-19 y al menor número de aficionados en los estadios. Conforme las restricciones por la pandemia desaparecen, este asset se ha vuelto algo obsoleto.



1. Uniform



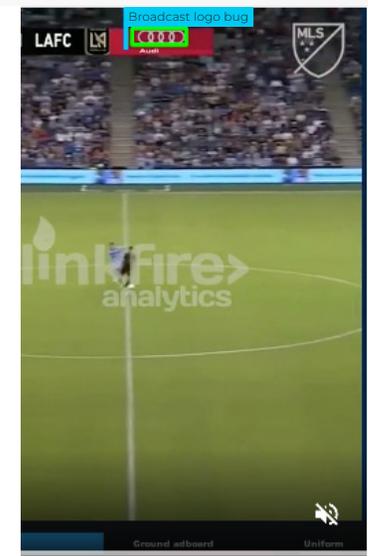
2. Ground Adboard



3. Step & Repeat



4. Mezzanine Adboard



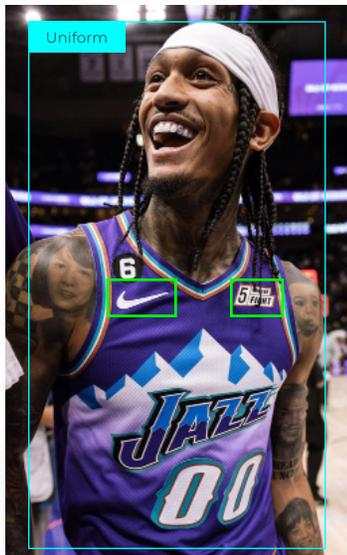
5. Broadcast Logo Bug

ESCENAS & ASSETS

BALONCESTO

Blinkfire realiza un seguimiento de los activos específicos de baloncesto, como el protector de la canasta, el brazo de canasta y el LED del brazo de la canasta. Estos assets reciben una valiosa exposición durante los resúmenes de los partidos que comparten los equipos, la liga y los medios de comunicación.

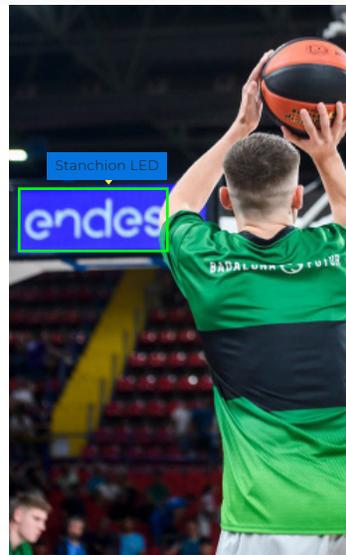
El uniforme ha sido el principal assets en baloncesto, destaca más en las imágenes donde los equipos se aseguran de mostrar a sus jugadores en redes sociales ya sea en la previa del partido, el gráfico de resultados o publicaciones de cumpleaños.



1. Uniform



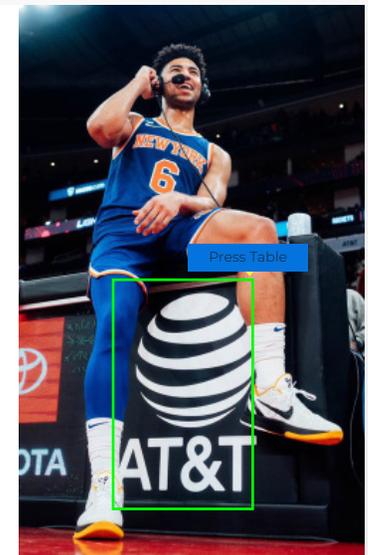
2. Stanchion Pole Pad



3. Stanchion LED



4. Stanchion Arm



5. Press Table

ESCENAS & ASSETS

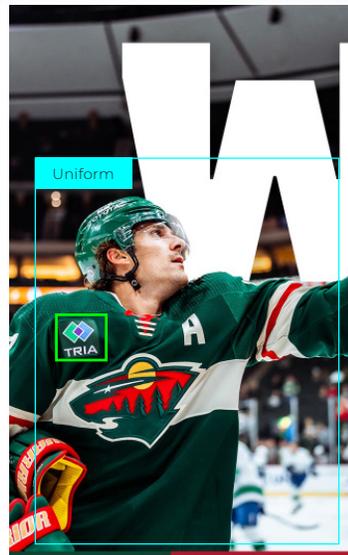
HOCKEY

2022 fue el primer año en que la NHL permitió a los equipos tener patrocinadores en parches en las camisetas. **También fue el primer año de las vallas publicitarias digitales.** Estos assets ocupan los puestos 1 y 2 en 2022, seguidos por el casco, pista de hielo (zona ofensiva/defensiva), y los paneles de rueda de prensa.

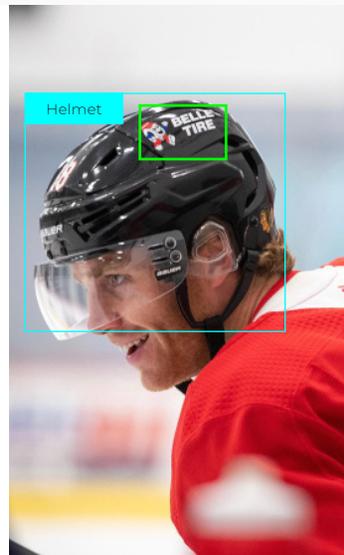
Gracias a estos cambios en el patrocinio del hockey, ha sido un gran año para que los equipos organicen y evalúen su inventario físico y digital. Muchos equipos de la NHL utilizan Blinkfire para optimizar el seguimiento de sus patrocinios, la presentación de informes y la venta y preventa.



1. Dasher Board



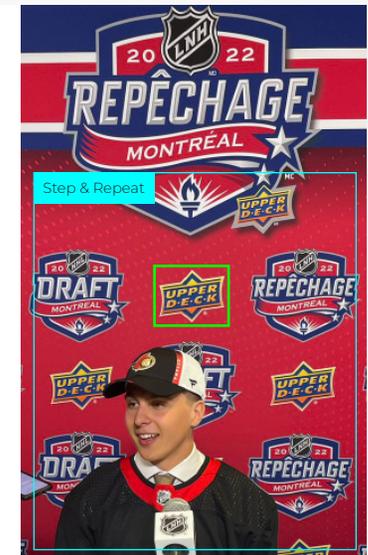
2. Uniform



3. Helmet



4. On Ice - O/D Zone



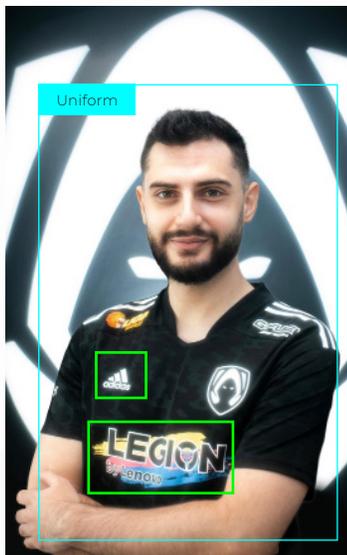
5. Step & Repeat

ESCENAS & ASSETS

ESPORTS

Los esports cuentan con múltiples assets específicos que monitorizamos en Blinkfire, por ejemplo, la silla o los auriculares. **Los assets de los esports ofrecen oportunidades únicas para que las marcas comercialicen sus productos entre los consumidores.**

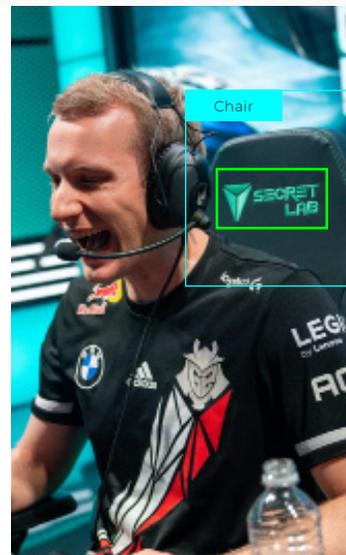
En esports, los partidos se retransmiten en plataformas como Twitch y YouTube, un asset frecuente es el logo de la retransmisión. Dado que los streams atraen a un gran número de espectadores, los patrocinadores quieren estar donde están los aficionados. Esos logos en las retransmisiones (o activos digitales en pantalla) suponen una importante exposición para la marca.



1. Uniform



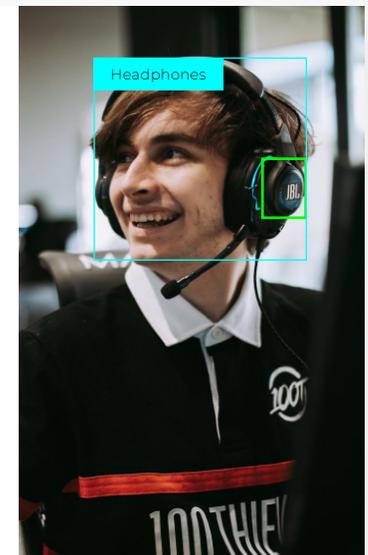
2. Step & Repeat



3. Chair



4. Broadcast Logo Bug



5. Headphones

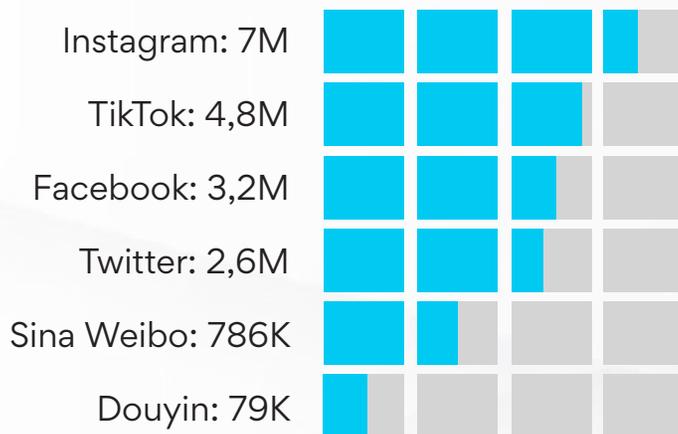
MOMENTOS DEL DEPORTE

Ha habido demasiados momentos a lo largo del 2022, así que aquí va una selección de algunos de nuestros favoritos.

COPA MUNDIAL DE LA FIFA 2022

El Mundial de Qatar 2022 quedará grabado en la retina de los aficionados al deporte por sus primeras veces: primera vez que se disputó en invierno (hemisferio norte), primera vez de una árbitra dirigiendo un partido, primera vez que una selección africana llegó a semifinales y el primer Mundial de Messi.

En redes sociales se vivió con mucha intensidad y esto se quedó reflejado en los canales de FIFA World Cup que **durante el torneo (20 Nov-18 Dic) sumaron 18,5 millones de seguidores.**



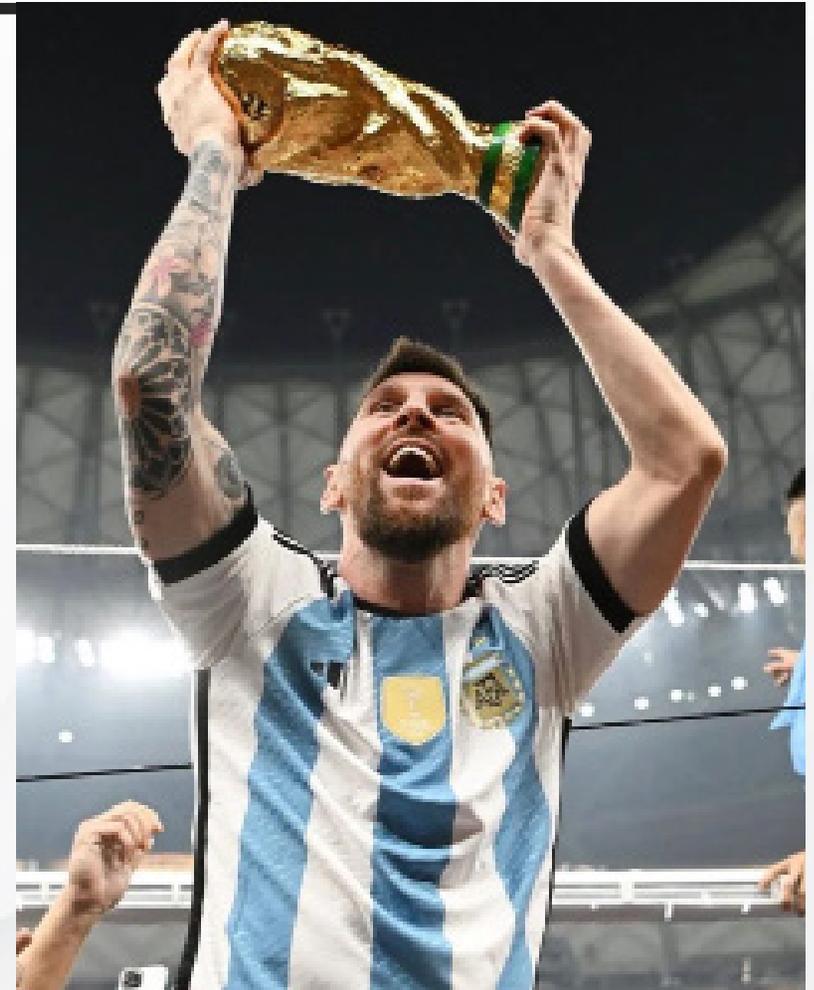
Datos del 20/11/22 -
18/12/22 en Blinkfire



MOMENTOS DEL DEPORTE

MESSI, THE GOAT

Lionel Messi, con su sensacional actuación en el Mundial y tras la victoria de Argentina en la Copa Mundial de la FIFA, ha disipado todas las dudas sobre quién es el verdadero GOAT (el más grande de todos los tiempos). Tras el triunfo argentino, el astro albiceleste publicó una foto en Instagram en la que se le veía alzando la Copa del Mundo, ese post se ha convertido en la publicación con más engagement de la historia. **En lo que va de año, Messi ha sumado 116,1 millones de nuevos seguidores** (a 21 de diciembre de 2022). El 29% de ese aumento se produjo durante el Mundial y los días posteriores a la victoria de Argentina. De los 35M de nuevos followers de Messi, 30,2M son Instagram, 4,6M en Facebook y 30.000 en YouTube.

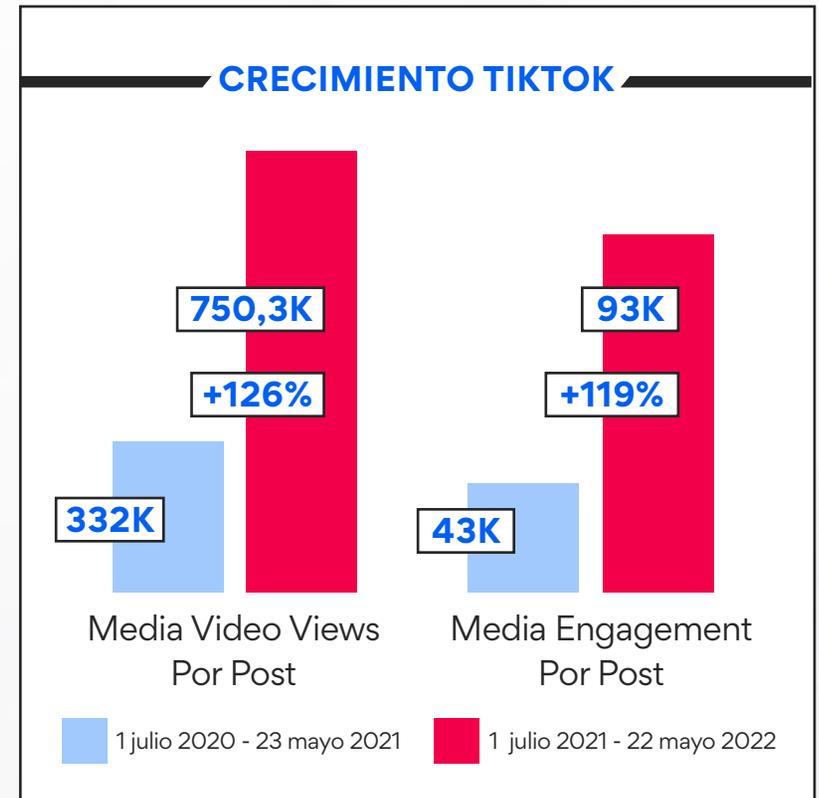
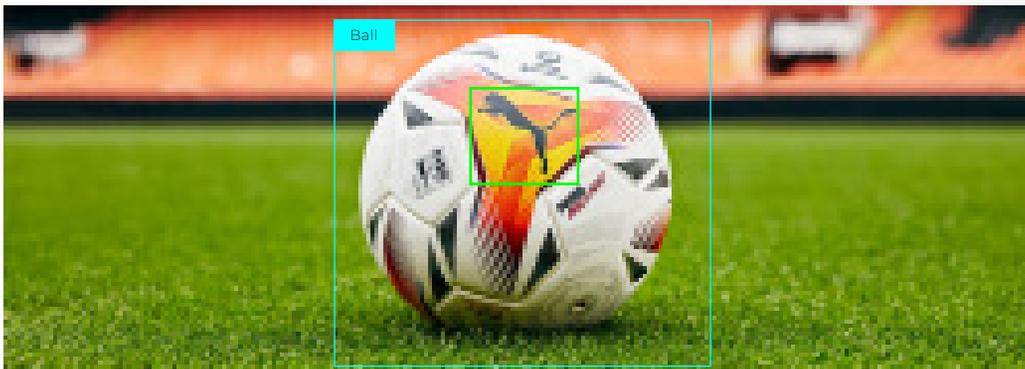


MOMENTOS DEL DEPORTE

LALIGA TEMPORADA 2021-2022

La temporada 2021-2022 en LaLiga Santander estuvo repleta de grandes momentos y tuvo al Real Madrid como campeón y protagonista. En Blinkfire hemos repasado el curso futbolístico en redes sociales y digital.

A lo largo del curso 2021/22 los equipos de LaLiga Santander publicaron un 48% más en TikTok y los Reels crecieron en un 354%. Los vídeos cortos fueron el caballo ganador de los equipos LaLiga, ya que los aficionados tienden a interactuar con este contenido que a menudo cuenta con divertidos filtros, música e ilustraciones. El engagement medio por post en TikTok aumentó un 119%, hasta las 93K interacciones/post, mientras que el promedio de video views por publicación aumentó un 126% hasta 750.300.

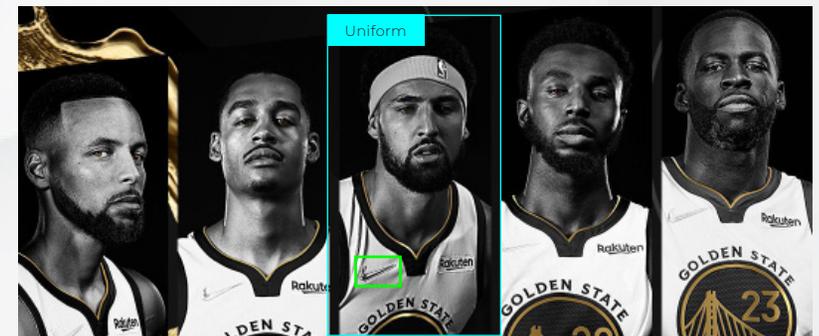
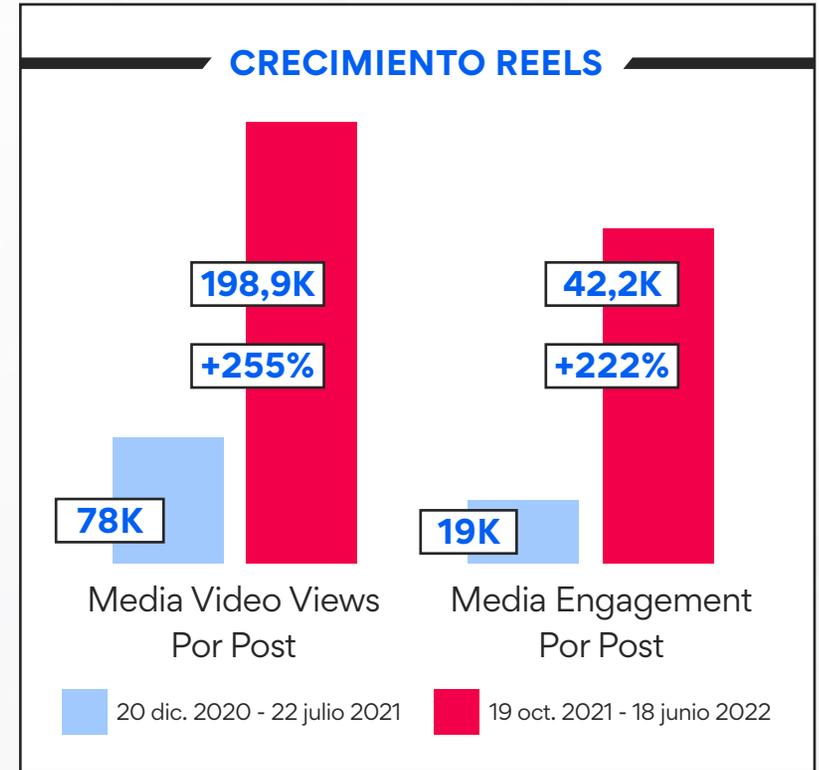


MOMENTOS DEL DEPORTE

NBA TEMPORADA 2021-2022

La temporada 2021-2022 llevó a los Golden State Warriors, liderado por Steph Curry, a lograr su cuarto título en ocho temporadas, derrotando a los Boston Celtics por 4-2.

Durante la temporada 2021/22, los equipos NBA publicaron un 91% más TikTok y un 686% más de Reels. Equipos como los Chicago Bulls, Utah Jazz, Golden State Warriors y Charlotte Hornets publicaron constantemente TikToks y Reels y eso se vio reflejado en su engagement y video views. **El contenido en los Reels y TikTok es bastante similar y eso es una oportunidad para que los equipos publiquen el mismo vídeo en estas dos plataformas dirigidas a públicos diferentes.**

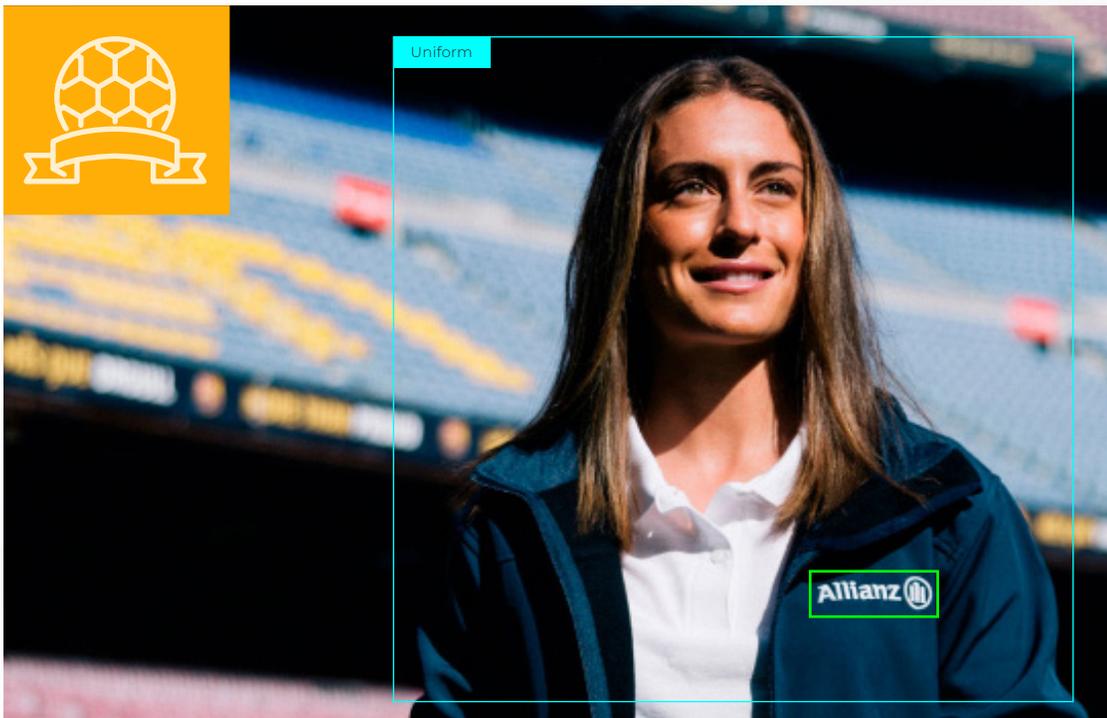


MOMENTOS DEL DEPORTE

ATLETAS QUE BRILLARON EN 2022

Alexia Putellas

2022 fue un año agri dulce para la jugadora del FC Barcelona Femení ya que estuvo marcado por la lesión que sufrió días antes de la Eurocopa. Pero **esta historia tiene su final feliz** y para Putellas la temporada 2021/22 ha sido la de su segundo Balón de Oro consecutivo. La catalana pasará a la historia como la primera española en ganar dos veces este galardón.



Su talento no solo le ha hecho ganar títulos, también ha conquistado a millones de seguidores y a marcas de todo el mundo. **Nike, Visa o Allianz, Hublot se encuentran entre algunos de sus patrocinadores.**

MOMENTOS DEL DEPORTE



LOS ESPAÑOLES, LOS REYES DEL TENIS

El 2022 ha sido de ensueño para el tenis español de la mano de un veterano y un recién llegado que representan pasado, presente y futuro de este deporte.

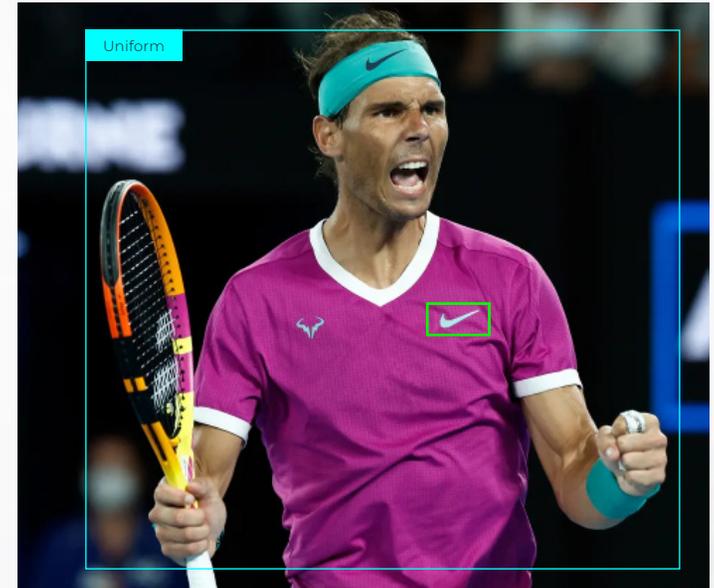
Rafael Nadal

El tenista balear **comenzó el año ganando el Open de Australia en una épica remontada ante Daniil Medvedev**. Tras esta hazaña, Nadal tenía otra más ambiciosa en el punto de mira: convertirse en el tenista masculino con más Grand Slam de la historia. Lo consiguió y lo hizo en su escenario favorito, la tierra batida de París. Con este título ya suma **14 victorias en Roland Garros y 22 Grand Slams**.

Carlos Alcaraz

El murciano revolucionó el circuito ATP poniendo entre las cuerdas a aquellos tenistas que de pequeño admiraba. La consagración del murciano llegó en Estados Unidos donde ganó su primer grande, el US Open. Esta victoria le llevó a **liderar el ranking ATP**, convirtiéndose en el tenista más joven en lograrlo con 19 años, 4 meses y 6 días. Por primera vez desde 2003 un tenista que no pertenece a big four (Federer, Nadal, Djokovic y Murray) es el número 1 de la ATP.

La buena temporada de Alcaraz le ha hecho ganar más de **2,4 millones seguidores en redes sociales en 2022, un 638%** más que en 2021.



MOMENTOS DEL DEPORTE



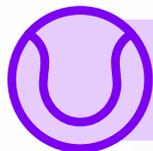
LAS DESPEDIDAS DE SERENA Y ROGER

En 2022 hemos dicho adiós a dos de las mejores raquetas de la historia del tenis: Serena Williams y Roger Federer.

Serena Williams

La estadounidense tiene 23 Grand Slam, tan solo Margaret Court tiene más. Antes de su adiós al tenis en el US Open, Williams anunció en las páginas de *Vogue* su despedida en un ensayo en primera persona que nos recordó por qué es un icono que trasciende el deporte.



 **23** GRAND SLAMS & **20** GRAND SLAMS

Roger Federer

Una de las imágenes de este año es la de Roger Federer y Rafa Nadal llorando en la despedida del suizo en la Laver Cup. Una fotografía que es el reflejo de una rivalidad que se ha mantenido durante años y que ha hecho mejor a los dos tenistas. **La figura de Federer va más allá de sus 20 Grand Slam, y sus 310 semanas en el número 1.** El suizo será para siempre recordado como uno de los tenistas más elegantes del torneo y por ser el primero en lograr 1.000 millones de dólares de ganancias entre torneos y patrocinadores.



MOMENTOS DEL DEPORTE

Ducati MotoGP

El 2022 ha sido su año perfecto ya que ha conquistado la **triple corona con el título de equipos, el título de marcas y el título de pilotos con Pecco Bagnaia**. El último piloto Ducati que logró el campeonato de MotoGP fue Casey Stoner en 2007.

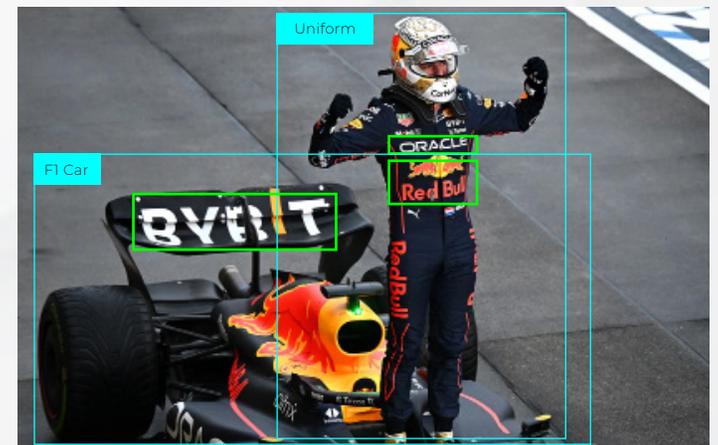
La victoria de Bagnaia llegó en el último Gran Premio de Valencia, su 9º puesto fue suficiente para que ocupara el triunfo en el campeonato. Pero el piloto italiano no ha sido la única alegría de Ducati en el mundial, entre los cinco primeros puestos de la clasificación, tres de ellos son de la marca italiana: Bagnaia y Jack Miller (Ducati Lenovo Team) y Enea Bastianini, del equipo satélite (Gresini Racing MotoGP).



Verstappen's F1 Run

Por segundo año consecutivo, el holandés logró el triunfo en el mundial de Formula 1 junto a su equipo Red Bull Racing, que también se ha alzado con el título de constructores.

Sus cifras en redes sociales este 2022 son magníficas: **más de 2,7M de nuevos seguidores y un engagement en Instagram de 451K interacciones por post**. Estos datos, sin embargo, no logran superar a los de su primer año como campeón de mundo en los que sumó 6,4M de nuevos followers y su engagement por publicación en Instagram superó las 474K. interacciones.



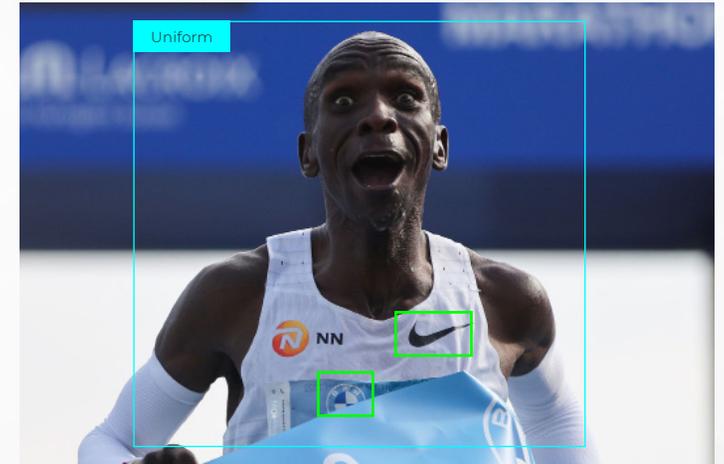
MOMENTOS DEL DEPORTE



El récord de Eliud Kipchoge

Las calles de Berlín fueron testigo del nuevo récord del mundo de maratón masculina.

Kipchoge logró rebajar en 30 segundos el anterior récord, que él mismo logró también en Berlín en 2018. El palmarés del keniano suma un título más a sus cuatro medallas olímpicas, dos mundiales y diez primeros puestos en grandes maratones: cuatro en Berlín y Londres; y una en Tokio y Chicago.



Stéphanie Frappart

La árbitra Stéphanie Frappart ya había conseguido romper el techo de cristal del fútbol masculino en 2020 al convertirse en la primera mujer en pitar un partido de la Champions League, tal y como sucedió en la Europa League y en la Supercopa de Europa. Frappart es una pionera y en Qatar 2022 se produjo una imagen insólita, ya que estuvo acompañada por Neuza Back y Karen Díaz como linieras del encuentro entre Alemania y Costa Rica.



SOBRE BLINKFIRE

Blinkfire Analytics es la plataforma líder de business intelligence y marketing para la valoración de patrocinios en el mundo del deporte, esports, medios de comunicación y entretenimiento en redes sociales, digital y Advanced TV. Usando inteligencia artificial, machine learning y tecnología propia de computer vision, Blinkfire Analytics mide el valor y el impacto, permitiendo que organizaciones, deportistas, influencers, agencias y marcas conecten mejor con sus aficionados y marcas en diferentes plataformas. Muchos de los equipos y ligas más importantes del mundo confían en la plataforma en tiempo real de Blinkfire Analytics para cuantificar el engagement y los acuerdos de patrocinio en la industria del deporte, los esports y el entretenimiento.

Para saber más sobre Blinkfire Analytics, escríbenos a marketing@blinkfire.com o visita www.blinkfire.com.

