

2024-25

# NBA REPORT

---

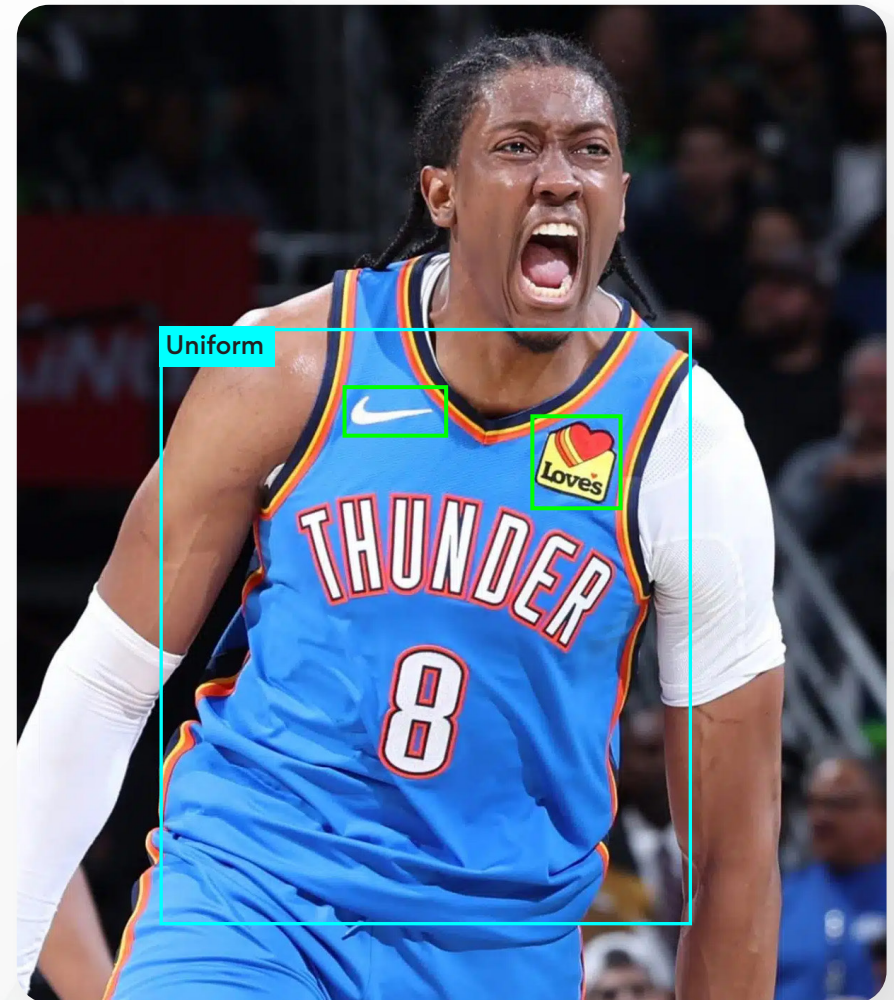


<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>3</b>	<b>PATROCINIO</b>	<b>18-22</b>
<b>ANÁLISIS DE REDES SOCIALES</b>		Global de marcas	<b>18</b>
Temporada regular NBA	<b>4-15</b>	Marcas parches camisetas	<b>19-20</b>
Distribución de seguidores	<b>4-5</b>	Patrocinadores en pista	<b>21-22</b>
Datos demográficos seguidores	<b>6</b>		
Crecimiento TikTok NBA	<b>7</b>	<b>TENDENCIAS</b>	<b>23-24</b>
Rankings rendimiento equipos	<b>8-9</b>	Milwaukee Bucks ganan la NBA Cup	<b>23</b>
Ratio de engagement por seguidor	<b>10-11</b>	Luka Dončić a los Lakers	<b>24</b>
Rankings crecimiento de seguidores	<b>12-15</b>		
<b>BROADCAST</b>		<b>PLAYOFFS NBA</b>	<b>25-29</b>
Top 3 NBA Broadcasts	<b>16-17</b>	Rankings rendimiento equipos	<b>25</b>
Ejemplo broadcast	<b>16</b>	Rankings marcas parches camisetas	<b>26</b>
	<b>17</b>	El camino de los Indiana Pacers	<b>27-28</b>
		Campeón NBA: Oklahoma City Thunder	<b>29</b>
		<b>SOBRE BLINKFIRE</b>	<b>30</b>



Bienvenidos al 2024-25 NBA Report de Blinkfire, una temporada en la que la acción no terminó con la bocina final. Con los Pacers forzando un dramático séptimo partido contra los Thunder en las Finales, hasta traspasos que dejaron a todos boquiabiertos, este año ha estado lleno de momentos inolvidables.

Nos sumergimos en los datos que hay más allá de la cancha, poniendo el foco en los equipos más destacados en redes sociales y los patrocinadores que se llevaron la mejor parte en entornos digitales y televisivos. Descubrimos las tendencias en redes, los contenidos más impactantes y la valoración de las marcas en otra temporada inolvidable de la NBA.



## DISTRIBUCIÓN SEGUIDORES LIGA

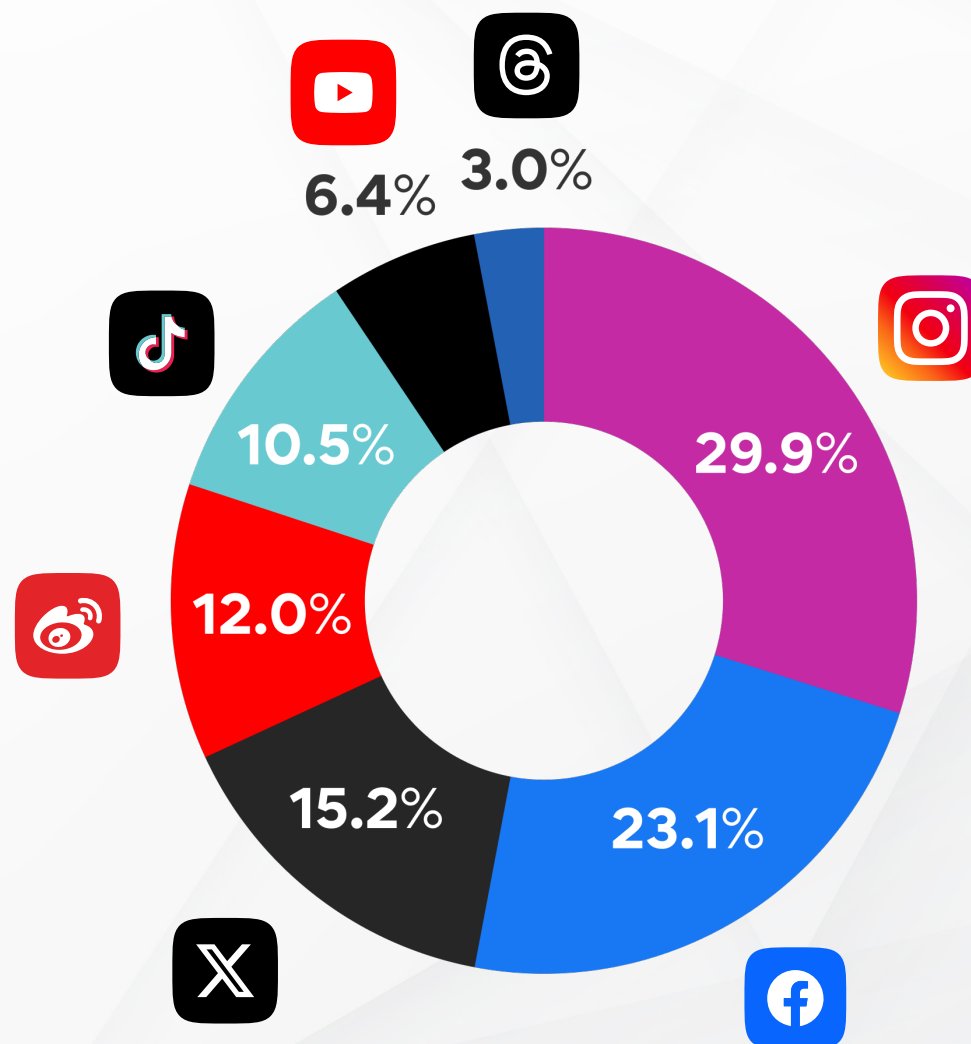


Seguidores totales:  
**361.339.722**

La temporada 2024-25 de la NBA ha reflejado un cambio de tendencia en redes sociales.

TikTok mantiene su crecimiento imparable, aumentando su cuota dentro de la distribución total de seguidores de la NBA en un 4,2% respecto a 2024. El contenido en formato corto volvió a dominar: highlights, memes y momentos behind-the-scenes encontraron en esta plataforma el escenario perfecto.

Por el contrario, Facebook ha reducido su presencia en un 6,8%, lo que confirma una tendencia sostenida: el alejamiento de plataformas tradicionales en favor de espacios donde se concentra una audiencia más joven y digitalmente activa



*Datos a 13 de abril de 2025 de las cuentas oficiales de la NBA*

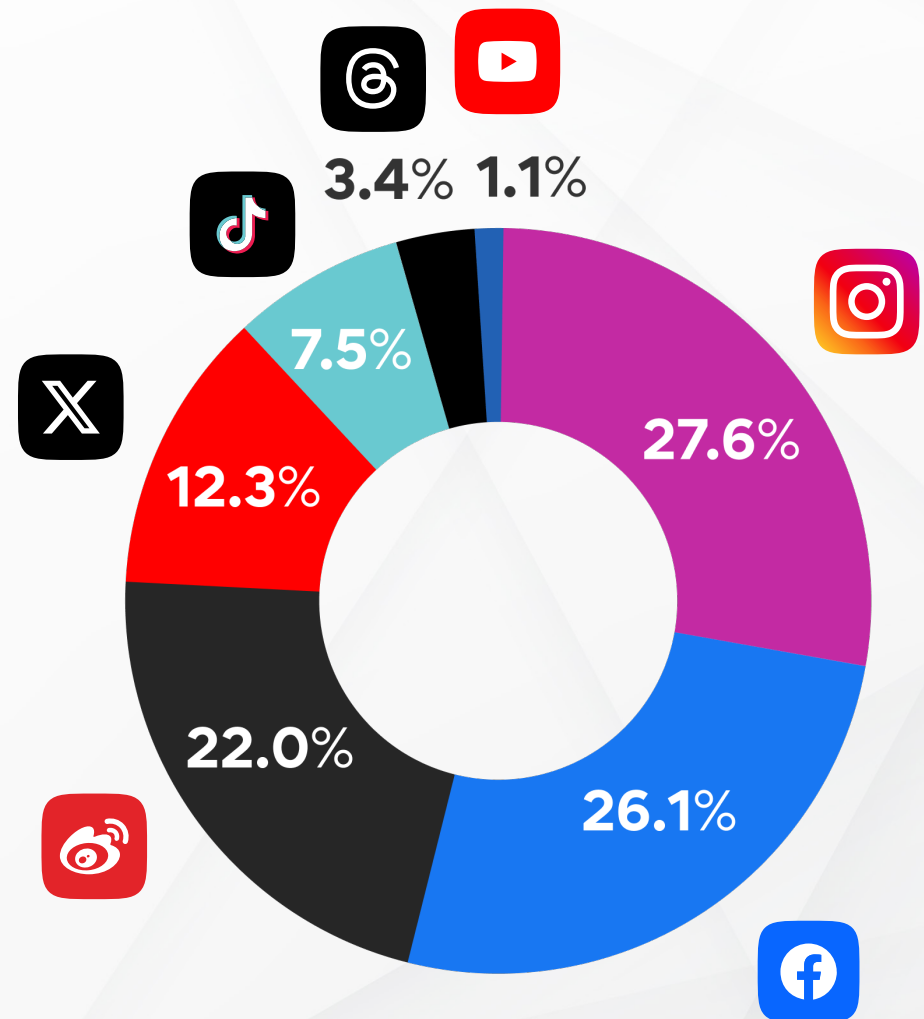


## DISTRIBUCIÓN SEGUIDORES EQUIPOS

Seguidores totales:  
**693.804.716**

En lo que respecta a la distribución de seguidores de los equipos de la NBA, no ha habido cambios significativos respecto a la temporada anterior.

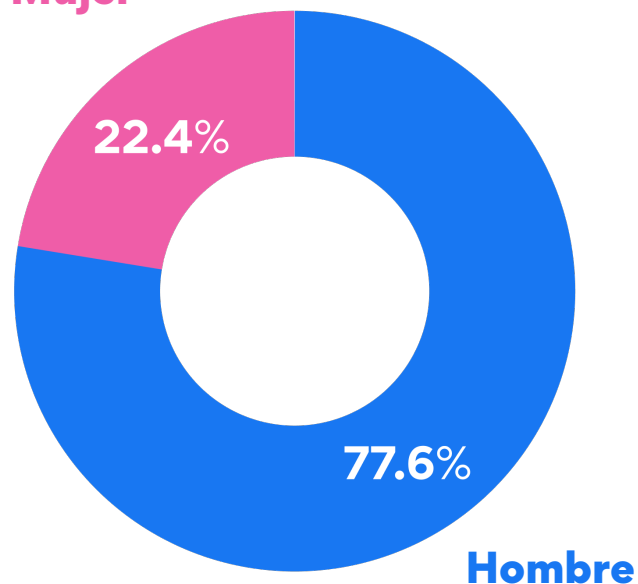
Un caso destacado sigue siendo Sina Weibo, que representa un 22% del total de seguidores de los equipos de la liga, con 150,9 millones de followers. Este dato pone en evidencia la fuerte y sostenida conexión de la NBA con los fans en Asia, donde los equipos han sabido construir comunidades enormes y leales, que en muchos casos rivalizan con su presencia en plataformas más tradicionales dentro de Estados Unidos.



Datos a 13 de abril de 2025 de las cuentas oficiales de los equipos de la NBA

## EQUIPOS NBA: DATOS DEMOGRÁFICOS EQUIPOS

Mujer



GRUPO DE EDAD PRINCIPAL

25 - 34 años

Hombre

Mujer

13-24

25-34

35-44

45-54

55+

50%

25%

0

25%

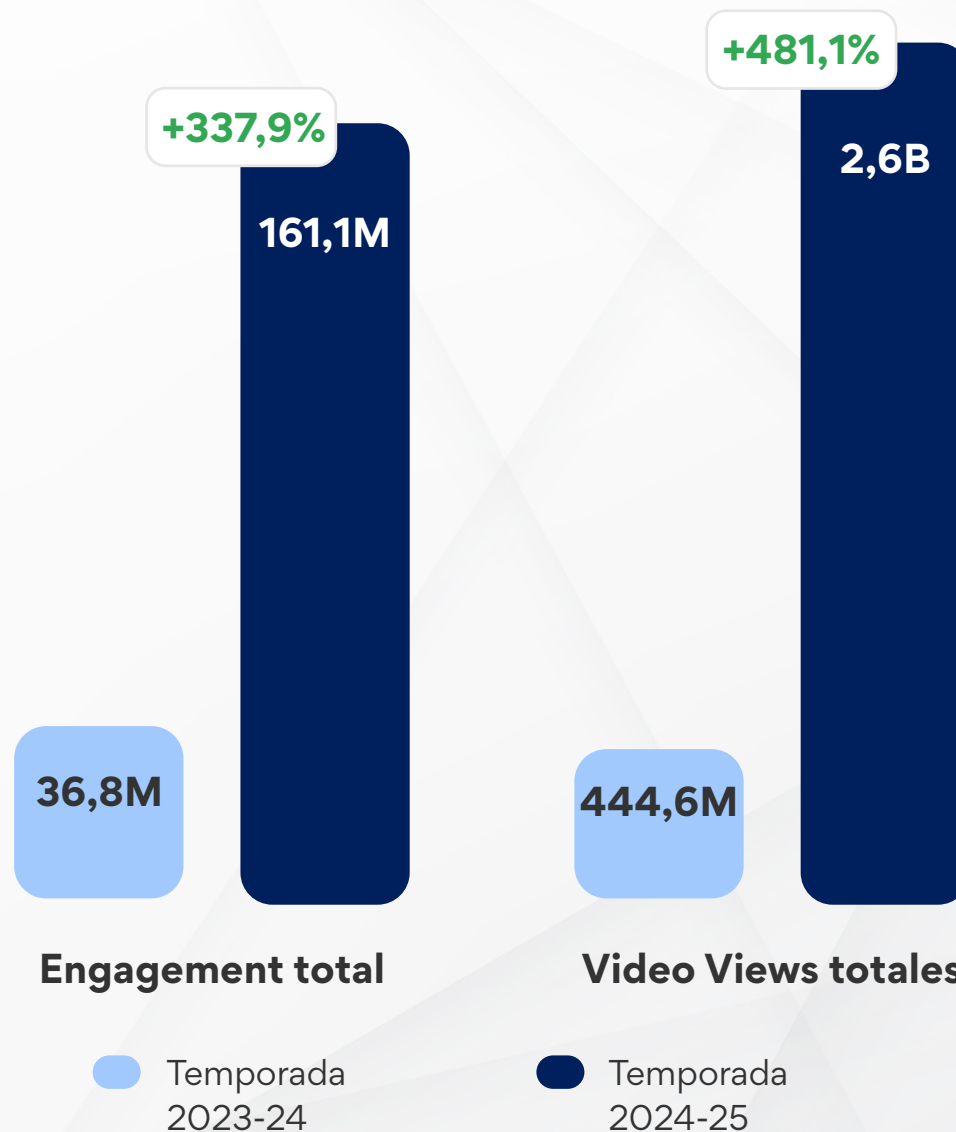
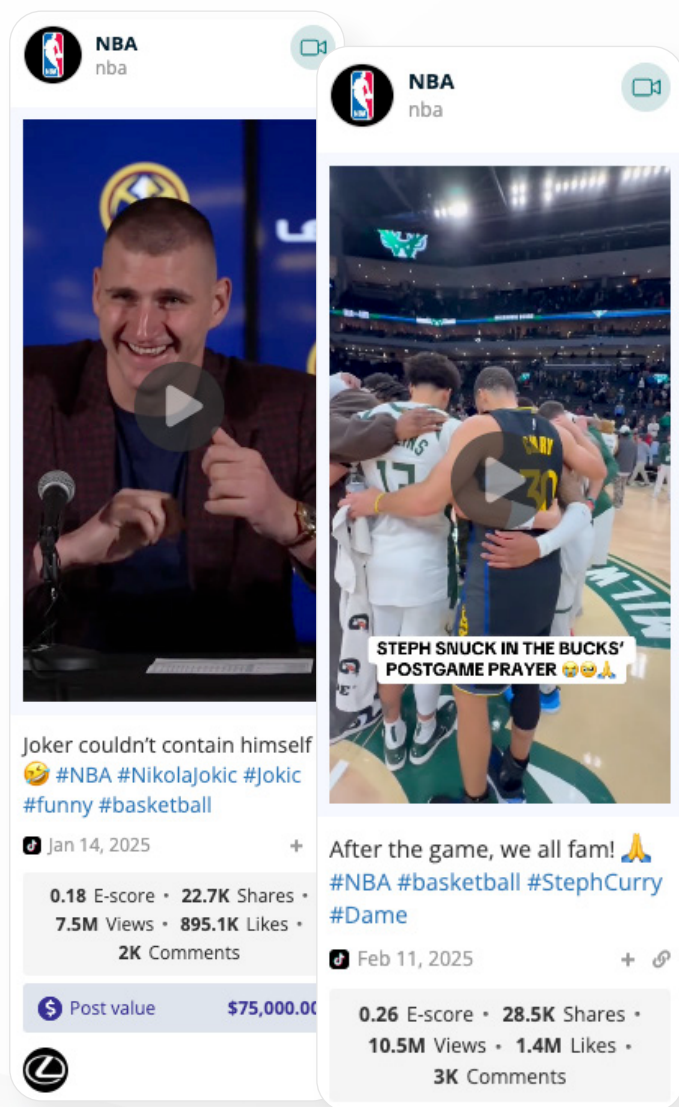
50%

FOLLOWERS

Basado en los datos de redes sociales propias y ganadas de la NBA y sus equipos en Blinkfire, del 22/10/2024 al 13/04/2025.



## LA NBA ARRASA EN TIKTOK













Basado en datos propios de la liga en Blinkfire del 24/10/23 al 14/04/24 y del 22/10/24 al 13/04/25 en TikTok,



## RENDIMIENTO EN REDES

### ENGAGEMENT TOTAL

1		Golden State Warriors	<b>219,2M</b>
2		Los Angeles Lakers	<b>199,7M</b>
3		Dallas Mavericks	<b>83,2M</b>
4		Boston Celtics	<b>76,5M</b>
5		Minnesota Timberwolves	<b>59,2M</b>
6		Denver Nuggets	<b>51,8M</b>
7		Chicago Bulls	<b>49,2M</b>
8		Brooklyn Nets	<b>45,1M</b>
9		Phoenix Suns	<b>44,0M</b>
10		Milwaukee Bucks	<b>38,7M</b>

### VIDEO VIEWS TOTALES

1		Los Angeles Lakers	<b>1,6B</b>
2		Golden State Warriors	<b>1,5B</b>
3		Dallas Mavericks	<b>815,2M</b>
4		Los Angeles Clippers	<b>596,4M</b>
5		Brooklyn Nets	<b>460,2M</b>
6		Orlando Magic	<b>416,8M</b>
7		Boston Celtics	<b>396,7M</b>
8		Denver Nuggets	<b>389,1M</b>
9		Indiana Pacers	<b>362,5M</b>
10		San Antonio Spurs	<b>357,4M</b>

Basado en datos propios de los equipos de la NBA en Blinkfire del 22/10/24 al 13/04/25 en Facebook, Instagram, TikTok, X, Threads, Sina Weibo y YouTube

## VALORACIÓN TEMPORADA 202425

TEAM		VALORACIÓN TOTAL	% INCREMENTO TEMPORADA 2023-24
1	 Minnesota Timberwolves	\$32,9M	66,9%
2	 Phoenix Suns	\$24,4M	66,5%
3	 Detroit Pistons	\$11,9M	50,6%
4	 San Antonio Spurs	\$18,5M	36,2%
5	 Cleveland Cavaliers	\$19,1M	28,2%
6	 Toronto Raptors	\$10,5M	24,4%
7	 Charlotte Hornets	\$9,8M	11,7%
8	 Milwaukee Bucks	\$25,0M	11,4%
9	 Chicago Bulls	\$29,0M	11,1%
10	 New York Knicks	\$17,5M	10,7%


Basado en datos propios de los equipos de la NBA en Blinkfire del 22/10/24 al 13/04/25 en Facebook, Instagram, TikTok, Twitter, Threads, Sina Weibo y YouTube

## RENDIMIENTO EN REDES

Durante la temporada regular 2024-25, los Minnesota Timberwolves, Denver Nuggets y Dallas Mavericks lideraron el ratio de engagement por seguidor en todas las plataformas, situándose en el top 3 y destacando especialmente en Instagram y TikTok, dos de las plataformas con mayor nivel de interacción para los equipos de la NBA.

Los Nuggets registraron el ratio más alto en Instagram, con un 12,3, mientras que los Brooklyn Nets lideraron en TikTok con un ratio de 10,7. Por su parte, los Timberwolves se posicionaron entre los tres primeros en todas las plataformas, incluidas Instagram y TikTok, lo que subraya la fuerza de su contenido y el alto nivel de conexión con su audiencia.

### RATIO DE ENGAGEMENT POR SEGUIDOR

1		Minnesota Timberwolves	<b>4,2</b>
2		Denver Nuggets	<b>4,1</b>
3		Dallas Mavericks	<b>3,7</b>
4		Phoenix Suns	<b>3,5</b>
5		Golden State Warriors	<b>2,7</b>
6		Boston Celtics	<b>2,6</b>
7		Los Angeles Lakers	<b>2,5</b>
8		Detroit Pistons	<b>2,2</b>
9		Brooklyn Nets	<b>2,1</b>
10		Atlanta Hawks	<b>2,0</b>

*Basado en datos propios de los equipos de la NBA en Blinkfire del 22/10/24 al 13/04/25 en Facebook, Instagram, Sina Weibo, Threads, TikTok, X y YouTube*



## RENDIMIENTO EN REDES



### INSTAGRAM











#### RATIO DE ENGAGEMENT POR SEGUIDOR

1		Denver Nuggets	12,3
2		Dallas Mavericks	11,5
3		Minnesota Timberwolves	11,3
4		Memphis Grizzlies	9,0
5		Phoenix Suns	8,1
6		Detroit Pistons	7,5
7		Boston Celtics	6,6
8		Los Angeles Lakers	5,8
9		Atlanta Hawks	5,7
10		Milwaukee Bucks	5,2



### TIKTOK

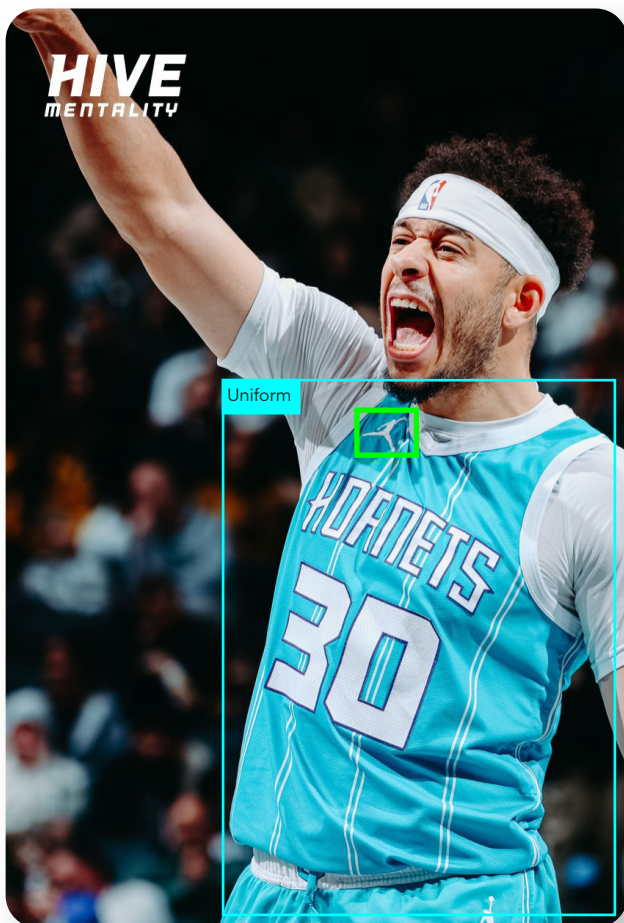
#### RATIO DE ENGAGEMENT POR SEGUIDOR

1		Brooklyn Nets	10,7
2		Minnesota Timberwolves	8,5
3		Phoenix Suns	7,4
4		Dallas Mavericks	5,6
5		Cleveland Cavaliers	5,4
6		San Antonio Spurs	4,9
7		Detroit Pistons	4,0
8		Atlanta Hawks	3,9
9		Toronto Raptors	3,5
10		Charlotte Hornets	3,2

Basado en datos propios de los equipos de la NBA en Blinkfire del 22/10/24 al 13/04/25 en Instagram y TikTok

## TEAMS | CRECIMIENTO SEGUIDORES

## OVERALL



EQUIPO		% CRECIMIENTO
1	 <b>Charlotte Hornets</b>	<b>4,2%</b>
2	 Dallas Mavericks	<b>3,7%</b>
2	 Minnesota Timberwolves	<b>3,5%</b>
4	 Denver Nuggets	<b>3,4%</b>
5	 Los Angeles Lakers	<b>3,1%</b>

Basado en datos propios de los equipos de la NBA en Blinkfire del 22/10/24 al 13/04/25 en Facebook, Instagram, TikTok, Threads, Sina Weibo, X y YouTube

## TEAMS | CRECIMIENTO SEGUIDORES



**FACEBOOK**

	EQUIPO	% CRECIMIENTO
1	 <b>Dallas Mavericks</b>	<b>4,7%</b>
2	 <b>Denver Nuggets</b>	<b>3,5%</b>
3	 <b>Golden State Warriors</b>	<b>2,8%</b>
4	 <b>Detroit Pistons</b>	<b>2,8%</b>
5	 <b>Indiana Pacers</b>	<b>2,7%</b>



**INSTAGRAM**

	EQUIPO	% CRECIMIENTO
1	 <b>Charlotte Hornets</b>	<b>7,2%</b>
2	 <b>Orlando Magic</b>	<b>6,4%</b>
3	 <b>Detroit Pistons</b>	<b>6,0%</b>
4	 <b>Denver Nuggets</b>	<b>4,7%</b>
5	 <b>Minnesota Timberwolves</b>	<b>4,6%</b>

*Basado en datos propios de los equipos de la NBA en Blinkfire del 22/10/24 al 13/04/25 en Instagram y Facebook*



## TEAMS | CRECIMIENTO SEGUIDORES



TIKTOK

	EQUIPO	% CRECIMIENTO
1	 Phoenix Suns	21,9%
2	 Minnesota Timberwolves	20,9%
3	 Los Angeles Lakers	20,7%
4	 Cleveland Cavaliers	17,0%
5	 Detroit Pistons	15,8%



THREADS

	EQUIPO	% CRECIMIENTO
1	 Minnesota Timberwolves	14,5%
2	 Denver Nuggets	8,4%
3	 Dallas Mavericks	8,1%
4	 Memphis Grizzlies	7,5%
5	 Charlotte Hornets	6,4%

Basado en datos propios de los equipos de la NBA en Blinkfire del 22/10/24 al 13/04/25 en TikTok y Threads

## TEAMS | CRECIMIENTO SEGUIDORES



	EQUIPO	% CRECIMIENTO
1	 Los Angeles Lakers	1,3%
2	 Detroit Pistons	1,3%
3	 Memphis Grizzlies	0,6%
4	 Golden State Warriors	0,6%
5	 Orlando Magic	0,5%

	EQUIPO	% CRECIMIENTO
1	 Cleveland Cavaliers	31,0%
2	 Charlotte Hornets	30,9%
3	 Utah Jazz	23,3%
4	 Minnesota Timberwolves	21,7%
5	 Denver Nuggets	19,4%

Basado en datos propios de los equipos de la NBA en Blinkfire del 22/10/24 al 13/04/25 en X y YouTube

## TOP 3 BROADCASTS NBA



1

 **ABC - día de Navidad** LOS ANGELES LAKERS vs  GOLDEN STATE WARRIORS**7,91M** Promedio de espectadores  25 diciembre 2024

2

 **ABC - Primetime sábado** LOS ANGELES LAKERS vs  BOSTON CELTICS**4,61M** Promedio de espectadores  8 marzo 2025

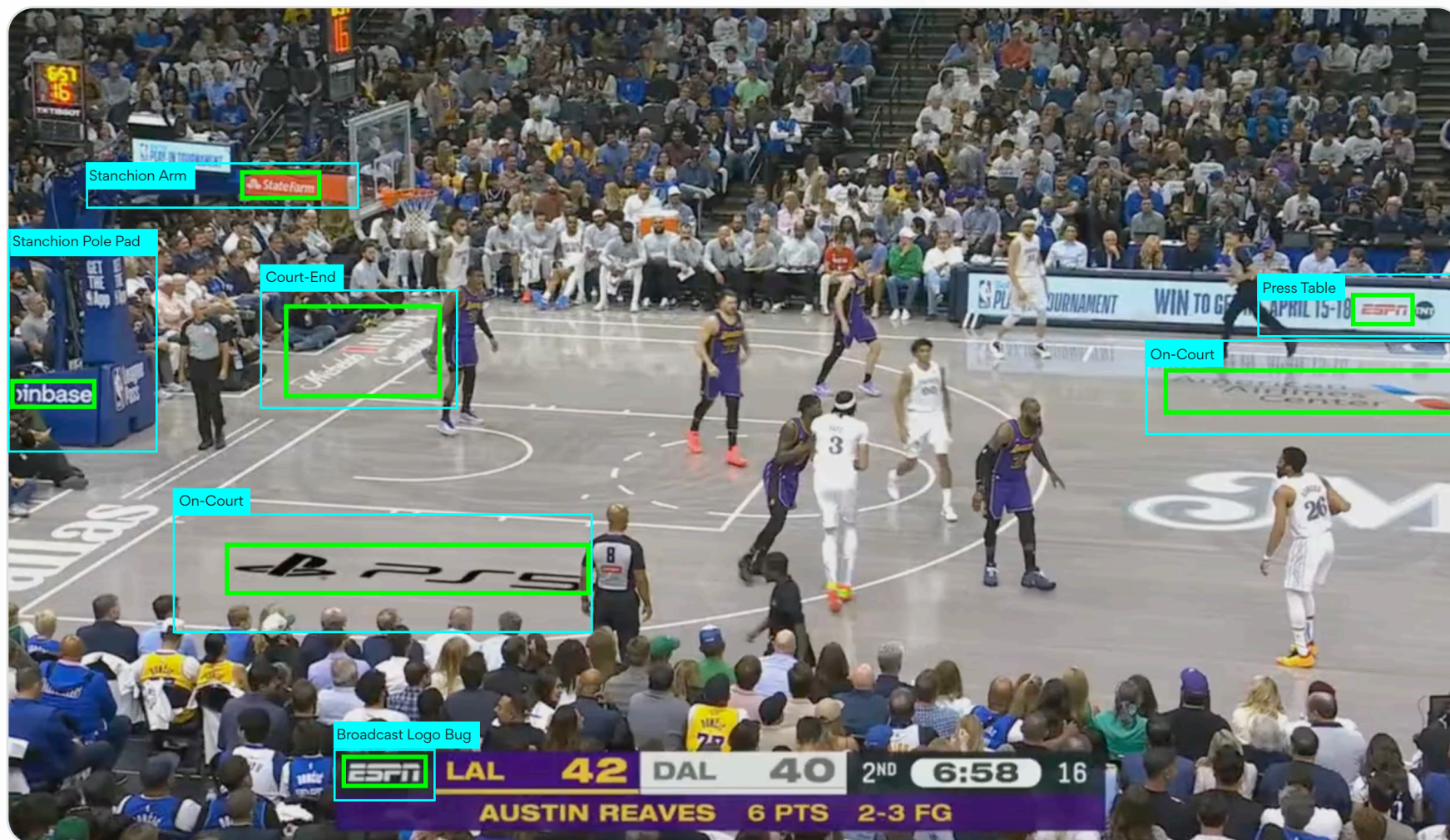
3

 **TNT - Luka Dončić's primer partido contra Dallas** LOS ANGELES LAKERS vs  DALLAS MAVERICKS**2,50M** Promedio de espectadores  25 febrero 2025

*Basado en redes sociales propias y ganadas de la NBA y sus equipos en Blinkfire, del 22/10/24 al 13/04/25*



## EJEMPLO BROADCAST













## BENCHMARKING | GLOBAL MARCAS

Redes sociales propias y ganadas



	MARCAS	VALORACIÓN
1		\$553,6M
2		\$487,5M
3		\$334,9M
4		\$209,3M
5		\$146,1M
6		\$116,6M
7		\$104,3M
8		\$90,0M
9		\$79,8M
10		\$59,4M

Basado en datos de redes sociales propias y ganadas de la NBA y sus equipos en Blinkfire, del 22/10/24 al 13/04/25

## BENCHMARKING | PARCHE CAMISETA

Redes sociales propias y ganadas

Los patrocinadores en el parche de la camiseta en la NBA concentraron la mayor parte del valor en un reducido grupo de equipos. Los 10 equipos con mejor desempeño generaron el 68% del valor total del parche durante la temporada, considerando medios propios y ganados, a pesar de representar poco más de un tercio de la liga.

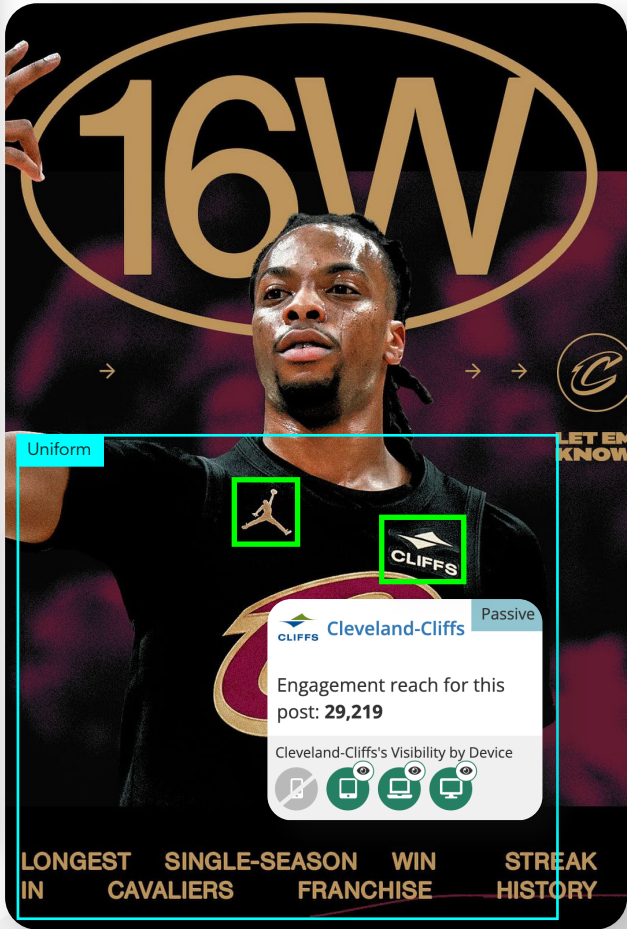
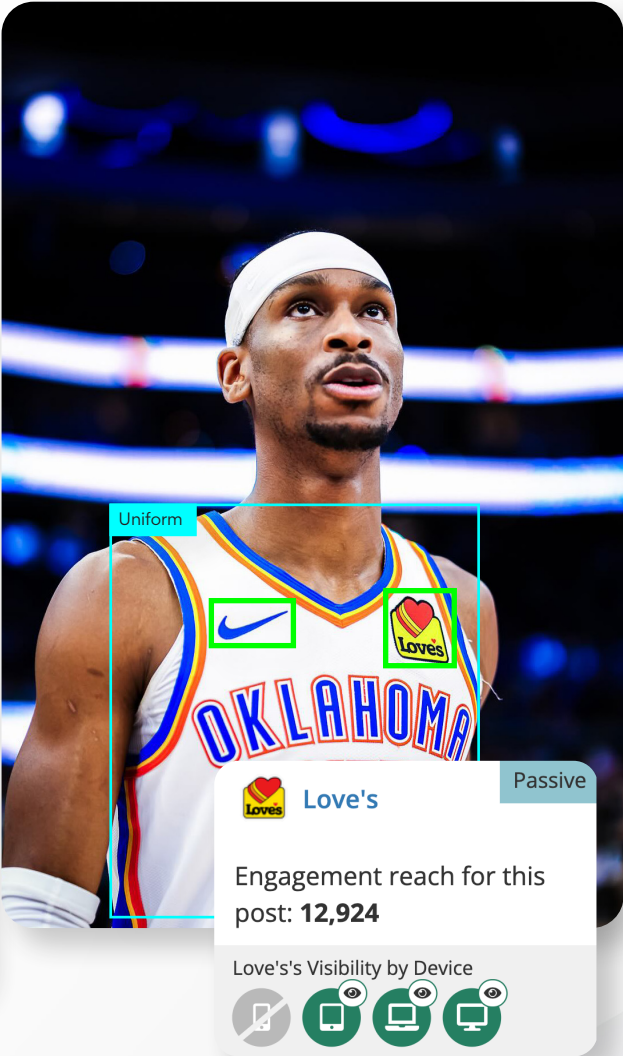
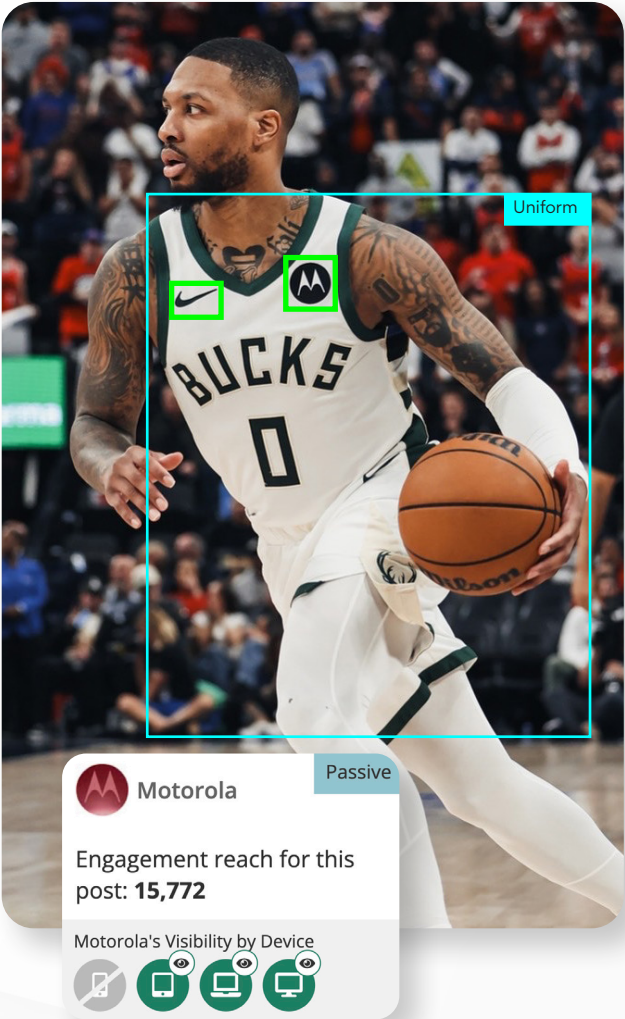
El sector financiero fue la categoría más destacada, con un 20,8% del total de acuerdos de jersey patch, seguido por software y e-commerce, con un 12,5% cada uno.

EQUIPO	MARCA	VALORACIÓN
1  Los Angeles Lakers	 bibigo	\$60,5M
2  Golden State Warriors	 Rakuten	\$17,7M
3  Dallas Mavericks	 chime®	\$14,7M
4  Oklahoma City Thunder	 Loves	\$14,4M
5  Milwaukee Bucks	 MOTOROLA	\$13,7M
6  Cleveland Cavaliers	 CLIFFS	\$11,4M
7  Memphis Grizzlies	 Robinhood	\$9,4M
8  Philadelphia 76ers	 crypto.com	\$9,0M
9  Minnesota Timberwolves	 sezzle	\$8,4M
10  Atlanta Hawks	 the Y	\$7,8M

Basado en redes sociales propias y ganadas de la NBA y sus equipos en Blinkfire, del 22/10/24 al 13/04/25



BENCHMARKING | PARCHE CAMISETA



Basado en redes sociales propias y ganadas de la NBA y sus equipos en Blinkfire, del 22/10/24 al 13/04/25

## BENCHMARKING | PATROCINADORES EN PISTA

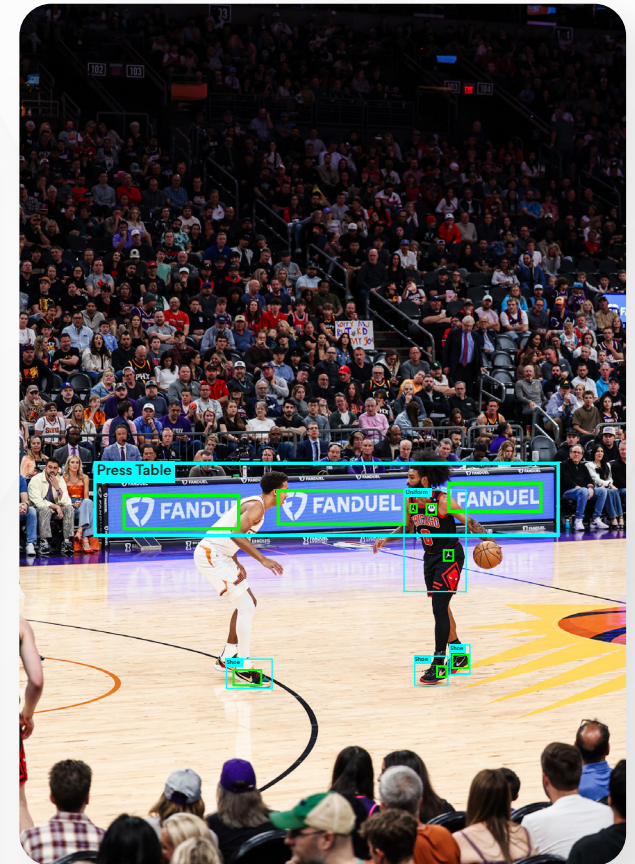
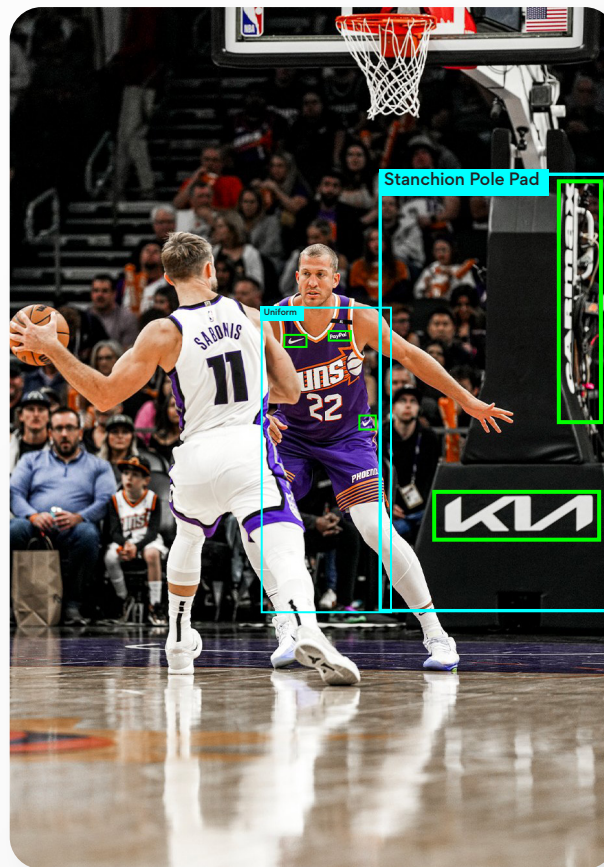
Redes sociales propias y ganadas

	MARCA	ASSETS	VALORACIÓN TOTAL
1	 State Farm®	Stanchion Arm	\$387,5M
2	 Michelob ULTRA.	Court-End	\$227,7M
3	 KIA	Stanchion Pole Pad	\$79,7M
4	 State Farm®	Press Table	\$56,8M
5	 FANDUEL	Court-End	\$47,1M
6	 crypto.com	On-Court	\$46,7M
7	 bibigo	Court-End	\$30,2M
8	 CHASE	On-Court	\$25,9M
9	 Robinhood	Court-End	\$25,0M
10	 FANDUEL	Press Table	\$21,6M

Basado en redes sociales propias y ganadas de la NBA y sus equipos en Blinkfire, del 22/10/24 al 13/04/25



## BENCHMARKING: PATROCINADORES EN PISTA





## MILWAUKEE BUCKS GANAN LA NBA CUP

Exposición de la NBA a Emirates

344M

Impresiones  
totales

\$1,4M

Valoración  
total

Durante los ocho días del bracket de la NBA Cup, los Milwaukee Bucks lograron 18,8 millones de visualizaciones y 2,9 millones de interacciones desde sus cuentas propias y ganadas. Motorola, patrocinador en el parche de su camiseta, obtuvo 1,8 millones de engagement.



Basado en redes sociales de la NBA y los Milwaukee Bucks en Blinkfire, del 10/12/24 al 17/12/24



## LUKA DONČIĆ TRASPASO A LOS LAKERS

Anuncio en redes sociales de los LA Lakers

**4,0M****Engagement  
total****\$493.276****Valoració  
Bibigo****\$2,4M****Valoración total  
publicaciones****86,7M****Impresiones  
totales**

Las 10 publicaciones en redes sociales más destacadas relacionadas con la noticia del traspaso generaron más de 5,6 millones de engagement y 3,2 millones de dólares de valoración.








*Basado en datos de redes sociales propias de los LA Lakers en Blinkfire desde el 03/02/25*

## RENDIMIENTO EN REDES






### GLOBAL

#### ENGAGEMENT TOTAL

1		Golden State Warriors	<b>58,9M</b>
2		Indiana Pacers	<b>40,9M</b>
3		Minnesota Timberwolves	<b>28,3M</b>
4		Oklahoma City Thunder	<b>22,4M</b>
5		Boston Celtics	<b>20,6M</b>

### GLOBAL











#### VIDEO VIEWS TOTALES

1		Indiana Pacers	<b>666,5M</b>
2		Golden State Warriors	<b>329,5M</b>
3		Los Angeles Lakers	<b>186,6M</b>
4		Oklahoma City Thunder	<b>125,5M</b>
5		Minnesota Timberwolves	<b>112,2M</b>

Basado en datos de redes sociales propias de los equipos de playoffs de la NBA en Blinkfire, del 19/04/25 al 22/06/25

BENCHMARKING | **PARCHE CAMISETA**

Redes sociales propias y ganadas

EQUIPO		MARCA	VALORACIÓN TOTAL
1	 Oklahoma City Thunder		\$11,1M
2	 Indiana Pacers		\$8,2M
3	 Golden State Warriors		\$7,1M
4	 Los Angeles Lakers		\$4,9M
5	 Minnesota Timberwolves		\$3,8M

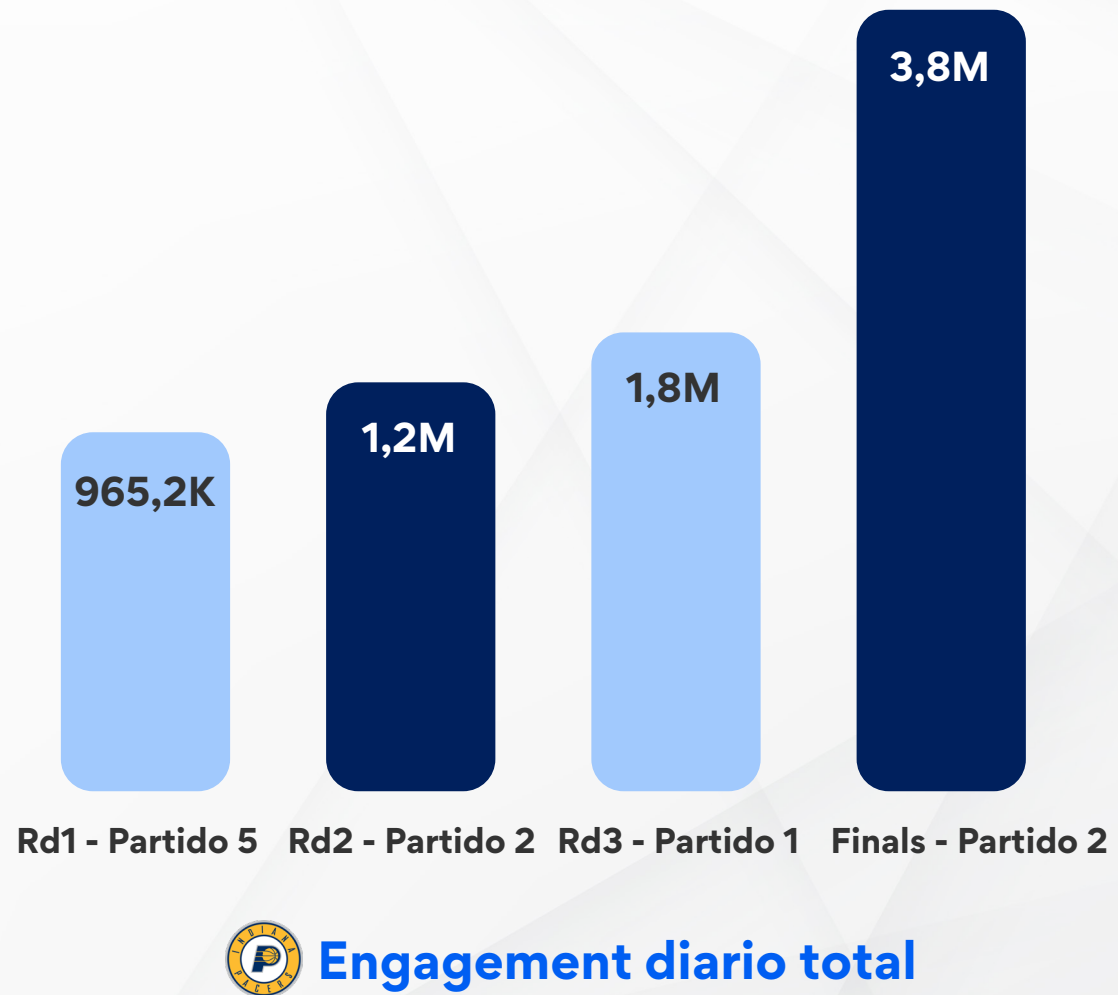
*Basado en datos de redes sociales propias de los equipos de PLAYOFFS de la NBA en Blinkfire, del 19/04/25 al 22/06/25*

## LOS BUZZER BEATERS DE HALIBURTON

Los Indiana Pacers, impulsados por las actuaciones decisivas de Tyrese Haliburton y sus inolvidables *buzzer-beaters*, lograron un promedio impresionante de 1,3 millones de interacciones en días de partido durante los playoffs.

Incluso en los días sin competición, los fans estuvieron conectados, generando un promedio de 632.300 interacciones diarias a lo largo de toda la postemporada.

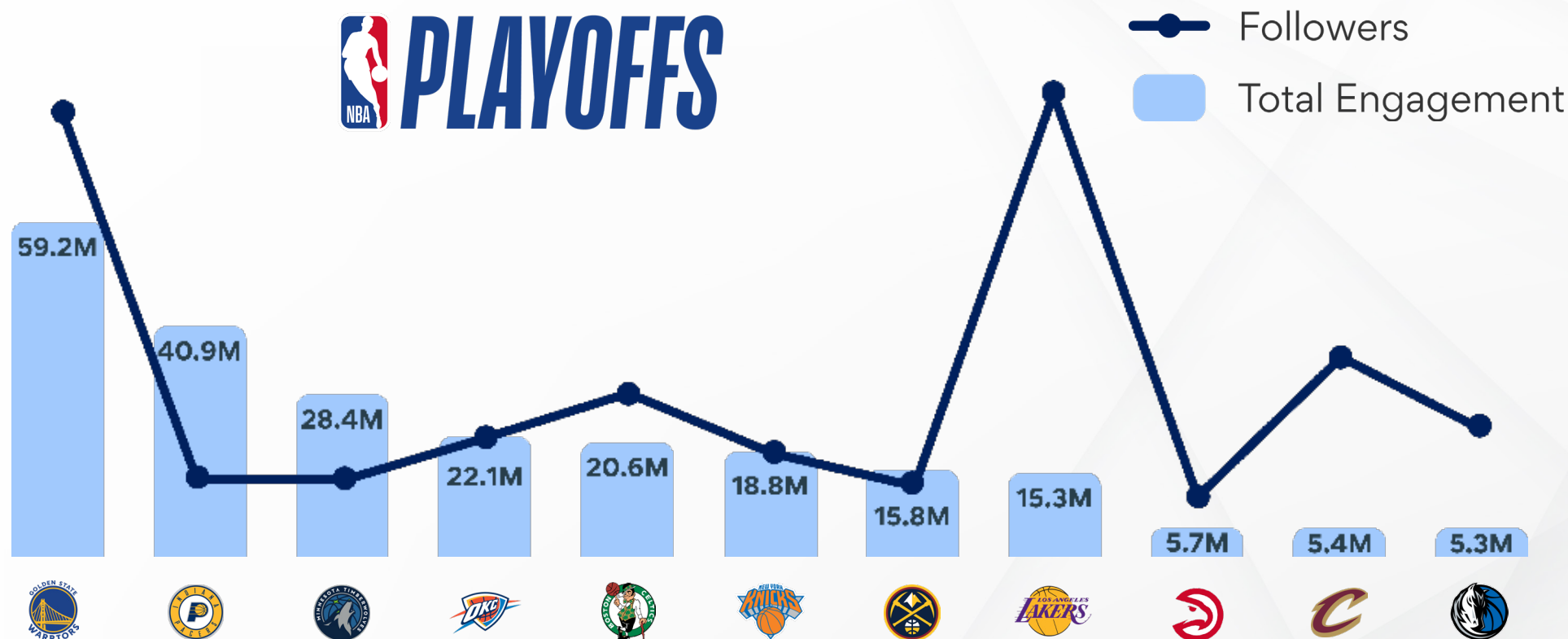
¿Uno de los grandes momentos destacados? El segundo partido de las Finales, cuando los Pacers alcanzaron su máximo de la postemporada con 3,8 millones de engagement, demostrando el poder magnético de sus actuaciones en los playoffs.



Basado en datos propios de los Indiana Pacers en Blinkfire, del 19/04/25 al 22/06/25



## LOS PACERS DESTACARON EN EFICIENCIA DE ENGAGEMENT



A pesar de ocupar el puesto 12 en número de seguidores entre los 16 equipos de PLAYOFFS de la NBA, los Indiana Pacers lograron el segundo mayor volumen de engagement. Además, el equipo registró cuatro interacciones por cada seguidor, una cifra 9,7 veces superior al ratio medio de engagement por seguidor del resto de los equipos.

*Basado en redes sociales propias de los equipos de PLAYOFFS de la NBA en Blinkfire, del 19/04/25 al 22/06/25*

## CAMPEONES NBA: OKLAHOMA CITY THUNDER

Engagement en redes OKC

3,5M

**Día del desfile  
de campeones**

2,5M

**Séptimo partido:  
NBA Finals**

Los Oklahoma City Thunder se consagraron campeones de la NBA por primera vez en su historia, y su afición respondió a lo grande. El desfile del campeonato del martes marcó un nuevo récord como el día con más interacciones en la historia de la franquicia, con 3,5 millones de interacciones en redes sociales.

Además, Shai Gilgeous-Alexander hizo historia al convertirse en el primer jugador en 25 años en lograr el MVP de la temporada, el título de máximo anotador y el MVP de las Finales en la misma campaña.



*Basado en datos de redes sociales propias de los Oklahoma City Thunder en Blinkfire desde el 24/06/25*

Blinkfire es una empresa basada en IA que ofrece una plataforma líder en business intelligence y marketing para evaluar patrocinios en deportes, esports, medios y entretenimiento, en redes sociales, medios digitales, broadcast y streaming.

Utilizando inteligencia artificial, machine learning y tecnología propia de computer vision, Blinkfire mide el valor y el impacto, permitiendo que propietarios de derechos, deportistas, influencers, agentes y marcas conecten mejor con sus aficionados y patrocinadores en múltiples plataformas.

Muchos de los equipos y ligas más importantes del mundo confían en la plataforma de Blinkfire, en tiempo real y siempre activa, para evaluar patrocinios en deporte y entretenimiento, cuantificando el engagement y el valor de sus acuerdos comerciales.

Para saber más de Blinkfire, escribe a [marketing@blinkfire.com](mailto:marketing@blinkfire.com) o visita [www.blinkfire.com](http://www.blinkfire.com).

