



## Gran Premio, CDMX renovará; patrocinios mundiales y en México

Para los distintos organizadores del Gran Premio de México hay una persona clave en el mantenimiento del circuito de Fórmula 1 en el país. Su nombre es **Claudia Sheinbaum**, quien siendo jefa de Gobierno, en momentos de dudas de si la 4T se iba a quedar con un "evento *fifi*", **Sheinbaum** analizó datos, derrama económica y conveniencia para la Ciudad de México. Y firmó la renovación del Gran Premio.

**Clara Brugada**, la nueva jefa del Gobierno capitalino, también está convencida de la derrama y beneficios para la capital mexicana, y en 2025 se firmará una renovación del contrato con los organizadores.

Desde 2015 regresó la F1 a México, y en tres días llegan a asistir 400 mil seguidores de las distintas escuderías. La Secretaría de Desarrollo Económico (Sedeco) considera que este fin de semana se generó una derrama económica de 19 mil 500 millones de pesos, siendo el más lucrativo del año para la capital del país. CIE, la empresa organizadora del evento, presidida por **Alejandro Soberón**, ha logrado sacarle todo el jugo posible al hoy Estadio GNP.

### CHECO, DE TELCEL A KITKAT

Para los mexicanos, además, vino un aspecto favorecedor en F1: el piloto mexicano **Checo Pérez** llegó a la escudería campeona, Red Bull.

Ahí vemos una verdadera batalla de patrocinios.

Para patrocinar el casco del **Checo**, durante 2024, hubo 14 marcas. Bajo el lema de Never Give Up, muy apropiado para el piloto mexicano, vemos marcas que van de Telcel, la cual ha impulsado al **Checo** desde sus inicios, a los chocolates KitKat de Nestlé con su Date un break.

Y siguen bancos, como Banorte, Electrolit, Mobile 1, Jalisco (estado de donde es originario el piloto mexicano), Inter.mx, Bybit, ESPN, Oracle, Blenders, TAG Heuer, Blinders Eyewear, Schuberth.

### SLIM DOMIT: NO DEJAREMOS AL CHECO, AUNQUE A RED BULL...

Y ahora que el **Checo** podría dejar Red Bull, al terminarse su contrato en 2025, **Carlos Slim Domit**, presidente de América Móvil, sí dejó en claro que podrían patrocinar sólo al **Checo**. **Slim Domit** también dijo que apoyará a pilotos mexicanos.

### SANTADER Y EL ERROR EN FERRARI

Santander va a dejar su patrocinio de Ferrari, justo cuando el piloto español **Carlos Sainz**, se mudará de escudería a Williams. Parece que Santander cometerá un error al irse de Ferrari, donde por cierto HP ya es el principal patrocinador.

### MERCADO LIBRE CON COLAPINTO

Mercado Libre, la compañía argentina que hoy es la empresa latinoamericana con mayor valor en Bolsa (y que en México ha entrado fuerte con pymes como proveedores), sí comenzó a patrocinar Fórmula 1 para apoyar al piloto argentino **Franco Colapinto**, a través de su escudería Williams.

### OXXO PARTICIPÓ FUERTE

Hay otras empresas mexicanas, como Oxxo, que participa de lleno a Fórmula 1, tanto patrocinando los automóviles de **Max Verstappen** y el **Checo Pérez** (está el logotipo de Oxxo en los autos de esta edición de 2024). Pero Oxxo, que ya tiene 23 mil tiendas, no sólo se vio en los autos. También instaló pequeñas tiendas Oxxo en el Estadio GNP.

### PHILIP MORRIS Y MISSION WINNOW

Hay otras marcas que fueron míticas en sus patrocinios. Cómo no recordar a Philip Morris cuando patrocinó Ferrari con Marlboro. Ahora, la compañía fomenta tabaco sin combustión para eliminar los componentes cancerígenos, y hace un par de años la vimos patrocinando Ferrari, pero con la campaña Mission Winnow de un futuro libre de humo. Ambas empresas mantienen una relación en pro del medio ambiente.

### HP, PETRONAS, ORACLE

Hay patrocinadores internacionales. HP pagó alrededor de 100 millones de euros para ser el principal patrocinador de Ferrari en 2024. Oracle paga 80 millones de euros para estar en Red Bull. Petronas paga 75 millones de euros a Mercedes. Aramco paga 45 millones de euros a Aston Martin. Pero también hay patrocinadores que sólo están en el Gran Premio de México.

