

Fútbol

Cristiano Ronaldo, un reclamo de 100 millones de euros

El exponencial de ingresos que se abren para el Real Madrid con el portugués Cristiano Ronaldo es prácticamente incalculable, pero lo cierto es que pasará en el umbral de los 100 millones de euros, al menos a juzgar por los informes de consultoras que ya han empezado a circular.

Temas relacionados:

[Fútbol](#)**David Ramírez / Andrés Garibello - Madrid - 06/07/2009**

La agencia internacional de marketing deportivo Weber Sandwich Sport ha estimado que la suma de ingresos que podrían generar Ronaldo y Kaká juntos llega a los 140 millones de euros. "Recuperaremos la inversión, aunque sea por vía publicitaria". Ésta ha sido la respuesta más repetida por el Real Madrid tras el fichaje más caro de la historia, 94 millones de euros, que llegaron a las arcas del inglés Manchester United.

Y no es descabellado. Sólo una muestra de lo que puede jalonar un 'galáctico' del Real Madrid se ha comprobado con la compra del brasileño Kaká, por quien el club ha pagado 65 millones de euros. Una semana antes de su presentación en sociedad se vendieron por lo menos 2.000 camisetas sólo con su nombre. Se calcula que se están vendiendo 300 elásticas al día a un precio de unos 85 euros.

Los aficionados del Real Madrid esperan que con Ronaldo se rompan todos los records. Teniendo en cuenta su trayectoria y que Cristiano también es un icono de la moda, las estimaciones del club blanco no parecen desorbitadas.

En la actualidad, el astro portugués tiene firmados contratos de publicidad con cinco empresas: Nike (concluye en 2010), Banco Espírito Santo (hasta 2011), la marca de lubricantes Castrol (hasta 2011), champú Clear (finaliza en 2010) y Soccerade (bebida isotónica de la que es accionista). Antes de ellas, el futbolista ya había sido imagen de los videojuegos PES 2009 y FIFA Street y ha sido protagonista de una campaña de publicidad para Pepe Jeans en 2005.

El principal modo de sacar rentabilidad al fichaje de Ronaldo será vender su imagen. De hecho, el portugués está catalogado, junto con Messi, del Barcelona, como el futbolista con más seguidores en el mundo y que más llama más la atención de las portadas de los medios de comunicación. Por lo menos así lo concluye el 'Informe sobre el valor mediático del fútbol', que ubica a Messi, Ronaldo y Kaká como los tres primeros jugadores de fútbol con los mayores índices de recuerdo en el mundo.

Pablo García del Barrio, profesor de la Universidad Internacional de Catalunya y coautor del informe, ha afirmado a CincoDías.com que el fichaje de Ronaldo tiene en gran parte un impulso comercial, similar al de David Beckham. Ha agregado que una de las intenciones del Madrid con Ronaldo es expandir la marca a los países asiáticos donde el Manchester, su ex equipo, tiene un alto reconocimiento.

En resumidas cuentas, Ronaldo es 20 veces más popular que la media de jugadores que participan en la Liga de Campeones, según el informe que fue elaborado por el Grupo de Investigación de Economía, Deporte e Intangibles de la Universidad de Navarra. Esto repercutirá no solo en el marketing que pueda hacer el Real Madrid de su marca (que está valorada en 339 millones de euros, según la compañía británica Brand Finance), sino en los contratos publicitarios que pueda obtener el jugador portugués de 24 años.

CR7, su firma de ropa

El crack portugués, que siempre ha cuidado su estilismo hasta el extremo, ha sabido hacerse con un

liderazgo sólo comparable al de Beckam en lo que a tendencias de moda se refiere. Bajo las siglas CR7 se esconde el fruto de la vena empresarial que Cristiano lleva dentro, ya que es la firma de ropa del jugador portugués.

El futbolista abrió su primera 'boutique' en 2007 en su ciudad natal, Funchal, en la isla de Madeira, y meses después abrió otra en Lisboa, donde se comercializa todo tipo de productos de lujo bajo su marca.

Se trata de una línea diseñada por y para él. En su tienda se pueden encontrar pantalones vaqueros, camisas entalladas, cinturones con sus iniciales o zapatos de hebilla y puntera cuadrada. Una colección semejante a las grandes marcas italianas.