

¿Cuánto cobra cada deportista por sus tuits publicitarios?

Albert Malla

4 sep 2015 - 14:14

Twitter se ha convertido en una gran herramienta publicitaria para las marcas y los deportistas, como ya sucede en televisión, se han convertido en el gran reclamo para atraer a consumidores. Por ello no es de extrañar que conseguir que Cristiano Ronaldo haga un tuit promocionando un determinado producto puede costarle 260.000 dólares (233.473 euros). Es la estimación realizada por la agencia estadounidense de marketing deportivo Opendorse.

Este 2015, los cien atletas que más ingresaron por patrocinio se embolsaron un total de 836 millones de dólares (750,55 millones de euros), un 13% más que el año anterior. Estas cifras demuestran que la influencia que tienen los deportistas en la sociedad es muy elevada, de ahí que las marcas desembolsen estas importantes cantidades.

Incluso los clubes saben de la importancia que tienen los futbolistas a la hora de explotar sus acuerdos de patrocinio. Por ejemplo, el FC Barcelona explica que "los jugadores son nuestro principal activo y ambas partes tenemos que trabajar conjuntamente y buscar sinergias que sean beneficiosas para ellos y para el club. Queda mucho recorrido por delante, pero estamos empezando y vamos por el buen camino".

En el caso de los blaugrana, su principal activo en Twitter es Neymar que con 135.900 dólares por tuit es el tercer deportista que más estaría ingresando por cada comentario publicitando una marca, según el citado ranking de Opendorse. Por encima suyo, sólo estarían el futbolista portugués del Real Madrid y Lebron James.

El futbolista portugués es uno de los atletas más seguidos y más activos en las redes sociales. Sus números: 106 millones, en Facebook, 37 millones, en Twitter y 28 millones de seguidores, en Instagram. La estrella de la NBA, por su parte, acumula 23,5 millones de seguidores en Twitter, el precio por tuit del de Cleveland es de

140.119 dólares.

La clasificación de Opendorse revela que las estrellas de baloncesto, fútbol y tenis son las que más facilidad tendrían para promocionar una marca y obtener un rendimiento económico por ello. Destaca también la aparición del jugador de cricket Mahendra Singh Dhoni, gracias de la popularidad de este deporte en India y los dos boxeadores Floyd Mayweather y Manny Pacquiao.