

## CLUBES

# El Real Madrid se juega el prestigio... y 4 millones de euros con el Mundial de Clubes

Palco 23  
19 dic 2014 - 04:50

El Real Madrid se juega mañana su prestigio y la opción de ganar su primer Mundial de Clubes. Pero en las oficinas del club blanco también saben que hay un premio de cinco millones de dólares (cuatro millones de euros) que ayudará a mejorar las previsiones económicas del presidente Florentino Pérez para la temporada 2014-2015.

Este importe corresponde al premio que pagará la Fifa al campeón del torneo, que saldrá de la final que mañana disputan en Marrakech (Marruecos) el Real Madrid y el San Lorenzo argentino. El subcampeón se embolsará 3,2 millones de euros, mientras que el resto de participantes se embolsarán entre dos millones y 400.000 euros, en función de qué posición acaben ocupando.

La obtención de su primer Mundial de Clubes supondría una inyección de recursos mucho mayor, ya que los patrocinadores suelen tener cláusulas por las que realizan pagos adicionales a los equipos en función de la obtención de títulos. Pese al aumento de ingresos, este tipo de pagos no suelen traducirse en una mejora de los beneficios al final de la temporada, ya que el alza de la facturación se acaba compensando con el abono de primas a los jugadores.

El Real Madrid ha presupuestado unos ingresos recurrentes de 533 millones de euros para este año, frente a los 549,6 millones que facturó en la temporada 2013-2014 gracias al triunfo en la Champions League. La cifra podría acabar aproximándose a la del año anterior si acaba repitiendo los éxitos deportivos. En cualquier caso, el resultado antes de impuestos se mantendrá estable en 48 millones.

¿De dónde sacará la Fifa el dinero para los premios? Muy sencillo, de sus propios patrocinadores. La principal marca que da apoyo al Mundial de Clubes es Toyota, socio histórico de la antigua Copa Intercontinental y que se acabó convirtiendo al formato actual tras un acuerdo con el máximo organismo del fútbol mundial. El grupo automovilístico es el proveedor oficial de coches del campeonato y el encargado de organizar la *fan zone* junto a los estadios.

El resto de patrocinadores son los habituales de la Fifa: Adidas, Coca-Cola, Emirates, Sony y Visa. También se han añadido marcas locales que quieren aprovechar la posible asistencia de más de 100.000 aficionados a los estadios. Se trata de Power Max, Maroc Telecom, el operador de trenes ONFC y la agencia de promoción turística de Marruecos.