

Mercado

Neymar, el icono mediático perfecto

MARKETING El brasileño es más valorado por los anunciantes que los cracks, Cristiano y Messi.

UN ARTÍCULO DE

Esteve Calzada*



Los aficionados del Santos FC andan tristes. Neymar, su ídolo y referencia en el terreno de juego, estará ausente durante varias semanas para participar con la selección de Brasil en los JJ.OO. de Londres. Y ello sin que la liga nacional deje de disputar sus partidos. El impacto en el equipo del muchacho -cuyo peinado con cresta es imitado en todo el mundo- es tal, que Globo TV, propietaria de los derechos de televisión de la liga, se plantea no retransmitir partidos del equipo "Peixe" hasta que Neymar esté de regreso.

En efecto, la consagración de Neymar (con tan solo 20 años) ha significado el relanzamiento del Santos a nivel mundial, tanto dentro como fuera del terreno de juego. Así, en 2011 el club consiguió ganar la Copa Libertadores después de 48 años de sequía e incrementó sus ingresos un 62% hasta 79,4 millones de euros.

UN SUELDO 'ANTIFUGA'

Por el camino, Neymar no ha dejado de acumular patrocinios, hasta convertirse en el jugador de fútbol con más acuerdos del mundo. Gracias a ello, y teniendo en cuenta que el Santos comparte con el jugador la explotación de sus derechos de imagen personales, el club ha conseguido ofrecer un salario suficientemente elevado a Neymar y evitar así su marcha al fútbol europeo.

Pero ¿cuál es el secreto de Neymar para conseguir encandilar a tantas marcas? Para empezar, veamos cuál es su posicionamiento en relación a los otros grandes iconos mediáticos del mundo del fútbol, Messi, Cristiano Ronaldo y Wayne Rooney. Utilizando cinco varia-

bles clave para la captación de patrocinadores -calidad futbolística, atractivo físico, rebeldía, solidaridad y sencillez-, y puntuando del 1 al 5 a cada jugador en cada una de ellas, observamos que Neymar obtiene la puntuación global más alta (21 puntos sobre 25 posibles).

Partiendo de la base que los cuatro jugadores son de categoría futbolística "increíble",



Un manual para mover el dinero en el fútbol

El ex director de marketing del Barcelona explica quién es quién dentro del gigantesco negocio del fútbol en su libro 'Show me the money'. La obra se ha convertido en el perfecto manual para obtener la máxima rentabilidad a la inversión dentro del balompié. Por supuesto, los grandes jugadores como Neymar, Cristiano Ronaldo o Lionel Messi son objeto de su estudio.

comprobamos que los demás futbolistas presentan debilidades en algunas de las variables, mientras el dorsal 11 del Santos tiene sin duda el perfil más completo. Por ejemplo, Cristiano Ronaldo no lleva a cabo suficientes actividades solidarias, y su imagen puede llegar a polarizar. Messi y Wayne Rooney no tienen un atractivo físico top, imprescindible para maximizar los patrocinios provenientes de sectores como la moda y la cosmética.

ATRATIVO Y SOLIDARIO

Neymar en cambio es considerado atractivo —así lo corroboró un estudio efectuado entre mujeres brasileñas—, tiene una imagen ciertamente rebelde —relevante para atraer marcas destinadas a adolescentes—, tiene un indudable perfil solidario —colabora con Unicef y participa con regularidad en partidos benéficos— y es también sencillo y natural, con lo que cae simpático de forma universal y no polariza. Es decir, lo tiene todo.

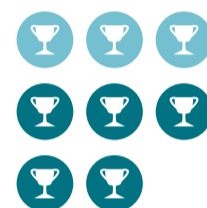
Además de su completo perfil de posicionamiento, otros factores contribuyen de forma decisiva al incuestionable éxito comercial de Neymar. En primer lugar, el asesoramiento profesional que tiene a su disposición y que sin duda utiliza con maestría. Tareas como la preparación de una entrevista, anticipando las respuestas a las preguntas esperadas de los periodistas, la adecuada selección de los eventos a los que acudir o el tratamiento otorgado a los patrocinadores forman parte esencial de la receta del éxito.

En segundo lugar, la impecable presencia en las redes sociales (Facebook y Twitter), con recurrencia de nuevas entradas, contenidos exclusivos e interacción —en la medida de lo posible— con los seguidores. En tercer y último lugar, el elevado compromiso de los patrocinadores, que utilizan constantemente su imagen en publicidad —por ejemplo felicitándole al conseguir un título—, respetando los parámetros de posicionamiento del jugador y contribuyendo a su promoción a nivel general.

La joven estrella del Santos es el jugador con más patrocinios del mundo

Maneja con maestría las redes sociales y la selección de entrevistas y eventos

Palmarés*



Champions League
Balón o Bota de Oro

19

Así pues, sin todavía dar el salto al fútbol europeo, Neymar rivaliza en ingresos con los principales iconos mediáticos del planeta. Cuando decida darlo, no solo se convertirá en el jugador con mayores ingresos de publicidad, sino que además ofrecerá un espectacular salto de calidad mediática a su equipo de destino.

En caso de ir al Barça o al Real Madrid contribuirá a deshacer el empate mediático entre ambos (al tener a Messi y Cristiano Ronaldo respectivamente). Y si se decide por ir a algún otro club o liga, con toda probabilidad el equipo afortunado recortará distancia mediática con los dos grandes del fútbol español. Sea como fuere, Neymar es el icono mediático perfecto. Cruzemos los dedos para que no se estropee.

*Esteve Calzada es CEO de Prime Time Sport

Ingresos en millones de euros

11

Patrocinadores

Adidas
Pepsi
Herbalife
EA Sports

4

Redes Sociales

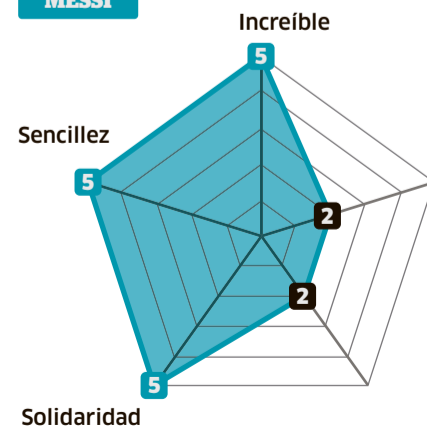
Presencia de las estrellas en redes sociales y en Internet

	Messi	CR7	Rooney	Neymar
Menciones en Internet	233	120	96,5	49,3
Seguidores en Facebook	36,2	44,6	8,8	5,1
Seguidores en Twitter	-	10,1	4,2	4,46

*En Millones de seguidores

Valores Valoración del uno al

MESSI



Ya a la venta
La Guía de la Eurocopa



Mercado



15

Puntuación total

Sobre un total de 25 posibles puntos a obtener en los valores analizados en las gráficas de valores.

14



Copa Libertadores

21

Edad

Neymar	20
Messi	24
Cristiano	27
Rooney	26



11

CRISTIANO

7

ROONEY

8

NEYMAR

Veces internacional

Neymar	17
Messi	67
Cristiano	89
Rooney	73

Nike
Castrol
PES Konami
Clear
Espirito Santo



Nike
EA Sports
Audi
Tiger Beer



Nike
Panasonic
Red Bull
Guaraná Antártica
Santander

Unilever
Volkswagen
Claro
Baruel
Lupo
Baterías Heliar



cinco de cada uno de los protagonistas en facetas como la sencillez o la actitud rebelde.

FUENTE: Show me the money! INFOGRAFÍA E ILUSTRACIÓN: Germán Pizarro

