

## IMPACTO DE LAS REDES SOCIALES EN EL MARKETING DEPORTIVO

**Autor (es):** Ivanna Machado Castillejo<sup>1</sup> – imachadoc@udistrital.edu.co

**Docente asesor:** Mawin Javier Martínez Jiménez

**Espacio académico de Cálculo Integral**

### RESUMEN

Este proyecto examina la influencia de Instagram en el marketing deportivo, poniendo especial atención en los perfiles de famosos atletas como Cristiano Ronaldo, Michael Jordan y Rafael Nadal. Instagram ha revolucionado la forma en que los deportistas se relacionan con sus aficionados, creando un espacio único para la marca personal y las tácticas de marketing de sus patrocinadores. La investigación se centra en cómo estas personalidades emplean sus plataformas para establecer una conexión emocional con sus seguidores, difundir productos y producir ingresos extra. El proyecto busca, mediante un estudio tanto cuantitativo como cualitativo de sus publicaciones, métricas de interacción y

contenido patrocinado, evidenciar cómo las redes sociales han transformado radicalmente el marketing deportivo.

### PALABRAS CLAVE

Marketing, patrocinios, Instagram, transformación, atletas.

### ABSTRACT

This project examines the influence of Instagram on sports marketing, paying special attention to the profiles of famous athletes such as Cristiano Ronaldo, Michael Jordan and Rafael Nadal. Instagram has revolutionised the way athletes relate to their fans, creating a unique space for personal branding and their sponsors' marketing tactics. The research focuses on how these

---

<sup>1</sup> Administración Deportiva, Universidad Distrital Francisco José de Caldas.

personalities use their platforms to establish an emotional connection with their followers, promote products and generate extra income. The project seeks, through a quantitative and qualitative study of their publications, interaction metrics and sponsored content, to demonstrate how social media has radically transformed sports marketing.

## KEYWORDS

Marketing, sponsorships, Instagram, transformation, athletes.

## INTRODUCCIÓN

La influencia de las redes sociales en el marketing deportivo ha transformado la forma en que los atletas se relacionan con sus aficionados y administran su reputación pública. Con la expansión de plataformas como Instagram, los deportistas de alto rendimiento han descubierto un recurso potente para fortalecer su marca personal, producir ingresos extra y potenciar su visibilidad a escala mundial. Este proyecto examina en particular el efecto de Instagram en el marketing

deportivo mediante el estudio de las tácticas de tres personalidades emblemáticas: Michael Jordan, Cristiano Ronaldo y Rafael Nadal. Estos atletas no solo sobresalen por sus éxitos en el ámbito deportivo, sino también por su habilidad para utilizar las redes sociales en pro de sus trayectorias y de su reputación. Al hacer uso de estas plataformas los deportistas no solo comparten instantes de sus vidas personales y laborales, sino que también publicitan productos y servicios de las marcas con las que colaboran, convirtiendo sus perfiles en una ampliación de su marca personal. Mediante publicaciones, relatos, vídeos y transmisión en directo, los atletas establecen una relación permanente con sus seguidores y realzan el valor comercial de sus perfiles. En el caso de Ronaldo, su amplia base de seguidores y su énfasis en el contenido promocional han sido un referente para numerosos atletas, mientras que personalidades como Michael Jordan y Rafael Nadal muestran una presencia en redes que fusiona un enfoque nostálgico

profesional y selectivo. Este proyecto tiene como objetivo analizar en profundidad las estrategias de marketing empleadas por Ronaldo, Jordan y Nadal en Instagram, enfocándose en tres aspectos clave: el contenido publicado (cómo estructuran sus publicaciones y qué mensajes transmiten), el *engagement* generado (las reacciones, comentarios y compartidos de sus seguidores), y el valor comercial de sus cuentas (cómo monetizan sus interacciones y su impacto en las marcas patrocinadoras).

### **Objetivo general**

Analizar el impacto de Instagram en el marketing deportivo a través del estudio de las estrategias comunicacionales y de promoción empleadas por los atletas de alto rendimiento Cristiano Ronaldo, Michael Jordan y Rafael Nadal.

### **Objetivos específicos**

1. Identificar los tipos de contenido que publican los deportistas en Instagram y su relación con el fortalecimiento de su marca

personal.

2. Evaluar el nivel de interacción (*engagement*) que generan las publicaciones de cada atleta en términos de likes, comentarios y nuevos seguidores.

3. Determinar el valor comercial que los perfiles de Instagram representan para los patrocinadores y las marcas asociadas.

4. Comparar las estrategias digitales de los tres atletas, destacando similitudes, diferencias e impacto en la percepción del público.

5. Reflexionar sobre el papel de las redes sociales como herramienta de marketing en el contexto del deporte moderno.

### **MÉTODOS**

La presente investigación adopta un enfoque mixto, integrando técnicas cuantitativas y cualitativas para obtener una visión amplia y profunda sobre el fenómeno estudiado. La metodología se estructura en las siguientes fases:

**Análisis de casos:** Estudio de ejemplos exitosos de deportistas y estrategias que han utilizado en redes sociales para aumentar su alcance y valor de marca.

**Likes y comentarios:** Son los indicadores claves para saber si el contenido que publican en redes sociales genera interés y agrada a la audiencia deportiva.

**Nuevos seguidores:** Indica el crecimiento de su audiencia y nos ayuda a evaluar si las estrategias están atrayendo a más personas y resultan siendo efectivas.

**Ventas o registros:** Es una métrica clave para medir si el contenido o campaña digital está generando lo suficiente en ventas e inscripciones.

## RESULTADOS

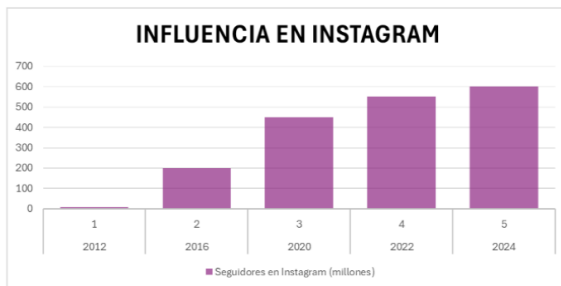
Con este análisis se puede describir el gran impacto que tienen las redes sociales en los grandes deportistas, más reconocidos en todo el mundo. Se evidencia la revolución que hace el marketing, siendo una fuente de ingresos muy, pero muy buena y más si se usa de forma

correcta, animando a la audiencia y obteniendo un alcance a nivel global tan solo con un clic. La tecnología ha sido muy transcendental, viendo cómo los deportistas tienen la influencia para poder generar tendencias y nuevas modalidades que se adaptan a la nueva generación con facilidad. El descubrimiento más grande fue cómo la interacción de deportistas con seguidores se convierte en un símbolo de apoyo y comprensión. Las ventas que se generan por internet es un negocio que se amplía rápidamente, ellos con su buena reputación son patrocinados por varias marcas, valorizando su propia marca y personalidad.

## Cristiano Ronaldo

**Estrategia:** Ronaldo utiliza una combinación de contenido personal (familia, estilo de vida) y profesional (entrenamientos, partidos) junto con publicaciones patrocinadas para mantener a su audiencia conectada.

**Resultado:** Con más de 600 millones de seguidores, ha logrado ser el personaje más seguido en Instagram y ganar alrededor de \$2 millones por cada publicación patrocinada. A continuación, se muestra la gráfica de manera ascendente de sus seguidores.

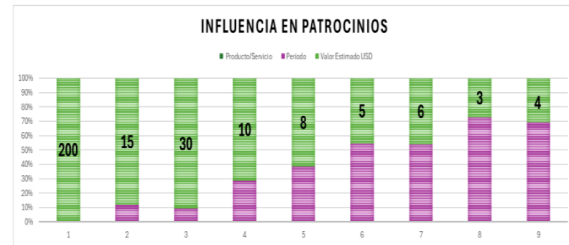


## Michael Jordan

**Estrategia:** Jordan se enfoca en su legado y su asociación con Nike para conectar con su audiencia, utilizando la marca Air Jordan a través de productos de alta calidad y exclusividad, como lanzamientos de ediciones limitadas.

**Resultado:** La marca Air Jordan es un símbolo cultural que genera miles de millones en ventas, asegurando que Jordan siga siendo uno de los atletas más reconocidos y rentables de la historia, no es activo en Instagram, pero

cuando publica algún tipo de contenido es visto por todos sus seguidores. A continuación, se muestra a un atleta exclusivo que genera patrocinios sin fin y que genera un buen patrimonio.



Su cuenta de Instagram ha aumentado mucho los seguidores gracias a su valor de marca.

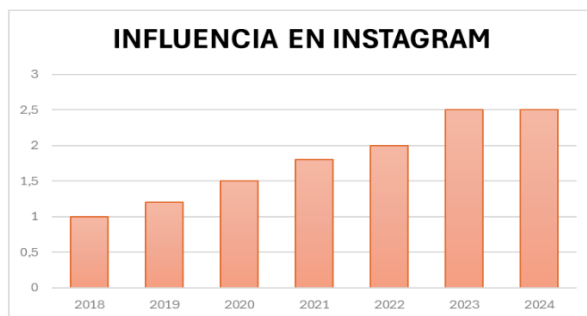


## Rafael Nadal

**Estrategia:** Nadal emplea Instagram fusionando contenido personal, tales como instantes familiares y su vida fuera del deporte, con publicaciones profesionales que resaltan sus entrenamientos y éxitos

Esto le facilita establecer una conexión genuina con sus seguidores. Además, promueve a sus patrocinadores, tales como Nike, Kia y Babolat, de manera natural a través de publicaciones estratégicas.

Resultados: Nadal ha logrado 25 millones de seguidores en Instagram, transformándose en uno de los tenistas con más seguidores en la red social, garantizando un elevado valor de marca y un sólido rendimiento de inversión para sus patrocinadores. A continuación, se muestra su Instagram de manera ascendente en seguidores y valor de marca.

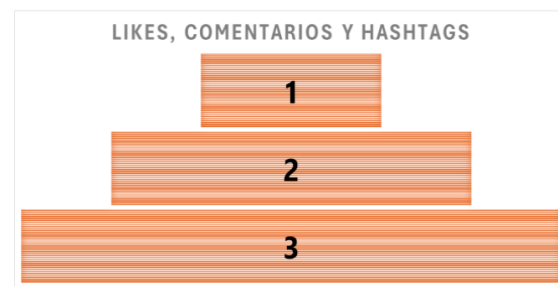


### Comparación final

Se hizo una comparación entre los 3 atletas, donde se revisaron los likes, comentarios y *hashtags* con más alcance en la plataforma de Instagram, el primer puesto lo ocupa Ronaldo,

seguido de Nadal y por último Jordan, A continuación, se muestra en un cuadro comparativo la influencia de los atletas en sus redes.

| Atleta            | Hashtags                                     | Seguidores (Millones) | (Likes/Comentarios) | Influencia |
|-------------------|----------------------------------------------|-----------------------|---------------------|------------|
| Cristiano Ronaldo | #CristianoRonaldo, #CR7, #Football, #Goal    | 600                   | 2 millones / 50,000 | Muy Alta   |
| Rafael Nadal      | #RafaelNadal, #Tennis, #VamosRafa, #MJLegacy | 25                    | 40,000 / 700        | Alta       |
| Michael Jordan    | #MichaelJordan, #AirJordan, #NBA, #Jumpman   | 1.1                   | 30,000 / 500        | Moderada   |



### DISCUSIÓN

Los resultados de este proyecto evidencian que Instagram es un instrumento crucial en el marketing deportivo empleado por atletas como Cristiano Ronaldo, Michael Jordan y Rafael Nadal para crear y divulgar su marca personal de diversas formas. Ronaldo, con una amplia base de seguidores y un contenido de promoción muy intenso, demuestra cómo una presencia continua y cercana puede potenciar el compromiso

y la influencia de la marca. Por otro lado, Jordan, con una táctica menos habitual pero enfocada en su herencia histórica y productos emblemáticos, conserva su importancia apelando a la nostalgia y a su posición emblemática. Por otro lado, Nadal emplea Instagram de forma profesional y discreta, transmitiendo una imagen de autenticidad y dedicación que impacta positivamente a sus seguidores y a sus patrocinadores. Estos ejemplos de atletas indican que no existe una única estrategia para el éxito en redes, sino que cada deportista puede adaptar su enfoque de acuerdo con su imagen y valores, aprovechando Instagram tanto para conectar con sus seguidores como para generar ingresos y consolidar su presencia en el ámbito deportivo global.

## CONCLUSIONES

Este proyecto ha puesto en evidencia el impacto profundo que Instagram tiene en el marketing deportivo y cómo los deportistas de élite pueden aprovechar esta plataforma para fortalecer su marca personal y expandir su

influencia. Al analizar los casos de Cristiano Ronaldo, Michael Jordan y Rafael Nadal, se observa que cada atleta adapta su estrategia de contenido según sus objetivos, personalidad y relación con su audiencia. Ronaldo utiliza un enfoque de alto volumen y promoción constante, generando gran *engagement* y beneficios comerciales; Jordan mantiene una presencia selectiva pero impactante, fundamentada en su legado y sus asociaciones de marca; y Nadal proyecta una imagen de autenticidad y profesionalismo a través de publicaciones cuidadosas y discretas. Estos resultados indican que el éxito en redes sociales no depende de una fórmula universal, sino de la capacidad de los deportistas para transmitir una identidad coherente y cercana a sus seguidores, adaptando sus estrategias a sus fortalezas individuales. Instagram no solo permite a los atletas conectarse con su audiencia de manera inmediata, sino también establecer relaciones comerciales que aportan valor a sus marcas y a sus patrocinadores, consolidando su posición en



el ámbito global del deporte.

## **AGRADECIMIENTOS**

Quiero reconocer la importancia de todos los deportistas que han compartido su vida y logros en redes sociales, inspirando tanto a sus seguidores como a investigadores como yo. Gracias a su apertura y dedicación en plataformas como Instagram, el impacto del marketing deportivo puede entenderse con una perspectiva más profunda y actual. Sin el apoyo de todos, este proyecto no habría sido posible.

## **EXPLICACIÓN DE LOS DEPORTISTAS ESCOGIDOS**

La elección de Cristiano Ronaldo, Michael Jordan y Rafael Nadal como casos de estudio responde a su enorme relevancia tanto en el ámbito deportivo como en el marketing global. Estos tres atletas no solo han alcanzado la cima de sus respectivas disciplinas: el fútbol, el baloncesto y el tenis, sino que también se han consolidado como íconos culturales y marcas personales de alto impacto. Cada uno

representa una etapa distinta en la evolución del marketing deportivo: Ronaldo destaca por su dominio actual en redes sociales y su estrategia intensiva de promoción; Jordan simboliza el legado de una leyenda cuya influencia se mantiene vigente a través de productos icónicos como la marca Air Jordan; y Nadal proyecta una imagen de profesionalismo, autenticidad y cercanía, muy valorada por las marcas modernas. Esta diversidad de perfiles permite explorar distintas formas en las que los deportistas pueden utilizar Instagram para construir, sostener y rentabilizar su imagen pública, generando aprendizajes valiosos sobre las múltiples dimensiones del marketing deportivo en la era digital.



## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- *Cristiano Ronaldo: Estrella del fútbol y las redes sociales. (s/f). Guinness de los Récorde. Recuperado el 4 de abril de 2025, de <https://www.guinnessworldrecords.com/records/icons/cristiano-ronaldo-football-and-social-media-star>*
- *(S/f). as.com. Recuperado el 4 de abril de 2025, de [https://as.com/us/us/2022/02/17/masdeporte/1645126653\\_676837.html](https://as.com/us/us/2022/02/17/masdeporte/1645126653_676837.html)*
- *Adlatina, M. por. (s/f). Nadal gana más dinero por publicidad que por su performance tenística. Comercializadores por Adlatina. Recuperado el 4 de abril de 2025, de <https://www.marketersbyadlatina.com/articulo/2431-nadal-gana-mas-dinero-por-publicidad-que-por-su-performance-tenistica>*
- *Social Blade*
- *Revista Forbes*
- *Instagram*