

DEPORTES

Partidos electrizantes nos regalará la Copa Mundial de Fútbol

El Ciudadano · 21 de marzo de 2018

Pasan por duras pruebas para las grandes selecciones a tres meses de la jornada en Rusia. Las marcas comerciales, que mueven cuatro mil millones de euros en venta de camisetas, fomentan estos duelos



En el continente Europeo, todos se preparan para observar los partidos amistosos de la próxima fecha de selecciones internacionales, donde tendremos partidos muy

interesantes, que pueden ser fácilmente encuentros directos en la próxima **Copa del Mundo en Rusia**.

Encuentros como el Alemania vs España, el Alemania vs Brasil o la España vs Argentina, enfrentarán a selecciones campeonas del mundo y con opciones de conquistar el título nuevamente en la cita rusa, todo se sentirá con mucha más intensidad que un simple partido amistoso.

Cualquier enfrentamiento de una gran selección con ellas es sinónimo de partido con historia, como así ocurrirá con el Italia vs Argentina, el Holanda-Inglaterra o el Portugal versus Holanda. Los partidos de la anfitriona Rusia ante Brasil y ante Francia o la visita de Colombia a Saint Denis dan más lustre a los amistosos.

Cosas que perder

Algunos entrenadores son reacios a tener amistosos tan exigentes a las puertas de un Mundial. La razón de este rechazo es que una derrota ante un rival directo puede ser muy dolorosa y difícil de digerir cuando el Mundial está tan cerca. Sampaoli, sin ir más lejos, no quería medirse a España, como ocurrirá el martes en el Wanda Metropolitano y, sí, a una selección de un perfil más bajo.

Salir mal parado de un duelo ante España -o días antes ante Italia, que ni siquiera está en el Mundial- sería echarse piedras a sí mismos y añadir presión a un equipo que genera tantas expectativas por tener a Messi.

El marketing no se queda atrás

No solo el fútbol será el principal protagonista de esta doble fecha de amistosos, las grandes marcas y firmas también aprovechan estos días para disparar su negocio con la venta de camisetas. Ayer mismo fueron presentadas las segundas equipaciones de varias selecciones. España la estrenará ante Argentina el martes. Los argentinos y los alemanes harán lo propio en sus encuentros de estos días. En

total, Adidas y Nike se reparten una suma de 4.000 millones de euros anuales en ventas de camisetas y estos partidos multiplican la demanda. Adidas, por cierto, tendrá mayoría en el Mundial: 11 selecciones, por las 10 de Nike.

Fuente: [El Ciudadano](#)