

**Avance de resultados a mitad de temporada**

***Informe MERIT de Valor Mediático  
en el Fútbol Mundial***

**Temporada 2012-13**

Autores:

**Pedro García del Barrio**

Director Académico de MERIT social value  
Universitat Internacional de Catalunya (UIC)

**Javier Reguart Abelló**

Analista de MERIT social value

Con la colaboración de:

**Adrià Canalda (UIC)**

**Adrián Guerrero (UIC)**

**Carlos Gramunt (UIC)**

## Presentación

El talento es un activo intangible del que dependen un número creciente de negocios, tanto en el ámbito del deporte como en la industria del entretenimiento en general. La tarea de evaluar este tipo de intangibles es compleja, pero recientemente viene siendo saldada con éxito mediante una metodología (basada en la evaluación del valor mediático y social) que aplicamos en este informe MERIT del Fútbol Mundial.

La elaboración de rankings de valor mediático y de popularidad (de individuos, equipos y competiciones) se está demostrando de gran utilidad para la toma de decisiones en la industria de espectáculos deportivos. La relevancia de este tipo de estudios es grande, si se considera la estrecha relación que hay entre valor mediático y capacidad de generar ingresos, así como en lo relativo a las inversiones de patrocinio.

En este avance del informe MERIT empleamos una metodología innovadora, que se ha aplicado con éxito en diversos ámbitos. Los resultados que presentamos se obtienen examinando dos componentes: el valor mediático y la popularidad. La consistencia de estudios precedentes, así como la relevancia de las medidas de valor mediático para entender el negocio del deporte profesional, avalan la pertinencia de nuestra opción metodológica. En charlas y encuentros con interlocutores diversos, hemos constatado con satisfacción cómo la lógica de nuestros resultados coincidía con muchos de sus planteamientos. En la medida en que las intuiciones se refrendan con datos de evidencia empírica, la toma de decisiones se hace más profesional.

Además de mediciones y rankings, nuestras bases de datos permiten elaborar estudios variados sobre problemas económicos y de negocio: estimación del precio de traspaso de jugadores, cálculo del valor de marca de equipos, valoración de alianzas estratégicas entre marcas, perfil de imagen, etc.

En este informe presentamos los resultados y rankings del valor mediático de pilotos y escuderías, así como otros análisis de interés, entre los que está la evolución a lo largo de la temporada o un análisis desagregado por países. Se analizan también algunas líneas de fuerza y sinergias que se logran mediante alianzas estratégicas de marcas con prestigio. Es un motivo de satisfacción para nosotros, como académicos, contribuir a que se disponga de mejores herramientas e información para la peculiar y difícil gestión deportiva. Esperamos que este informe sea de interés y utilidad para un amplio abanico de lectores. Atentamente,

Pedro García del Barrio

## Metodología de Valor Mediático y Fuentes de Datos

El valor mediático tiene hoy día importantes implicaciones de carácter económico. Por una parte, existe una estrecha relación entre el talento individual (que se traduce en éxitos deportivos y títulos) y el valor mediático. Por otra parte, un número creciente de empresas basan su negocio en la explotación de este tipo de activos intangibles con repercusión mediática, verificándose una estrecha relación entre estatus mediático e ingresos potenciales.

La metodología MERIT para evaluar intangibles en el deporte profesional calcula sus resultados y rankings a partir de dos elementos: el valor mediático (atención que los medios de comunicación dedican a un jugador o institución) y la popularidad (grado de interés que suscitado entre los aficionados y el público en general). El primer elemento se obtiene a partir de las apariciones en prensa y medios de comunicación de todo el mundo. La popularidad se mide por el grado de presencia que cada individuo en Internet, incluyendo páginas web y redes sociales.

La elaboración de este informe se ha llevado a cabo a partir de extensas bases de datos, cuya recopilación es posible gracias a un software propio y a las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías de la información. Los resultados del informe se desprenden de analizar una amplia información, que incluye **millones** de referencias en noticias de medios de comunicación de todo el mundo y en páginas de Internet. Para obtener más información, puede consultar nuestras web:

[www.meritsocialvalue.com](http://www.meritsocialvalue.com) | [www.uic.es/merit](http://www.uic.es/merit)

## AVANCE DE RESULTADOS A MITAD TEMPORADA

### Informe MERIT de valor mediático en el Fútbol (Temporada 2012-13)

La Universitat Internacional de Catalunya ha dado a conocer un avance de resultados del informe MERIT de valor mediático en el Fútbol, para la temporada 2012-13. Aplicando una metodología innovadora, se calcula el ranking de valor mediático de jugadores y equipos, así como otros análisis de interés: evolución a lo largo de la primera mitad de temporada; análisis desagregado por países; cuota mediática de la principal estrella dentro del equipo, etc.

#### Índice de contenidos

1. Ranking MERIT de jugadores y clubes (datos a mitad de temporada 2012-13)
2. Evolución mensual del Valor Mediático de jugadores destacados
3. Posición mediática comparativa de las principales ligas de Europa
4. Grado de dependencia mediática de los clubes respecto de su estrella principal
5. Jugadores del Top-50 con mayor progresión mediática
6. Referentes mediáticos por países

Principales resultados del **informe MERIT de valor mediático en el fútbol mundial** (avance a mitad de temporada 2012-13):

1. Lionel Messi, número 1 en el ranking individual de valor mediático
2. Real Madrid, líder en la clasificación mediática por equipos
3. Cinco jugadores de la Liga BBVA en el Top-10 mundial
4. Cinco jugadores de la selección española en el Top-15 mundial
5. Mourinho, entrenador más mediático del mundo
6. Falcao, jugador del Top-50 que experimenta mayor incremento de puntos de un año para otro
7. La Premier League desbanca a la Liga BBVA como la más mediática del mundo
8. La Ligue 1 francesa empieza a coger peso mediático gracias al PSG
9. Atlético de Madrid y FC Barcelona, los equipos que más dependen de sus estrellas en términos de valor mediático.
10. El análisis geográfico de las cinco grandes ligas europeas muestra que el referente mediático principal juega en la liga correspondiente, con excepción de Alemania, que es Mesut Özil.

## 1. Ranking MERIT de jugadores y clubes (datos a mitad de temporada)

### Messi acapara la atención y se corona una vez más como “balón de oro” mediático

Los valores del ranking MERIT de valor mediático están expresados respecto del promedio de los 5.000 jugadores de nuestra base de datos. El valor mediático individual se expresa como el factor por el que un individuo multiplica el número de noticias correspondientes al jugador normal o medio (promedio de la muestra).

Ranking MERIT	Jugador	Valor Mediático
1	<b>Lionel Messi</b> (FC Barcelona)	<b>32,89</b>
2	<b>Cristiano Ronaldo</b> (Real Madrid)	<b>30,64</b>
3	<b>Wayne Rooney</b> (Manchester United)	<b>19,58</b>
4	<b>Iker Casillas</b> (Real Madrid)	<b>18,24</b>
5	<b>Radamel Falcao</b> (Atlético de Madrid)	<b>17,86</b>
6	<b>Robin van Persie</b> (Manchester United)	<b>17,06</b>
7	<b>Andrés Iniesta</b> (FC Barcelona)	<b>15,59</b>
8	<b>Mario Balotelli</b> (Manchester City/AC Milan)	<b>15,43</b>
9	<b>Zlatan Ibrahimovic</b> (Paris Saint-Germain)	<b>12,80</b>
10	<b>Édinson Cavani</b> (SSC Napoli)	<b>12,57</b>
11	<b>Juan Mata</b> (Chelsea)	<b>12,50</b>
12	<b>Fernando Torres</b> (Chelsea)	<b>11,54</b>
13	<b>Eden Hazard</b> (Chelsea)	<b>11,21</b>
14	<b>Sergio Ramos</b> (Real Madrid)	<b>11,07</b>
15	<b>Frank Lampard</b> (Chelsea)	<b>9,49</b>
16	<b>Steven Gerrard</b> (Liverpool)	<b>9,27</b>
17	<b>Robert Lewandowski</b> (Borussia Dortmund)	<b>9,18</b>
18	<b>Mesut Özil</b> (Real Madrid)	<b>9,06</b>
19	<b>Wesley Sneijder</b> (Inter Milan/Galatasaray)	<b>8,69</b>
20	<b>David Silva</b> (Manchester City)	<b>8,11</b>

Fuente: MERIT social value - Data collection

Así por ejemplo, Messi ha tenido durante lo que va de temporada una presencia en los medios de comunicación 32,89 veces superior a la del jugador de referencia, mientras que Cristiano Ronaldo multiplica ese valor por 30,64. Entre el astro argentino y Cristiano Ronaldo se ha recortado la distancia, que ahora es de tan sólo dos puntos (en comparación con el dato de hace un año, que era de casi 8 puntos). Aún así, estos dos líderes mantienen abierta una gran brecha respecto al resto de jugadores: el tercer puesto lo ocupa Wayne Rooney (Manchester United), con 19,58 puntos.

La Liga BBVA mantiene a 5 jugadores en el Top-10 mundial; mientras la selección española acumula 5 jugadores (Casillas, Iniesta, Mata, Torres y Ramos) en el top 15.

## Real Madrid y FC Barcelona mantienen su predominio mediático en el fútbol mundial

Ranking MERIT	Equipo	Valor Mediático
1	Real Madrid	131,05
2	FC Barcelona	105,73
3	Manchester United	98,97
4	Chelsea FC	97,84
5	Juventus FC	70,58
6	Manchester City	65,30
7	Arsenal FC	60,20
8	FC Bayern Munich	52,37
9	Paris Saint-Germain	51,76
10	SSC Napoli	51,26

Fuente: MERIT social value - Data collection

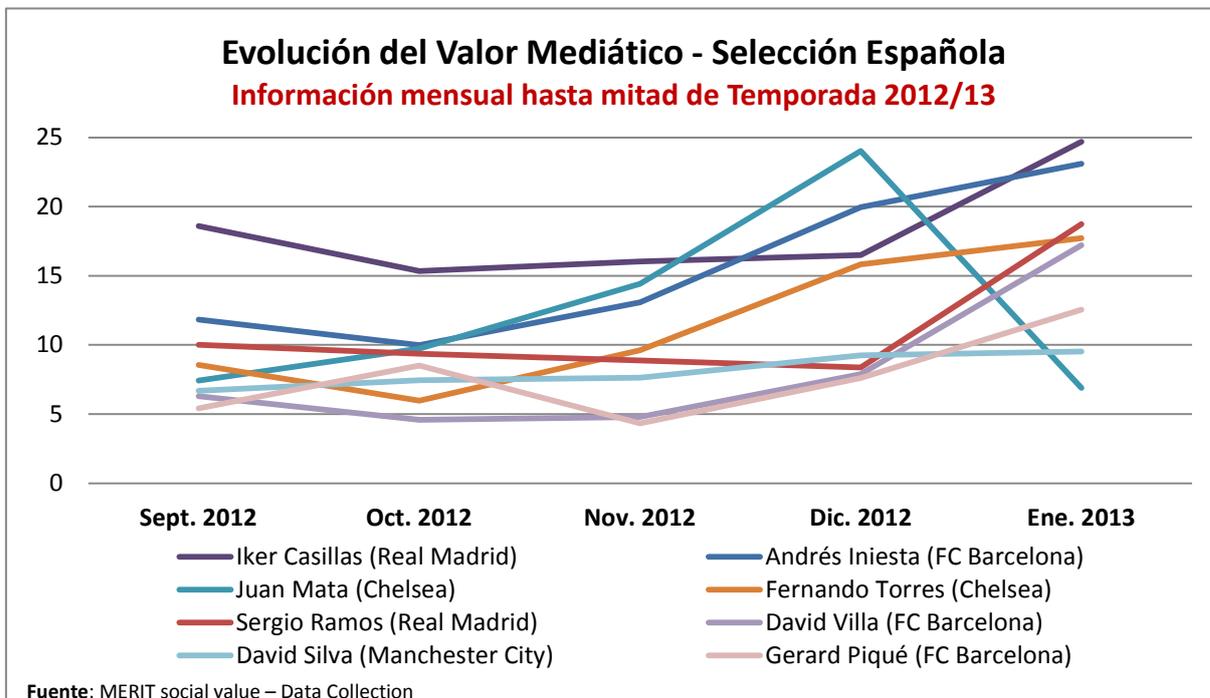
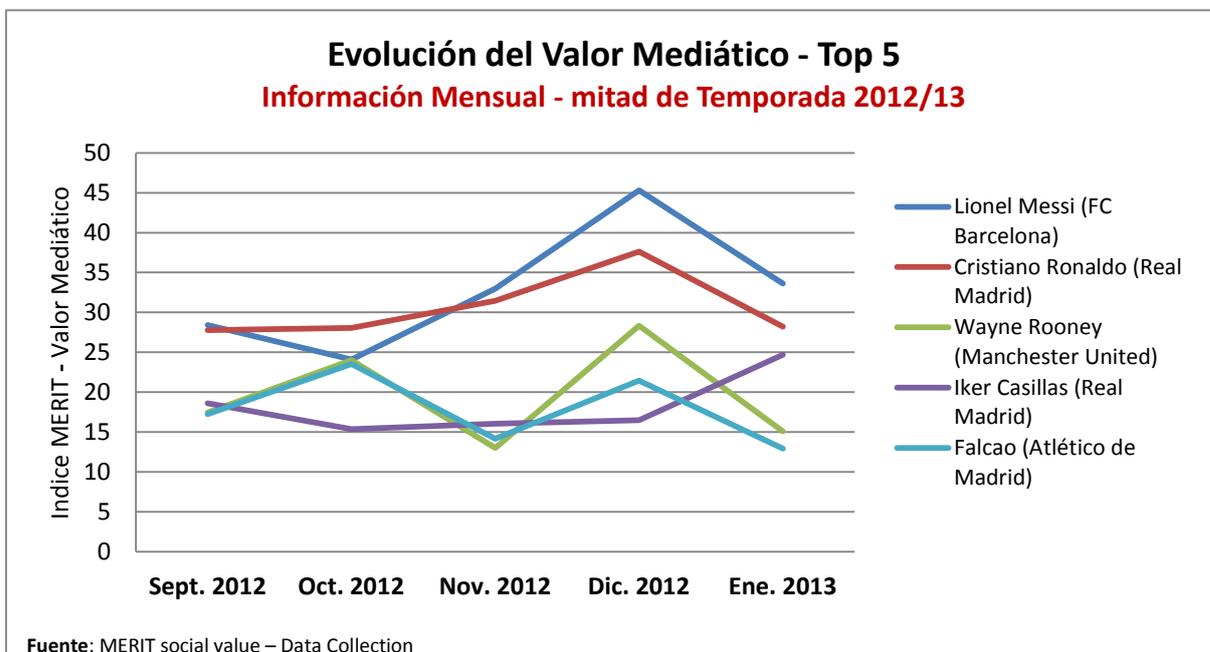
En el ranking de equipos, el Real Madrid consigue colocarse primero con 131,05 puntos, superando al Barça (105,73 puntos), que había sido durante varios años al frente de esta clasificación. El tercer lugar del ranking lo ocupa el Manchester United, con 98,97 puntos. El equipo inglés se ha aproximado mucho al Barça, gracias presumiblemente a que se hizo con los servicios del holandés Robin Van Persie, uno de los principales iconos mediáticos del mundo.

El valor mediático de los equipos se obtiene como resultado de sumar el índice de valor mediático individual (en la primera mitad de la temporada 2012/13), tomando en consideración a los 15 jugadores más mediáticos de la plantilla.

En cuanto al ranking de entrenadores, este refleja el estatus mediático de los clubes y es similar al ranking por equipos. A la cabeza se encuentra Mourinho (Real Madrid), seguido de Tito Vilanova (FC Barcelona) y de Sir Alex Ferguson (Manchester United).

## 2. Evolución mensual del Valor Mediático de jugadores destacados

Las siguientes figuras ilustran la evolución mensual del índice MERIT: la primera reúne al Top-5 mundial, y la segunda a los principales jugadores de la selección española.

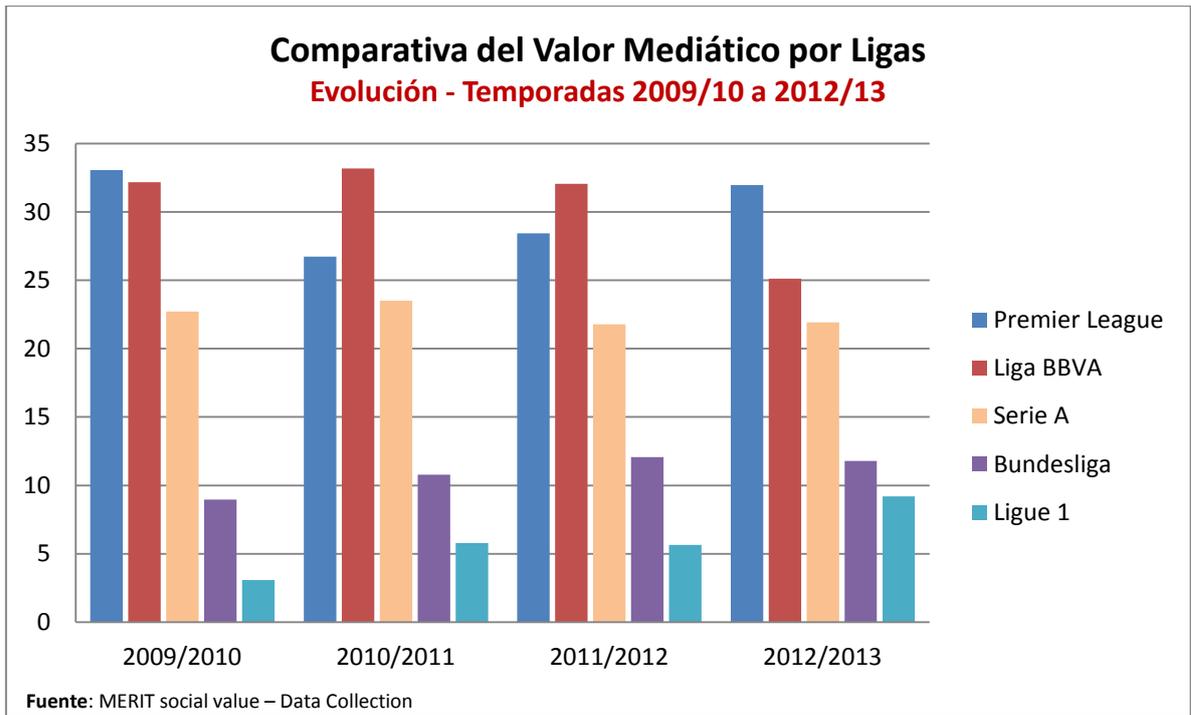


Las oscilaciones responden a los hitos que jalonan la temporada, como el debate previo a la entrega del “balón de oro”, la suplencia y posterior lesión de Casillas, etc.

### 3. Posición mediática comparativa de las principales ligas de Europa

#### La Premier League arrebató la hegemonía que tenía la Liga BBVA

La primera mitad de la temporada 2012-13 nos ha deparado como sorpresa el cambio de liderazgo mediático entre las ligas domésticas. A expensas de lo que suceda en la segunda parte de la temporada, que es siempre la más relevante, la Barclays Premier League “desbanca” a la Liga BBVA como la más mediática del mundo.

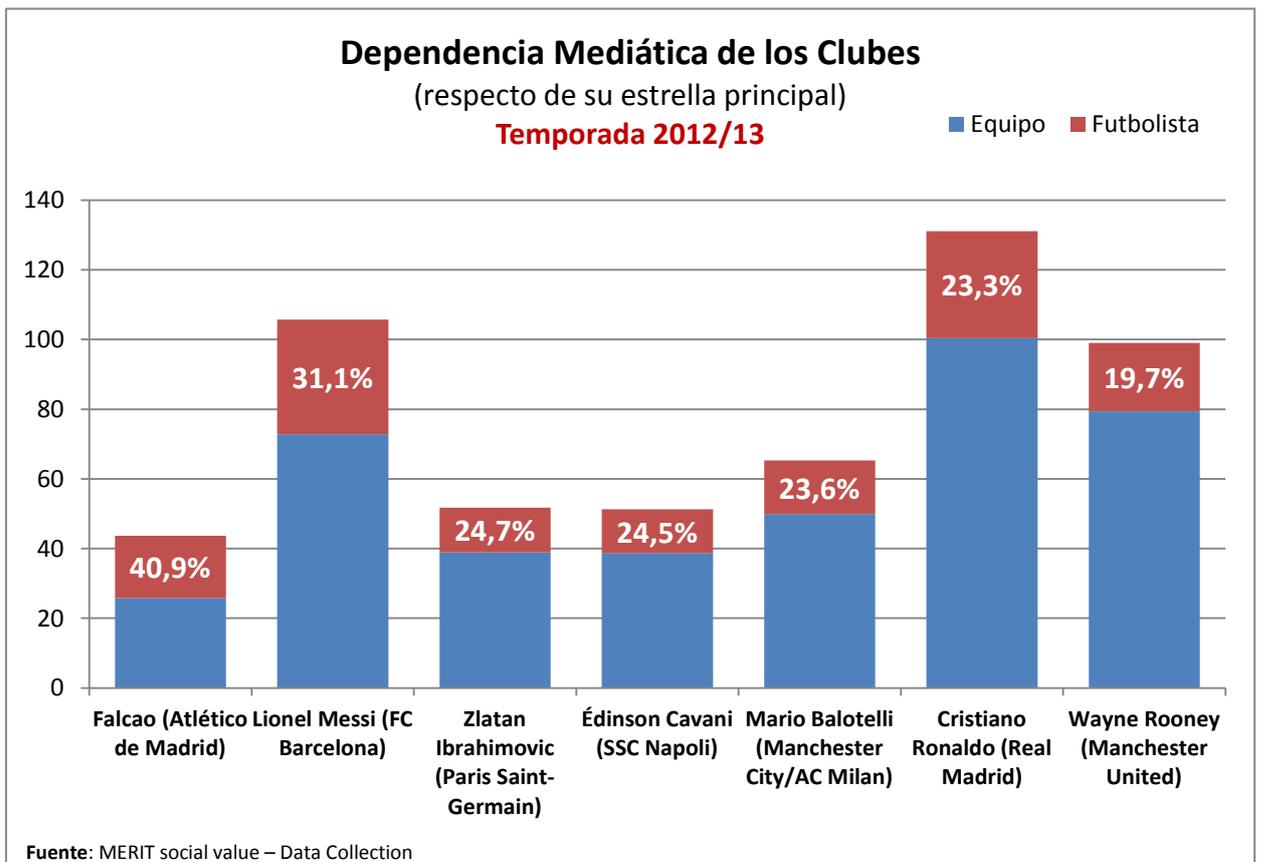


La Serie A italiana y la Bundesliga mantienen su posicionamiento, tercero y cuarto respectivamente. Por su parte, la Ligue 1 francesa cobra peso gracias al fuerte protagonismo que logra el PSG con sus nuevos fichajes: Ibrahimovic, Thiago Silva, Lucas Moura, Pastore, etc., y ahora, Beckham.

#### 4. Grado de dependencia mediática de los clubes respecto de su estrella principal

**El peso mediático del Atlético de Madrid depende en un 41% de Falcao.**

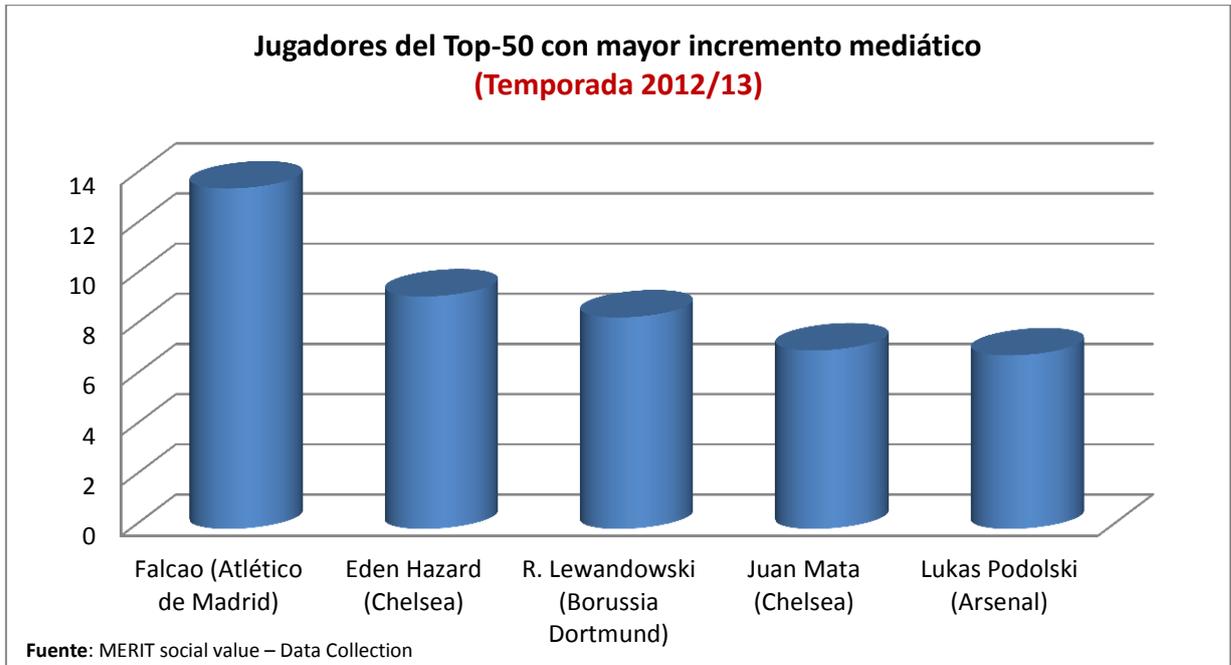
La siguiente gráfica ilustra la cuota mediática (en porcentaje) que representa la estrella principal dentro de su equipo. En muchos casos, ese peso relativo se mueve en torno al 25% del valor mediático global del club. Sin embargo, en algunos casos, el grado de dependencia mediática es muy superior. Así por ejemplo, del Top-10 mundial, cabría destacar a Falcao y, en menor medida, a Messi e Ibrahimovic.



Es precisamente este punto, el reparto mediático dentro de la plantilla, el que podría ayudar a explicar que el Real Madrid haya superado por el momento al FC Barcelona en cuanto a estatus mediático colectivo. El Real Madrid a día de hoy, acumula mayor número de referentes mediáticos con un peso significativo en diferentes mercados y países.

## 5. Jugadores del Top-50 con mayor progresión mediática

Comparando 1ª mitad de la temporada 2012-13 (promedio de los meses de septiembre a enero, incluidos) con el mismo dato del año anterior, destaca Falcao (Atlético de Madrid), como jugador con mayor progresión mediática. El incremento se calcula simplemente por la diferencia de índice MERIT de valor mediático en los dos periodos considerados.



En segundo lugar está Eden Hazard (Chelsea) y le sigue Robert Lewandowski (Borussia Dortmund) ocupando la tercera plaza de jugadores del Top-50 con mayor incremento de progresión mediática en lo que llevamos de temporada 2012-13.

## 6. Referentes mediáticos por países

En cuanto al análisis desagregado por países mostramos cuales son los 5 protagonistas más mediáticos por mercados. Separamos el análisis en dos tablas: la primera (las cinco mejores ligas de Europa) de los cinco países, en cuatro el referente mediático principal juega en la liga correspondiente, con excepción de Alemania, donde el referente principal es Mesut Özil.

Top-5 de los referentes mediáticos – Países del “Big Five” del Fútbol europeo

País	España	Reino Unido	Alemania	Italia	Francia
1º	Messi	Rooney	Özil	Cavani	Ibrahimovic
2º	C. Ronaldo	C. Ronaldo	Messi	De Rossi	Messi
3º	Casillas	Van Persie	C.Ronaldo	Giovinco	C. Ronaldo
4º	Xavi	Lampard	Lewandoswki	Maggio	Benzema
5º	David Villa	Balotelli	Gotze	Balotelli	Ribery

Fuente: MERIT social value – Data Collection

En la segunda tabla se recogen otros países (siete) de todos los analizados que creemos que son de interés general y abarcan varias regiones del mundo.

Top-5 de los principales referentes mediáticos – Otros mercados

País	Indonesia	Brasil	Japón	USA	Colombia	Nigeria	Argentina
1º	C. Ronaldo	C.Ronaldo	C.Ronaldo	Messi	Falcao	Balotelli	Messi
2º	Messi	Marcelo	Messi	C.Ronaldo	Messi	C. Ronaldo	Higuain
3º	Rooney	Messi	Torres	Rooney	C. Ronaldo	Robinho	Di Maria
4º	Torres	Neymar	Rooney	David Villa	Casillas	Rooney	Agüero
5º	Van Persie	Benzema	Van Persie	Torres	Özil	Van Persie	Casillas

Fuente: MERIT social value – Data Collection

## MERIT social value

MERIT (*Methodology for the Evaluation and Rating of Intangible Talent*) es parte de un proyecto académico que tiene amplias aplicaciones de gestión y de negocio. Esta metodología se ha demostrado de utilidad para medir el valor económico de activos intangibles, tanto en el ámbito del deporte profesional como en otras industrias del entretenimiento. MERIT calcula el valor económico y social –y elabora rankings– con base en 2 elementos: la popularidad (grado de interés suscitado entre los aficionados y el público en general) y el valor mediático (atención que los medios de comunicación dedican a un individuo o institución).

El valor social es un activo intangible del que depende un número creciente de negocios. Si bien es difícil medir el talento intangible, MERIT obtiene buenos resultados aplicando su metodología. A partir de información periódica y muy amplia sobre el interés que muestran los aficionados, y sobre la visibilidad de los deportistas en los medios de comunicación, se calculan indicadores precisos del valor económico asociado al talento deportivo. La homogeneidad de nuestras mediciones hace legítimo comparar el valor mediático y social de individuos, equipos, instituciones, etc.

La metodología MERIT es una herramienta útil para la toma eficiente de decisiones. Además de rankings, nuestras bases de datos permiten llevar a cabo análisis diversos sobre problemas económicos y de negocio: estimación del precio de traspaso de jugadores; cálculo del valor de marca de equipos y ligas; valoración de alianzas estratégicas entre marcas; imagen de jugadores y clubes; y un largo etc.

## Responsable Académico

### **Pedro García del Barrio**

Director Académico - MERIT social value  
Prof. Agregado - Universitat Internacional Catalunya  
pgarcia@uic.es | pedrogb@meritsocialvalue.com  
Tel. +34 93 2541800

## Contacto

### **Javier Viñeta Manero**

Director Comercial - MERIT social value  
javier.vineta@meritsocialvalue.com  
Tel. + 34 646672456

### **Javier Reguart Abelló**

Proyectos - MERIT social value  
jreguart@meritsocialvalue.com  
Tel. +34 647300996