

Resumen de los principales resultados

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 informe MERIT empleamos una metodología innovadora, que se ha aplicado ya 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 de valor mediático de jugadores, equipos y entrenadores, así como otros análisis de interés, entre los que está la evolución a lo largo de la temporada o un análisis de dependencia respecto de la estrella mediática principal del club. Es un motivo de satisfacción para nosotros, como académicos, contribuir a que se disponga de herramientas e información para la difícil tarea de gestión deportiva. Esperamos que este informe sea de interés y utilidad para un amplio número de lectores.

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 | www.uic.es/merit

RESULTADOS TEMPORADA 2012/13

Informe MERIT de valor mediático en el Fútbol (2012/13)

La Universitat Internacional de Catalunya ha dado a conocer algunos 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 los meses; análisis desagregado por países; cuota mediática de la principal estrella dentro del equipo, etc.

Índice de contenidos

1. Ranking MERIT de jugadores y clubes (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 con mayor progresión mediática
6. Ranking MERIT del valor mediático de los entrenadores

PRINCIPALES RESULTADOS

Principales resultados del **informe MERIT de valor mediático en el fútbol mundial** (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-20 mundial
5. Falcao, jugador que experimenta mayor incremento de puntos en el último año
6. La Premier League desbanca a la Liga BBVA como la más mediática del mundo
7. La Ligue 1 francesa empieza a coger peso mediático gracias al PSG
8. Atlético de Madrid, Tottenham Hotspur y FC Barcelona, equipos que más dependencia mediática tienen respecto de su estrella principal.
9. Mourinho, entrenador más mediático del mundo

1. Ranking MERIT de jugadores y clubes (Temporada 2012/13)

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).

Así por ejemplo, Messi tuvo en la temporada 2012/13 una presencia en los medios de comunicación 33,72 veces superior a la del jugador de referencia, mientras que Cristiano Ronaldo multiplica ese valor de referencia por 30,75. Entre el astro argentino y Ronaldo se ha recortado la distancia, que ahora es de tan sólo 3 puntos (en comparación con hace un año, que era de casi 8 puntos). Aun así, estos dos líderes mantienen abierta una gran brecha respecto al resto de jugadores.

Rank	Jugador (2012/13)	Equipo	MERIT índice Valor Mediático
1	Lionel Messi	FC Barcelona	33,72
2	Cristiano Ronaldo	Real Madrid	30,75
3	Falcao	Atlético de Madrid	17,82
4	Wayne Rooney	Manchester United	17,48
5	Robin van Persie	Manchester United	16,85
6	Iker Casillas	Real Madrid	16,78
7	Robert Lewandowski	Borussia Dortmund	13,66
8	Neymar	Santos FC	13,27
9	Mario Balotelli	AC Milan	12,44
10	Fernando Torres	Chelsea	12,25
11	Arjen Robben	FC Bayern Munich	12,15
12	Andrés Iniesta	FC Barcelona	11,96
13	Édinson Cavani	SSC Napoli	11,68
14	Zlatan Ibrahimovic	Paris Saint-Germain	11,16
15	David Villa	FC Barcelona	10,94
16	Franck Ribéry	FC Bayern Munich	10,56
17	Luis Suárez	Liverpool	10,48
18	Gareth Bale	Tottenham	10,34
19	Manuel Neuer	FC Bayern Munich	9,90
20	Sergio Ramos	Real Madrid	9,76
21	Frank Lampard	Chelsea	9,71
22	Mario Götze	Borussia Dortmund	9,68
23	Juan Mata	Chelsea	9,49
24	David Silva	Manchester City	9,20
25	Gonzalo Higuaín	Real Madrid	8,89
26	Steven Gerrard	Liverpool	8,43
27	Thomas Müller	FC Bayern Munich	8,37
28	Eden Hazard	Chelsea	8,33
29	Ángel Di María	Real Madrid	8,33
30	Karim Benzema	Real Madrid	8,30
31	Javi Martínez	FC Bayern Munich	8,22
32	Mesut Özil	Real Madrid	8,01

33	Bastian Schweinsteiger	FC Bayern Munich	8,01
34	Gerard Piqué	FC Barcelona	7,16
35	Xavi	FC Barcelona	6,94
36	Oscar	Chelsea	6,79
37	David Luiz	Chelsea	6,78
38	Lukas Podolski	Arsenal	6,73
39	Wesley Sneijder	Inter Milan	6,69
40	Kun Agüero	Manchester City	6,61
41	Luka Modric	Real Madrid	6,45
42	Mario Gomez	FC Bayern Munich	6,44
43	Gianluigi Buffon	Juventus	6,36
44	Olivier Giroud	Arsenal	6,34
45	Philipp Lahm	FC Bayern Munich	6,19
46	Roberto Soldado	Valencia	6,11
47	Xabi Alonso	Real Madrid	5,98
48	Branislav Ivanovic	Chelsea	5,97
49	Wesley Sneidjer	Galatasaray SK	5,96
50	Rio Ferdinand	Manchester United	5,96

Fuente: MERIT social value - Data collection

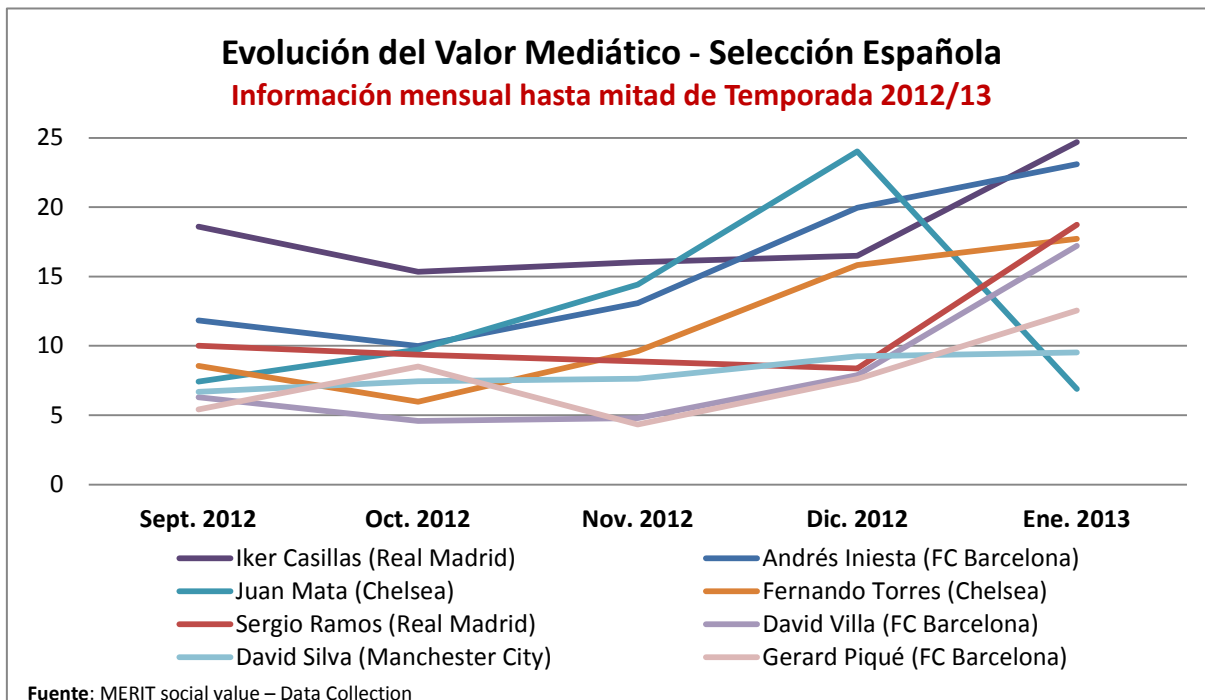
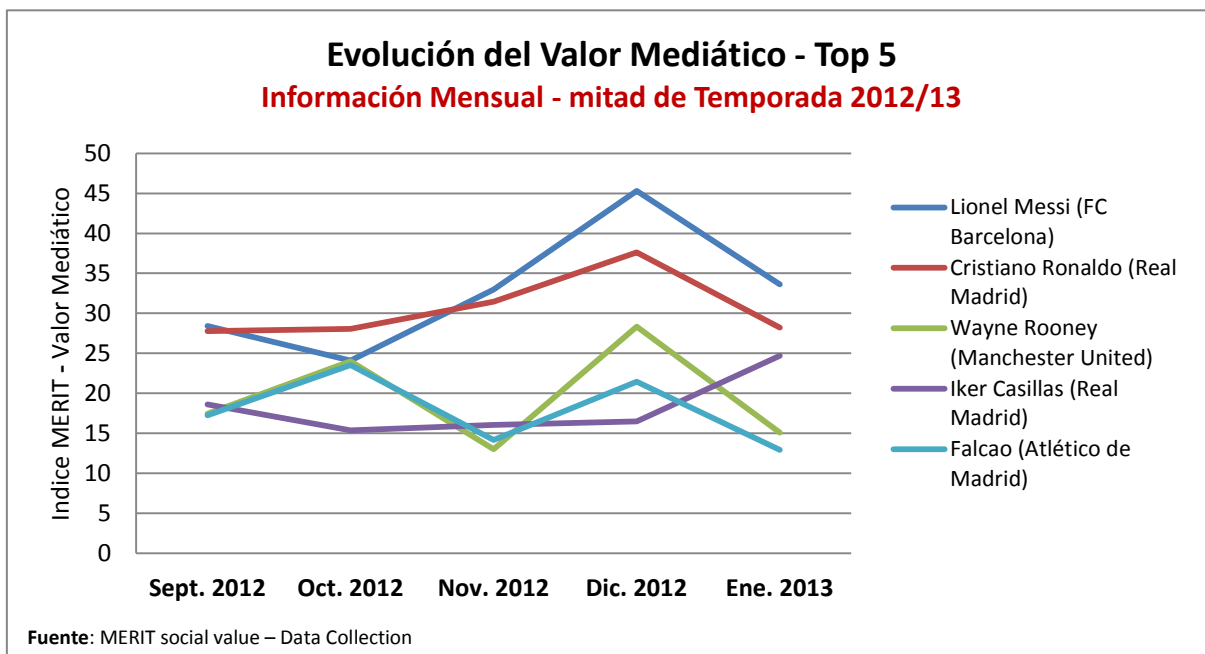
En el ranking de equipos, el Real Madrid se sitúa primero con 134,7 puntos, superando al Barça (109,7), que había estado durante años al frente de esta clasificación. El tercer lugar lo ocupa el FC Bayer Munich, con 93,2 puntos. El equipo alemán se ha aproximado al Barça, gracias sin duda a su gran temporada. El valor mediático de los equipos se obtiene como resultado de sumar el índice de valor mediático individual, tomando en consideración a los 15 jugadores más mediáticos de la plantilla.

Rank	Equipo (2012/13)	Liga	MERIT índice Valor Mediático
1	Real Madrid	Liga BBVA	134,73
2	FC Barcelona	Liga BBVA	109,74
3	FC Bayern Munich	Bundesliga	93,19
4	Chelsea FC	Premier League	91,08
5	Manchester United	Premier League	86,90
6	Borussia Dortmund	Bundesliga	62,94
7	Juventus FC	Serie A	57,56
8	Arsenal FC	Premier League	49,51
9	Manchester City	Premier League	48,35
10	Paris Saint-Germain	Ligue One	47,19
11	SSC Napoli	Serie A	46,61
12	Atletico de Madrid	Liga BBVA	44,57
13	Liverpool	Premier League	44,06
14	Tottenham	Premier League	41,93
15	Inter de Milan	Serie A	36,69
16	Milan AC	Serie A	36,49
17	Roma	Serie A	33,70
18	Valencia	Liga BBVA	27,11
19	Lazio	Serie A	23,86
20	Benfica	Super Liga Portuguesa	20,36

Fuente: MERIT social value - Data collection

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.

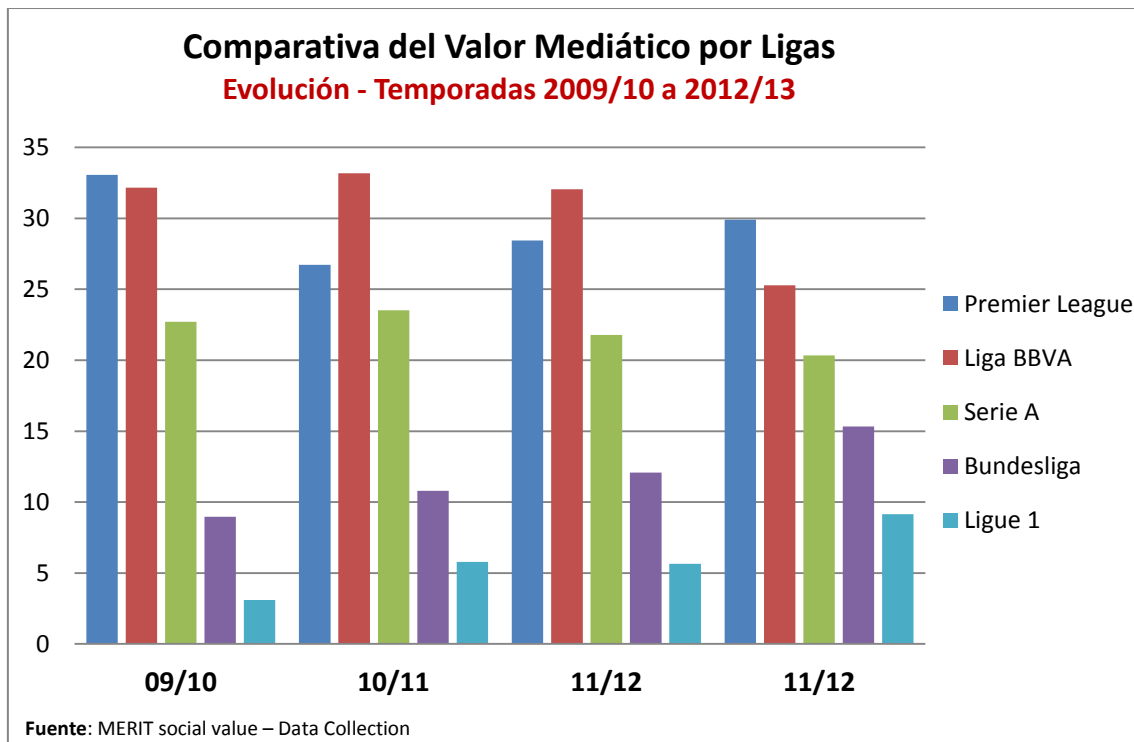


Las oscilaciones responden a los hitos que jalonan la temporada, como el debate previo a la entrega del “balón de oro”, la suplencia y posterior lesión de Casillas, etc.

3. Posición mediática comparativa de las principales ligas de Europa

La Premier League arrebató la hegemonía que tenía la Liga BBVA

La temporada 2012-13 nos ha deparado el cambio de liderazgo mediático entre las ligas domésticas. Durante algo más de 2 años después de que el fútbol español hubiera ganado el Mundial 2010, la Liga española se situaba mediáticamente por encima incluso de la Premier League. Sin embargo, en esta última temporada, la Barclays Premier League ha desbancado a la Liga española para recuperar el trono de campeonato doméstico más mediático del mundo.

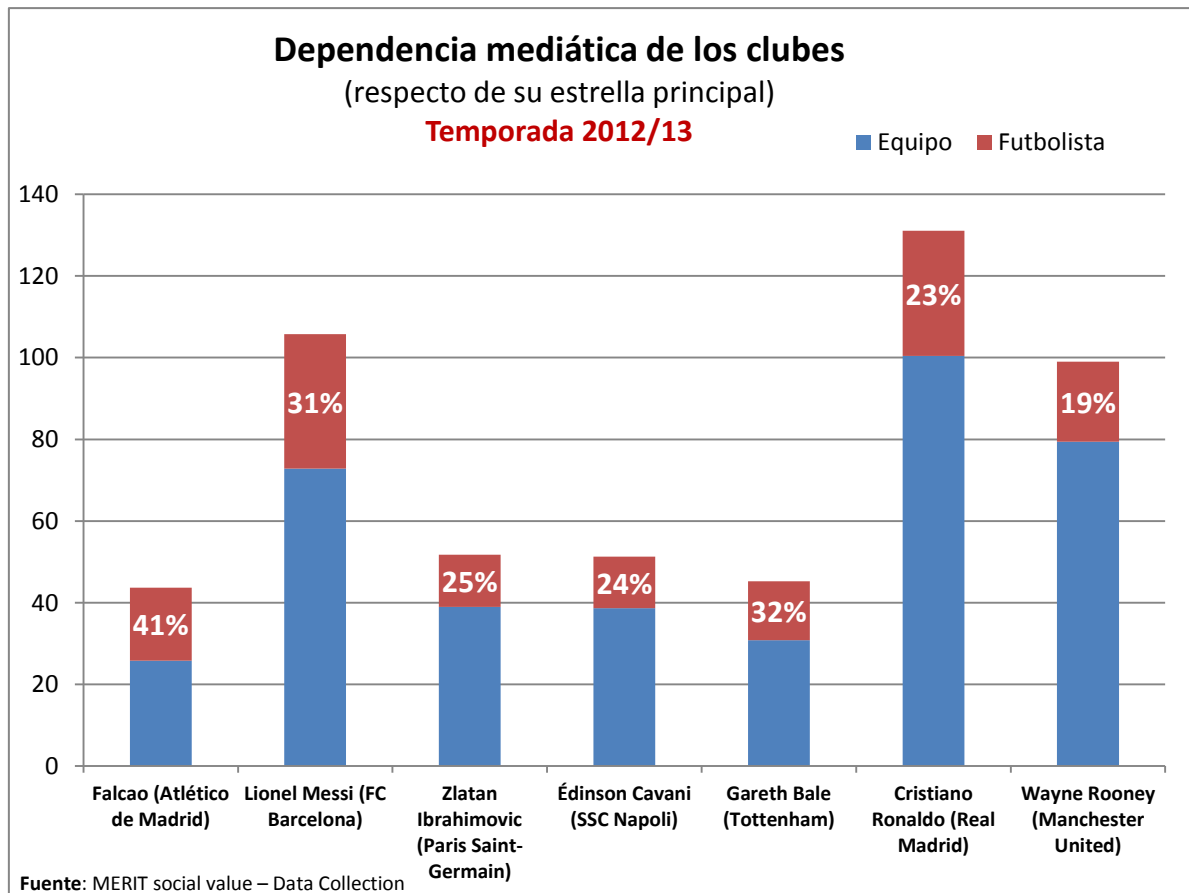


La Serie A italiana y la Bundesliga mantienen su posicionamiento, tercero y cuarto respectivamente. Por su parte, la Ligue 1 francesa cobra peso gracias sobre todo al fuerte protagonismo que ha logrado el PSG con sus nuevos fichajes: Ibrahimovic, Thiago Silva, Lucas Moura, Pastore, Beckham, etc.

4. Grado de dependencia mediática respecto de la estrella principal

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

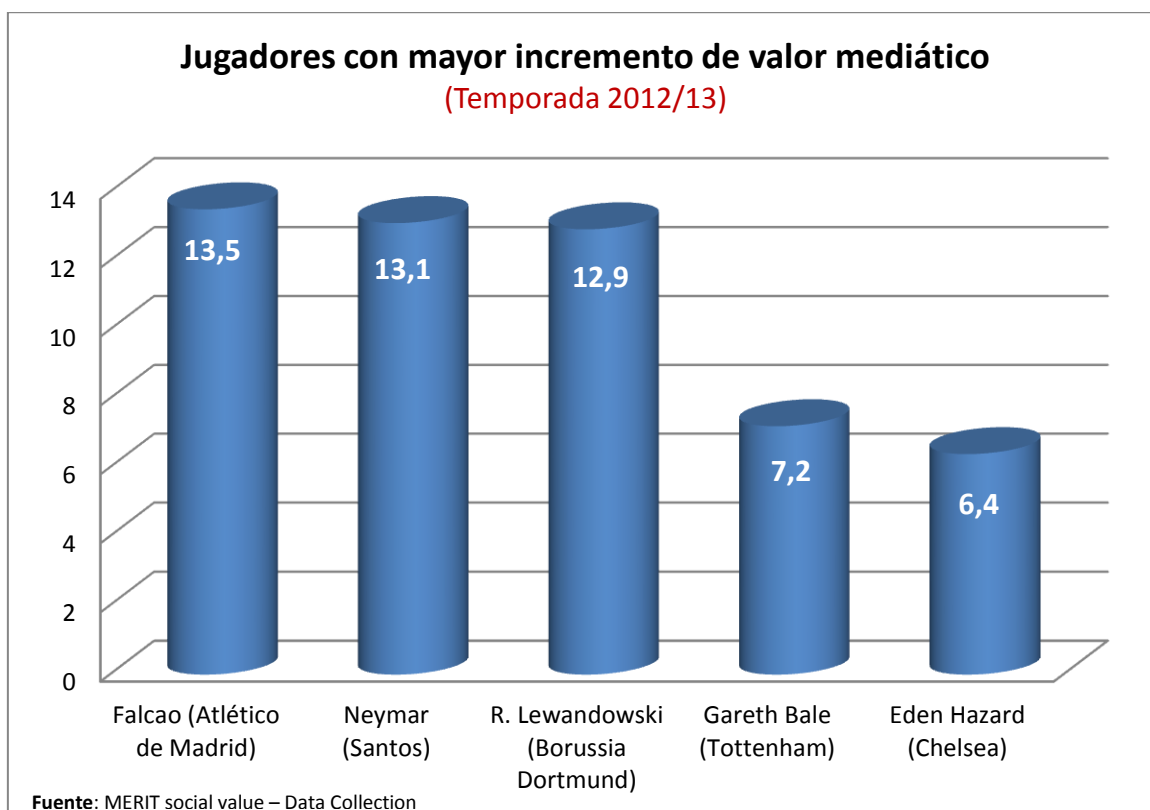
La siguiente gráfica ilustra la cuota mediática (en porcentaje) que representa la estrella principal dentro de su equipo. En muchos casos, ese peso relativo se mueve en torno al 25% del valor mediático global del club. Sin embargo, en algunos casos, el grado de dependencia mediática es muy superior.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



Es decir, durante la temporada 2012/13, el Atlético de Madrid parece ser el equipo con mayor grado de dependencia mediática respecto de un solo jugador: Falcao, con un 41% de peso relativo dentro del club. También el Tottenham Hotspur y el FC Barcelona parecen haber sido muy dependientes de su icono mediático principal: Bale y Messi, respectivamente. Por otra parte, el Real Madrid acumula el mayor número de referentes mediáticos con un peso significativo en diferentes mercados y países.

5. Jugadores con mayor progresión mediática

Comparando la temporada 2012-13 (promedio de septiembre a junio) con el mismo dato del año anterior, destaca Radomel 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.



Resulta interesante observar que varios jugadores de los que presentan mayor aumento, han cambiado de equipo o han sonado como fichajes estrella de cara a la temporada 2013/14. Así, por ejemplo: Falcao (del Atlético de Madrid al Mónaco), Neymar (del Santos al FC Barcelona), Lewandowski (Borussia Dortmund), y Bale (Tottenham Hostpur).

6. Ranking MERIT del valor mediático de entrenadores

Como suele suceder, el valor mediático de los entrenadores durante la temporada 2012/13 es reflejo del estatus mediático de los correspondientes clubes: Mourinho (Real Madrid) detenta el primer lugar, seguido de Tito Vilanova (FC Barcelona) y Sir Alex Ferguson (Manchester United).

Rank	Coach Season 2012/13	Team	Media Value
1	José Mourinho	Real Madrid	19,46
2	Tito Vilanova	FC Barcelona	12,66
3	Alex Ferguson	Manchester United	12,46
4	Rafa Benitez	Chelsea	12,24
5	Pep Guardiola	Sin Equipo	12,13
6	Arsène Wenger	Arsenal	9,38
7	Roberto Mancini	Manchester City	7,43
8	Jupp Heynckes	Bayern Munich	7,19
9	Carlo Ancelotti	PSG	6,21
10	Brendan Rodgers	Liverpool	5,90
11	Jürgen Klopp	Borussia Dortmund	5,70
12	Diego Simeone	Atlético de Madrid	5,28
13	André Villas-Boas	Tottenham	4,84
14	Antonio Conte	Juventus	4,25
15	Manuel Pellegrini	Málaga	3,86
16	Vicente del Bosque	España	2,85
17	Unai Emery	Sevilla	2,76
18	Michael Laudrup	Swansea	2,69
19	David Moyes	Everton	2,65
20	Massimiliano Allegri	Milan	2,65

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, la metodología MERIT obtiene buenos resultados. 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

Javier Reguart Abelló

Proyectos - MERIT social value
jreguart@meritsocialvalue.com