

# Informe MERIT de Valor Mediático en el Fútbol Mundial

Temporada 2014/15

*Resumen de los principales resultados*

Autores:

**Pedro García del Barrio**

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

**Bruno Montoro Ferreiro**

Analista de MERIT social value

**Asier López de Foronda López**

Universitat Internacional de Catalunya (UIC Barcelona)

Con la colaboración de:

**Josep Maria Espina Serra** (UIC Barcelona)

**Arnau Raventós Gascón** (UIC Barcelona)

**Ignacio Fernández Ponsin** (UIC Barcelona)



## Presentación

MERIT (*Methodology for the Evaluation and Rating of Intangible Talent*) forma parte de un proyecto académico con amplias aplicaciones en el área de los negocios y de la gestión empresarial. Esta metodología se ha demostrado útil para medir el valor económico del talento intangible en el deporte y otros ámbitos de la industria del entretenimiento.

Para las estimaciones y elaboración de los correspondientes rankings se tienen en cuenta dos elementos: el valor mediático (atención que prestan los medios de comunicación) y la popularidad (grado de interés suscitado entre los aficionados y el público en general). El primer elemento se calcula 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.

Los cálculos se pueden hacer en momentos puntuales de la temporada, o acumulando las noticias generadas en un periodo determinado: semanas, meses, años, etc. Además, la homogeneidad de las mediciones permite comparar el estatus mediático de individuos, equipos, instituciones, etc.

Junto a mediciones y rankings, nuestras bases de datos permiten efectuar análisis de problemas económicos y de negocio muy variados: estimación del precio de traspaso de jugadores; cálculo del valor de marca de individuos, equipos y ligas; valoración del retorno económico de alianzas entre patrocinadores; contratos de imagen de deportistas y equipos; y un largo etcétera. La utilidad de estos rankings y mediciones es clara, dado el número creciente de empresas basan su negocio en la explotación de la repercusión mediática como fuente de ingresos potenciales. En el ámbito del Fútbol, MERIT puede abordar cuestiones como:

- Ranking y evolución mediática de jugadores, equipos y ligas.
- Estimación del precio correcto (*fair value*) de contratación de los jugadores.
- Revalorización de jugadores experimentados y de jóvenes promesas.
- Análisis regional del ranking mediático en el Fútbol: jugadores y equipos.
- Perfil de imagen y radiografía mediática de jugadores y equipos.
- Marca individual de jugadores y evaluación de alianzas estratégicas con clubes.
- Medición de la visibilidad del patrocinio deportivo, etc.

El enfoque adoptado por MERIT permite llegar adonde otros no alcanzan. A menudo lo crucial no es disponer de más información sino contar con la metodología y capacidad de análisis adecuada. Nuestro equipo cuenta con analistas que aplican una metodología contrastada en foros académicos, proporcionando conclusiones valiosas para la toma de decisiones en el deporte profesional.

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 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)



# Informe MERIT de valor mediático en el Fútbol

Temporada 2014/15

## Presentación

A continuación ofrecemos los resultados del informe MERIT de valor mediático del Fútbol de la temporada 2014/15. Aplicando una metodología propia, el equipo de analistas de la Universitat Internacional de Catalunya (UIC Barcelona) calcula y divulga el ranking MERIT de valor mediático de jugadores y equipos. Además, en este informe se incluyen otros análisis, como la evolución en el tiempo de los principales jugadores, la cuota mediática de la principal estrella dentro del equipo, la jerarquía de las ligas domésticas, etc.

## Índice de contenidos

1. Ranking MERIT de valor mediático de jugadores y clubes (2014/15).
2. Ranking MERIT del valor mediático de los entrenadores (2014/15).
3. Posición mediática comparativa de las 5 principales ligas domésticas en Europa.
4. Peso que representa la estrella mediática principal y el entrenador dentro de cada club.
5. Evolución mediática en 2014/15 y comparativa anual de 5 temporadas.
6. Variación mediática del Top 30 de jugadores entre 2014/15 y la temporada anterior.

## PRINCIPALES RESULTADOS

A continuación, sintetizamos algunos de los principales titulares del **Informe MERIT de Valor Mediático en el Fútbol Mundial** (Temporada 2014/15):

- Messi se alza con el primer puesto en el ranking. Mejora así la segunda posición que ocupaba la pasada temporada, adelantando a Ronaldo, que ocupa ahora el segundo lugar.
- El Real Madrid se afianza como líder destacado en la clasificación mediática por equipos. Sus perseguidores más próximos son el FC Barcelona, el Manchester United y el Chelsea.
- Pérdida de talento en la liga BBVA: disminuye de ocho a seis la presencia de jugadores de la liga española que se encuentran en el Top 10 Mundial de valor mediático.
- El FC Barcelona y el Sevilla FC, ganadores de la UEFA Champions League y la UEFA Europa League respectivamente, contribuyen a afianzar la primacía mediática de la Liga BBVA.
- James, tras un año magnífico con su selección y club, despunta como el jugador con mayor ascenso mediático.
- Alexis destaca por el grado de concentración mediática que representa dentro del Arsenal.
- Mourinho lidera el ranking de entrenadores, repitiendo puesto de la temporada anterior.



## 1. Ranking MERIT de valor mediático de futbolistas y clubes (2014/15)

*Messi lidera el ranking MERIT en 2014/15, mientras que Ronaldo desciende al segundo lugar. La brillante temporada de Hazard o James les convierte en referentes mediáticos globales.*

La siguiente tabla muestra los resultados del ranking MERIT de valor mediático de los principales jugadores del fútbol mundial para la temporada 2014/15.

Rank 2014/15	Jugador	Equipo	Índice MERIT Valor Mediático
1	Lionel Messi	FC Barcelona	52,78
2	Cristiano Ronaldo	Real Madrid	49,92
3	Wayne Rooney	Manchester United	36,94
4	James Rodríguez	Real Madrid	33,99
5	Luis Suárez	FC Barcelona	29,94
6	Neymar	FC Barcelona	26,50
7	Gareth Bale	Real Madrid	22,13
8	Alexis Sánchez	Arsenal FC/FC Barcelona	21,03
9	Diego Costa	Chelsea FC / Atletico Madrid	17,79
10	Kun Agüero	Manchester City	17,61
11	Radamel Falcao	Man United / Monaco	16,37
12	Cesc Fàbregas	Chelsea FC	16,27
13	Eden Hazard	Chelsea FC	15,75
14	Robin van Persie	Manchester United	14,95
15	David Silva	Manchester City	14,83
16	David de Gea	Manchester United	14,83
17	Steven Gerrard	Liverpool FC	13,60
18	Mesut Özil	Arsenal FC	13,18
19	Manuel Neuer	Bayern Munich	10,78
20	Iker Casillas	Real Madrid	10,58
21	Yaya Touré	Manchester City	10,33
22	Mario Balotelli	Liverpool FC	10,28
23	Sergio Ramos	Real Madrid	10,00
24	Dani Alves	FC Barcelona	9,65
25	Paul Pogba	Juventus FC	8,95
26	Marcelo	Real Madrid	8,84
27	Pepe	Real Madrid	8,59
28	Gerard Piqué	FC Barcelona	8,57
29	Andrés Iniesta	FC Barcelona	8,29
30	Karim Benzema	Real Madrid	7,93
31	Xavi Hernández	FC Barcelona	7,17
32	Carlos Tévez	Juventus FC	6,58
33	Didier Drogba	Chelsea FC / Galatasaray	6,48
34	Zlatan Ibrahimovic	Paris Saint-Germain	5,92
35	Ángel di María	Man United / Real Madrid	5,49
36	Francesco Totti	AS Roma	4,64
37	Petr Cech	Chelsea FC	4,63
38	Juan Mata	Manchester United	4,30
39	Frank Lampard	Manchester City	4,30
40	Andrea Pirlo	Juventus FC	4,16
41	Arjen Robben	Bayern Munich	3,98
42	Toni Kroos	Real Madrid / Bayern Munich	3,93
43	Franck Ribéry	Bayern Munich	3,58
44	Thiago Silva	Paris Saint-Germain	3,41
45	Arturo Vidal	Juventus FC	3,39
46	Thibaut Courtois	Chelsea FC	3,36
47	Marco Reus	Borussia Dortmund	3,18
48	Raheem Sterling	Liverpool FC	3,13
49	Luka Modric	Real Madrid	3,10
50	Arda Turan	Atlético Madrid	3,09

Fuente: MERIT social value - Data collection

Los valores del índice MERIT están expresados respecto del promedio de los 2.500 jugadores más mediáticos de nuestra base de más de 5.000 futbolistas. El índice individual se expresa como el factor por el que un individuo multiplica el número de noticias correspondientes al jugador normal o representativo (promedio) de la muestra.

De acuerdo con nuestros datos, Leo Messi disfrutó, durante la temporada 2014/15, de una presencia en los medios de comunicación 52,78 veces superior a la que obtuvo el jugador de referencia. El otro gigante mediático, Cristiano Ronaldo, multiplicó al jugador medio por 49,92. Esta última campaña, gracias también a la gran temporada del conjunto catalán, Messi ha logrado alzarse con el primero puesto.

En el Top-10 del ranking encontramos a tres jugadores del Real Madrid y a otros tres del FC Barcelona, haciendo de la liga BBVA la que más estrellas mediáticas acumula en el Top 10. Cabe destacar también la gran temporada que ha cuajado James, tanto en la selección como en su nuevo club, aupándole hasta el cuarto puesto. Por su parte, Suarez y Neymar se sitúan en quinto y sexto lugar respectivamente gracias a su sensacional temporada.

En cuanto a los resultados por equipos, el valor mediático de cada club se obtiene como la suma del índice de valor mediático individual (temporada 2014/15) de los 15 jugadores más mediáticos de la plantilla. La siguiente tabla posiciona a los principales equipos.

Rank 2014/15	Equipo	Liga	Índice MERIT de Valor Mediático
1	<b>Real Madrid</b>	Liga BBVA	<b>170,3</b>
2	<b>FC Barcelona</b>	Liga BBVA	<b>160,2</b>
3	<b>Manchester United</b>	Premier League	<b>105,2</b>
4	<b>Chelsea</b>	Premier League	<b>81,5</b>
5	<b>Manchester City</b>	Premier League	<b>61,8</b>
6	<b>Arsenal</b>	Premier League	<b>56,8</b>
7	<b>Liverpool</b>	Premier League	<b>44,3</b>
8	<b>Bayern Munich</b>	Bundesliga	<b>41,1</b>
9	<b>Juventus</b>	Serie A	<b>36,6</b>
10	<b>Paris Saint Germain</b>	Ligue One	<b>26,1</b>
11	<b>Atlético Madrid</b>	Liga BBVA	<b>20,5</b>
12	<b>Roma</b>	Serie A	<b>19,4</b>
13	<b>Napoli</b>	Serie A	<b>13,0</b>
14	<b>Tottenham</b>	Premier League	<b>12,8</b>
15	<b>Borussia Dortmund</b>	Bundesliga	<b>12,6</b>
16	<b>Fiorentina</b>	Serie A	<b>12,0</b>
17	<b>Everton</b>	Premier League	<b>11,8</b>
18	<b>Valencia</b>	Liga BBVA	<b>10,9</b>
19	<b>AC Milan</b>	Serie A	<b>10,7</b>
20	<b>Inter Milan</b>	Serie A	<b>10,7</b>

**Fuente:** MERIT social value - Data collection

El Real Madrid, una vez más, se sitúa en la primera posición de valor mediático mundial. A pesar de la fantástica temporada del FC Barcelona, los blancos mantienen la supremacía mundial, si bien la diferencia en el índice MERIT entre ambos se ha estrechado a 10 puntos, de los 50 puntos de distancia que tenían el año pasado. Esta variación se explica por el desigual rendimiento en lo relativo a resultados deportivos.

Por detrás de los dos gigantes del fútbol mundial encontramos al Manchester United y, más distanciados, a otros cuatro equipos ingleses. Luego aparecen los clubes más destacados de cada una de las otras grandes ligas domésticas europeas: Alemania, Italia y Francia.



## 2. Ranking MERIT del valor mediático de entrenadores (2014/15)

*Mourinho lidera el ranking, repitiendo el primer puesto que ya ocupaba la pasada temporada como entrenador con mayor valor mediático.*

La siguiente tabla reúne el Top-15 del ranking de entrenadores más mediáticos durante 2014/15. Los resultados que mostramos se desprenden de un análisis efectuado sobre más de 100 entrenadores a lo largo de toda la temporada.

En este análisis, los valores del índice MERIT de valor mediático se expresan también con respecto al mismo valor de referencia que se ha explicado para el ranking de jugadores.

Rank 2014/15	Entrenador	Equipo	Índice MERIT de Valor Mediático
1	<b>Jose Mourinho</b>	Chelsea	<b>28,05</b>
2	<b>Luis Enrique</b>	FC Barcelona	<b>23,75</b>
3	<b>Arsene Wenger</b>	Arsenal	<b>21,84</b>
4	<b>Louis van Gaal</b>	Manchester United	<b>21,25</b>
5	<b>Carlo Ancelotti</b>	Real Madrid	<b>20,20</b>
6	<b>Manuel Pellegrini</b>	Manchester City	<b>17,31</b>
7	<b>Brendan Rodgers</b>	Liverpool	<b>12,38</b>
8	<b>Pep Guardiola</b>	Bayern Munich	<b>10,64</b>
9	<b>Laurent Blanc</b>	Paris Saint Germain	<b>8,74</b>
10	<b>Diego Simeone</b>	Atletico Madrid	<b>6,83</b>
11	<b>Jurgen Klopp</b>	Borussia Dortmund	<b>6,46</b>
12	<b>Massimiliano Allegri</b>	Juventus	<b>5,55</b>
13	<b>Rafael Benitez</b>	Napoli	<b>4,79</b>
14	<b>Pochettino</b>	Tottenham	<b>2,54</b>
15	<b>Rudi Garcia</b>	Roma	<b>2,32</b>

Fuente: MERIT social value - Data collection

Como cabía esperar, el valor mediático de un entrenador en cuestión se ve grandemente influenciado por el estatus (deportivo y mediático) del equipo en el que éste desarrolla su trabajo. Naturalmente, puede haber algunas excepciones, pues algunos entrenadores tienen ya una marca individual consolidada, como fruto del reconocimiento a sus logros pasados. Es el caso de Jurgen Klopp, por ejemplo, incluso a pesar de la temporada mediocre de su equipo, que en todo caso es uno de los más destacados de Alemania. También otros entrenadores, como Van Gaal o Pep Guardiola, tras una temporada sin demasiadas sorpresas, ocupan posiciones altas gracias a su reputación y club al que pertenecen.

En cuanto a la cabeza del ranking, José Mourinho alcanza de nuevo el primer lugar tras una gran temporada en la Premier League, seguido de muy cerca por Luis Enrique. El entrenador del FC Barcelona, si bien no gozaba de tanto reconocimiento hasta fechas recientes, ha conseguido consolidarse como uno de los protagonistas mediáticos.

También es de reseñar que los entrenadores de equipos de la Premier League parecen beneficiarse de un plus de atención mediática por el simple hecho de estar desempeñando su trabajo en el fútbol inglés. Se trata de una evidencia consolidada en el tiempo, que presumiblemente se debe a la amplitud y diversidad de las tareas que generalmente se les encomiendan en el fútbol inglés.

### 3. Posición mediática comparativa de las 5 principales ligas domésticas

*En su pugna con la liga BBVA, la Premier League se vuelve a estar en la cabeza mediática mundial. Ambas competiciones abren brecha respecto a las otras principales ligas domésticas.*

La jerarquía mediática de cada competición doméstica se ha calculado mediante la suma del índice MERIT individual de los 400 futbolistas más relevantes de cada liga. (Si se efectúa un cálculo similar agrupando a 300 o 500 jugadores de cada liga, se obtienen resultados muy semejantes).

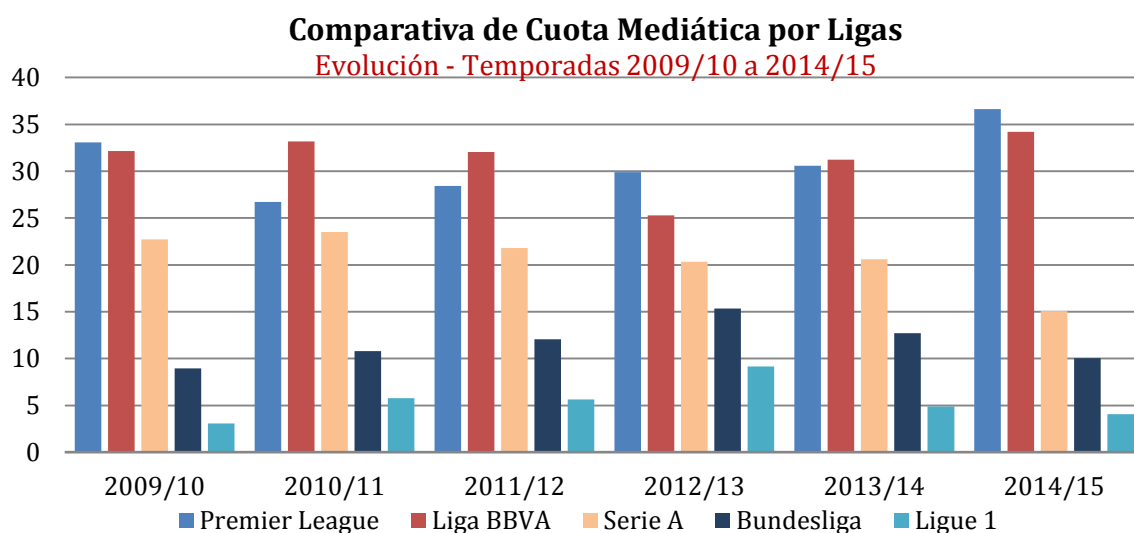
La siguiente tabla resume los resultados de este ejercicio, expresando el peso relativo en porcentaje respecto del total acumulado por las cinco grandes ligas europeas.

Ligas	(País)	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15
Premier League	(Inglaterra)	33,07	26,73	28,43	29,91	30,58	36,64
Liga BBVA	(España)	32,17	33,18	32,05	25,28	31,23	34,19
Serie A	(Italia)	22,72	23,51	21,79	20,33	20,59	15,07
Bundesliga	(Alemania)	8,95	10,79	12,08	15,33	12,70	10,04
Ligue 1	(Francia)	3,09	5,78	5,65	9,15	4,89	4,06
<b>TOTAL</b>		100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Fuente: MERIT social value – Data Collection

A la vista del ranking de jugadores y de equipos mostrado en la primera sección, era previsible que la Premier y la Liga BBVA se situaran a la cabeza. En el caso de la Premier League, 15 del Top 25 de jugadores y 7 del Top 20 de equipos corresponden a esa liga.

La siguiente gráfica muestra la misma información de manera más visual, permitiendo apreciar los cambios de primacía mediática operados a lo largo de los últimos años.



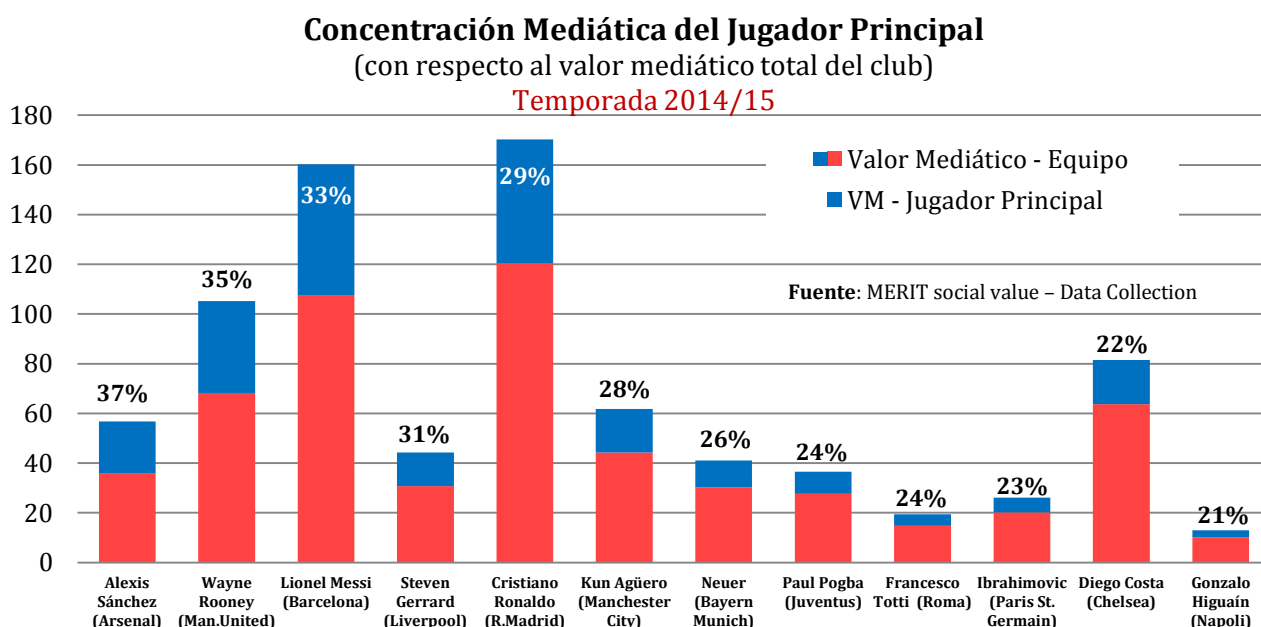
Un fenómeno que convendrá analizar con cuidado (calibrando el peso que hubiera podido tener el cambio metodológico mencionado) es la brecha mediática creciente que separa a las dos ligas líderes del resto. En todo caso, la evidencia sugiere que la liga BBVA no está sufriendo pérdida de interés por el supuesto desequilibrio competitivo que se le achaca.

#### 4. Peso que representa la estrella mediática principal y el entrenador dentro de cada club

*Alexis Sánchez (del Arsenal) destaca en cuanto a concentración mediática dentro de su club. Otras figuras a mencionar en este aspecto son Wayne Rooney y Leo Messi.*

En esta sección analizamos el grado de concentración del valor mediático individual que el principal jugador de cada equipo acumula respecto del valor mediático total de su equipo. Este indicador nos habla además de la dependencia mediática que un determinado club pueda tener respecto de su icono mediático principal.

Los resultados de este ejercicio se ofrecen en el siguiente gráfico. El área azul corresponde al índice MERIT individual del jugador, mientras que en rojo se indica el valor mediático agregado del resto del equipo. Así pues, la suma de ambas áreas indica la repercusión mediática global del club. Las cifras, en cambio, se dan en porcentaje, por lo que puede resultar que un jugador con menor nivel mediático (área azul más pequeña) se corresponda con una cuota mediática superior dentro del propio equipo; y viceversa.



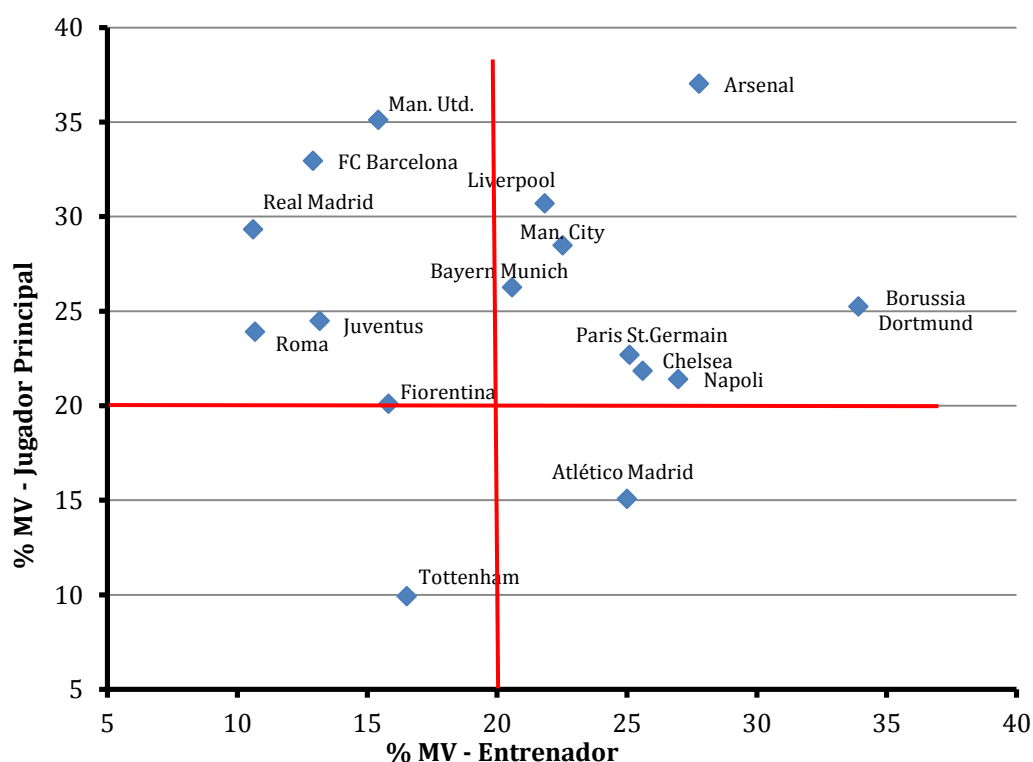
En la figura se recogen doce jugadores cuyo peso mediático representa más del 20% del valor mediático global del equipo al que pertenecen. Naturalmente, que un solo jugador concentre más de 1/5 de la atención colectiva hace legítimo que se le considere referente y protagonista principal del club.

En este apartado, cabe destacar al chileno Alexis Sánchez, que en la temporada 2014/15 significó el 37% de la atención mediática conjunta de todo el Arsenal. Le siguen otros gigantes mediáticos (Rooney, Messi y Ronaldo) junto al mítico jugador de Anfield Steven Gerrard. Un puesto sorprendente lo ocupa Diego Costa: el hispano-brasileño suma, pese a la gran cantidad de estrellas de su equipo, la mayor concentración del club londinense.

El análisis precedente puede complementarse con un cálculo similar aplicado al peso que representan los entrenadores dentro de cada equipo.

En la siguiente tabla, junto al valor mediático del club, se recogen ambos porcentajes –peso relativo del jugador principal y del entrenador– para los principales equipos. Después, en un gráfico de dispersión, se enfrenta el porcentaje de valor mediático que representa el entrenador (dentro del club) con el porcentaje del principal jugador (respecto de su club).

Equipo	Jugador Principal & Entrenador	MV equipo	% MV Entrenador	% MV Jugador Principal
Real Madrid	Ronaldo & Carlo Ancelotti	170,3	10,60	29,31
FC Barcelona	Lionel Messi & Luis Enrique	160,2	12,91	32,94
Manchester United	Rooney & Louis van Gaal	105,2	15,43	35,10
Chelsea	Diego Costa & Jose Mourinho	81,5	25,61	21,84
Manchester City	Kun Agüero & Manuel Pellegrini	61,8	22,53	28,48
Arsenal	Alexis Sánchez & Arsene Wenger	56,8	27,77	37,02
Liverpool	Steven Gerrard & Brendan Rodgers	44,3	21,84	30,69
Bayern Munich	Manuel Neuer & Pep Guardiola	41,1	20,58	26,25
Juventus	Paul Pogba & Massimiliano Allegri	36,6	20,18	24,47
Paris ST. Germain	Ibrahimovic & Laurent Blanc	26,1	25,10	22,69
Atlético Madrid	Arda Turan & Diego Simeone	20,5	25,00	15,06
Roma	Francesco Totti & Rudi Garcia	19,4	10,68	23,90
Napoli	Gonzalo Higuaín & Rafael Benitez	13,0	26,98	21,40
Tottenham	Christian Eriksen & Pochettino	12,8	16,52	9,91
Borussia Dortmund	Marco Reus & Jurgen Klopp	12,6	33,92	25,23
Fiorentina	Giuseppe Rossi & Montella	12,0	15,82	20,09



Puede apreciarse que son menos los clubes donde el entrenador goce de mayor visibilidad mediática que el jugador principal; muy significativa en este respecto es la posición de Simeone (Atlético de Madrid). Por su parte, el Borussia Dortmund y el Arsenal, destacan por el alto grado de dependencia tanto respecto del entrenador como del jugador principal. En cuanto a los grandes clubes europeos (Real Madrid, FC Barcelona, Manchester Utd., Juventus...) parecen caracterizarse por que su jugador mediático principal acapara más protagonismo que el entrenador. Un patrón destacable es que, en general, los entrenadores despiertan mayor interés en el fútbol inglés que en otros mercados domésticos.

## 5. Evolución mediática en 2014/15 y comparativa anual de 5 temporadas

*El escalafón de los futbolistas más destacados del mundo en los últimos cinco años estaría encabezado por Messi, seguido de Ronaldo, Rooney, van Persie y Neymar.*

En esta sección se identifican, a partir de bases de datos de MERIT (con un histórico de más de 5.000 individuos), a las figuras más relevantes del fútbol mundial en los últimos 5 años.

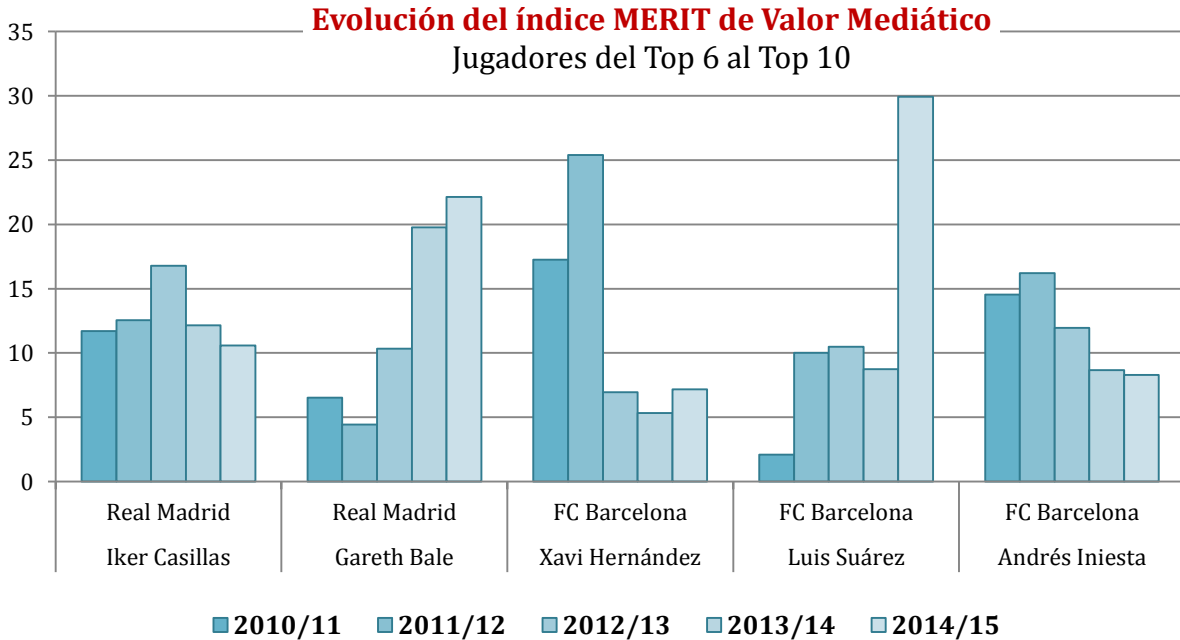
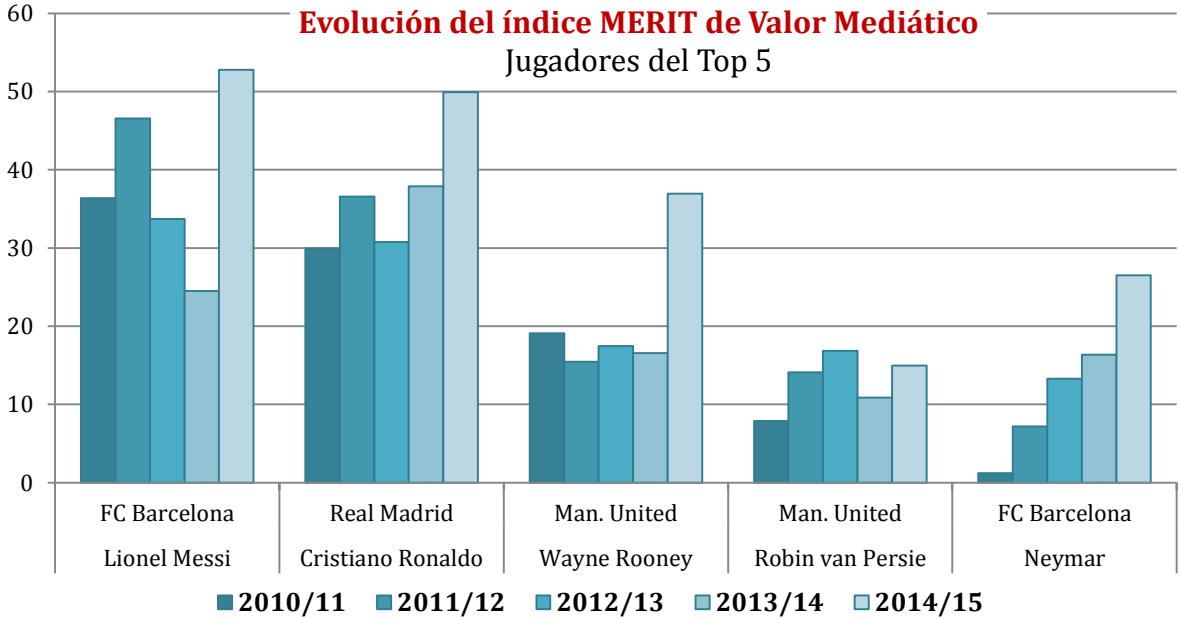
Rank	JUGADOR	Índice MERIT Promedio	Índice MERIT 2010/11	Índice MERIT 2011/12	Índice MERIT 2012/13	Índice MERIT 2013/14	Índice MERIT 2014/15
1	Lionel Messi	38,79	36,35	46,55	33,72	24,52	52,78
2	Cristiano Ronaldo	37,01	29,94	36,57	30,75	37,89	49,92
3	Wayne Rooney	21,11	19,09	15,47	17,48	16,57	36,94
4	Robin van Persie	12,94	7,90	14,12	16,85	10,88	14,95
5	Neymar	12,90	1,20	7,19	13,27	16,36	26,50
6	Iker Casillas	12,75	11,70	12,55	16,78	12,14	10,58
7	Gareth Bale	12,64	6,53	4,44	10,34	19,77	22,13
8	Xavi Hernández	12,42	17,27	25,39	6,94	5,33	7,17
9	Luis Suárez	12,25	2,10	10,00	10,48	8,73	29,94
10	Andrés Iniesta	11,93	14,54	16,20	11,96	8,66	8,29
11	Benzema	11,57	14,66	14,65	8,30	12,29	7,93
12	Ibrahimovic	11,28	15,85	16,92	11,16	6,55	5,92
13	Radamel Falcao	10,59	3,10	7,28	17,82	8,37	16,37
14	Mario Balotelli	10,58	6,13	12,02	12,44	12,02	10,28
15	Sergio Ramos	10,34	7,04	9,27	9,71	15,66	10,00
16	Mesut Özil	10,12	10,05	9,15	8,01	10,18	13,18
17	Cesc Fàbregas	9,29	8,99	11,43	4,75	4,99	16,27
18	Alexis Sánchez	9,18	4,92	11,00	4,16	4,78	21,03
19	Steven Gerrard	8,86	5,75	7,63	8,43	8,87	13,60
20	Gerard Piqué	8,67	10,17	11,16	7,16	6,31	8,57
21	Manuel Neuer	8,53	4,43	5,83	9,90	11,73	10,78
22	Arjen Robben	8,29	7,44	9,35	12,15	8,54	3,98
23	Kun Agüero	8,27	5,96	5,08	6,61	6,07	17,61
24	Dani Alves	8,04	9,43	10,76	4,25	6,12	9,65
25	James Rodríguez	7,84	1,50	1,09	1,18	1,45	33,99
26	Marcelo	7,77	6,53	10,97	5,23	7,30	8,84
27	Franck Ribéry	7,76	7,73	7,50	10,56	9,43	3,58
28	Diego Costa	7,64	0,26	1,03	3,80	15,33	17,79
29	David Silva	7,64	2,94	4,77	9,20	6,44	14,83
30	Eden Hazard	7,32	2,09	3,13	8,33	7,31	15,75
31	Pepe	7,11	4,52	8,72	5,63	8,07	8,59
32	Juan Mata	7,09	3,63	8,37	9,49	3,22	4,30
33	Didier Drogba	6,98	9,88	10,21	2,65	5,65	6,48
34	Frank Lampard	6,80	7,05	8,23	9,76	4,65	4,30
35	Ángel di María	6,62	3,99	6,39	8,33	8,91	5,49
36	Carlos Tévez	6,60	9,44	5,36	4,99	6,62	6,58
37	Francesco Totti	6,55	10,91	6,66	5,59	4,96	4,64
38	Paul Pogba	6,49	-	-	4,22	6,30	8,95
39	David de Gea	5,98	2,03	5,86	2,09	5,10	14,83
40	Wesley Sneijder	5,90	9,66	7,21	6,69	2,17	3,75
41	Andrea Pirlo	5,14	4,76	6,42	5,27	5,09	4,16
42	Yaya Touré	4,66	2,08	2,75	3,28	4,87	10,33
43	Thiago Silva	4,18	4,51	5,33	4,39	3,26	3,41
44	Luka Modric	4,16	3,08	2,47	6,45	5,72	3,10
45	Petr Cech	3,94	3,55	4,35	4,87	2,32	4,63
46	Javi Martínez	3,92	3,25	3,36	8,22	1,26	3,51
47	Arturo Vidal	3,81	1,80	3,23	5,60	5,03	3,39
48	Toni Kroos	3,41	0,91	4,43	3,47	4,33	3,93
49	Marco Reus	3,33	1,02	3,54	5,61	3,31	3,18
50	Thibaut Courtois	3,10	-	2,29	1,86	4,90	3,36

Fuente: MERIT social value - Data collection

La tabla anterior permite observar la evolución, a lo largo de varias temporadas, del índice MERIT de valor mediático de los Top 50 futbolistas. En la primera columna se muestra el promedio para las últimas 5 temporadas, que es el criterio que se ha seguido para ordenar el ranking. (Nótese que el índice MERIT, para la temporada 2014/15, ha sufrido ligeros cambios metodológicos que acrecientan las distancias entre los grandes protagonistas).

En todo caso, y siempre de acuerdo con nuestros datos, se concluye que los jugadores más regulares en los últimos años han sido los omnipresentes Lionel Messi y Cristiano Ronaldo. Por detrás, a cierta distancia, se encontrarían Rooney y van Persie; y, más distanciados, aparecen jugadores con gran proyección, como Neymar o Suarez. Otros jugadores también destacados han ido perdiendo protagonismo; es el caso de Drogba o de Lampard.

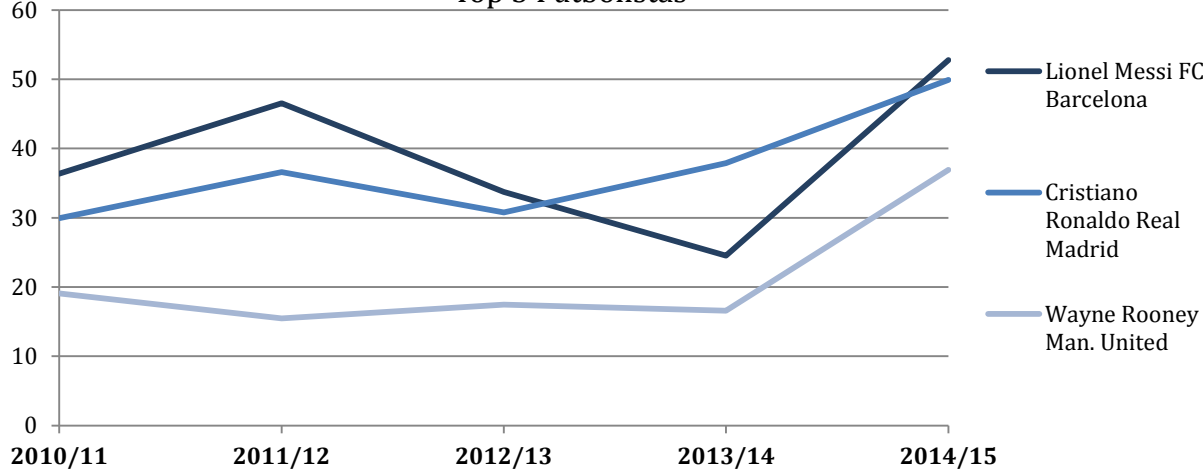
El mismo tipo de análisis se ilustra en las siguientes figuras, que facilitan la visualización de los resultados. En las gráficas se recoge el Top 10 mundial de los últimos cinco años.



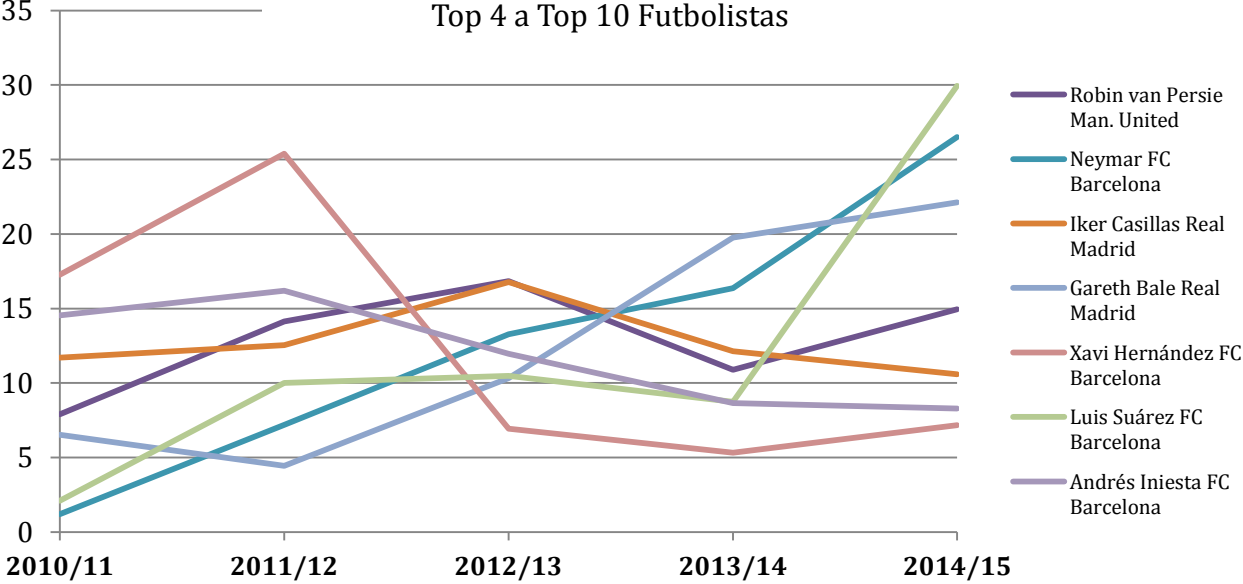
Puede verse que, en los últimos años, se evidencia una caída de protagonismo de jugadores de la talla de Xavi o Casillas. Así mismo, se aprecia una fuerte progresión mediática de Neymar y Bale, que está indudablemente relacionada con el hecho de haber fichado por el FC Barcelona y el Real Madrid, respectivamente.

Con el fin de destacar la evolución a lo largo de los años, las siguientes gráficas muestran los mismos resultados de una manera diferente. Las fluctuaciones que se observan pueden explicarse en buena medida por el cambio de rendimiento de los jugadores, que se traduce en logros individuales y colectivos, etc.

**Evolución del índice MERIT de Valor Mediático**  
Top 3 Futbolistas



**Evolución del índice MERIT de Valor Mediático**  
Top 4 a Top 10 Futbolistas



En el caso de Messi, que rindió peor de lo habitual en 2013, ha vuelto a despuntar tras una temporada sensacional. Una evolución inversa la protagoniza Xavi Hernández: campeón del mundial hace unos años, y habiendo estado en lo más alto (nominado incluso al balón de oro), ha visto recortado su protagonismo en las últimas campañas. Otros jugadores, como Andrés Iniesta, mantienen una visibilidad bastante estable a lo largo de estos años.

## 6. Variación mediática del Top 30 de jugadores entre 2014/15 y la temporada anterior

*James, Alexis y Suárez, jugadores con mayor explosión mediática en 2014/15*

La siguiente tabla tiene en cuenta a los 30 futbolistas más mediáticos del mundo en 2014/15, y compara el índice MERIT de esa temporada con el correspondiente valor de la temporada anterior. La variación se expresa de dos maneras: como variación en términos absolutos y como factor de incremento (este último sería el resultado de dividir el índice MERIT de una temporada por el de la anterior).

En la tabla, el ranking se ordena comenzando por los jugadores que han experimentado un mayor aumento en el factor de incremento mediático. En la parte baja de la tabla aparecen los jugadores que han visto disminuir su caché mediático, de manera que su factor de incremento resulta menor que uno.

Rank 2014/15	JUGADOR		Media Value 2014/15	Media Value 2013/14	Diferencia Absoluta	Factor de Incremento	
4	<b>James Rodríguez</b>	Real Madrid	34,0	1,4	32,5	23,5	▲
8	<b>Alexis Sánchez</b>	Arsenal FC	21,0	4,8	16,3	4,4	▲
5	<b>Luis Suárez</b>	FC Barcelona	29,9	8,7	21,2	3,4	▲
12	<b>Cesc Fàbregas</b>	Chelsea FC	16,3	5,0	11,3	3,3	▲
10	<b>Kun Agüero</b>	Manchester City	17,6	6,1	11,5	2,9	▲
15	<b>David Silva</b>	Manchester City	14,8	6,4	8,4	2,3	▲
3	<b>Wayne Rooney</b>	Manchester United	36,9	16,6	20,4	2,2	▲
1	<b>Lionel Messi</b>	FC Barcelona	52,8	24,5	28,3	2,2	▲
13	<b>Eden Hazard</b>	Chelsea FC	15,8	7,3	8,4	2,2	▲
21	<b>Yaya Touré</b>	Manchester City	10,3	4,9	5,5	2,1	▲
11	<b>Radamel Falcao</b>	Manchester United	16,4	8,4	8,0	2,0	▲
6	<b>Neymar</b>	FC Barcelona	26,5	16,4	10,1	1,6	▲
24	<b>Dani Alves</b>	FC Barcelona	9,7	6,1	3,5	1,6	▲
17	<b>Steven Gerrard</b>	Liverpool FC	13,6	8,9	4,7	1,5	▲
25	<b>Paul Pogba</b>	Juventus FC	9,0	6,3	2,7	1,4	▲
14	<b>Robin van Persie</b>	Manchester United	15,0	10,9	4,1	1,4	▲
28	<b>Gerard Piqué</b>	FC Barcelona	8,6	6,3	2,3	1,4	▲
2	<b>Cristiano Ronaldo</b>	Real Madrid	49,9	37,9	12,0	1,3	▲
18	<b>Mesut Özil</b>	Arsenal FC	13,2	10,2	3,0	1,3	▲
31	<b>Xavi Hernández</b>	FC Barcelona	7,2	5,3	1,8	1,3	▲
26	<b>Marcelo</b>	Real Madrid	8,8	7,3	1,5	1,2	▲
9	<b>Diego Costa</b>	Chelsea FC	17,8	15,3	2,5	1,2	▲
7	<b>Gareth Bale</b>	Real Madrid	22,1	19,8	2,4	1,1	▲
27	<b>Pepe</b>	Real Madrid	8,6	8,1	0,5	1,1	▲
29	<b>Andrés Iniesta</b>	FC Barcelona	8,3	8,7	-0,4	1,0	▼
19	<b>Manuel Neuer</b>	Bayern Munich	10,8	11,7	-1,0	0,9	▼
20	<b>Iker Casillas</b>	Real Madrid	10,6	12,1	-1,6	0,9	▼
22	<b>Mario Balotelli</b>	Liverpool FC	10,3	12,0	-1,7	0,9	▼
30	<b>Karim Benzema</b>	Real Madrid	7,9	12,3	-4,4	0,7	▼
23	<b>Sergio Ramos</b>	Real Madrid	10,0	15,7	-5,7	0,6	▼

Fuente: MERIT social value – Data Collection

Una mera inspección de la tabla nos permite sacar algunas conclusiones. James Rodríguez ha experimentado una explosión mediática sin precedentes, escalando hasta el cuarto puesto del ranking mundial. Otro jugador cuya progresión es reseñable es Alexis. El jugador chileno amplió su protagonismo tras su traspaso al Arsenal. En la zona baja de la tabla aparecen algunos jugadores que, habiendo disfrutando en el pasado de un elevado estatus mediático, vieron mermado su protagonismo en la temporada 2014/15.



## Cuestiones Técnicas sobre la Metodología

(Concentración mediática y efecto *winner-take-all*; notoriedad positiva y negativa; valor mediático y popularidad; otras clarificaciones y preguntas).

Este Anexo examina varios aspectos metodológicos que conviene tener presentes. **Primero** trata del denominado efecto *winner-take-all* o en castellano: “el campeón se lo lleva todo”.

Es este un fenómeno muy característico y paradigmático en muchas industrias del deporte profesional. En efecto, el deporte profesional (y concretamente el mercado de espectáculos futbolísticos) se caracteriza por la presencia del efecto *winner-take-all*. En estos casos, el hecho de ser ligeramente mejor que otros competidores se traduce en una retribución más que proporcional a su desempeño. Por ejemplo, en industrias como la del cine o la música, los líderes del mercado reciben salarios más que proporcionales respecto de su productividad. Esta idea fue destacada por varios economistas en los años 1990, que alertaron de la existencia de comportamientos inversores ineficientes en la carrera competitiva por hacerse con los mejores jugadores, aquellos que logran el estatus de astros del deporte.

Así, junto a talentos medios, el mercado de futbolistas está constituido por unos pocos jugadores de habilidades extraordinarias. Los factores exclusivos, que sólo unos pocos albergan en tan alto grado, les confiere el estatus de estrellas mediáticas y les permite beneficiarse del efecto *winner-take-all*. Un número relativamente amplio de clubes, no sólo de ámbito nacional, van a competir para hacerse con estos pocos jugadores, que disfrutarán así de gran poder de negociación.

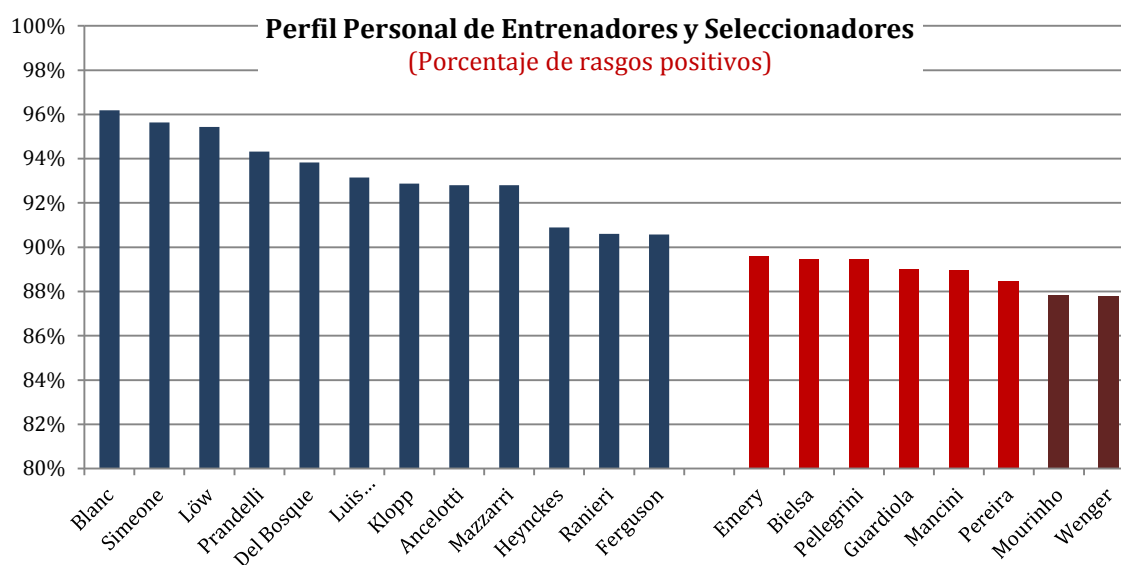
La relevancia de este rasgo es grande, por cuanto que permite extraer conclusiones generales a partir del análisis de un número relativamente reducido de individuos o clubes. De hecho, el resultado de los análisis que hemos llevado a cabo a largo de los años, permiten concluir que un 10% de los futbolistas acaparan la mitad (el 50%) de la visibilidad mediática global en la industria del fútbol, y algo parecido sucede en otros deportes. Igualmente, puede afirmarse que el 50% de los jugadores de fútbol son responsables del 90% del valor mediático generado en esta industria. De ahí que, a la hora de elaborar índices de valor mediático, sea más que legítimo expresar los cálculos respecto de los 2.500 jugadores más destacados (de los 5.000 de la base de datos inicial).

Un **segundo aspecto** metodológico que merece atención, y que ha sido objeto de discusión tanto con colegas economistas en congresos como con profesionales del deporte profesional, se refiere a la posibilidad de que la visibilidad mediática fuera sea principalmente negativa. La objeción es grande, si se considera que una de las aplicaciones de la metodología consiste en traducir el valor mediático en términos económicos. Esta preocupación, nos ha llevado a realizar análisis cualitativos detallados en varias ocasiones, para trazar una radiografía de percepción mediática de los protagonistas: futbolistas, entrenadores, pilotos de Fórmula 1, etc. Así por ejemplo, en la temporada 2009/10, realizamos una revisión de las noticias asociadas a los 40 jugadores más destacados del momento, distinguiendo entre rasgos positivos y negativos asociados a cada uno.

A título informativo, y sin ánimo de ser exhaustivos, destacar que la apreciación que el público y los medios de comunicación tienen de los grandes futbolistas es muy positiva en la inmensa mayoría de los casos. Jugadores como: Casillas, Raúl, Pato, Xavi, Ibrahimovic, Forlán, Ribery, Agüero, Messi, Henry, Iniesta, Kaká, Lampard... arrojaban cifras por encima del 93% de noticias positivas, si bien existía diferencias entre unos jugadores y otros. (Pero incluso en el caso de jugadores conflictivos, como Robinho y Rooney, la proporción de noticias positivas era de un 89%, frente al 11% de noticias de carácter negativo asociadas a ellos).

Es más, si examinamos otros colectivos presuntamente más vulnerables a la crítica –como el de los entrenadores y seleccionadores de la Figura A.1– concluimos que, en su mayoría, su presencia en los medios recibe una apreciación favorable, que en muchos casos ronda el 95%.

**Figura A.1. Percepción mediática personal: Entrenadores y Seleccionadores**



En definitiva, parece que la mencionada crítica metodológica, si bien es pertinente y no debe ser olvidada, resulta poco relevante en la práctica para la mayoría de los casos.

En **tercer y último** lugar, vamos a repasar algunas preguntas sobre aspectos técnicos de la metodología, con sus correspondientes respuestas. Lo haremos de modo telegráfico:

### 1. ¿Incluye sólo publicaciones online?

La información que analizamos en nuestros estudios abarca todo el material que circula por la red, incluyendo contenidos digitales de prensa escrita, radio y televisión, podcast, etc. Además, la metodología MERIT distingue entre dos elementos:

- El valor mediático: noticias y contenidos informativos de medios de comunicación en todo el mundo (sin limitarse a noticias online, pues se incluye a todo tipo de medios que vuelcan sus contenidos digitales en la web).
- La popularidad acumulada: evaluada según el número de páginas webs, blogs, menciones en redes sociales, etc., que hacen relación a un jugador o equipo.

### 2. ¿Analiza el número de artículos o el número de las menciones? Y en cuanto al examen de las noticias, ¿se tiene en cuenta si son positivas, negativas o neutras?

Contabilizamos el número de noticias diferentes que circulan en la red, pero que pueden haber sido replicadas por varias fuentes. En todo caso, este aspecto afecta sólo al cálculo de uno de nuestros indicadores, el de valor mediático (y no a la popularidad).

En cuanto al enfoque positivo o negativo de la información, ese sin duda el punto más delicado de la metodología. En varias ocasiones hemos llevado a cabo estudios cualitativos exhaustivos en este sentido. De estos análisis, se concluye que la proporción de noticias negativas suele ser mucho más

marginal de lo que generalmente se piensa, pues las personas con frecuencia tendemos a confundir las excepciones como regla.

En concreto, para el caso del fútbol, el porcentaje de noticias de carácter negativo en referencia a un jugador, entrenador, etc., es de en torno al 6%, llegando en los casos menos favorables al 12%. En otros deportes, como la Fórmula 1, la proporción es aún más baja: entre un 2 y 6%. En definitiva, salvo excepciones que exigirían un examen más detallado, la percepción de que disfrutaban los protagonistas del deporte suele ser muy favorable.

### **3. ¿Tiene en cuenta audiencias o pondera de algún modo el número de lectores, etc.?**

No. Las audiencias en los medios no se tienen en cuenta. La metodología MERIT no se centra en audiencias televisivas, ni se basa en el número de lectores de un medio concreto. Sin embargo, tal como corroboran ya numerosos estudios, el enfoque que adoptamos no es distorsionante respecto de la cuota mediática *comparativa*, que es lo relevante.

La metodología MERIT (basada en el estatus mediático comparativo de unos y otros protagonistas del espectáculo) se beneficia de la “ley de los grandes números” y produce en la práctica resultados fiables. Desde el punto de vista metodológico, a priori no hay ningún argumento para esperar que un cierto jugador vaya a aparecer EN PROPORCIÓN más frecuente en medios de comunicación con mucha difusión que otros jugadores.

Resulta crucial comprender que la solidez y homogeneidad de la metodología MERIT radica precisamente en que se basa en el posicionamiento comparativo. De ahí que se pueda desestimar el grado de difusión de un medio en concreto; opción que sería en cambio inadmisibile si el análisis pretendiera captar la visibilidad mediática en valor absoluto.

### **4. ¿Al hacer el análisis a nivel mundial, que idiomas abarca?**

Los idiomas que abarca esta metodología son en la práctica los más relevantes del mundo. A excepción del ruso y algún que otro idioma, los demás acostumbran a mencionar los nombres propios de jugadores y equipos en el nombre original en inglés. El chino y japonés, por ejemplo, los tenemos en cuenta, ya que los nombres de los pilotos, jugadores, clubes, entrenadores, etc., suelen respetarse y aparecer escritos también en alfabeto latino.

### **5. El valor mediático viene expresado en relación a la muestra de referencia de 5.000 deportistas. Entonces, ¿si cambia el conjunto en análisis, cambiará el índice MERIT?**

Correcto. El índice MERIT se expresa en relación al valor promedio de la muestra, y cada mes y año ese valor de referencia se ve modificado al variar los valores que alcanzan los individuos que pertenecen a la muestra seleccionada.

Los análisis se calculan a partir de una muestra representativa de unos 5.000 deportistas, lo cual que permite comparar homogéneamente cualquier jugador dentro de la muestra. Además, el hecho de usar el mismo valor de referencia para todos los deportes, hace que sea legítimo establecer comparaciones entre deportistas de distintas disciplinas: F1, tenis, golf, baloncesto, fútbol, etc. Por supuesto, en este último caso habría que ser cuidadosos y tener en cuenta las particularidades del calendario de las competiciones.

## **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

## **Personas de Contacto**

### **Javier Viñeta Manero**

Partner - MERIT social value  
javier.vineta@meritsocialvalue.com

### **Juan Carlos Ariso Salgado**

Partner - MERIT social value  
jcariso@meritsocialvalue.com

[www.meritsocialvalue.com](http://www.meritsocialvalue.com)