

Reputation Republik: Estudio de reputación del FC Barcelona

En los últimos años el F.C. Barcelona se ha visto involucrado en una serie de polémicas deportivas y extradeportivas que han impactado negativamente en la imagen del club. La salida de Lionel Messi supone un nuevo golpe reputacional. El club ha perdido credibilidad ante los aficionados a nivel global y tiene que hacer un esfuerzo por recuperar sus valores y mejorar la transparencia

Reputation Republik, consultora especializada en identidad pública, gobernanza y diplomacia corporativa, ha realizado un estudio para analizar el impacto reputacional del F.C. Barcelona, la marca deportiva personal de Leo Messi y la repercusión en la marca-ciudad de Barcelona. El estudio, elaborado por los expertos en comunicación estratégica y reputación, Pau Solanilla, Xavier Pires y José Pablo García, está basado en una encuesta internacional con participación de personas de 25 países para obtener una muestra relevante de las percepciones de socios, simpatizantes y público en general.

Asimismo, el análisis se complementó con la opinión cualificada de 10 expertos internacionales en diferentes áreas de la comunicación, marketing, reputación, imagen, política y economía, quienes brindaron su percepción del estado de la reputación de la institución, la estrella argentina y su impacto en la ciudad condal.

Principales conclusiones del estudio

Acorde con las diferentes dimensiones que conforman la percepción de la reputación, el estudio ha permitido identificar los siguientes insights:

- El F.C. Barcelona ha visto seriamente deteriorada su imagen en los últimos años por los diferentes casos deportivos y extradeportivos, perdiendo credibilidad ante los aficionados a nivel global. La salida de Leo Messi viene a sumarse a una serie de desaciertos deportivos y extradeportivos. El club tiene que renovar su promesa de valor para volver a brillar y ser uno de los mejores clubs del mundo alineándose con sus valores tradicionales.
- El F.C. Barcelona tiene que hacer un esfuerzo en mejorar en transparencia. Los escándalos vinculados a la anterior directiva siguen lastrando la reputación del club. Los diferentes públicos de interés demandan más transparencia a los actuales gestores del club.
- La percepción sobre la integridad del F.C. Barcelona está comprometida por los actos poco éticos en la gestión. Aunque está principalmente vinculado con la anterior junta directiva, se percibe claramente la necesidad de elaborar una estrategia de “reputation recovery” a nivel internacional.
- El F.C. Barcelona tiene una base sólida en la percepción de su contribución a la sociedad y al mundo del deporte, pero tiene que poner en valor sus valores tradicionales. El club mantiene una alta licencia social para operar reconocida en sus valores expresados en la expresión “Més que un club”. Los resultados muestran que los públicos de interés anhelan las prácticas y valores del club como de la proyección de la marca-ciudad Barcelona, Cataluña y la promoción del talento del fútbol base (La Masía).
- Lionel Messi goza de buena credibilidad. Su calidad y trayectoria en el campo están por encima de cualquier problema que suceda en los despachos. La opinión de la mayoría de los encuestados es que el astro argentino seguirá triunfando vaya donde vaya, y que su salida del club no afecta en su

reputación personal.

- La Liga española pierde valor a nivel internacional con la salida de Leo Messi (y anteriormente de Cristiano Ronaldo). Una Liga sin los mejores jugadores de fútbol del mundo es una pérdida irreparable para el prestigio de la competición.

Sobre Reputation Republik

Consultora internacional experta en Reputación, Identidad Pública, Gobernanza y Diplomacia Corporativa. Es especialista en la gestión de la reputación y la construcción de confianza, fortalecimiento del posicionamiento y en competencias conversacionales de las organizaciones para tejer relaciones sólidas y duraderas con sus diferentes stakeholders.

La firma cuenta con diferentes áreas de negocio enfocadas en la reputación, que van desde las relaciones públicas corporativas y financieras, gestión de crisis o la identidad digital. Cuenta con 12 oficinas distribuidas en 10 ciudades de España, Marruecos y América Latina, y el uso de las nuevas tecnologías y de la inteligencia colaborativa le permite contar con las capacidades instaladas de una Consultora Internacional, con la calidad y el trato personalizado al cliente de las Consultoras Boutique.

Descargar el estudio completo aquí

Descargar estudio completo

Reputación del F.C Barcelona: impacto en su imagen y credibilidad más allá de la salida de Leo Messi.

Datos de contacto:

Xavier Pirés

682015716

Nota de prensa publicada en: [Barcelona](#)

Categorías: [Nacional Fútbol Comunicación Marketing E-Commerce](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>