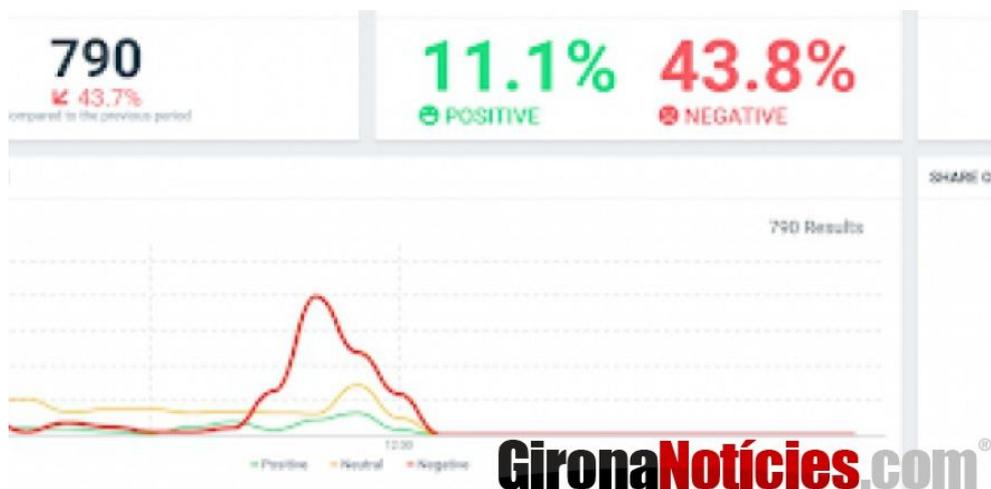


¿Cómo ha variado la reputación online de Florentino Pérez tras el fracaso de la Superliga?

Noticias 24hs | 07-05-2021 | 18:17



El proyecto de la Superliga Europea fue toda una sorpresa para la prensa y para los aficionados al fútbol. Consistía en la puesta en marcha de una nueva competición futbolística, ajena a la UEFA, impulsada por los equipos más importantes del continente. Sin embargo, días después de su anuncio, fueron dejando el proyecto la mayoría llegando a quedarse, exclusivamente, tres de los iniciales.

Tras los últimos acontecimientos y el fracaso del proyecto capitaneado por Florentino Pérez en un intento por poner en marcha una competición deportiva paralela a las ya existentes, un estudio de ReputationUP ha analizado la reputación online del presidente del Real Madrid para ver cómo ha repercutido todo esto en su valoración digital. De hecho, el análisis completo ha sido publicado en la página web.

A través de este análisis, se ha tratado de valorar el sentimiento y percepción sobre Florentino Pérez, a raíz del fracaso de la nueva competición.

Para poder analizarlo se han tenido en cuenta parámetros como los resultados de búsqueda, sentimiento y su tendencia, el tratamiento de los temas online, las emociones y la positividad y negatividad recibida y enfocada a su figura.

Florentino Pérez y la Superliga: su impacto online a través del parámetro del sentimiento

Florentino Pérez, presidente de la Superliga, ha sido el más perjudicado ya que ha sido quien ha dado la cara y defendido la iniciativa del proyecto.

Pese a que la mayoría de los equipos han rechazado dicha competición, el presidente del Real Madrid CF continúa adelante ello, recibiendo muchas críticas por defenderlo hasta el final.

Esto ha traído una consecuencia clara: Su imagen se ha visto afectada no solo en España, también a nivel internacional.

El Centro de estudios de ReputationUP ha analizado la reputación online de Florentino Pérez, del

20 al 23 de abril: La semana de la crisis de la Superliga Europea.

Centrándose en el parámetro del sentimiento, se computa el porcentaje de sentimiento, positivo o negativo generado por los usuarios en redes sociales y, también, se ha calculado el sentimiento neto generado por Florentino Pérez en Internet.

Este es el porcentaje neto, medido en una escala de -100 a 100. Se aprecia, en la siguiente gráfica.

El sentimiento negativo es de un 31,7%. Mientras, que el positivo es de solo un 9,6%. Esto provoca un sentimiento neto de -53,5%.

Según fueron avanzando los acontecimientos relacionados con la Superliga, el sentimiento neto se ha reducido, en solo dos días, un 75,6%. Tanto es así que, en esos dos días, se produjeron 146.000 resultados.

Una semana después: el sentimiento empeora

El sentimiento negativo de Florentino Pérez ha ido en aumento a lo largo de los últimos días. Se puede observar en la siguiente gráfica, que hace referencia al 26 de abril.

Aunque ha aumentado el sentimiento positivo (11,1%) en dos puntos, el negativo (43,8%) se ha incrementado en 12 puntos.

Conclusiones

Con el análisis llevado a cabo, se pueden extraer las siguientes conclusiones:

El sentimiento negativo (31,7%) de Florentino Pérez es mayor que el sentimiento positivo (9,6%).

Dicho sentimiento ha producido un sentimiento neto de -53,5%.

El sentimiento de Florentino Pérez ha variado, en los últimos días, debido a la Superliga Europea.

Una semana después del abandono de los clubes de la Superliga, el sentimiento negativo de Florentino Pérez ha crecido casi el doble.

Autor: Redacción