



# INFORME MERIT DE VALOR MEDIÁTICO EN EL FÚTBOL MUNDIAL

---

TEMPORADA 2015/16





## **Autores**

### **Pedro García del Barrio**

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

### **Felipe Nicolás Becerra**

Universitat Internacional de Catalunya (UIC Barcelona)

### **Asier López de Foronda**

Universitat Internacional de Catalunya (UIC Barcelona)

### **Arnau Raventós**

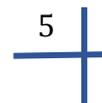
Universitat Internacional de Catalunya (UIC Barcelona)

Con la colaboración de: Bruno Montoro (Universidad de Barcelona)  
Josep María Espina (UIC Barcelona)



## Índice de Contenidos

<b>1. Resumen de los Principales Resultados .....</b>	<b>6</b>
<b>2. Presentación.....</b>	<b>7</b>
<b>3. Ranking MERIT Valor Mediático - Futbolistas (2015/16) .....</b>	<b>9</b>
<b>4. “Dream Team” Mediático (2015/16) .....</b>	<b>11</b>
<b>5. Variación Mediática del Top-30 Mundial.....</b>	<b>13</b>
<b>6. Ranking MERIT de Valor Mediático - Clubes (2015/16) .....</b>	<b>15</b>
<b>7. Posición Mediática Comparativa de las 5 Grandes Ligas Domésticas en Europa. ....</b>	<b>17</b>
<b>8. Concentración del Peso Mediático de los Principales Clubs.....</b>	<b>19</b>



## 1. Resumen de los Principales Resultados

A continuación, presentamos algunos resultados principales del Informe MERIT de Valor Mediático en el Fútbol Mundial (Temporada 2015/16):

- Messi mantiene el liderato en el ranking por segundo año consecutivo. El segundo puesto lo ocupa la estrella madridista, Cristiano Ronaldo.
- El Barcelona se afianza como líder destacado en la clasificación mediática por equipos, mejorando la segunda posición que ocupaba la temporada anterior. Sus perseguidores más próximos son, por orden: el Real Madrid, el Manchester United y el Arsenal.
- La Liga española es el campeonato que mayor concentración de grandes estrellas posee. De los jugadores que ocupan el Top-10 mundial, hay siete jugadores de La Liga española, seguida por la Premier League, con dos futbolistas y por la Ligue 1 francesa, con un representante.
- Neymar crece en protagonismo tras completar un año gran con su club y con la selección brasileña, situándose en el tercer lugar del ranking MERIT.
- El Real Madrid y el Sevilla FC, ganadores respectivamente de la UEFA Champions League y de la UEFA Europa League, afianzan el poder mediático de La Liga española durante la Temporada 2015/16.
- Como novedad en este informe, se presenta el “*Dream Team*” mediático mundial, donde el Real Madrid acumula el mayor número de jugadores.
- Se evidencia mucha diferencia entre la Premier League, donde existe un gran equilibrio en el reparto de atención mediática entre los equipos, y La Liga española, en la que cerca del 75% de la atención mediática mundial es acaparada por el Barcelona y el Real Madrid.

## 2. Presentación

El enfoque aportado por MERIT (*Methodology for the Evaluation and Rating of Intangible Talent*) nació en un contexto académico y tiene amplias aplicaciones en el área de los negocios y de la gestión. Esta metodología se ha demostrado útil para medir el valor económico del talento en el deporte y otros ámbitos de la industria del entretenimiento.

Para las estimaciones y la elaboración de los rankings se tienen en cuenta dos variables: 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 valor mediático se calcula en función 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 o acumulando las noticias generadas en un periodo determinado: semanas, meses, toda temporada, etc. La homogeneidad de nuestras 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 o ligas; valoración del retorno económico de alianzas estratégicas entre marcas y patrocinadores; contratos de imagen de deportistas y equipos; y un largo etcétera.

La utilidad de estos rankings y mediciones se pone de manifiesto por 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 y evaluación de alianzas estratégicas con equipos.
- 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. Nuestros análisis se basan en 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 referencias en medios de comunicación de todo el mundo y en páginas de Internet. Para obtener más información, puede consultar nuestras webs:

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

### 3. Ranking MERIT Valor Mediático - Futbolistas (2015/16)

La siguiente tabla ofrece los resultados individuales del ranking MERIT de valor mediático de los principales jugadores del fútbol mundial para la temporada 2015/16. 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.

Al igual que el año pasado, Messi lidera el ranking MERIT de la temporada 2015/16. En segundo lugar se sitúa Cristiano Ronaldo, y Neymar escala hasta el tercer puesto. En concreto, según nuestros resultados, Leo Messi acaparó, durante la temporada 2015/16, una presencia en los medios de comunicación 67,12 veces superior a la que obtuvo el jugador representativo medio de nuestra base de datos de más de 5.000 futbolistas. El otro gigante mediático mundial, Cristiano Ronaldo, logró una visibilidad en los medios que multiplica al jugador referencia por 59,27.

Rank 2015/16	Jugador	Equipo	Índice MERIT Valor Mediático
1	<b>Lionel Messi</b>	FC Barcelona	<b>67,12</b>
2	<b>Cristiano Ronaldo</b>	Real Madrid	<b>59,27</b>
3	<b>Neymar</b>	FC Barcelona	<b>42,74</b>
4	<b>Wayne Rooney</b>	Manchester United	<b>30,49</b>
5	<b>Luis Suárez</b>	FC Barcelona	<b>28,77</b>
6	<b>Gareth Bale</b>	Real Madrid	<b>23,65</b>
7	<b>Zlatan Ibrahimovic</b>	Paris St-Germain	<b>16,83</b>
8	<b>Karim Benzema</b>	Real Madrid	<b>16,52</b>
9	<b>Sergio Ramos</b>	Real Madrid	<b>16,12</b>
10	<b>Jamie Vardy</b>	Leicester City	<b>16,01</b>
11	<b>Paul Pogba</b>	Juventus de Turín	<b>15,61</b>
12	<b>Manuel Neuer</b>	Bayern de Múnich	<b>15,58</b>
13	<b>Mesut Özil</b>	FC Arsenal	<b>15,02</b>
14	<b>James Rodríguez</b>	Real Madrid	<b>14,33</b>
15	<b>Andrés Iniesta</b>	FC Barcelona	<b>14,21</b>
16	<b>Marcelo</b>	Real Madrid	<b>14,05</b>
17	<b>John Terry</b>	FC Chelsea	<b>13,71</b>
18	<b>Claudio Bravo</b>	FC Barcelona	<b>13,49</b>
19	<b>Alexis Sánchez</b>	FC Arsenal	<b>11,85</b>
20	<b>Rob. Lewandowski</b>	Bayern de Múnich	<b>11,49</b>
21	<b>Kun Agüero</b>	Manchester City	<b>11,32</b>
22	<b>Thomas Müller</b>	Bayern de Múnich	<b>11,06</b>
23	<b>Antoine Griezmann</b>	Atlético de Madrid	<b>10,88</b>
24	<b>Harry Kane</b>	Tottenham Hotspur	<b>10,81</b>

25	<b>Eden Hazard</b>	FC Chelsea	<b>10,64</b>
26	<b>Dani Alves</b>	FC Barcelona	<b>10,63</b>
27	<b>Olivier Giroud</b>	FC Arsenal	<b>10,62</b>
28	<b>Eden Hazard</b>	FC Chelsea	<b>10,48</b>
29	<b>Jordi Alba</b>	FC Barcelona	<b>10,45</b>
30	<b>Diego Costa</b>	FC Chelsea	<b>10,40</b>
31	<b>Pepe</b>	Real Madrid	<b>10,37</b>
32	<b>Romelu Lukaku</b>	Everton FC	<b>10,36</b>
33	<b>Anthony Martial</b>	Manchester United	<b>9,42</b>
34	<b>Memphis Depay</b>	Manchester United	<b>9,12</b>
35	<b>Gerard Pique</b>	FC Barcelona	<b>9,11</b>
36	<b>Álvaro Morata</b>	Juventus de Turín	<b>9,05</b>
37	<b>Daniel Sturridge</b>	Liverpool	<b>8,99</b>
38	<b>Thiago Silva</b>	Paris St. Germain	<b>8,70</b>
39	<b>Gianluigi Buffon</b>	Juventus de Turín	<b>8,61</b>
40	<b>Luke Shaw</b>	Manchester United	<b>8,11</b>
41	<b>Theo Walcott</b>	FC Arsenal	<b>8,11</b>
42	<b>Bastian Schweinsteiger</b>	Manchester United	<b>8,08</b>
43	<b>Petr Cech</b>	FC Arsenal	<b>7,97</b>
44	<b>Edinson Cavani</b>	Paris St. Germain	<b>7,88</b>
45	<b>Ángel Di María</b>	Paris St. Germain	<b>7,76</b>
46	<b>Christian Benteke</b>	Liverpool	<b>7,68</b>
47	<b>Aaron Ramsey</b>	FC Arsenal	<b>7,66</b>
48	<b>Juan Mata</b>	Manchester United	<b>7,56</b>
49	<b>Paulo Dybala</b>	Juventus de Turín	<b>7,54</b>
50	<b>Yaya Touré</b>	Manchester City	<b>7,34</b>

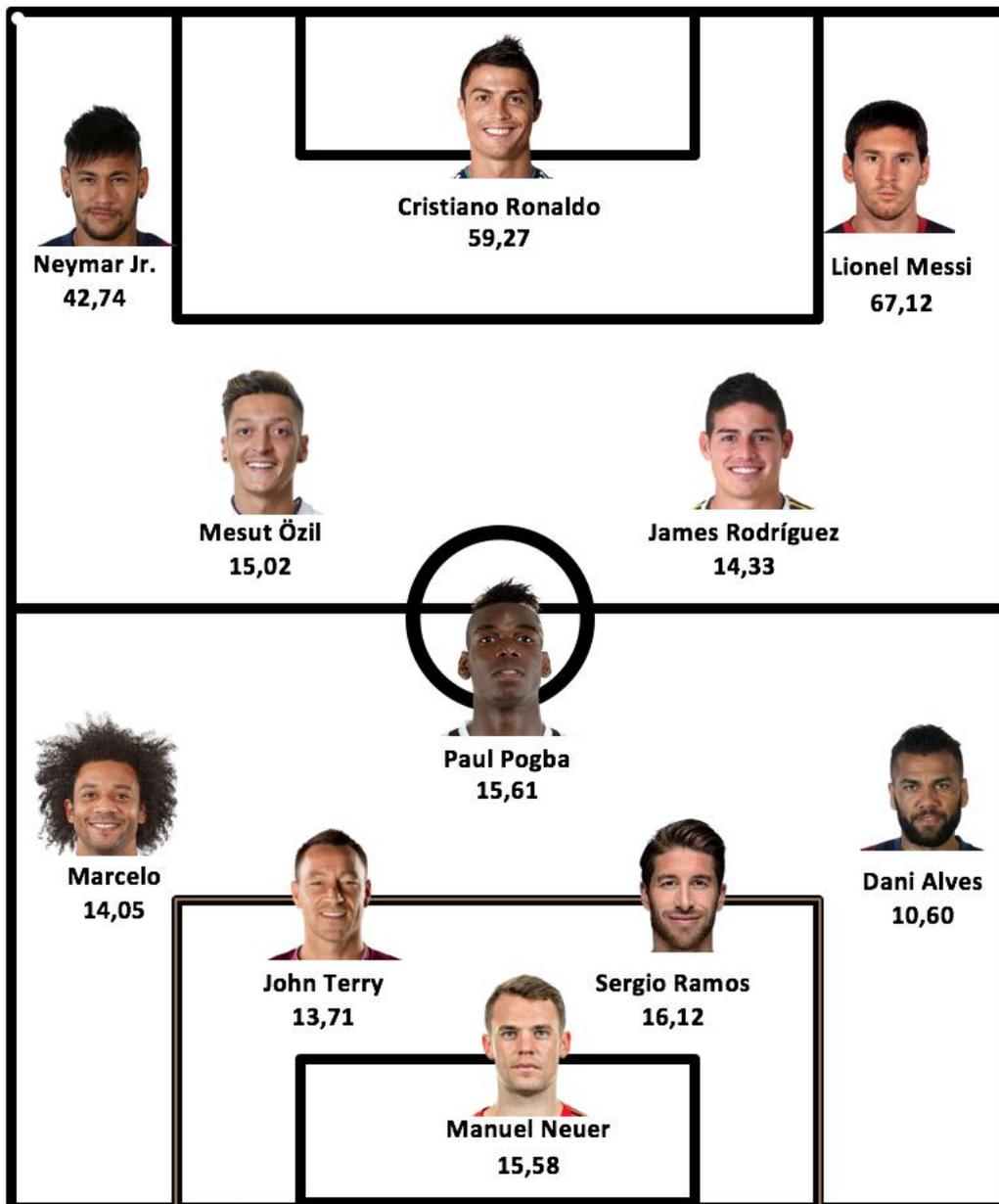
**Fuente:** MERIT social value - Data collection

En el Top-10 del ranking, La Liga española concentra el mayor protagonismo gracias a la presencia de cuatro jugadores del Real Madrid y tres del FC Barcelona. Neymar ha escalado hasta el tercer puesto. Por su parte, los delanteros Wayne Rooney y Luis Suarez se sitúan en cuarto y quinto lugar, respectivamente, gracias a su extraordinario rendimiento deportivo durante la temporada.

#### 4. “Dream Team” Mediático (2015/16)

Por primera vez en los informes anuales de MERIT se presenta a continuación el “Dream Team” mediático de la Temporada 2015/16, en el que el Real Madrid es representado con el mayor número de jugadores.

En la siguiente representación se muestra la plantilla de un equipo de fútbol por demarcaciones, seleccionando a los jugadores más mediáticos en cada posición: portero, defensa, mediocampo y ataque.



Fuente: MERIT social value – Elaboración de los autores

El “Dream Team” mediático de la Temporada 2015/16 está compuesto por los siguientes jugadores:

- Portero: Manuel Neuer (15,58)
- Defensas: Dani Alves (10,60) - Sergio Ramos (16,12) - John Terry (13,71) - Marcelo (14,05)
- Mediocampistas: James Rodríguez (14,33) - Paul Pogba (15,61) - Mesut Özil (15,02)
- Delanteros: Lionel Messi (67,12) - Cristiano Ronaldo (59,27) - Neymar (42,74)

La información del diagrama permite identificar al jugador más mediático en cada posición del terreno de juego. Así, por ejemplo, entre los defensas, destaca con un índice MERIT de 16,12 el central merengue Sergio Ramos. Le siguen Marcelo, Terry y Dani Alves. En el medio del campo, el centrocampista francés Paul Pogba multiplica por 15,61 la exposición mediática del jugador promedio de nuestra base de datos, ganando el pulso a las dos sensaciones: James y Mesut Özil. Mientras que, en ataque, gracias a una nueva extraordinaria temporada, Lionel Messi obtiene la mejor posición en el ranking, superando a su rival, Cristiano Ronaldo y a su compañero Neymar.

## 5. Variación Mediática del Top-30 Mundial

La siguiente tabla muestra los 30 futbolistas más mediáticos del mundo en 2015/16, y compara el índice MERIT de esa temporada con el correspondiente valor del año anterior. La variación de estatus mediático se ha expresado de 2 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 2015/16	JUGADOR	EQUIPO	Media Value 2015/16	Media Value 2014/15	Diferencia Absoluta	Factor de Incremento	
10	Jamie Vardy	Leicester City	16,00	0,43	15,57	37,34	▲
24	Harry Kane	Tottenham H.	10,81	1,06	9,75	10,21	▲
26	Olivier Giroud	FC Arsenal	10,62	1,66	8,96	6,40	▲
23	Antoine Griezmann	Atlético de Madrid	10,88	1,89	8,98	5,74	▲
18	Claudio Bravo	FC Barcelona	13,49	2,84	10,66	4,75	▲
17	John Terry	FC Chelsea	13,71	3,01	10,70	4,55	▲
20	R. Lewandowski	Bayern de Múnich	11,50	2,62	8,87	4,39	▲
28	Jordi Alba	FC Barcelona	10,45	2,82	7,63	3,71	▲
22	Thomas Müller	Bayern de Múnich	11,06	3,00	8,06	3,68	▲
7	Zlatan Ibrahimovic	Paris St. Germain	16,83	5,92	10,91	2,84	▲
8	Karim Benzema	Real Madrid	16,52	7,93	8,59	2,08	▲
11	Paul Pogba	Juventus de Turín	15,60	8,95	6,65	1,74	▲
15	Andrés Iniesta	FC Barcelona	14,21	8,29	5,92	1,71	▲
3	Neymar	FC Barcelona	42,74	26,50	16,24	1,61	▲
9	Sergio Ramos	Real Madrid	16,13	10,00	6,13	1,61	▲
16	Marcelo	Real Madrid	14,05	8,84	5,21	1,59	▲
12	Manuel Neuer	Bayern de Múnich	15,59	10,78	4,81	1,45	▲
1	Lionel Messi	FC Barcelona	67,12	52,78	14,34	1,27	▲
30	Pepe	Real Madrid	10,37	8,59	1,78	1,21	▲
2	Cristiano Ronaldo	Real Madrid	59,27	49,92	9,35	1,19	▲
13	Mesut Özil	FC Arsenal	15,03	13,18	1,85	1,14	▲
25	Dani Alves	FC Barcelona	10,63	9,65	0,98	1,10	▲
6	Gareth Bale	Real Madrid	23,66	22,13	1,53	1,07	▲
5	Luis Suarez	FC Barcelona	28,78	29,94	-1,16	0,96	▼
4	Wayne Rooney	Manchester United	30,52	36,94	-6,42	0,83	▼
27	Eden Hazard	FC Chelsea	10,48	15,75	-5,27	0,67	▼
21	Sergio Agüero	Manchester City	11,32	17,61	-6,29	0,64	▼
29	Diego Costa	FC Chelsea	10,40	17,79	-7,39	0,58	▼
19	Alexis Sánchez	FC Arsenal	11,85	21,03	-9,18	0,56	▼
14	James Rodríguez	Real Madrid	14,34	33,99	-19,65	0,42	▼

Fuente: MERIT social value - Data collection

La inspección de la tabla permite concluir que Jamie Vardy, Harry Kane y Oliver Giroud han sido los jugadores que experimentaron mayor incremento mediático durante la temporada 2015/16.

En efecto, Jamie Vardy – goleador del Leicester City – ha experimentado una explosión mediática espectacular, escalando hasta el décimo puesto del ranking mundial. Sin duda, esto es resultado de la inesperada conquista del título de liga que ha protagonizó el Leicester City.

Otro jugador que destaca en su proyección es Harry Kane. El jugador inglés amplió su protagonismo como consecuencia de su buen rendimiento y sus goles en el Tottenham Hotspur. En la zona baja de la tabla, aparecen algunos jugadores que, habiendo disfrutado en el pasado de un elevado estatus mediático, vieron mermado su protagonismo en la temporada 2015/16.

## 6. Ranking MERIT de Valor Mediático - Clubes (2015/16)

En cuanto a los resultados por equipos, el valor mediático de cada club se obtiene como la suma del índice de valor mediático individual de los 15 jugadores más mediáticos de la plantilla. La siguiente tabla posiciona a los principales equipos en el ranking de la temporada 2015/16.

Rank 2015/16	Equipo	Liga	Índice MERIT de Valor Mediático
1	<b>FC Barcelona</b>	La Liga	<b>223,7</b>
2	<b>Real Madrid</b>	La Liga	<b>192,0</b>
3	<b>Manchester United</b>	Premier League	<b>104,9</b>
4	<b>FC Arsenal</b>	Premier League	<b>97,4</b>
5	<b>FC Chelsea</b>	Premier League	<b>76,1</b>
6	<b>Juventus de Turín</b>	Serie A	<b>74,1</b>
7	<b>FC Paris Saint-Germain</b>	Ligue 1	<b>70,0</b>
8	<b>FC Bayern de Múnich</b>	Bundesliga	<b>69,8</b>
9	<b>Liverpool</b>	Premier League	<b>69,6</b>
10	<b>Manchester City</b>	Premier League	<b>67,4</b>
11	<b>Tottenham Hotspur</b>	Premier League	<b>36,1</b>
12	<b>Fenerbahçe</b>	Süper Lig	<b>34,9</b>
13	<b>Everton</b>	Premier League	<b>32,8</b>
14	<b>Leicester</b>	Premier League	<b>31,4</b>
15	<b>Atlético de Madrid</b>	La Liga	<b>25,4</b>
16	<b>AS Roma</b>	Serie A	<b>24,3</b>
17	<b>Borussia Dortmund</b>	Bundesliga	<b>23,0</b>
18	<b>Inter de Milán</b>	Serie A	<b>15,2</b>
19	<b>AC Milán FC</b>	Serie A	<b>14,4</b>
20	<b>Lazio</b>	Serie A	<b>13,9</b>

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

El FC Barcelona supera al Real Madrid, situándose en la primera posición mundial, en cuanto al valor mediático se refiere. Gracias a su rendimiento y a los títulos cosechados durante la temporada (un doblete: Liga española y Copa del Rey), logra abrir una brecha notable, de 30 puntos, respecto a su histórico rival. Este resultado pone de manifiesto el poderío, a nivel mundial, de grandes estrellas, como Messi o Neymar.

Detrás de estos dos gigantes del fútbol mundial se encuentran el Manchester United, el Arsenal FC y el Chelsea FC.

El Leicester escala hasta el puesto 14 del ranking mediático mundial, aupado por su inesperada conquista del título liguero en la Premier League. Este resultado ha atraído una gran atención por parte de los medios, alimentada también por lo sorprendente del resultado.

Si bien, el ranking mediático individual es dominado por la fuerte presencia de jugadores de La Liga española, en el ranking por equipos es la Premier League quien cuenta con mayor número de representantes dentro del Top 20: Manchester United, FC Arsenal, FC Chelsea, Liverpool, Manchester City, Tottenham Hotspur, Everton y Leicester. Es decir, La Liga española muestra mayor concentración de estrellas individuales (en unos pocos equipos), mientras que la Premier League se posiciona como la competición con mayor número de equipos en el Top 20 mundial.

Además, en posiciones destacadas del ranking encontramos también al club más representativo de cada una de las restantes grandes ligas domésticas europeas: Juventus de Turín (Italia), Paris Saint Germain (Francia) y Bayern de Múnich (Alemania).

## 7. Posición Mediática Comparativa de las 5 Grandes Ligas Domésticas en Europa.

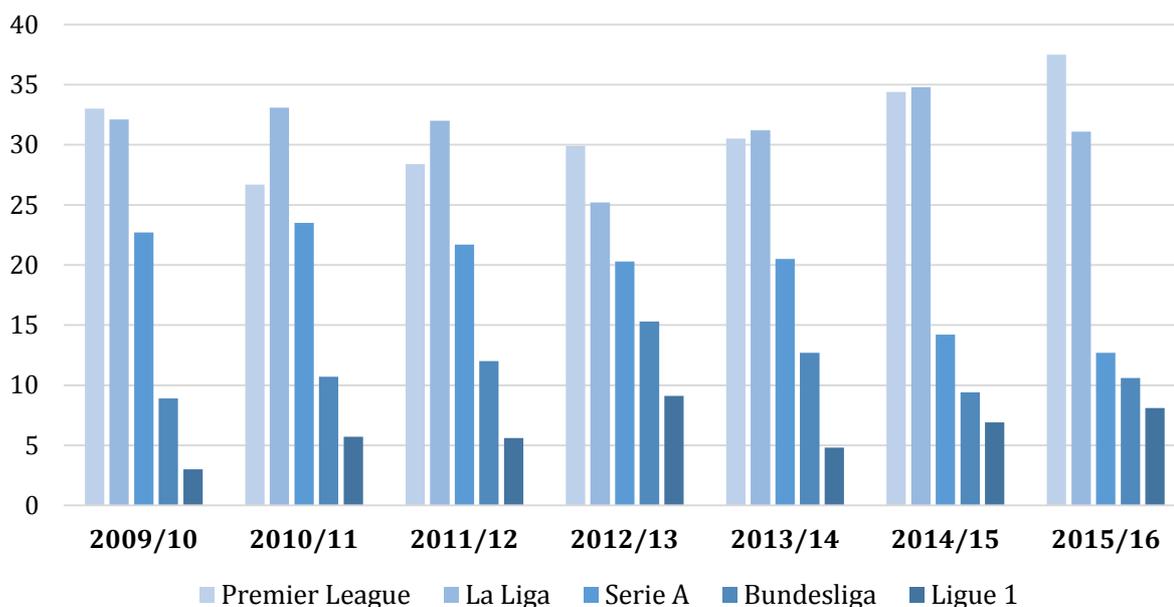
La jerarquía mediática de las ligas domésticas se ha calculado mediante la suma del índice MERIT individual de los 400 futbolistas con mayor visibilidad en los medios de cada liga. Los cálculos podrían haberse efectuado de manera similar agrupando a 300 o 500 jugadores de cada liga; pero los resultados que se obtienen son muy parecidos.

Los resultados de este análisis se recogen en la siguiente tabla, y en la gráfica correspondiente. Estas expresan el peso relativo de cada liga en porcentaje respecto del total de las cinco grandes ligas europeas. La información se muestra para los siete últimos años, facilitando que haga un análisis de la evolución.

Ligas	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16
<b>Premier League</b>	33,0	26,7	28,4	29,9	30,5	34,4	37,5
<b>La Liga</b>	32,1	33,1	32,0	25,2	31,2	34,8	31,1
<b>Serie A</b>	22,7	23,5	21,7	20,3	20,5	14,2	12,7
<b>Bundesliga</b>	8,9	10,7	12,0	15,3	12,7	9,4	10,6
<b>Ligue 1</b>	3,0	5,7	5,6	9,1	4,8	6,9	8,1
<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>						

Fuente: MERIT social value – Data Collection

### Valor mediático - Principales Ligas Europeas Temporadas 2009/10 hasta 2015/16



Fuente: MERIT social value - Data collection

En su pugna con La Liga española, la Premier League vuelve a estar en la cabeza mediática mundial. Ambas competiciones abren brecha respecto a las otras grandes ligas domésticas de Europa.

Por una parte, a la vista de los resultados ofrecidos tanto del ranking de jugadores como de equipos, era previsible encontrar a la Premier League y a La Liga por delante de las otras tres grandes competiciones. Por otra parte, si bien hay hasta 7 jugadores del Top 10 que militan en La Liga española, la Premier League cuenta con 23 jugadores en el Top 50; es decir, casi la mitad de esa muestra.

La información proporcionada ayuda a entender la jerarquía que hemos encontrado entre las grandes ligas domésticas: en primer lugar, la Premier League; después, La Liga española, y a continuación, por este orden: la Serie A italiana, la Bundesliga alemana y la Ligue 1 francesa.

Un fenómeno que convendrá analizar con cuidado (calibrando el peso que hubiera podido haber un cambio de software para las mediciones) es la brecha mediática cada vez más creciente que separa a las dos ligas más poderosas del resto. En todo caso, la evidencia sugiere que La Liga española no está sufriendo pérdidas de interés por el presumible desequilibrio competitivo que en ocasiones se le achaca.

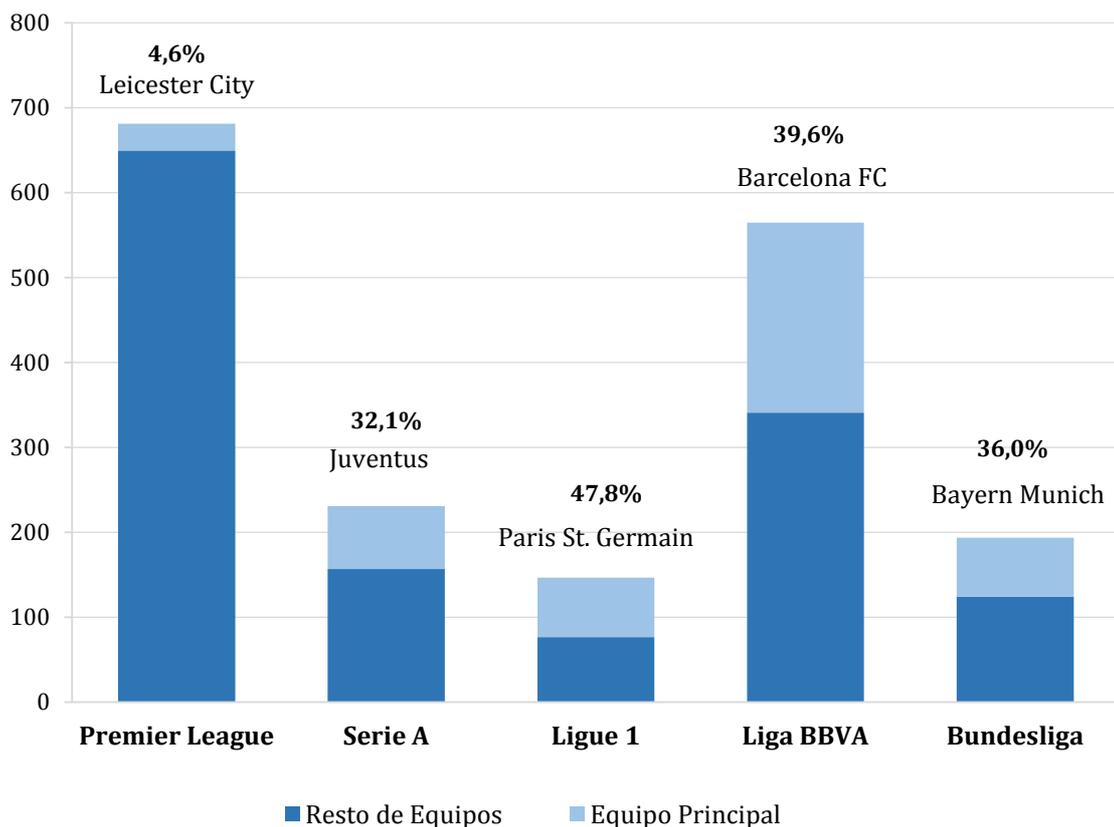
## 8. Concentración del Peso Mediático de los Principales Clubs

En esta sección se examina el peso mediático que concentra el primer clasificado de cada liga dentro de la respectiva competición. Se trata de un análisis elaborado a partir de la información de otras secciones, con el fin de identificar aquellas ligas con gran visibilidad mediática en las que existe mayor concentración de popularidad.

Los resultados indican la presencia del efecto “el campeón se lo lleva todo” (o *winner-take-all* en inglés), en virtud del cual los principales protagonistas acaparan la atención del público con mayor intensidad de la que cabría esperar por su rendimiento.

### Concentración de Peso Mediático

Campeón de liga en cada país



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

La figura ilustra la proporción de presencia en los medios que consigue el ganador de cada liga dentro de su campeonato doméstico. Como se puede ver, el Barcelona acumula una porción importante de interés mediático dentro de la liga española,

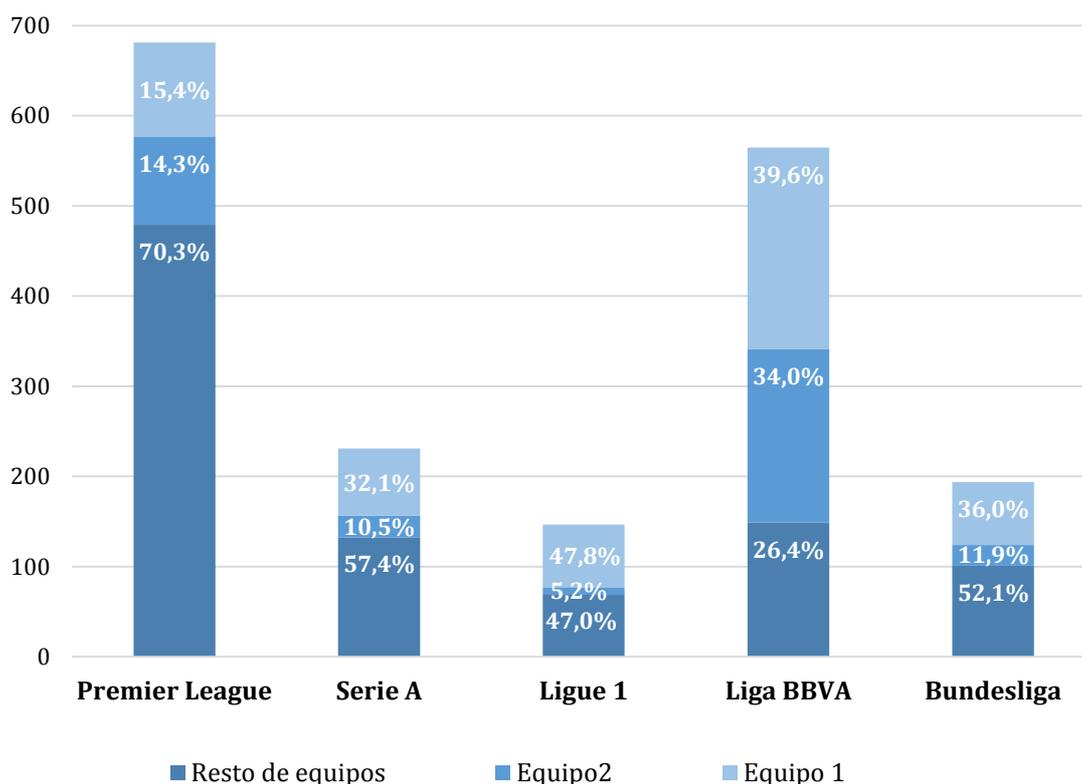
rozando el 40%. Este club, junto con su máximo rival, el Real Madrid, acapara la mayor parte de atención mediática global que genera La Liga.

Por su parte, la Premier League fue conquistada esta temporada por el modesto Leicester City. Este club, a pesar de ser un equipo económicamente menor en comparación con otros, logró conquistar la liga inglesa. Sin embargo, en términos de valor mediático, el grado de concentración del Leicester es tan sólo el 4,6% de la atención mundial que despierta el campeonato inglés. En cuanto a la liga francesa, el Paris Saint Germain impone su predominio, acaparando prácticamente la mitad de la atención mediática global de esa competición. En los otros dos campeonatos domésticos (la Bundesliga y la Serie A) el principal equipo acumula cerca del 35% de la atención de la respectiva liga en los medios de todo el mundo.

A continuación, replicamos el mismo análisis incluyendo esta vez a los dos equipos con mayor poderío mediático de cada liga. Así por ejemplo, el equipo inglés con mayor atracción mediática es el Manchester United, y el segundo es el Arsenal FC, ambos con una cuota mediática similar.

### Concentración del Peso Mediático

Principales 2 Equipos de cada liga



Fuente: MERIT social value - Data collection

El gráfico ilustra la concentración de peso mediático de los dos principales equipos en cada liga, lo cual indica el grado de dependencia que las competiciones domésticas pueden tener respecto de los clubes más populares. En concreto, el

gráfico muestra el porcentaje de valor mediático que cada uno de los dos clubes representa en su respectiva liga. Como se puede apreciar, hay dos campeonatos claramente superiores en términos mediáticos: La Liga española y la Premier League inglesa. Muy por detrás aparecen los otros tres referentes europeos: la liga italiana, la alemana y la francesa, respectivamente.

En la Premier League, como se ha comentado, el líder principal es el Manchester United, cuya atención mediática asciende a un 15,4% del total. Le sigue de cerca el Arsenal, con un 14,3%, mientras que el resto de los equipos de competición doméstica inglesa acumulan conjuntamente el restante 70,3%. Se trata no sólo de la liga más mediática del mundo, sino también de la que despierta un grado de atención más equilibrado en los medios de comunicación. Detrás de este resultado, estaría el elevado número de estrellas repartidas entre muchos de los equipos, y la gran competitividad que ofrece este campeonato año tras año.

En contraste con la situación anterior, en La Liga española se observa una estructura muy diferente. En este caso, los dos gigantes de la competición acaparan la mayor parte del protagonismo. El Barcelona encabeza el ranking mediático de La Liga, al concentrar hasta el 39,6% de la atención mediática total. Así mismo, su máximo rival, el Real Madrid, genera un 34%; el resto de clubes tan solo suman el restante 26,4% entre todos ellos. Es decir, cada uno de los colosos del fútbol mundial despierta más interés mediático que los restantes 18 competidores juntos. Ciertamente, estamos ante un caso extremo del llamado efecto “*winner-take-all*” que ya hemos mencionado. Este fenómeno, típico de las industrias deportivas, pone en evidencia que la atención de los medios tiende a centrarse donde están las grandes estrellas y las rivalidades entre clubes.

En cuanto a la Serie A, la Juventus de Turín genera el 32,1% de la atención mediática, seguido a mucha distancia por la AS Roma, con un 10,5%. Por su parte, la Bundesliga alemana es liderada, en términos mediáticos, por el Bayern Múnich con un 36%. Es seguido por su rival Borussia Dortmund, con un 11,9%. Por último, en Francia, la Ligue 1 experimenta la mayor brecha entre el Paris St. Germain, que monopoliza el 47% de la visibilidad global del campeonato, y el resto de equipos. Esta liga, es otro caso de una intensa dependencia de un equipo para atraer el interés de los medios. El segundo puesto lo ocupa el Mónaco con tan sólo el 5,2%.

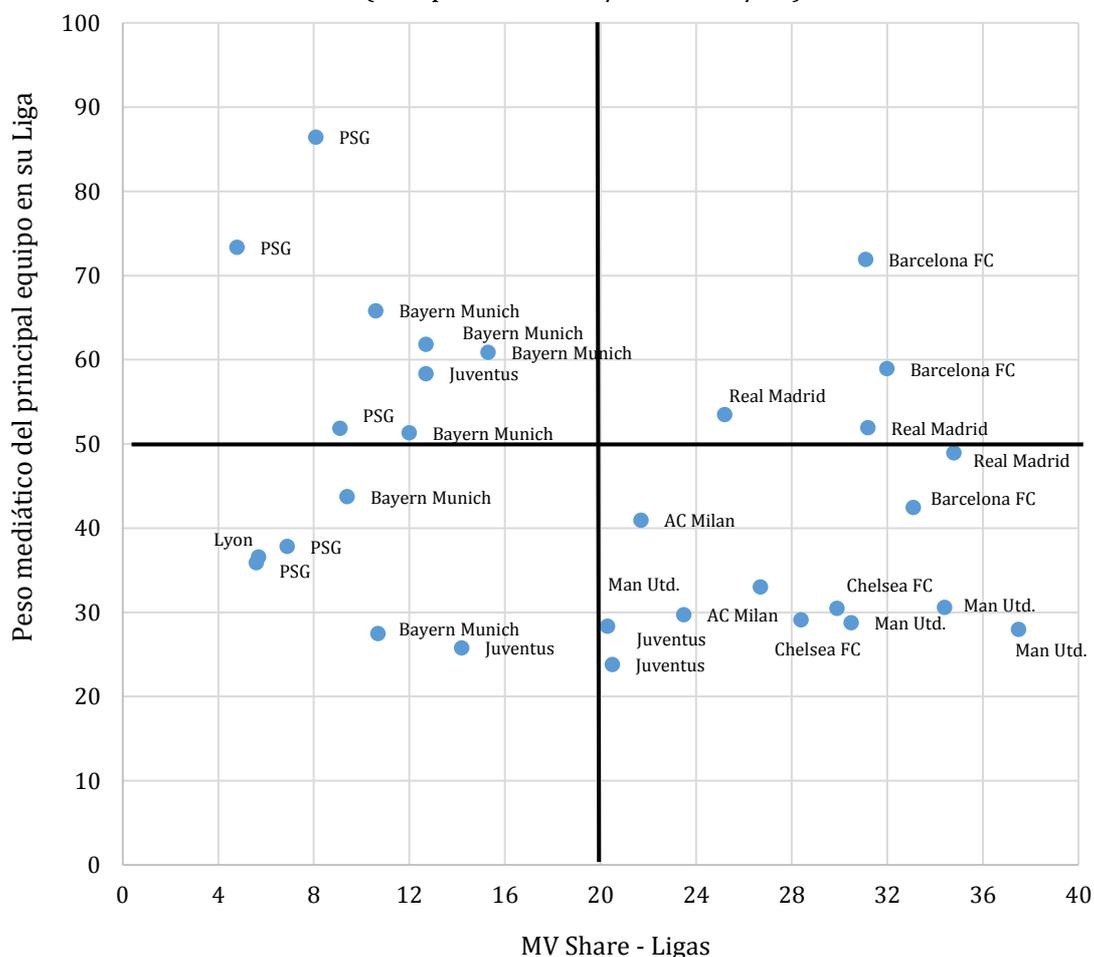
Para finalizar, ofrecemos un análisis adicional consistente en contraponer, en un gráfico de dispersión, la cuota mediática de cada liga doméstica respecto del total de las 5 principales ligas europeas (eje horizontal) frente al peso relativo que representa el equipo más mediático en su respectivo campeonato (eje vertical). En la figura se representan datos para 6 temporadas, en busca de patrones de posicionamiento que permitan extraer algunas conclusiones.

En primer lugar, hay que advertir que, en España, los principales equipos de La Liga se sitúan sistemáticamente en el cuadrante superior derecho. Esto parece indicar que a pesar de que la competición española evidencia un desequilibrado

reparto del grado de interés de unos equipos y otros en los medios, no por eso deja de disfrutar de una elevada cuota mediática relativa (respecto del total de las Big-5 ligas domésticas en Europa).

En contraste, los principales equipos de la liga inglesa se colocan en el cuadrante inferior derecho, muestra del pequeño grado de dependencia que tiene La Premier League respecto del club más popular. Interesante también puede ser advertir que las temporadas en que el Manchester United se impone a otros clubs, es también cuando mejor posicionamiento relativo ha tenido la liga inglesa en comparación al total de atención mediática de las 5 grandes ligas

**Cuota Mediática de cada Liga vs. Cuota del Equipo Principal**  
(Temporadas 2010/11 a 2015/16)



Otro caso diferente lo proporciona la liga francesa, que aparece siempre en la cola del ranking mediático de las Big-5 ligas domésticas. También es interesante observar la transición experimentada por el Paris St. Germain (PSG), que en las últimas temporadas ha abierto una brecha enorme, en cuanto a peso mediático se refiere, frente al resto de equipos de la liga francesa. Este cambio de situación en el fútbol francés se escenifica mediante el paso del cuadrante inferior izquierdo al

superior izquierdo. En cualquier caso, el nuevo emplazamiento del PSG en el diagrama indica una gran dependencia de la Ligue 1 respecto de este club.

En cuanto a la Bundesliga, es de resaltar el predominio mediático ejercido por el Bayern de Múnich frente a los demás equipos alemanes a lo largo de todas las temporadas consideradas. La Serie A, siempre por delante de las competiciones domésticas de Francia y de Alemania, muestra un reparto más equilibrado en la visibilidad mediática de sus clubes, si bien destacan el AC Milán y la Juventus por delante de todos los demás.

## **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)