

2024-25

LALIGA REPORT



LALIGA



Blinkfire™

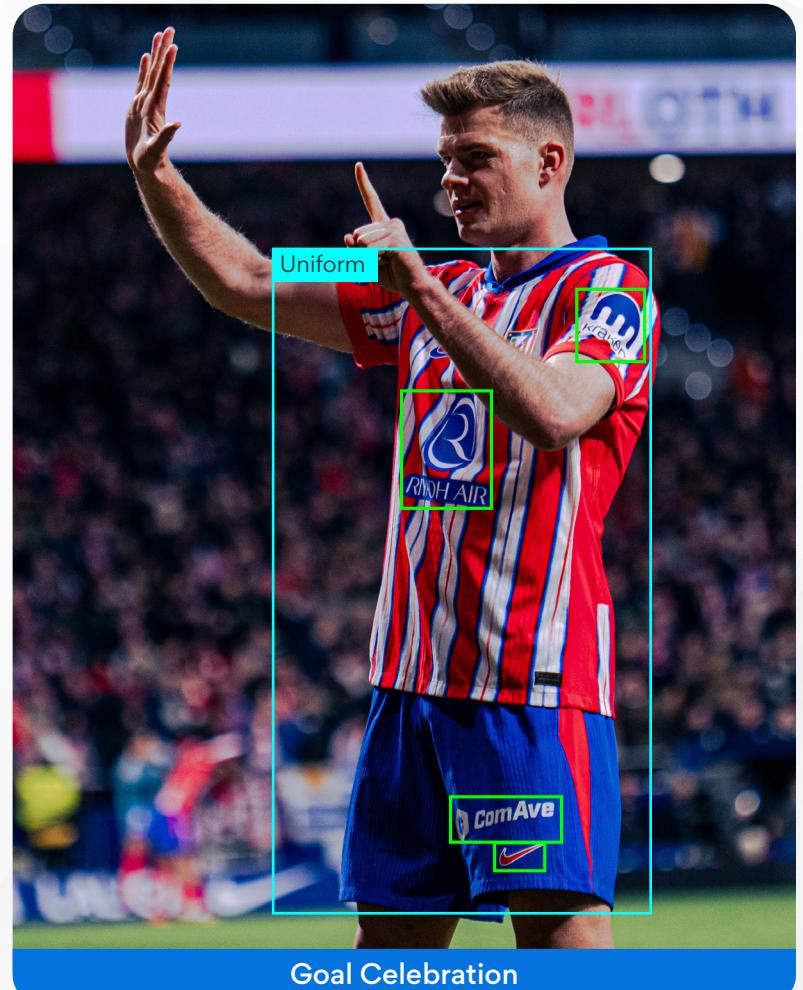
TABLE OF CONTENTS

INTRODUCCIÓN	2	PATROCINIO	
ANÁLISIS DE REDES SOCIALES		Clasificación de marcas	22
Posts por plataforma	3	Marcas en vallas a pie de campo	23-24
Distribución de seguidores	4-5	TENDENCIAS	
Datos demográficos de seguidores	6	Lamine Yamal	25
Crecimiento de seguidores	7-12	Posts colaborativos de Instagram	26
Rendimiento en redes sociales	13-19	Los jugadores impulsan las marcas	27
BENCHMARKING		CD Leganés & Ibai Llanos	28
Jugadores destacados en redes	20-21	Equipos ascendidos	29
		SOBRE BLINKFIRE	30

LALIGA es una de las competiciones de fútbol más seguidas e influyentes del mundo, con más de 1.400 millones de seguidores en Facebook, Instagram, Threads, TikTok, Sina Weibo, YouTube y X. Es conocida no solo por lo que ocurre en el campo, sino también por su liderazgo en innovación digital.

Hogar de algunos de los clubes más laureados de Europa y de jugadores de renombre internacional, LALIGA y sus equipos marcan el estándar en estrategia de contenidos, engagement con la audiencia y activación de patrocinios.

Este informe recoge las principales tendencias digitales de la temporada 2024-25, mostrando qué potencia el crecimiento, qué tipo de contenido genera resultados positivos y cómo el uso de datos permite a LALIGA y a sus clubes optimizar su rendimiento en cada plataforma.



POSTS POR PLATAFORMA

Durante la temporada 2024-25, LALIGA dirigió su actividad en redes hacia las plataformas con mayor rendimiento.

Esto se refleja en el incremento de publicaciones en las tres redes centradas en contenido de vídeo: TikTok, Instagram y YouTube. En el otro extremo, X redujo su volumen un 47%, una caída significativa en una red asociada al tiempo real y la conversación, pero que no destaca por su nivel de interacción. Aun así, sigue siendo la plataforma con más publicaciones, con más de 26.000 posts.

En el caso de los equipos, se mantiene la tónica de años anteriores, con un crecimiento sostenido en todas las redes salvo Sina Weibo. Los clubes de LALIGA EA SPORTS continúan reforzando su presencia en TikTok, que, aunque ya no crece al ritmo de la pasada campaña (+68,7%), se mantiene como la red con mayor incremento.

La tendencia común es la apuesta decidida por las plataformas de vídeo. Esta preferencia subraya el papel central del contenido visual para captar la atención de la audiencia y maximizar el engagement, en línea con los hábitos de consumo digital actuales.

Temporada 2024-25 vs 2023-24

	LALIGA EA SPORTS	LALIGA EA SPORTS
	Competición	Equipos
	-20,8%	+4,2%
	+25,1%	+23,8%
	-17,0%	+20,8%
	+55,5%	+68,7%
	-47,0%	+9,9%
	+9,7%	+19,7%

Basado en datos Blinkfire de LALIGA y sus equipos del 01/07/2023-30/06/2024 vs. 01/07/2024-30/06/2025

DISTRIBUCIÓN SEGUIDORES LIGA

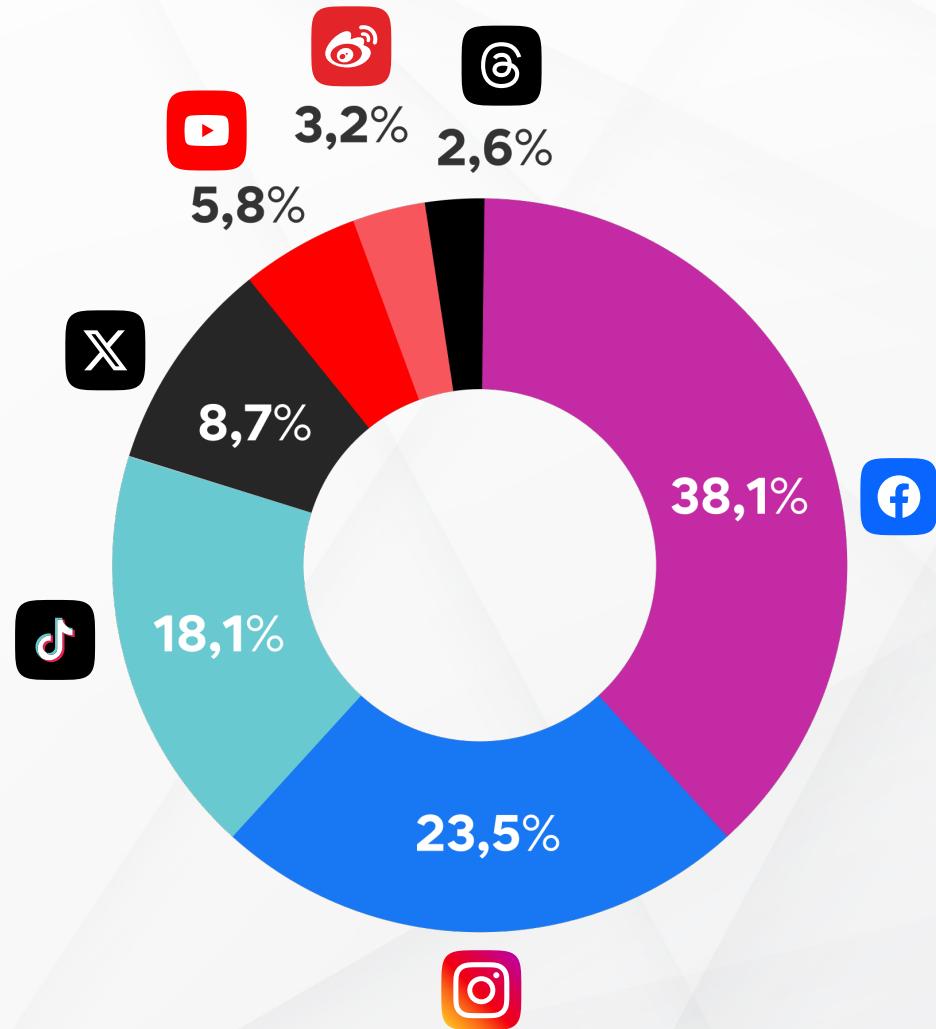


Seguidores totales:
225.351.873

LALIGA supera los 225 millones de seguidores en redes sociales, con Facebook liderando el ranking al concentrar el 38,1% del total. Aunque su cuota ha caído por tercer año consecutivo (42,7% en 2022-23 y 41% en 2023-24), sigue siendo una plataforma clave para conectar con audiencias masivas en regiones como Latinoamérica, África o MENA.

Instagram se mantiene (23,5%) y consolida su papel como escaparate visual de la competición. Por su parte, TikTok continúa ganando terreno y alcanza ya el 18,1%, fruto de una estrategia sostenida y bien adaptada al lenguaje nativo de la plataforma. YouTube, X, Threads y Sina Weibo con cuotas más pequeñas, desempeñan papeles distintos en la estrategia multicanal de la competición.

Esta distribución refleja los cambios en el comportamiento de la audiencia y las preferencias de contenido entre las *fan bases* globales.



Basado en datos Blinkfire de los canales propios de LALIGA a 30 de junio de 2025

DISTRIBUCIÓN SEGUIDORES EQUIPOS

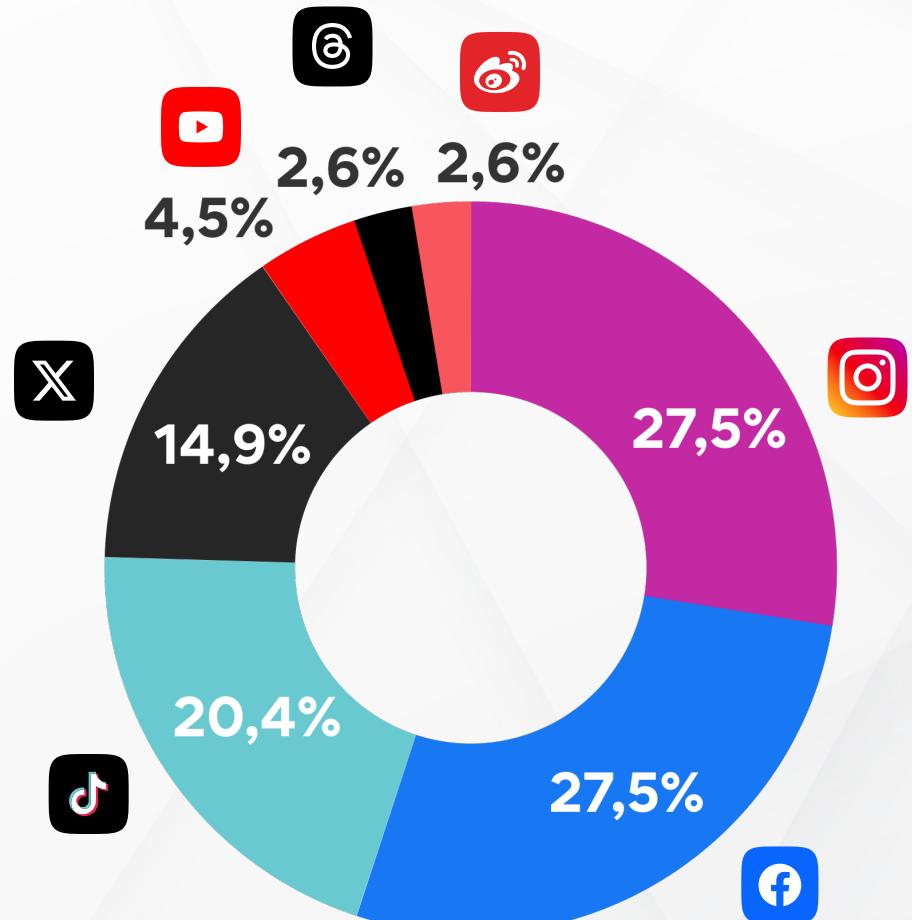
Seguidores totales:

1.487.282.979

Los equipos de LALIGA han superado los 1.600 millones de seguidores, un salto enorme desde los 915 millones al cierre de la temporada pasada. Este crecimiento refleja el esfuerzo de los clubes por fortalecer su presencia global y consolidar comunidades digitales activas.

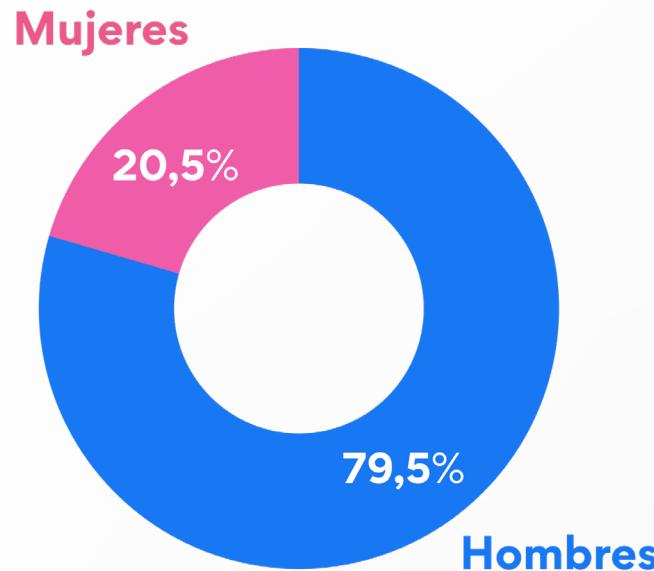
Instagram sigue siendo la red principal con el 28,2%, aunque su cuota baja ligeramente respecto a años anteriores. Mantiene su papel clave en contenidos visuales, patrocinios y engagement. TikTok es la plataforma que más crece, duplicando su peso en dos temporadas (del 12,8% al 20,8%) gracias a su tono ágil y viralidad. Facebook (25,7%) continúa siendo esencial para llegar a mercados emergentes.

Este crecimiento demuestra cómo los clubes adaptan sus estrategias a cada plataforma para atraer nuevos fans y reforzar su valor de marca a nivel mundial.



Basado en datos Blinkfire de los canales propios de los equipos de LALIGA a 30 de junio de 2025

LALIGA TEAMS: DATOS DEMOGRÁFICOS DE SEGUIDORES



GRUPO DE EDAD PREDOMINANTE

25 - 34 años

Hombres **Mujeres**

13-24

25-34

35-44

45-54

55+

50%

0

50%

FOLLOWERS

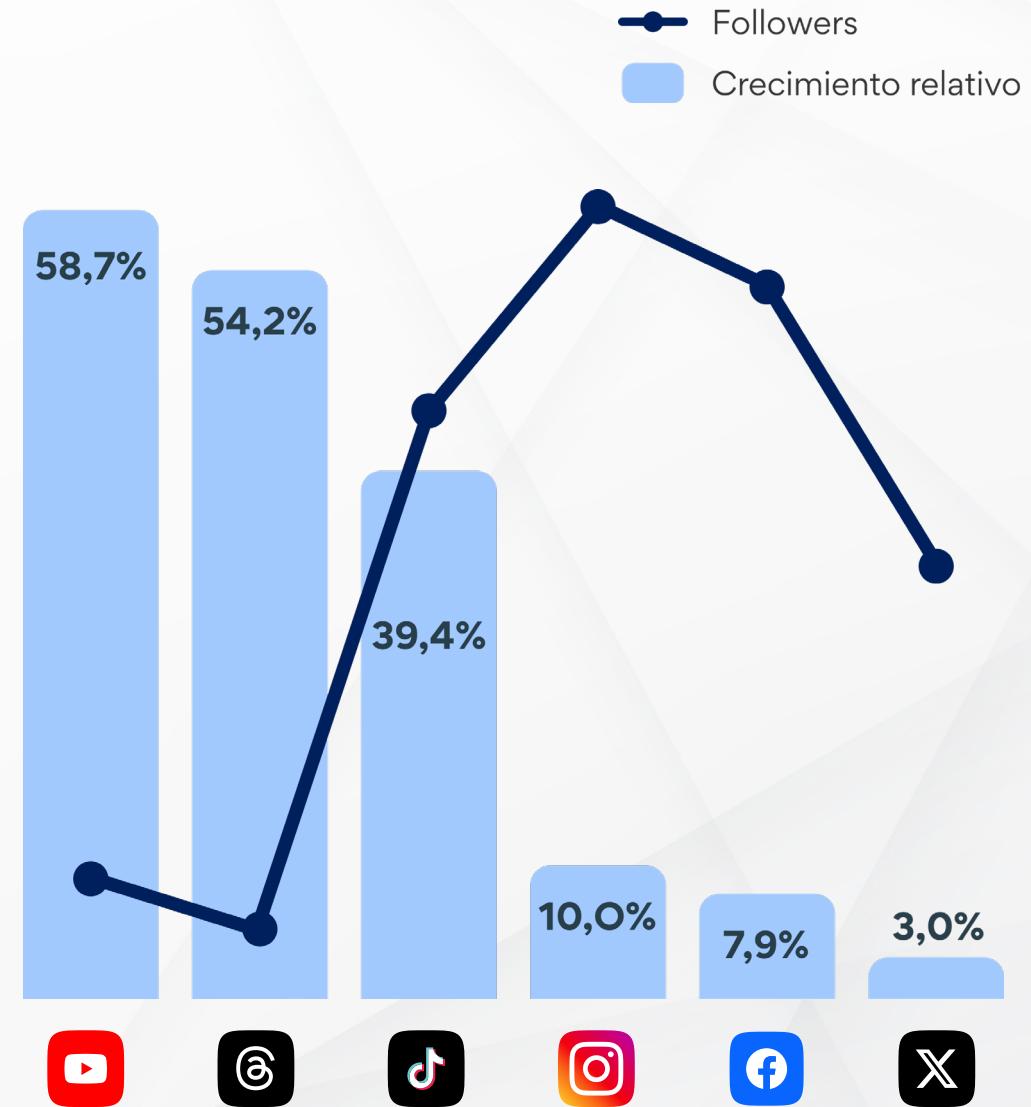
Basado en datos Blinkfire de los canales propios de LALIGA a 30 de junio de 2025

— ¿DÓNDE SE REGISTRÓ EL MAYOR INCREMENTO DE AUDIENCIA?

YouTube lidera en crecimiento relativo (+58,7%) con una base consolidada de más de 54 millones de seguidores, reafirmando el protagonismo del vídeo como formato estrella. Threads, con un crecimiento del 54,2%, está ganando terreno como red conversacional frente a X, que registra el menor crecimiento pese a seguir siendo una de las más utilizadas.

TikTok, con +39,4% y más de 263 millones de seguidores, se confirma como uno de los principales motores de engagement y visualizaciones, impulsado por su contenido viral y de formato corto. En comparación con la temporada pasada, LALIGA generó un +145% más de visualizaciones en la plataforma.

Comparar crecimiento relativo y volumen permite tomar decisiones más inteligentes sobre dónde enfocar estrategias de contenido, especialmente si se busca tanto impacto inmediato como posicionamiento futuro.



Basado en datos Blinkfire de LALIGA y sus equipos del 01/07/2024-30/06/2025

EQUIPOS | CRECIMIENTO DE SEGUIDORES GLOBAL

La presencia en este ranking de tres equipos que han descendido a LALIGA Hypermotion demuestra que, aunque el éxito deportivo impulsa el crecimiento, no lo determina todo. El trabajo constante de los departamentos de comunicación y social media es clave para generar contenido que mantenga activa a la audiencia y contribuya a ampliar la fanbase.

Crear narrativas relevantes, adaptarse a las tendencias y sostener la conexión con los fans permite seguir creciendo, incluso en momentos deportivos complejos.

	EQUIPO	% CRECIMIENTO
1	 CD Leganés	74,4%
2	 UD Las Palmas	51,2%
3	 Real Valladolid	46,2%
4	 Real Betis	36,1%
5	 Athletic Club	34,8%

Basado en datos Blinkfire de los canales propios de los equipos de LALIGA del 01/07/2024-30/06/2025 de Facebook, Instagram, Threads, TikTok, Sina Weibo, X y YouTube

EQUIPOS | CRECIMIENTO DE SEGUIDORES



FACEBOOK



INSTAGRAM

EQUIPO		% CRECIMIENTO
1		CD Leganés 115,9%
2		Real Sociedad 42,5%
3		UD Las Palmas 33,7%
4		Girona FC 32,1%
5		RC Celta de Vigo 30,4%

EQUIPO		% CRECIMIENTO
1		Rayo Vallecano 60,5%
2		Real Betis 47,7%
3		RCD Mallorca 46,0%
4		Athletic Club 41,8%
5		Real Sociedad 27,1%

Basado en datos Blinkfire de los canales propios de los equipos de LALIGA del 01/07/2024-30/06/2025 de Facebook e Instagram

EQUIPOS | CRECIMIENTO DE SEGUIDORES



SINA WEIBO



THREADS

TEAM	% CRECIMIENTO
1 	UD Las Palmas 52,0%
2 	Girona FC 42,6%
3 	Sevilla FC 30,9%
4 	Real Valladolid 27,6%
5 	RCD Mallorca 21,3%

TEAM	% CRECIMIENTO
1 	Real Betis 68,6%
2 	Real Madrid 65,0%
3 	Rayo Vallecano 53,9%
4 	CD Leganés 52,3%
5 	Getafe CF 51,2%

Basado en datos Blinkfire de los canales propios de los equipos de LALIGA del 01/07/2024-30/06/2025 de Sina Weibo y Threads

EQUIPOS | CRECIMIENTO DE SEGUIDORES



TIKTOK

EQUIPO		% CRECIMIENTO
1		CD Leganés 69,3%
2		FC Barcelona 65,9%
3		Real Valladolid 63,1%
4		Atlético de Madrid 42,9%
5		Real Betis 41,8%



X

EQUIPO		% CRECIMIENTO
1		Real Madrid 4,2%
2		CD Leganés 3,4%
3		Real Betis 3,1%
4		CA Osasuna 2,6%
5		Girona FC 2,5%

Basado en datos Blinkfire de los canales propios de los equipos de LALIGA del 01/07/2024-30/06/2025 de TikTok y X

EQUIPOS | CRECIMIENTO DE SEGUIDORES



YOUTUBE

EQUIPO		% CRECIMIENTO
1		CD Leganés 3.546,7%
2		UD Las Palmas 3.484,2%
3		RCD Espanyol 1.263,6%
4		Girona FC 1.150,0%
5		Deportivo Alavés 720,3%

Basado en datos Blinkfire de los canales propios de los equipos de LALIGA del 01/07/2024-30/06/2025 de YouTube

RENDIMIENTO

Esta sección analiza el rendimiento en redes sociales de LALIGA EA SPORTS y sus clubes durante la temporada 2024-25, combinando la actividad total con métricas de eficiencia como el engagement medio. Estos insights revelan cómo los equipos conectan con sus audiencias y cómo esa conexión se traduce en visibilidad, fidelidad y valor.

También incluimos un ranking global de las plataformas con mejor desempeño. No se trata sólo del tamaño de la audiencia, sino de cómo de comprometidos y receptivos son esos seguidores.

Junto a los datos de LALIGA EA SPORTS y sus equipos, examinamos también el rendimiento individual de los jugadores. Desde el engagement total hasta la valoración de sus publicaciones, los futbolistas son una pieza clave para dar visibilidad y crear conexión con los aficionados, dentro y fuera del campo.

Por último, destacamos buenas prácticas y tendencias de contenido observadas a lo largo de la temporada: insights respaldados por datos que permiten identificar qué está funcionando y dónde se encuentran las oportunidades.



RENDIMIENTO

ENGAGEMENT TOTAL

1		FC Barcelona	4,7B
2		Real Madrid	4,5B
3		Atlético de Madrid	384,0M
4		Real Betis	217,1M
5		Athletic Club	98,8M
6		Sevilla FC	74,8M
7		Real Sociedad	73,0M
8		Valencia CF	37,7M
9		RC Celta de Vigo	34,1M
10		Girona FC	30,2M

VIDEO VIEWS TOTALES

1		FC Barcelona	26,6B
2		Real Madrid	23,7B
3		Atlético de Madrid	4,0B
4		Real Betis	2,2B
5		Athletic Club	1,2B
6		Real Sociedad	1,1B
7		Sevilla FC	677,4M
8		UD Las Palmas	572,8M
9		Valencia CF	493,7M
10		RC Celta de Vigo	361,6M

Basado en datos Blinkfire de los canales propios de los equipos de LALIGA del 01/07/2024-30/06/2025 de Facebook, Instagram, Threads, TikTok, Sina Weibo, X y YouTube

RENDIMIENTO

ENGAGEMENT POR POST

1	 Real Madrid	106,3K
2	 FC Barcelona	74,7K
3	 Atlético de Madrid	9,5K
4	 Real Betis	8,0K
5	 Athletic Club	3,5K
6	 Sevilla FC	2,7K
7	 Valencia CF	2,4K
8	 RC Celta de Vigo	2,4K
9	 Girona FC	1,8K
10	 Real Sociedad	1,7K

VIDEO VIEWS POR POST

1	 Real Madrid	1,8M
2	 FC Barcelona	1,2M
3	 Atlético de Madrid	325,4K
4	 Real Betis	224,5K
5	 Athletic Club	116,7K
6	 Sevilla FC	88,7K
7	 Valencia CF	75,5K
8	 RCD Mallorca	75,1K
9	 Real Sociedad	72,1K
10	 RC Celta de Vigo	61,8K

Basado en datos Blinkfire de los canales propios de los equipos de LALIGA del 01/07/2024-30/06/2025 de Facebook, Instagram, Threads, TikTok, Sina Weibo, X y YouTube

EQUIPOS DE LALIGA: COMUNIDADES ACTIVAS EN INSTAGRAM



La UD Las Palmas lidera LALIGA EA SPORTS en el ratio de engagement por follower en Instagram con un 52,2, más del doble de la media de la competición (20,3). A pesar de situarse penúltimo en número total de seguidores (321.523), su capacidad para generar interacción demuestra que el impacto no depende únicamente del tamaño de la audiencia, sino de crear contenido que conecte y mueva a los fans. Real Betis (41,3) y Athletic Club (35,4) completan el top tres.

Basado en datos Blinkfire de los canales propios de los equipos de LALIGA del 01/07/2024-30/06/2025



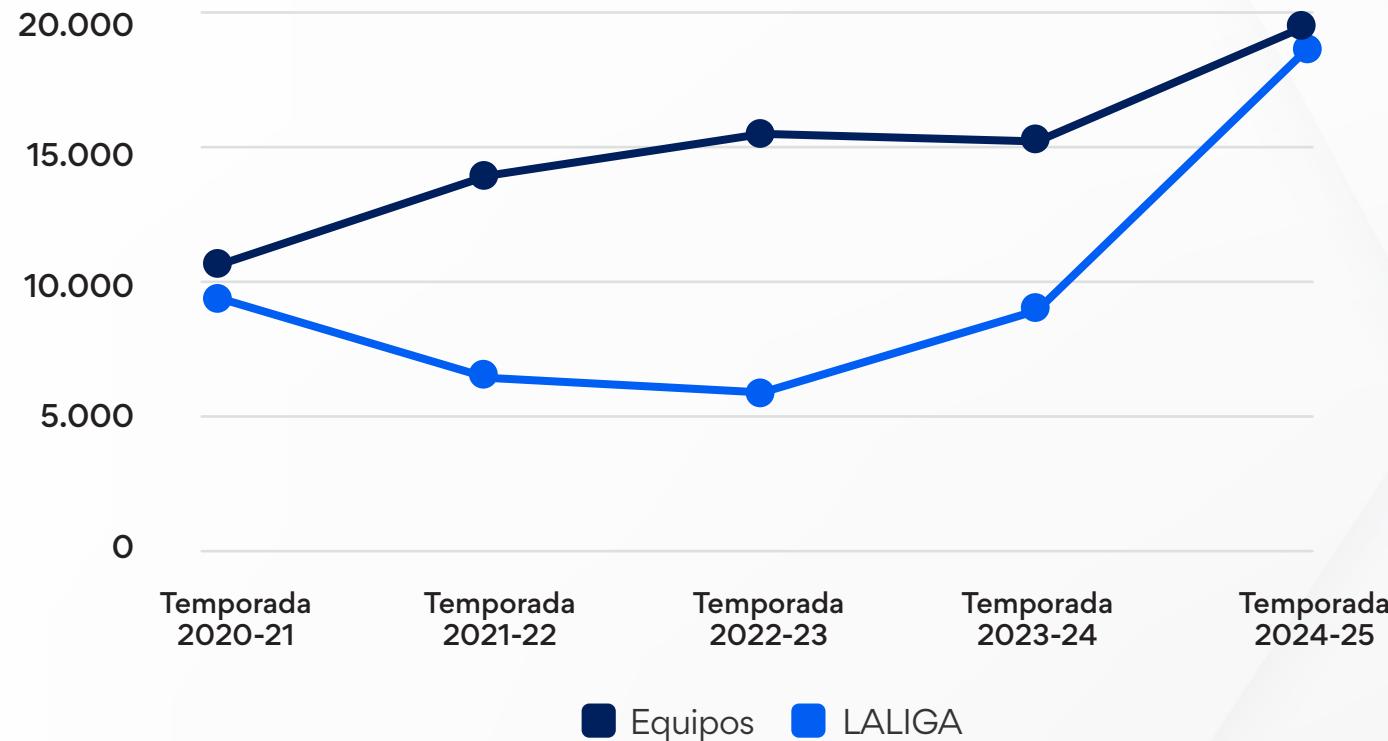
TIKTOK CONECTA CON CLUBES GRANDES Y PEQUEÑOS



El FC Barcelona lidera LALIGA EA SPORTS en TikTok con una ratio de engagement por follower de 15,9, más del doble de la media de la competición (6,0). Le siguen Real Madrid (8,1) y Real Betis (5,8), demostrando que una narrativa consistente y adaptada a la plataforma genera buenos resultados. Más allá de los grandes clubes, CD Leganés (2,1) y Real Valladolid (1,1) ponen de manifiesto que TikTok premia la creatividad y la autenticidad por encima del tamaño de la audiencia.

Basado en datos Blinkfire de los canales propios de los equipos de LALIGA del 01/07/2024-30/06/2025

LALIGA & EQUIPOS | EVOLUCIÓN DEL ENGAGEMENT POR POST



TEMPORADA 2023-24
VS
TEMPORADA 2024-25

Equipos **+28,3%**
LALIGA **+107,6%**

Tanto LALIGA como sus equipos experimentaron un significante incremento en el engagement medio por publicación durante la temporada 2024-25. El engagement de LALIGA duplicó al de la temporada anterior (**107%**), mientras que el de los equipos se incrementó un **28%**.

Basado en datos temporada a temporada de Blinkfire para LALIGA EA SPORTS y sus equipos (1 de julio-30 de junio).

LALIGA & EQUIPOS | COMPARATIVA DEL ENGAGEMENT POR POST

El engagement medio por publicación es una métrica clave para evaluar la eficiencia del contenido en cada plataforma, ya que permite medir el rendimiento real sin verse distorsionado por la frecuencia de publicación.

Durante la temporada 2024-25, LALIGA experimentó aumentos destacados en TikTok (+46 %) e Instagram (+20,3 %), mientras que Facebook y YouTube también crecieron, aunque de forma más moderada. Por su parte, los equipos vivieron un gran impulso en X (+142,4 %) y TikTok (+81,7 %), redes que favorecen la inmediatez y los contenidos virales. Llama la atención la caída en Instagram (-16,7 %) entre los equipos, a pesar del aumento en el número de publicaciones: **publicar más no siempre implica una mejor conexión.**

Temporadas 2023-24 vs 2024-25

LALIGA EA SPORTS	Equipos LALIGA
 +14,7%	+50,9%
 +20,3%	-16,7%
 +46,0%	+81,7%
 +9,2%	+142,4%
 -6,3%	+7,4%

Basado en datos Blinkfire de LALIGA y sus equipos del 01/07/2023-30/06/2024 vs. 01/07/2024-30/06/2025 Facebook, Instagram, TikTok, X, y YouTube

TOP 10 JUGADORES |  INSTAGRAM

NOMBRE	VALORACIÓN	ENGAGEMENT	RATIO ENGAGEMENT-FOLLOWER	FOLLOWERS ▾
1  Kylian Mbappé	130,7M€	251,1M	5,3	124,6M
2  Vinícius Jr	102,3M€	193,5M	3,6	53,6M
3  Antoine Griezmann	8,4M€	16,1M	0,4	40,5M
4  Jude Bellingham	121,2M€	233,7M	5,8	40,5M
5  Luka Modrić	30,1M€	58,2M	1,5	38,4M
6  Robert Lewandowski	57,1M€	110,1M	2,9	37,8M
7  Lamine Yamal	180,9M€	335,1M	9,3	35,9M
8  Isco Alarcón	955,1K€	1,8M	0,1	30,5M
9  Lucas Vázquez	7,7M€	14,6M	0,6	22,5M
10  Rodrygo Goes	46,6M€	89,6M	4,1	22,1M

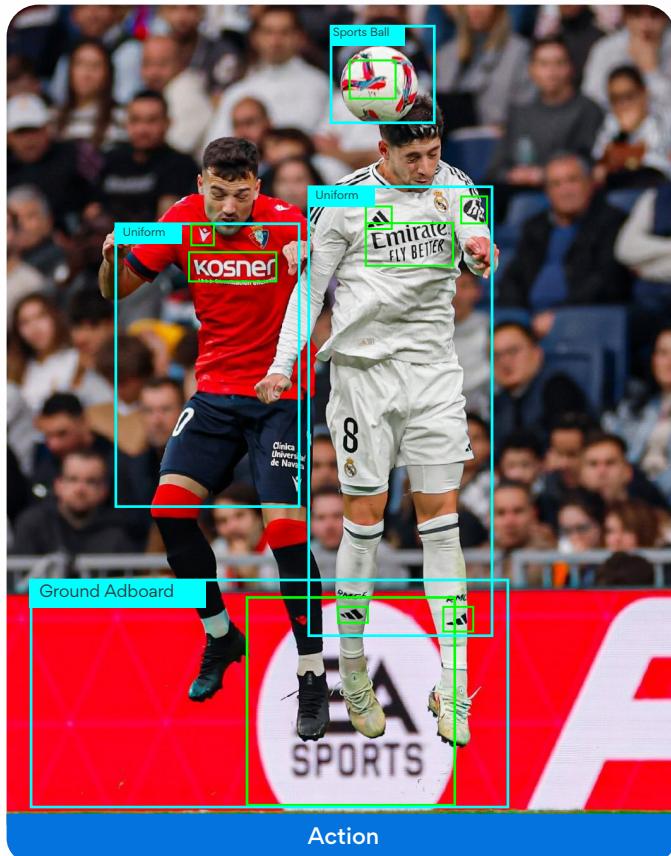
Basado en datos Blinkfire del 01/07/2024-30/06/2025, este ranking incluye jugadores de LALIGA que publicaron contenido en Instagram durante la temporada 2024-25

TOP 10 JUGADORES |  TIKTOK

NOMBRE	VALORACIÓN	VIDEO VIEWS	RATIO ENGAGEMENT-FOLLOWER	FOLLOWERS ▾
1  Lamine Yamal	20,7M€	2,2B	6,5	35,5M
2  Vinícius Jr	1,8M€	193,5M	0,9	27,1M
3  Eduardo Camavinga	378,1K€	43,6M	0,5	9,5M
4  Rodrygo Goes	309,4K€	35,1M	0,5	8,2M
5  Pedri	696,5K€	70,9M	2,2	6,9M
6  Antony	543,6K€	8,7M	0,3	5,9M
7  Endrick	271,9K€	29,8M	0,5	4,9M
8  Nico Williams	119,7K€	57,8M	1,9	4,5M
9  David Alaba	22,1K€	2,5M	0,1	3,1M
10  Alejandro Balde	242,7K€	19,5M	2,9	2,9M

Basado en datos Blinkfire del 01/07/2024-30/06/2025, este ranking incluye jugadores de LALIGA que publicaron contenido en TikTok durante la temporada 2024-25

TOP 10 MARCAS POR ENGAGEMENT

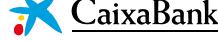


Las marcas técnicas, Nike y Adidas, ocupan el segundo y tercer puesto respectivamente. FC Barcelona, Atlético Madrid, RCD Mallorca, y Elche CF lucen Nike, mientras que el Real Madrid, Real Oviedo, y Sevilla FC llevan Adidas.

★ Marca	thumb Engagement
1  EA SPORTS	1,1B
2 	459,5M
3 	395,0M
4 	322,7M
5 	239,8M
6 	134,4M
7 	111,3M
8 	96,4M
9 	85,9M
10 	84,8M

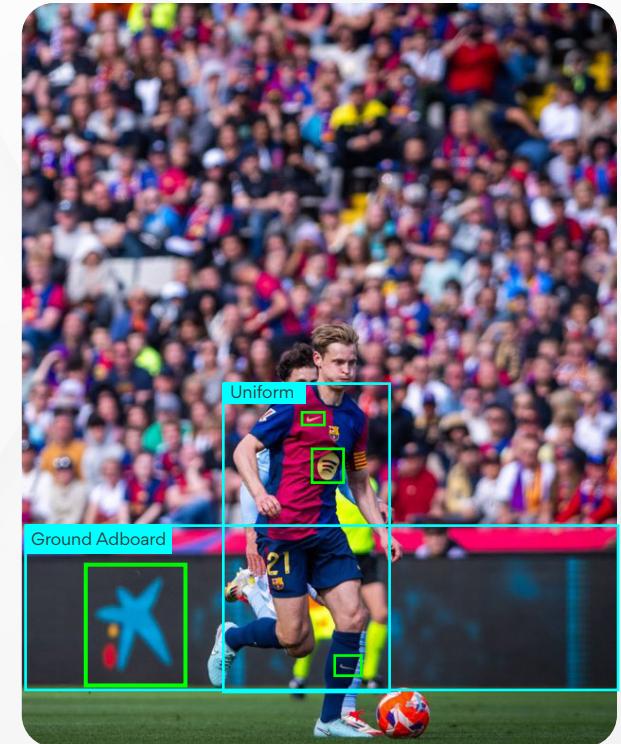
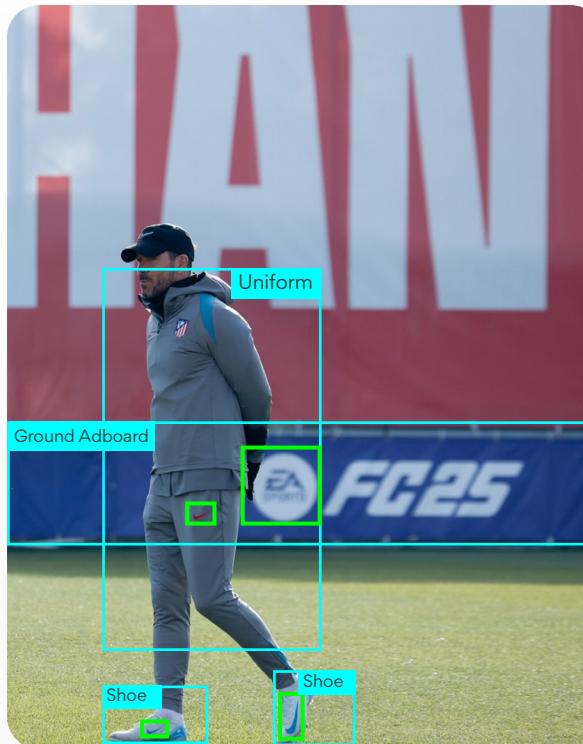
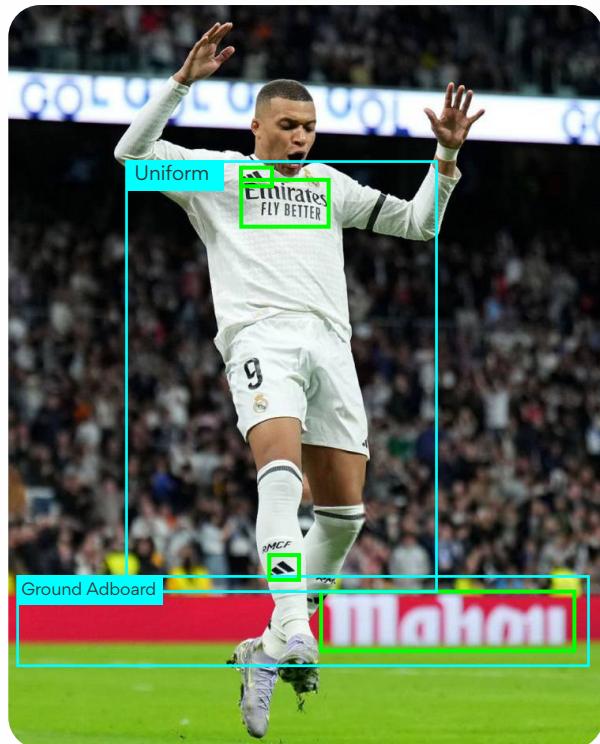
Basado en datos Blinkfire del 01/07/2024-30/06/2025 de los canales propios de LALIGA EA SPORTS

BENCHMARKING | SPONSORS VALLA PIE DE CAMPO

	Marca	Asset	Valoración total
1		Valla pie de campo	101,0M€
2		Valla pie de campo	62,6M€
3		Valla pie de campo	61,5M€
4		Valla pie de campo	55,9M€
5		Valla pie de campo	35,1M€
6		Valla pie de campo	31,3M€
7		Valla pie de campo	15,2M€
8		Valla pie de campo	11,3M€
9		Valla pie de campo	10,8M€
10		Valla pie de campo	8,4M€

Basado en datos Blinkfire del 01/07/2024-30/06/2025 de los canales propios de LALIGA EA SPORTS y sus equipos

BENCHMARKING: SPONSORS VALLA A PIE DE CAMPO



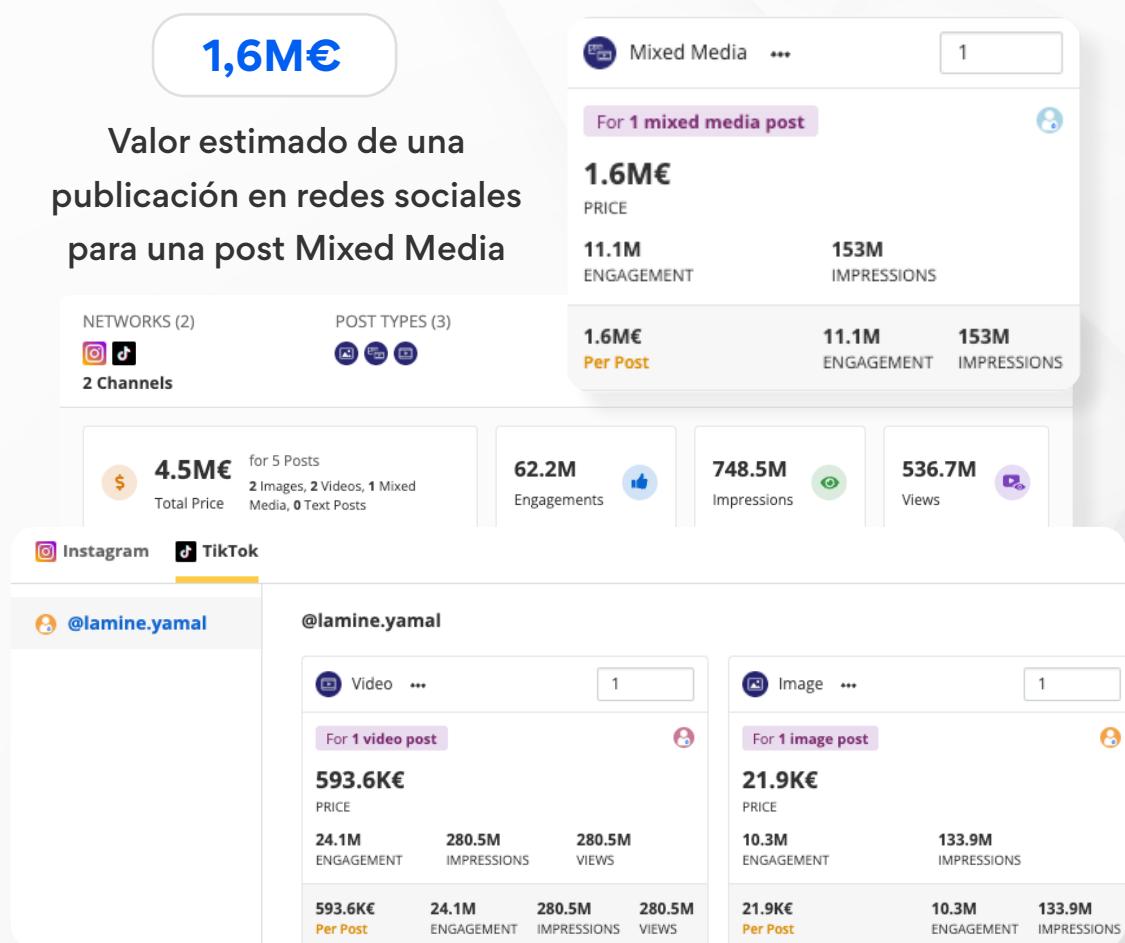
LAMINE YAMAL | JUGADOR REVELACIÓN, TESORO PARA MARCAS

Lamine Yamal ha conquistado el fútbol, y también las redes sociales, con solo 18 años. Campeón de Europa y talento emergente, su impacto va mucho más allá del terreno de juego.

Como nativo digital, conecta de forma natural con la audiencia y convierte cada publicación en un fenómeno viral. Su alcance lo convierte en un activo de gran valor para las marcas que buscan llegar a nuevas generaciones.

Las Rate Cards de Blinkfire, han calculado el valor potencial de una publicación patrocinada del jugador, basándose en su rendimiento social y benchmarks de perfiles similares.

Rate Card de Lamine Yamal



BUENAS PRÁCTICAS: POSTS COLABORATIVOS EN INSTAGRAM

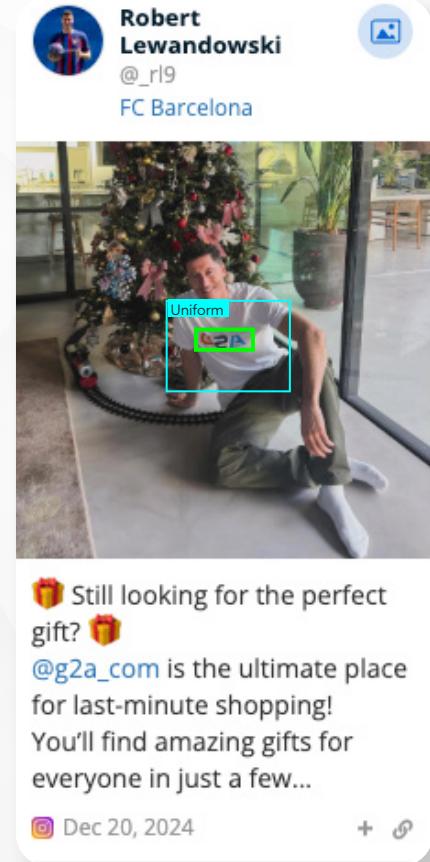
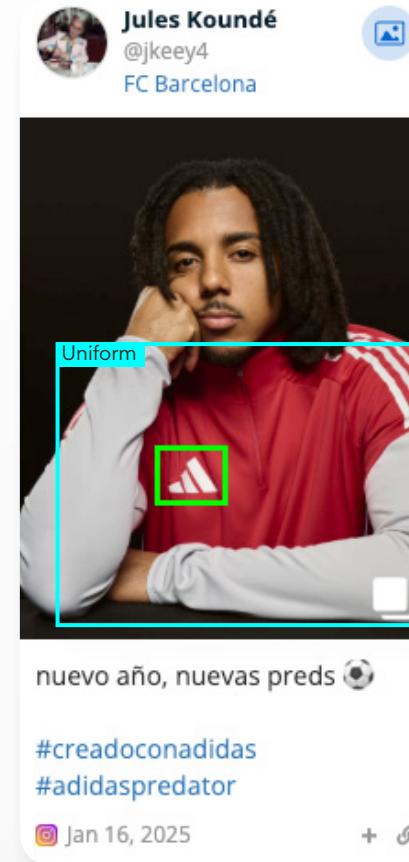
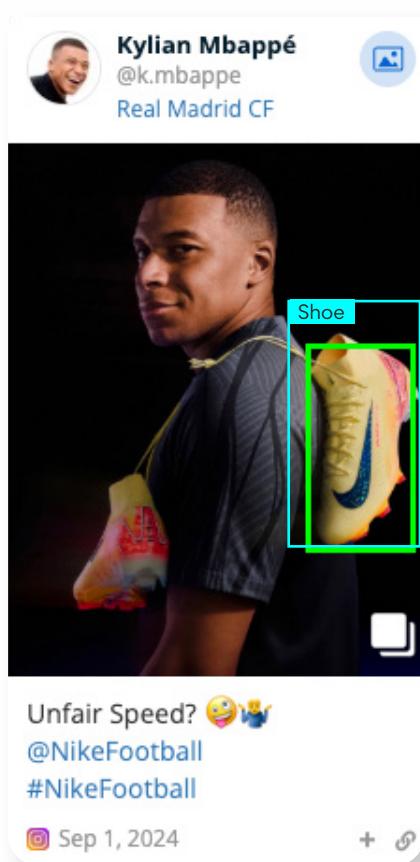
En un entorno donde el trabajo en equipo es clave, LALIGA y sus clubes han sabido trasladar esa misma lógica al ecosistema digital, sacando el máximo partido a los *collab posts* de Instagram.

Esta funcionalidad permite amplificar de forma orgánica el alcance y la visibilidad de un contenido al combinar en un único post las audiencias del jugador y del club o la liga. La publicación aparece en el feed de ambos perfiles, centraliza las interacciones y ofrece métricas unificadas.

Ya sea para anunciar un fichaje o celebrar un premio individual, este formato multiplica el rendimiento y refuerza visualmente la alianza entre las partes. LALIGA y sus equipos publicaron **más de 8,000 *collab posts*** la temporada 2024-25, generando un **engagement medio de 117.000**, una muestra clara de la efectividad del formato.



BUENAS PRÁCTICAS: EL PODER DE LAS ESTRELLAS PARA LAS MARCAS



Muchos jugadores utilizan sus redes sociales para **dar visibilidad a sus patrocinadores personales**. Sin embargo, este potencial sigue infráutilizado. Marcas ajenas al fútbol, de tecnología, moda, estilo de vida, tienen en ellos una oportunidad única para conectar con audiencias globales desde una narrativa más auténtica y directa.

BUENAS PRÁCTICAS: CAMPAÑAS

CD Leganés & Ibai Llanos:

131

Publicaciones

3.3 Million

Engagement total

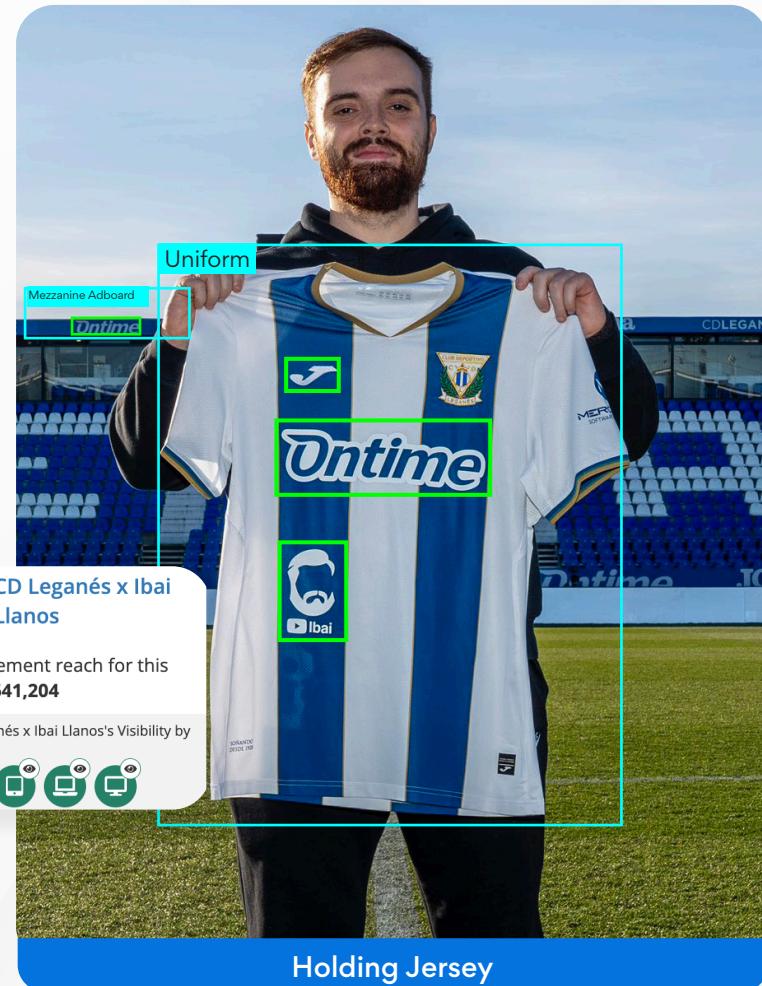
836,380€

Valor total de la campaña

Basado en datos Blinkfire del 5 al 6 de febrero de 2025



CD Leganés



DE VUELTA A LO MÁS ALTO: EQUIPOS ASCENDIDOS

LEVANTE UD



El Levante regresa a LALIGA EA SPORTS tras quedarse a un paso en la temporada 2022/23. Su vuelta llega tras un año agridulce, marcado por la trágica DANA que afectó a la Comunitat Valenciana. En un gesto que demuestra que el fútbol nunca es solo fútbol, el equipo lanzó una camiseta manchada de barro, símbolo de solidaridad, que fue subastada para recaudar fondos.

ELCHE CF



El Elche CF ha demostrado que la creatividad es una vía efectiva para ganar visibilidad digital. Su estrategia se apoya en detectar tendencias y sumarse a ellas, añadiendo incluso marcas patrocinadoras en posts con mayor potencial de engagement. Una forma inteligente de crecer en alcance y ofrecer valor comercial.

REAL OVIEDO



No se puede entender el ascenso del Real Oviedo sin Santi Cazorla. La mística del hijo pródigo que, tras superar una lesión que casi le impide volver a caminar, ha llevado al equipo de su tierra, del que es un aficionado más, de vuelta a la máxima categoría del fútbol español, 24 años después. Y lo hizo en los play-offs, en la prórroga, marcando. Una historia de fútbol que emociona.

Blinkfire es una empresa basada en IA que ofrece una plataforma líder en business intelligence y marketing para evaluar patrocinios en deportes, esports, medios y entretenimiento, en redes sociales, medios digitales, broadcast y streaming.

Utilizando inteligencia artificial, machine learning y tecnología propia de computer vision, Blinkfire mide el valor y el impacto, permitiendo que propietarios de derechos, deportistas, influencers, agentes y marcas conecten mejor con sus aficionados y patrocinadores en múltiples plataformas.

Muchos de los equipos y ligas más importantes del mundo confían en la plataforma de Blinkfire, en tiempo real y siempre activa, para evaluar patrocinios en deporte y entretenimiento, cuantificando el engagement y el valor de sus acuerdos comerciales.

Para saber más de Blinkfire, escribe a marketing@blinkfire.com o visita www.blinkfire.com.

