

# Estudio Fenómeno FAN en el Deporte Femenino

Claves para la industria del deporte en España: marcas patrocinadoras, propiedades deportivas, y otros actores implicados



# Objetivos del estudio

01

## Percepción del deporte femenino

Entender qué está ocurriendo con el fenómeno fan del deporte femenino y como se construye

02

## La conexión emocional

Construir el mapa de conexión emocional, los valores y el relato que consiguen vincular al fan con el deporte femenino

03

## Las experiencias como fans

Detectar los momentos, espacios y acciones con mayor potencial para conectar con el fan



# Metodología

Se han realizado una doble intervención (Cualitativa + Cuantitativa)

## fase **1** Intervención Cualitativa



**6** Focus Groups

**10** Entrevistas en profundidad con expertos

## fase **2** Intervención Cuantitativa



**1.008** entrevistas online\*

**20 minutos** de duración

# Metodología

## fase 1 Intervención Cualitativa

6 Focus Groups

### TARGET



**GENERACIÓN Z**

**2 Focus Groups**



**MILLENNIALS**

**2 Focus Groups**



**BOOMERS Y GEN X**

**2 Focus Groups**

**Fans deporte general  
+  
Fans deporte femenino**

### TRABAJO DE CAMPO

• Del 31 de enero al 6 de febrero de 2023



### SPORT EXPERTS

10 Entrevistas en profundidad con expertos



Teresa Rivero  
Dtra. MK (CMO) Finet



José Hidalgo  
Presidente de ADESP



Luis Gómez  
Asesor Senior  
de Iberdrola



Beatriz Álvarez  
Presidenta de Liga F



Laura Gil  
Responsable de Patrocinios  
de Iberdrola



Reyes Bellver  
Abogada y Socia  
de Bellver Sports  
Legal Boutique



Paloma del Río  
Ex-Directora de Programas  
Deportivos TVE y pionera en  
periodismo deportivo  
femenino



Carolina Marín  
Medalla de Oro JJOO  
Campeona mundial Bádminton



Carla Suárez  
2 Títulos WTA y 11 finales  
Tenis



Sara Gallego  
Campeona y récord de España  
Atletismo 400 vallas  
Olímpica Tokio

# Metodología



## fase **2** Intervención Cuantitativa

**1.008** entrevistas online\*

**20 minutos** de duración

### TARGET

Comprendidos entre los 18 y 65 años



17%

GENERACIÓN Z



25%

MILLENNIALS



31%

GENERACIÓN X



27%

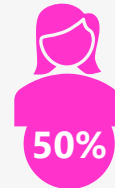
BOOMERS

Hombres



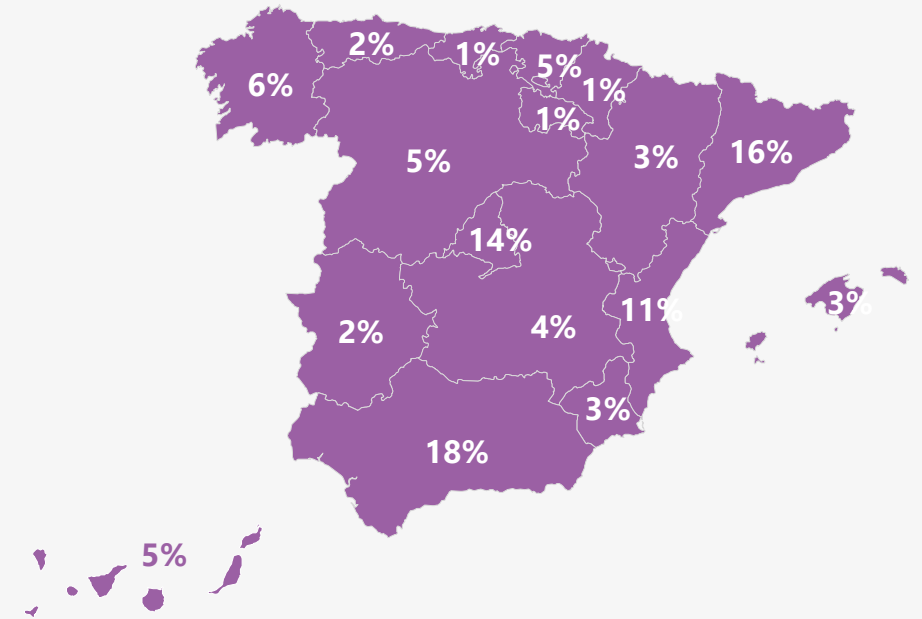
50%

Mujeres



50%

Residentes en España\*\*



### TRABAJO DE CAMPO

- Del 12 al 17 de abril de 2023





# Índice

## Objetivos y metodología

- 01** | **Contexto: Transformación**
- 02** | Signos de la vitalidad del deporte femenino actualmente
- 03** | ¿Qué atrae del deporte femenino?
- 04** | Conexión con las marcas
- 05** | Recomendaciones para el futuro

# LA SOCIEDAD ACTUAL SE ENCUENTRA EN UN MOMENTO DE CAMBIO

## Dos áreas que están liderando esta transformación social



**EL MEDIOAMBIENTE**



**LO FEMENINO**

Y sincronizado con el protagonismo de la mujer en nuestra sociedad el Deporte Femenino simboliza, participa, impulsa y proyecta esta transformación

# ¿En qué momento estamos del Deporte Femenino?

Los expertos lo tienen muy claro y coinciden con lo que nos transmiten los aficionados al deporte:

## 1# CAMBIO DE ERA



Teresa Rivero  
Dtra. MK (CMO) Finetwork

## 2# CONQUISTA



José Hidalgo  
Presidente de ADESP

## 3# JUSTICIA



Luis Gómez  
Asesor Senior de Iberdrola

## 4# ROMPIENDO ESTEREOTIPOS



Beatriz Álvarez  
Presidenta de Liga F

## 5# EXPLOSIÓN



Laura Gil  
Responsable de Patrocinios de Iberdrola

## 6# ALTA VOZ



Reyes Bellver  
Abogada y Socia de Bellver Sports Legal Boutique

## 7# IMPARABLE



Paloma del Río  
Ex-Directora de Programas Deportivos TVE y pionera en periodismo deportivo femenino



# 1# CAMBIO DE ERA



Teresa Rivero  
Dtra. MK (CMO) Finetwork

Nº entrevistas=1.008

P27. ¿Hasta qué punto te sientes identificado/a con cada una de estas frases en relación al deporte femenino?

Estamos ante un nuevo escenario, un nuevo paradigma para el patrocinio y las marcas en el deporte



“

*Hoy podemos decir que estamos ante un cambio de era, hemos entrado en un círculo virtuoso y el deporte femenino ya genera interés. Vemos a deportistas en muchas disciplinas, la audiencia responde y las marcas apoyamos*

”

# 78%

**las deportistas femeninas profesionales compiten al más alto nivel**

(no tienen nada que envidiar a los deportistas masculinos)

## 2# CONQUISTA



José Hidalgo  
Presidente ADESP

Nº entrevistas=1.008

P27. ¿Hasta qué punto te sientes identificado/a con cada una de estas frases en relación al deporte femenino?

P26. Dirías que para ti el deporte femenino es...

Las niñas ya tienen *ídolas* en las que fijarse, esto va a favorecer tanto la práctica deportiva femenina, como su seguimiento

“

*Estamos viendo cómo la mujer está consiguiendo la conquista social en muchos ámbitos y espacios, entre ellos, está el deporte. Hay más conciencia social, hay más deportistas, hay más afición. Las deportistas de hoy son el espejo en el que se miran las niñas que serán nuestras futuras campeonas*

”



**85%** Los valores del deporte femenino son un ejemplo a seguir por la sociedad en general

**76%** El deporte femenino es un espejo en el que mirarse (especialmente para las mujeres – 81% versus 70% hombres)

### 3# JUSTICIA



Luis Gómez  
Asesor Senior  
de Iberdrola

*La sociedad está cambiando y estamos ante un punto de inflexión. Es cuestión de justicia, dejemos de hablar y empecemos a hacer*

Nº entrevistas=1.008

**P27.** ¿Hasta qué punto te sientes identificado/a con cada una de estas frases en relación al deporte femenino?

**P37.** ¿Hasta qué punto te sientes identificado/a con cada una de estas frases en relación al deporte femenino?

La mitad de la población es femenina, no se entiende que no tengan las mismas oportunidades y apoyos (por parte de las Instituciones y marcas)



**85%** El éxito de las mujeres deportistas, es también el éxito de un país como sociedad

**77%** Para que progrese el deporte femenino es importante que haya **más mujeres dirigiendo** (presidentas, entrenadoras, etc.)

## 4# ROMPIENDO ESTEROTIPOS



Beatriz Álvarez  
Presidenta Liga F

*Estamos abriendo una ventana a la esperanza. Luchando y rompiendo estereotipos en todos los ámbitos, desde la educación y los colegios, pasando por el deporte amateur y, por supuesto, con la profesionalización de la liga F, hemos marcado un antes y un después. El futuro ya ha empezado*

Nº entrevistas=1.008

P27. ¿Hasta qué punto te sientes identificado/a con cada una de estas frases en relación al deporte femenino?

El deporte femenino como ejemplo de que se pueden romper las barreras y alcanzar la igualdad

**86%** El deporte femenino es un ejemplo de que las mujeres **pueden llegar tan lejos como ellas quieran**





## 5# EXPLOSIÓN



Laura Gil  
Responsable de Patrocinios  
de Iberdrola

*La sociedad se está concienciando hacia la igualdad de género. Asistimos a una explosión del deporte femenino con una receptividad espectacular, es el momento de romper barreras*

El deporte femenino es un tren que ya está en marcha... si las marcas tardan... lo perderán

La Champions League femenina alcanza una audiencia récord de 50 millones por Dazn

La plataforma de 'streaming', que emitió los partidos en su OTT y en abierto en su canal de YouTube, afirma que la audiencia femenina aumentó un 3%.



[https://www.2playbook.com/media/champions-league-femenina-alcanza-audiencia-record-50-millones-por-dazn\\_12233\\_102.html](https://www.2playbook.com/media/champions-league-femenina-alcanza-audiencia-record-50-millones-por-dazn_12233_102.html)

**Copa de la Reina**  
La final de la Copa de la Reina fue vista por 827.000 espectadores, 7,5% de cuota, en La 1

- El Atlético de Madrid venció en la tanda de penaltis al Real Madrid, que fue vista por más de un millón de espectadores, 12,1%
- En total, 4.621.000 espectadores, 10% de la población, han visto algún momento del encuentro

28.05.2023 | 09:11 horas | Por PRENSA RTVE



El Atlético de Madrid, ganador de la Copa de la Reina EFE JUANJO MARTÍN (EFE)

<https://www.rtve.es/rte/20230528/final-copa-reina-fue-vista-827000-espectadores/2447737.shtml>





Reyes Bellver  
Abogada y Socia de Bellver Sports  
Legal Boutique

## El deporte femenino es un amplificador de lo que ya está ocurriendo a nivel social en concepto de igualdad

“

*Asistimos a un momento clave en la lucha por la igualdad de derechos y el deporte femenino es un altavoz de la sociedad muy potente*

”

**80%** El deporte femenino es un **altavoz de la igualdad de género**



## 6# IMPARABLE



Paloma del Río

Ex-Directora de Programas Deportivos TVE y pionera en periodismo deportivo femenino

“

*Esto empezó en serio en Barcelona 92, allí se dio el salto. Desde entonces hemos avanzado mucho y este camino no se va a desandar. La progresión del deporte femenino es imparable*

”

Nº entrevistas=1.008

P26. Dirías que para ti el deporte femenino es...

En el deporte femenino aún hay muchas oportunidades, su crecimiento no está en cuestión



**El deporte femenino es un movimiento que va a más, imparable**

**84%**

**El deporte femenino no es una burbuja que terminará por pincharse**

**74%**



Carolina Marín  
Medalla de Oro JJOO  
Campeona mundial Bádminton

Nuestras deportistas están de acuerdo en la evolución positiva, aunque siguen reclamando una mayor atención; acorde a su nivel, su competitividad y sus logros

*Estamos en una evolución muy positiva, aunque aún hay una brecha importante, queda mucho por hacer*

*Lo que atrae de las deportistas son nuestros valores humanos, nuestra capacidad de superación, el esfuerzo, el trabajo y nuestra determinación*

**85%**

**El éxito de las deportistas femeninas tiene mucho mérito por el esfuerzo y las dificultades que tienen que superar**





El deporte femenino tiene continuidad, se valora por su calidad deportiva y humana, hay futuro... y se considera que hay mucho por hacer aún para darle el espacio y la visibilidad que merece



Carla Suárez  
2 Títulos WTA y 11 finales Tenis



Sara Gallego  
Campeona y récord de España  
Atletismo 400 vallas  
Olímpica Tokio

Los fans siempre destacan de nosotras nuestra actitud, que luchamos y no damos nada por perdido y eso es lo que nos lleva a lograr los éxitos

Hemos conseguido muchas metas, aunque el deporte femenino debe evolucionar sobre todo en la igualdad de oportunidades y condiciones

Somos muchas las deportistas españolas que estamos en el top mundial y somos muy jóvenes. Hay futuro. Somos un espejo de superación, valentía y lucha

Poco a poco, vamos alcanzando la igualdad que se busca. No diría que estamos ya en el punto ideal, pero sí que vamos en el camino correcto. Luchamos por lo que creemos que nos merecemos

**84%**

**faltan más competiciones deportivas femeninas en la televisión,  
falta que tengan más visibilidad**

# Los fans también tienen claro cuáles son los factores que explican por qué el deporte femenino aún no tiene tanta repercusión como el masculino

## Las 4 E

### Economía

- × Falta de financiamiento y patrocinio
- × Menor recompensación económica

### Estructura

- × Menor oferta de clubs y centros de entrenamiento
- × Falta de profesionalización

### Eco Mediático

- × Falta de visibilidad mediática y difusión
- × Falta de retransmisión de los partidos y competiciones

### Eclipse

- × Deportes asociados a los hombres y muy pocos asociados a las mujeres
- × Comparativa discriminatoria con el deporte masculino

**Estas cuestiones se traducen en una mayor dificultad de que una mujer deportista llegue al éxito y se pueda dedicar a ello profesionalmente**





# Índice

## Objetivos y metodología

- 01 | Contexto: Transformación
- 02 | **Signos de la vitalidad del deporte femenino actualmente**
- 03 | ¿Qué atrae del deporte femenino?
- 04 | Conexión con las marcas
- 05 | Recomendaciones para el futuro

Aunque en España el **deporte masculino sigue siendo claramente el gran referente,**

**el deporte femenino empieza a mostrar signos de una vitalidad con mucho potencial...**



# 5 Signos de la vitalidad del deporte femenino

## 1# ALCANCE



## 2# PERFILES FANS



## 3# VALORES



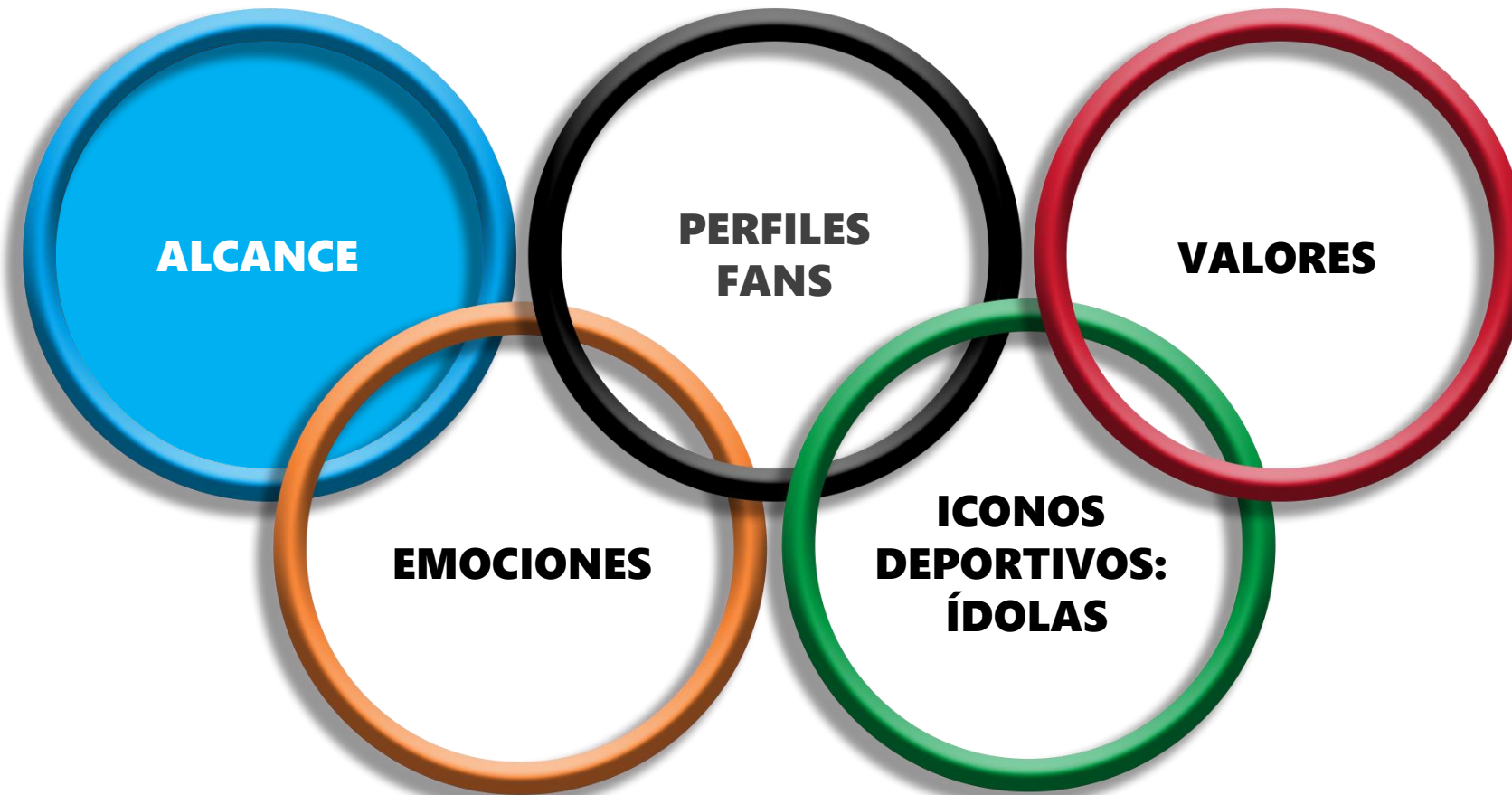
## 4# EMOCIONES



## 5# ICONOS DEPORTIVOS: ÍDOLAS



# **DIMENSIONES QUE ESTÁN #IMPULSANDO EL FENÓMENO DEL DEPORTE FEMENINO**





## #MAGNETISMO: 79% valoran positivamente el deporte femenino

En el momento actual, un **47%** se siente **muy atraído por el deporte femenino**, lo que nos lleva a pensar que tenemos un **marco de potencial crecimiento real y accesible**





# 1# ALCANCE

(Base: no rechazan el deporte femenino: 964)

P12. ¿Con qué frecuencia sueles seguir o informarte sobre deporte femenino, de las competiciones o equipos que más te interesan?

P13. De cada 10 eventos deportivos (partidos, competiciones, etc.) que ves, aproximadamente, ¿cuántas cuantas femeninas?

P19. ¿Qué deporte/s o competiciones sueles seguir (ya sea porque ves retransmisiones en directo, miras clasificaciones, resultados, etc.)?



## #SEGUIMIENTO: ya se empieza a observar un seguimiento regular del deporte femenino

**¡4 de cada 10 personas siguen o se informan a la semana sobre sus deportistas o equipos femeninos!**



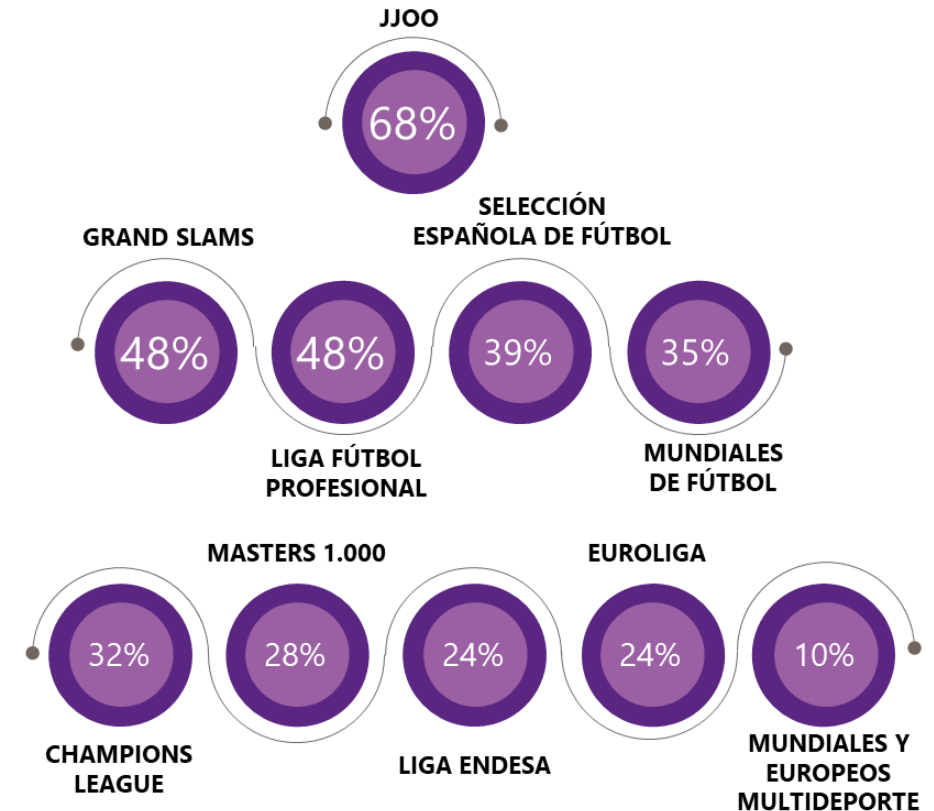
Seguimiento de algún evento **a la semana**

39%

Seguimiento de algún evento **al mes**

67%

**¡3 de 10 eventos deportivos que se siguen, son de competiciones femeninas!**



# 1# ALCANCE

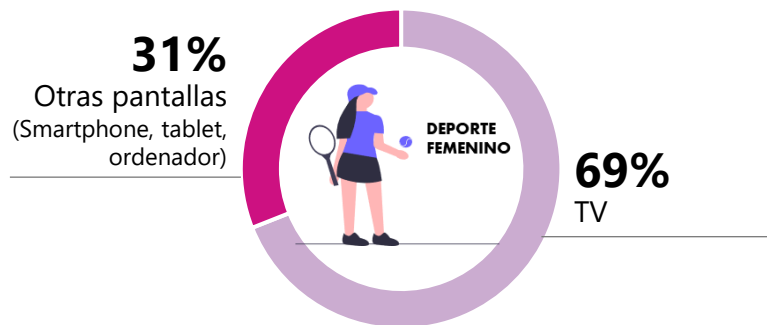
(Base: no rechazan el deporte femenino: 964)

**P16.** Habitualmente, de cada 10 retransmisiones deportivas que ves de deporte masculino/femenino, ¿cuántas sueles ver por...? / **P15.** ¿A través de qué medios sueles ver o informarte de las competiciones deportivas masculinas y femeninas que sigues? / **P14.** ¿Cuándo ves deporte masculino o femenino, ¿qué tipo de contenido sueles ver? / **P17.** Habitualmente, cuando ves deporte masculino/femenino (eventos, partidos, resúmenes, etc.), ¿Con cuál o cuáles de estas formas te sientes más identificado/a?

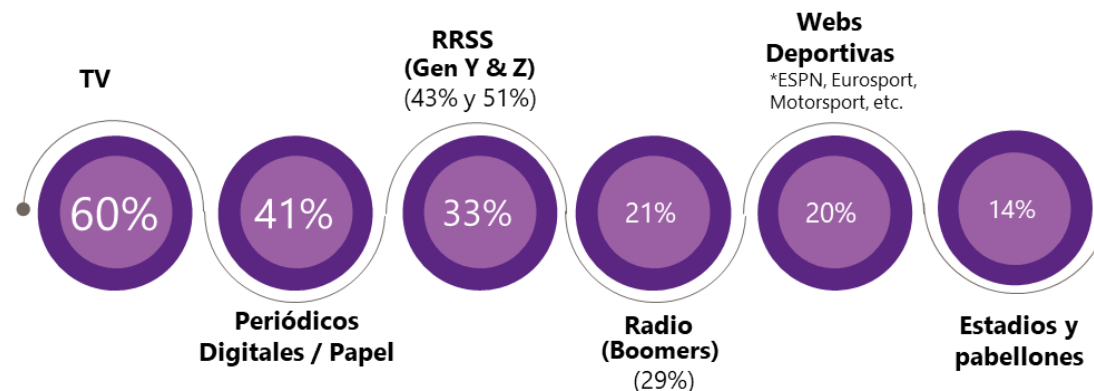


## La TV sigue siendo el medio más habitual para la mayoría Para la Generación Z, las RRSS son su medio favorito

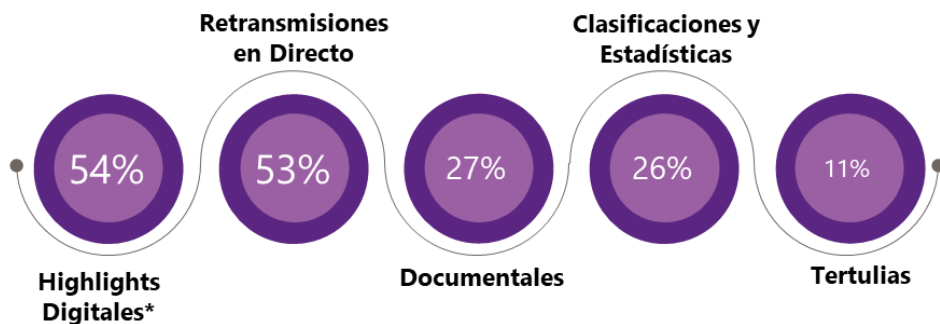
### #PANTALLAS



### #CANALES SEGUIMIENTO



### #FORMATOS



### #DÓNDE SE VE

**84%** Le gusta verlo en casa tranquilamente  
**35%** Le gusta verlo en el bar, con ambiente

# **DIMENSIONES QUE ESTÁN #IMPULSANDO EL FENÓMENO DEL DEPORTE FEMENINO**





## PERFILES FANS DEPORTE FEMENINO

### 74%

Fans del deporte

### 47%

Fans del deporte femenino

### 26%

Desconectad@s

No sienten afición por el deporte.  
Target más desvinculado

Fans exclusivos del deporte MASCULINO

### 27%

Les gusta mucho el deporte, pero solo el masculino.  
No terminan de empatizar ni aficionarse a las competiciones femeninas

### 41%

Fans MIXTOS (deporte masculino y femenino)

Son aficionados al deporte de forma más abierta  
Les gusta el deporte masculino y han integrado el deporte femenino en sus rutinas y afición de forma natural

### 6%

Fans exclusivos del deporte FEMENINO

Aunque no les atrae tanto el deporte en general, sí conectan con el deporte femenino desde los valores y lo que representa el movimiento en torno a la mujer

## 2# PERFILES FANS

Nº entrevistas=1.008

P11. ¿Hasta qué punto te atrae o te interesa ...?



# FANS MIXTOS (deporte masculino y femenino)

# 41%

♀ 60% ♂ 40%  Perfil amplio entre 28 y 65 años

 Más representación de familias con hijos



Se consideran apasionados del deporte  
Siguen deporte varias veces por semana  
Disfrutan mucho del deporte

Colaboran más con ONG y causas sociales



Son los que van más a estadios a ver eventos

De cada 10 eventos que ven:

♂ 7 competiciones masculinas

♀ 3 competiciones femeninas

Son más sostenibles y activistas



Son los que más ven deporte femenino  
Más presencia de hijos/nietos que compiten

Están más implicados con la igualdad de género







## FANS EXCLUSIVOS DEL DEPORTE FEMENINO

# 6%

♀ 85% ♂ 15% 📅 Entre 18 y 40 años



No se consideran apasionadas del deporte (seguimiento)

Sí tienen integrado el deporte en sus vidas: 60% practica deporte semanalmente



Espectadoras más eventuales de competiciones

Normalmente consumen el deporte en TV abierto

El evento que más les engancha son los JJOO



Son las que más reclaman aumentar la visibilidad del deporte femenino



Las que más admiran a las deportistas femeninas



Muy activas en sostenibilidad y cambio climático



Son las más críticas con las barreras hacia la mujer





# FANS EXCLUSIVOS DEPORTE MASCULINO 27%

♀ 27% ♂ 73% 📅 Entre 41 y 65 años

👨‍👩‍👧 Families con hijos mayores de edad



Muy apasionados del deporte  
Se consideran expertos del deporte  
Practican deporte semanalmente



Siguen diariamente el deporte masculino  
Son los que más escuchan la radio



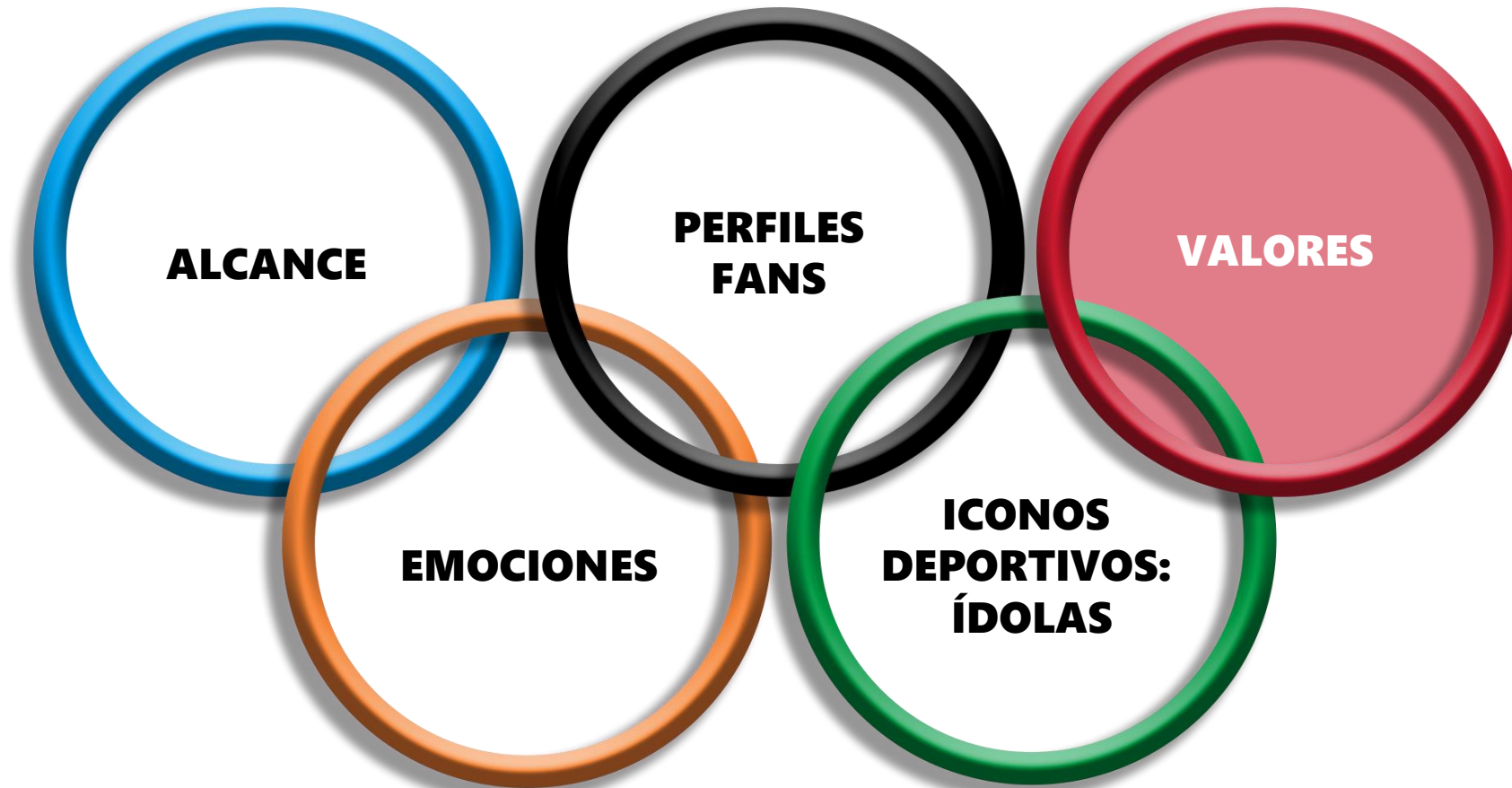
No consideran al deporte femenino dentro de sus aficiones deportivas



Son los menos interesados en temas sociales como la sostenibilidad, igualdad de género o colaboración con ONG



# **DIMENSIONES QUE ESTÁN #IMPULSANDO EL FENÓMENO DEL DEPORTE FEMENINO**



### 3# VALORES



**Los valores de máxima  
ebullición en la  
sociedad...**

**...coinciden con los  
valores representados  
por el deporte femenino**

# 3# VALORES

Nº entrevistas=1.008

P24. De los siguientes valores asociado al deporte, ¿cuáles vinculas más al deporte masculino y cuáles al femenino?



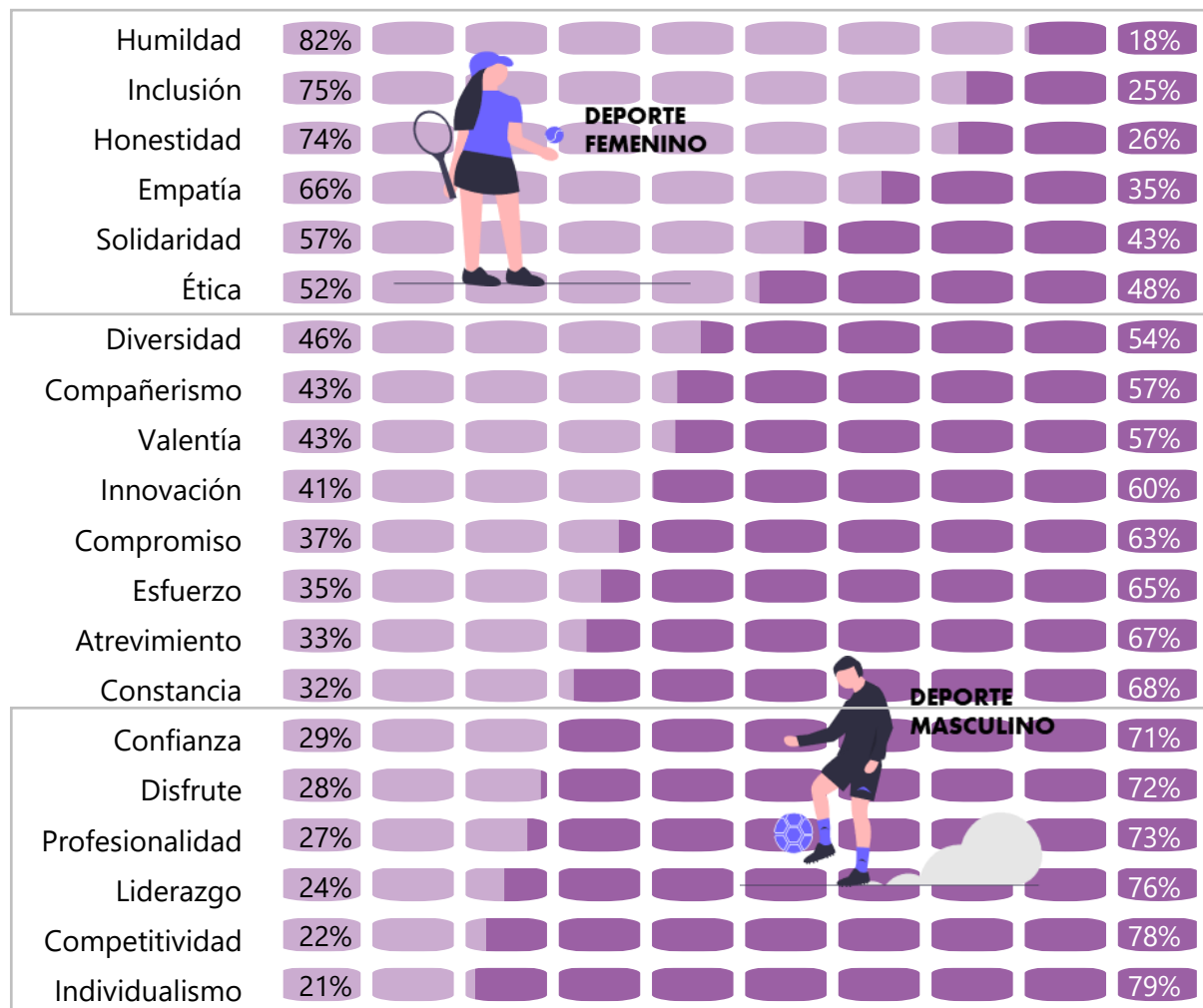
**El deporte en general es un gran contenedor de valores para la sociedad. Y, en concreto, el deporte femenino aparece connotado de una serie de valores muy interesantes para las marcas**

Fuertemente asociado a valores cálidos transmiten Credibilidad y Engagement:

- Valores humanistas
- Que hablan de vínculo emocional
- Que transmiten autenticidad y pureza

No tan asociado a valores más masculinos vinculados con PERFORMANCE y LIDERAZGO:

- La fuerza
- La energía
- El desempeño
- El prestigio / status



También participa de valores mixtos (masculino y femenino) con una orientación diferencial y positiva

\* Según estudio Valores realizado por HMG - 2022



**Humildad**

**Inclusión**

**Honestidad**

**Empatía**

**Solidaridad**

**Ética**



## **VALORES ASOCIADOS AL DEPORTE FEMENINO Y MASCULINO**



**Individualismo**

**Competitividad**

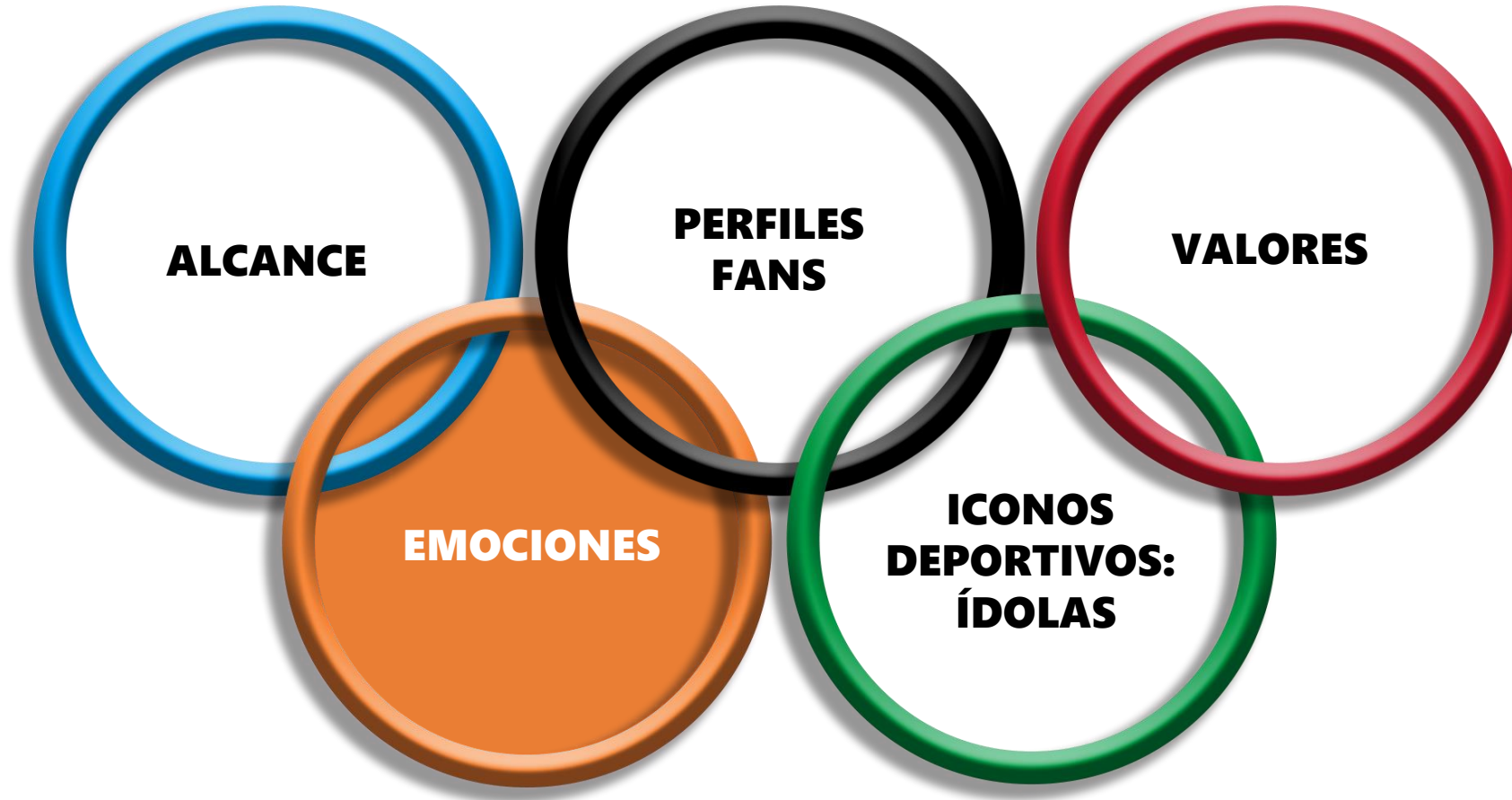
**Liderazgo**

**Profesionalidad**

**Disfrute**

**Confianza**

# **DIMENSIONES QUE ESTÁN #IMPULSANDO EL FENÓMENO DEL DEPORTE FEMENINO**





# 4# EMOCIONES

Nº entrevistas=1.008

P25. Con relación a las emociones, De 0 a 10, ¿en qué medida el deporte masculino y el femenino te despiertan las siguientes emociones cuando los ves?

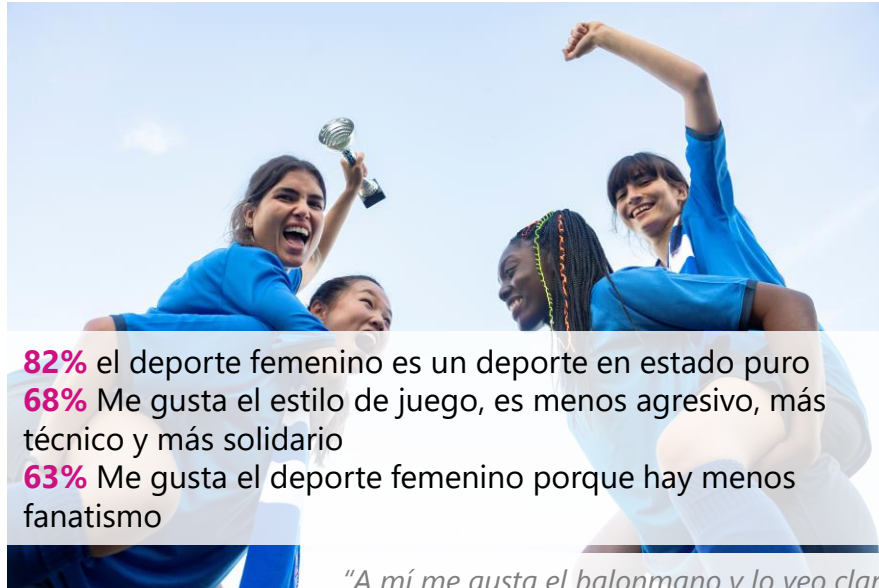


## #El mapa de emociones que provoca el deporte en los fans, es muy similar entre deporte femenino y masculino, las diferencias se encuentran en matices:

### DEPORTE FEMENINO

#### MÁS IDENTIFICACIÓN Y EMPATÍA

Orgullo, autenticidad, empoderamiento, libertad, me identifico



**82%** el deporte femenino es un deporte en estado puro  
**68%** Me gusta el estilo de juego, es menos agresivo, más técnico y más solidario  
**63%** Me gusta el deporte femenino porque hay menos fanatismo

### DEPORTE MASCULINO

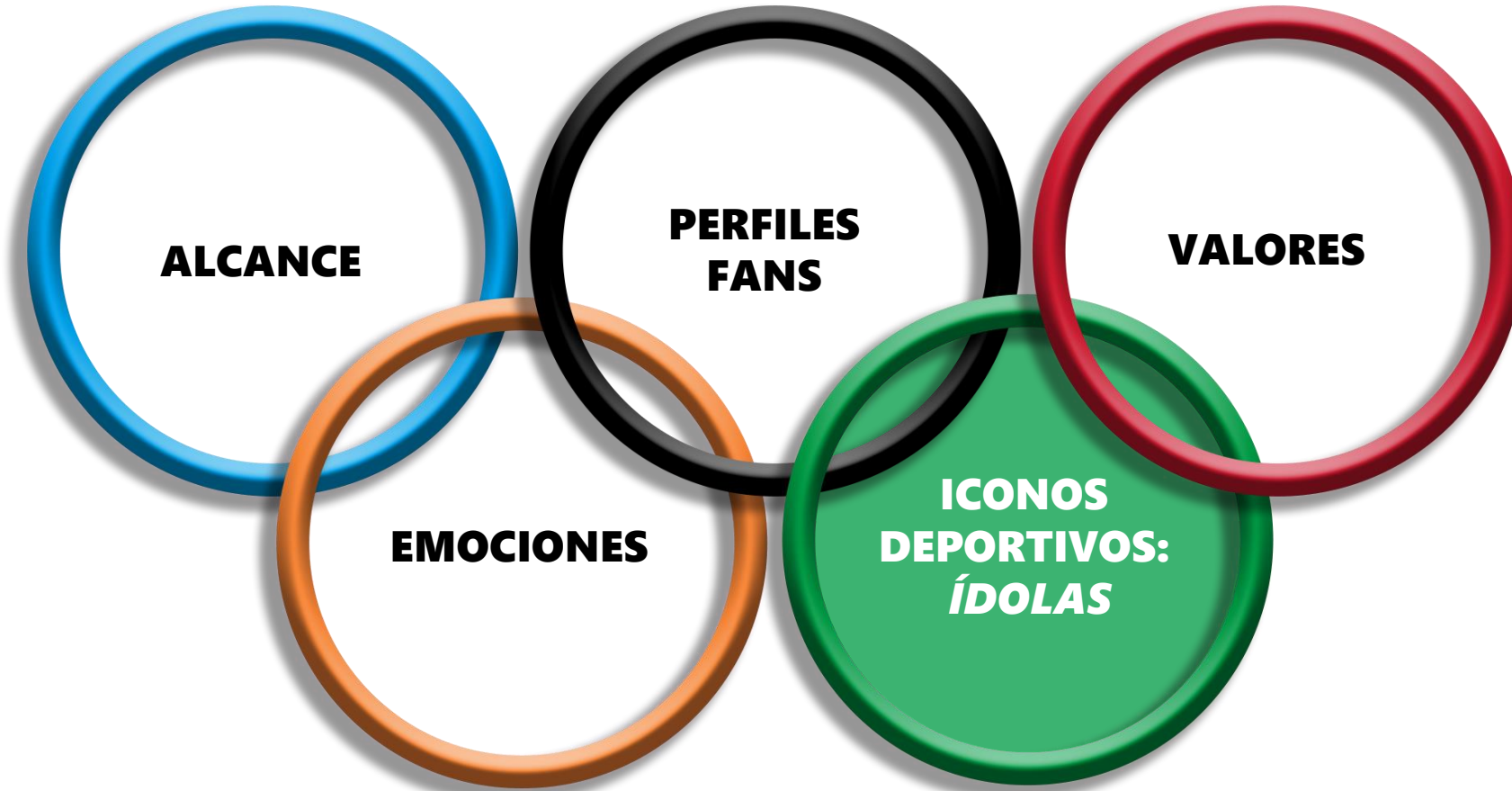
#### MÁS ADMIRACIÓN Y ÉXITO

Talento, energía, euforia, diversión, elitismo



*"A mí me gusta el balonmano y lo veo clarísimo: los Hispanos me representan y admiro sus éxitos, me hacen disfrutar ... pero con las Guerreras empatizo más, me identifico con ellas, conecto a un nivel más profundo me provocan una emoción más personal"*

# **DIMENSIONES QUE ESTÁN #IMPULSANDO EL FENÓMENO DEL DEPORTE FEMENINO**



## 5# ICONOS DEPORTIVOS: ÍDOLAS



### Cultura de deportistas españolas

### Gran conocimiento de las referentes de las diferentes disciplinas deportivas

MIREIA BELMONTE	95%	PAULA BADOSA	73%	GISELA PULIDO	52%
GEMMA MENGUAL	89%	RUTH BEITIA	73%	VIRGINIA TORRECILLA	46%
ONA CARBONELL	88%	CARLA SUAREZ	73%	ANA CARRASCO	45%
CAROLINA MARÍN	87%	LYDIA VALENTÍN	72%	ATHENEA DEL CASTILLO	42%
ANA PELETEIRO	85%	LAIA SANZ	65%	QUERALT CASTELLET	42%
GARBIÑE MUGURUZA	83%	LAIA PALAU	63%	ESTHER GONZÁLEZ	39%
ALEXIA PUTELLAS	80%	TERESA PERALES	55%	LOLA GALLARDO	39%
		MAPI LEÓN	55%	FÁTIMA GÁLVEZ	33%

Nº entrevistas=1.008

P29. ¿Cuál o cuáles de estas deportistas españolas conoces?



# 5# ICONOS DEPORTIVOS: ÍDOLAS



## ¿Qué deportistas ESPAÑOLES son los MÁS ADMIRADOS?

227 deportistas (espontáneos)

1 de cada 4 son mujeres (61 mujeres (27%))



Carolina Marín



Mireia Belmonte



Alexia Putellas



Ana Peleteiro



Almudena Cid

Nº entrevistas=1.008

P10. Escribe, por favor, el nombre de 3 deportistas que admires, que representen para ti un ejemplo a seguir por sus logros personales o deportivos.

# 5# ICONOS DEPORTIVOS: ÍDOLAS



## ... y donde la presencia de deportistas femeninas ESPAÑOLAS como REFERENTES DEPORTIVAS es un hecho

(227 deportistas / 61 deportistas femeninas (27%))  
23 disciplinas distintas

### TOP 20 MUJERES

- 01 Carolina Marín
- 02 Mireia Belmonte
- 03 Alexia Putellas
- 04 Ana Peleteiro
- 05 Almudena Cid
- 06 Ona Carbonell
- 07 Gemma Mengual
- 08 Alejandra Salazar
- 09 Arantxa Sánchez
- 10 Lidia Valentín



Carolina Marín



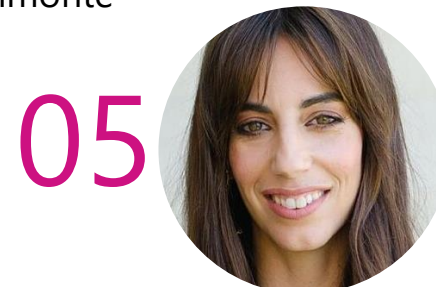
Mireia Belmonte



Alexia Putellas



Ana Peleteiro



Almudena Cid

### TOP 20 MUJERES

- Eduarne Pasaban 11
- Garbiñe Muguruza 12
- Marta Ortega 13
- Teresa Portela 14
- Aitana Bonmatí 15
- Beatriz González 16
- Conchita Martínez 17
- Gemma Triay 18
- Laia Sanz 19
- Nuria Picas 20

Nº entrevistas=1.008

Nº entrevistas=1.008

**P10.** Escribe, por favor, el nombre de 3 deportistas que admires, que representen para ti un ejemplo a seguir por sus logros personales o deportivos.



## 5# ICONOS DEPORTIVOS: ÍDOLAS



**#Existe un deseo de tener más ejemplos en los que mirarse desde el deporte femenino**

Nº entrevistas=1.008

P27. ¿Hasta qué punto te sientes identificado/a con cada una de estas frases en relación al deporte femenino?



**78%**

Necesitamos en el deporte español **más ídolas femeninas** y no tantos masculinos



# Índice

## Objetivos y metodología

- 01** | Contexto: Transformación
- 02** | Signos de la vitalidad del deporte femenino actualmente
- 03** | **¿Qué atrae del deporte femenino?**
- 04** | Conexión con las marcas
- 05** | Recomendaciones para el futuro



## 5# ICONOS DEPORTIVOS: ÍDOLAS



# Existe un deseo de tener más ejemplos en los que mirarse desde el deporte femenino



**78%**

Necesitamos en el deporte español **más ídolas femeninas** y no tantos masculinos

Nº entrevistas=1.008

P27. ¿Hasta qué punto te sientes identificado/a con cada una de estas frases en relación al deporte femenino?



# ¿Por qué atrae el deporte femenino?

## EXTENSIÓN

### Nos gusta el deporte.

Si eres fan de un deporte en masculino, es probable que también lo serás del femenino

## DESCUBRIMIENTO

### Hallazgo de una nueva conexión.

Personas que no eran fans del deporte, pero que al descubrir la categoría femenina se han aficionado

## ADMIRACIÓN

### Nos atrae el éxito.

Éxito profesional, personal y como sociedad

## EMPATÍA

### Conectamos con las deportistas.

Se produce una conexión emocional intensa con sus fans. Nos reconocemos en ellas: en su talento, esfuerzo, constancia y resultados

## PERTENENCIA

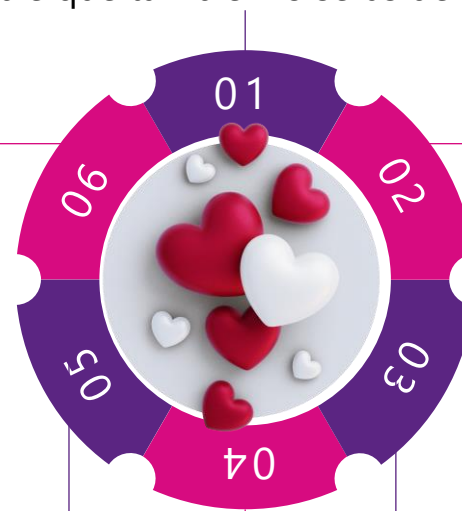
### Somos seres sociales.

Nos gusta sentirnos partícipes  
"Efecto arrastre"

## INSPIRACIÓN

### Buscamos *Ídolas*.

El ser humano busca figuras heroicas que le motiven a conseguir cosas que creen imposibles



# Atracción por...

## EXTENSIÓN: Nos gusta el deporte

Si eres fan del deporte masculino,  
Tienes posibilidades de que seas fan del femenino

...porque...

ambos son una extensión del mismo deporte que te gusta



Si te gusta un deporte...  
**es fácil que te enganches también a la versión femenina**  
(fútbol, basket, tenis, atletismo, rugby ...)

*"Empecé a jugar a rugby y ahora lo sigo también, disfruto mucho de este deporte, tanto en masculino como en femenino. El sexo da igual, te gusta el juego y conectas con sus valores"*



Quien disfruta del deporte, **disfruta de la parte de entretenimiento y espectáculo** igualmente desde lo femenino

*"A mí me gusta el fútbol, soy muy fan de mi equipo masculino... pero como también tiene equipo femenino, pues estoy pendiente y también lo sigo"*



El deporte femenino tiene una estética y ritmo propios que también gusta, y que **enriquece el propio deporte**

*"En el paddle femenino se valora mucho más la técnica y en realidad es más bonito de ver, es más estético, no va la bola tan rápido como en el masculino, que a veces ni te enteras"*

Atracción por...

## ADMIRACIÓN: Nos atrae el éxito

Es un hecho incuestionable que el éxito genera atracción y admiración

En el caso de las deportistas mujeres, se valora su éxito desde **3 niveles** distintos



ÉXITO  
COMO  
SOCIEDAD

ÉXITO  
PERSONAL

ÉXITO  
PROFESIONAL

Atracción por...

## ADMIRACIÓN:

### ÉXITO PROFESIONAL

Las deportistas han demostrado su altísimo nivel como profesionales en competiciones referentes dentro del mundo deportivo y en múltiples disciplinas

El éxito profesional es lo que más se reconoce de ellas:  
**son campeonas**

*"Cuando ves que nuestras deportistas ganan medallas en los JJOO o en los Mundiales es cuando te das cuenta de su dimensión como deportistas de primer nivel mundial"*



Las medallas y los premios son la **prueba objetiva de su éxito deportivo** y son un **símbolo que los fans admiran y valoran**



**78%**

Las deportistas femeninas profesionales **compiten al más alto nivel** (no tienen nada que envidiar a los deportistas masculinos)



Atracción por...

## ADMIRACIÓN:

### ÉXITO PERSONAL

Más allá de las medallas, las deportistas se han convertido en una muestra del esfuerzo a nivel personal que han tenido que hacer para poder dedicarse a su pasión.

Son un **referente de vida** por su **historia de superación**, por su **recorrido** y por haber **vencido las dificultades añadidas de ser mujer en un sector deportivo eminentemente masculino**

*"La mujer que ha llegado lejos sin tantas facilidades te transmite orgullo y que el esfuerzo merece la pena."*

*"Admiro su capacidad de superación, de hacer cosas inalcanzables y muy meritorias con pocos medios. Me quedo sobre todo con su trayectoria y dedicación"*



Sus **fans son muy conscientes de ello** y es una faceta de las deportistas que les genera una **admiración más profunda**



# 85%

Los **éxitos** de las deportistas femeninas tienen **mucho mérito por el esfuerzo y las dificultades** que tienen que **superar**

Atracción por...

## ADMIRACIÓN:

### ÉXITO COMO SOCIEDAD

El hecho de que las mujeres deportistas se estén haciendo un lugar en el mundo del deporte y que estén superando todas las barreras es un **éxito como sociedad hacia el objetivo de la igualdad**

Se percibe como una **evolución** que involucra a toda la población y que demuestra que **la integración de la mujer en el deporte se está convirtiendo en una realidad**

*"Hace unos años, a la chica que jugaba al fútbol se la llamaba marimacho, ahora esto es impensable. Es un gran avance"*



Esto se ve reflejado en una **mayor implicación de los fans** para dar apoyo al deporte femenino y conseguir que siga prosperando



# 85%

El **éxito de las mujeres deportistas** es también el **éxito de un país como sociedad**

# Atracción por...

## INSPIRACIÓN: Buscamos ídolas

Su ejemplo nos hace sentirnos capaces de enfrentarnos a retos que nos asustan o nos vemos incapaces de lograr. Son referentes para la sociedad y fuente de motivación personal por lo que nos transmiten con sus acciones:

### Superación



Se sobreponen a las adversidades

*“Yo lo que veo es que una persona deportista a alto nivel tiene que ser luchador, si encima es una mujer... que tiene más cosas en contra y no tiene tanta publicidad, es aún más difícil y tiene más mérito esa palabra.”*

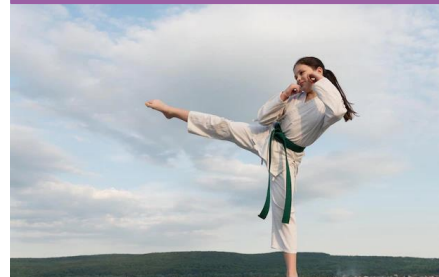
### Valentía



Se enfrentan a todas las barreras

*“La valentía que demuestran las mujeres es inspiradora para todas nosotras, quizás no puedan vivir de ello y aun así pelean por llegar lejos”*

### Constancia



Esfuerzo y sacrificio son la base de su éxito

*“Cuando pienso en el deporte femenino pienso en la constancia, porque no reciben en muchos casos el foco de los medios cuando consiguen algún logro y aun así, aunque no les reconozcan su mérito ni les den grandes recompensas, siguen esforzándose.”*

### Respeto



Se respira un ambiente sano, educado,

*“Cuando fui por primera vez a un partido de fútbol femenino con mi hijo me quedé impresionado, no me gusta demasiado llevarle al masculino por el tipo de ambiente que hay y en ese partido me sentí muy cómodo. Se celebraba la victoria sin insultos ni excesos”*

### Compañerismo



Menos egoísmo y más solidaridad

*“En los deportes de equipo del femenino se ve muchísimo más compañerismo, los del masculino parece que, aunque estén en el mismo equipo, solo se preocupan de brillar ellos más allá del interés común”*

# Atracción por...

## **PERTENENCIA: Somos seres sociales, nos gusta sentirnos partícipes**

La pertenencia nos proporciona una base emocional estable, necesaria para la vida en común.  
Compartimos valores, símbolos, actitudes, himnos, colores, banderas ...

**Se establecen vínculos emocionales fuertes: una deportista, un equipo, un deporte, un país, ...**



**Si compiten las mías, compito yo**

**Si ganan las mías, gano yo**

**Si se alegran las mías, me alegro yo**

**... y si sufren las mías, también sufro yo**

**Este sentimiento en el entorno del deporte femenino surge especialmente entre las mujeres  
También lo observamos entre los fans de un equipo concreto y entre los fans de la selección ...  
si eres de un equipo, o juega tu país... también eres de su equipo femenino**



Atracción por...

# EMPATÍA: conectamos con las deportistas

Por su  
**ESTILO DE JUEGO**



Más técnico y solidario  
menos agresivo e individualista

*“En el tenis es muy claro, la bola no va tan rápido, ves puntos más técnicos, disfrutas del juego”*

*“En los deportes de equipo, como el fútbol, se ve otra sintonía entre las jugadoras, parece que van todas a lo mismo como equipo”*

Por su  
**TRATO CERCANO Y HUMILDE**



Más accesibles, más humanas,  
con los pies en la tierra

*“No son tan elitistas, las ves más como tú, como si fuera tu vecina”*

*“Los deportistas hombres son figuras muy lejanas, no podrías hablar con ellos. Van de estrellas”*

Por su  
**REALIDAD AL SER MUJER**



Son un reflejo de la realidad de  
todas las mujeres

*“Te identificas en el esfuerzo del día a día y en cómo de difícil tenemos la vida las mujeres muchas veces”*

Por su  
**ESENCIA DEPORTIVA**



Más auténtico y verdadero,  
más real y menos superficial

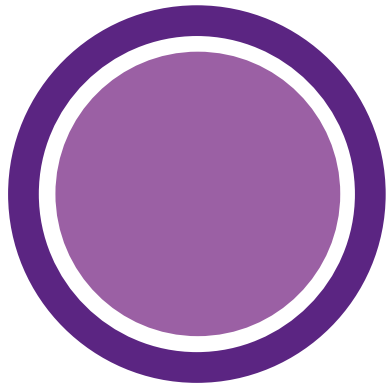
*“Los deportes masculinos ya son solo un negocio y un espectáculo. Las deportistas femeninas aún tienen esa esencia que nos conecta con el deporte desde un plano más personal.”*

**Una nueva época ... con una nueva épica**

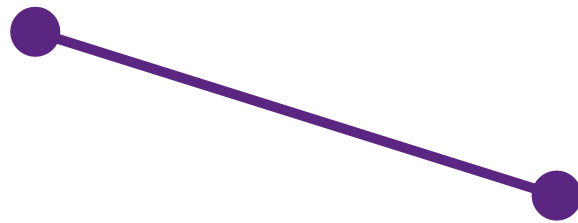


Atracción por...

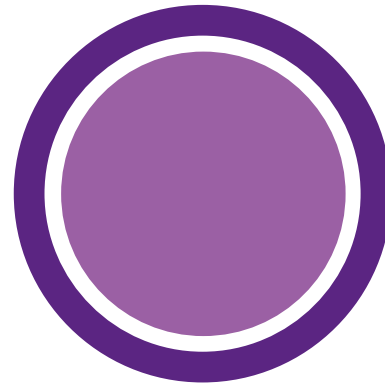
## DESCUBRIMIENTO: Hallazgo de una nueva conexión



El deporte femenino ha sido un descubrimiento para ciertas personas que **NO eran fans del deporte...**



... han conectado desde los **valores**, desde la búsqueda de la **igualdad**, desde el deseo de **progreso social** y desde la defensa de los **derechos de la mujer**



**6%**

Fans **exclusivos** del **Deporte Femenino**

Esta nueva conexión ha permitido una **ampliación en el perfil de fan** y su potencial de crecimiento

Nº entrevistas=1.008



# Índice

## Objetivos y metodología

- 01** | Contexto: Transformación
- 02** | Signos de la vitalidad del deporte femenino actualmente
- 03** | ¿Qué atrae del deporte femenino?
- 04** | **Conexión con las marcas**
- 05** | Recomendaciones para el futuro

# 4 Áreas clave de la conexión con las marcas

**1#** NUEVO PARADIGMA



**2#** VISIBILIDAD



**3#** APORTACIONES



**4#** DEMANDAS

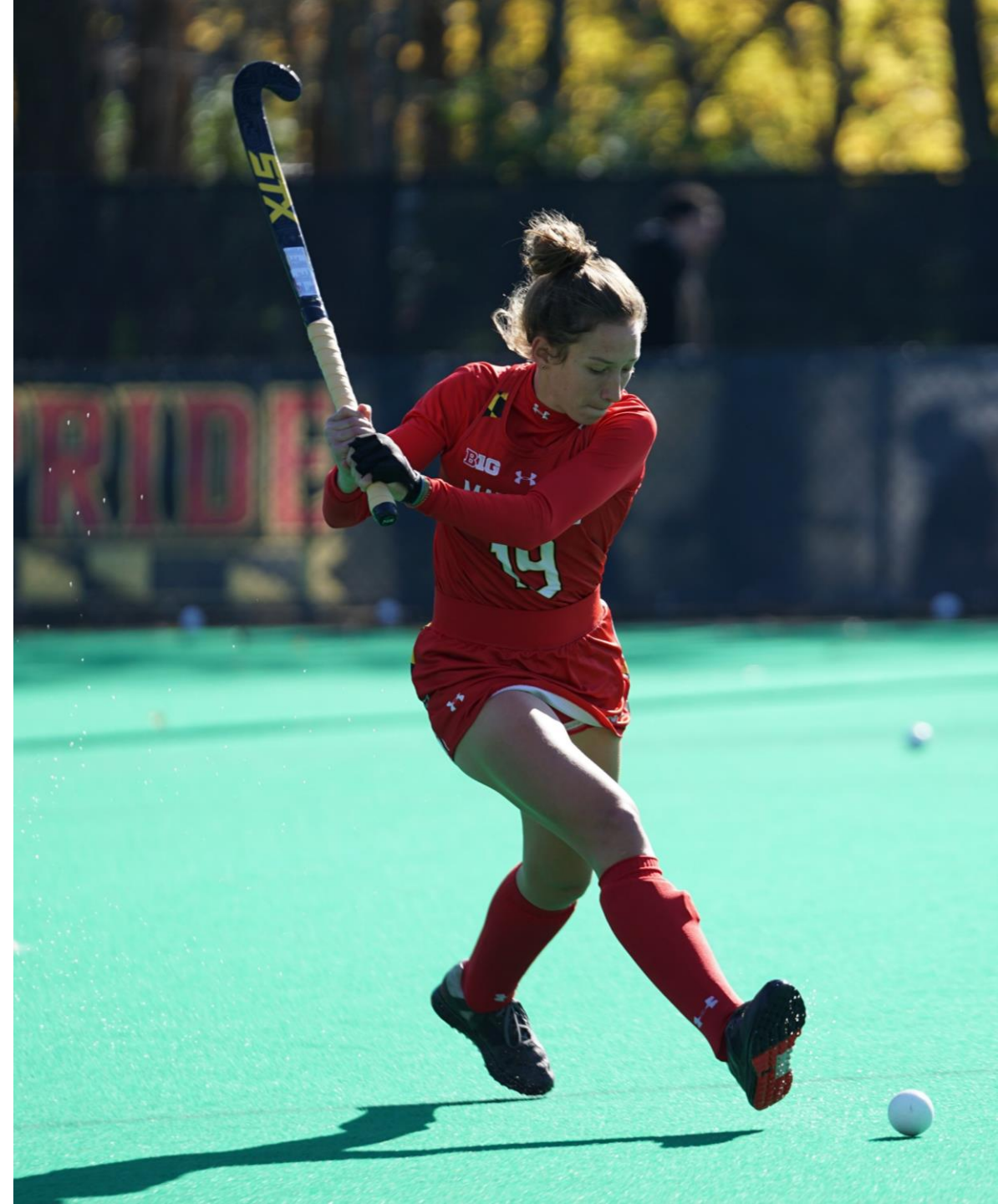


## #MARCAS

La eclosión del deporte femenino supone un **cambio de paradigma** en la concepción del deporte y en su vinculación con el patrocinio

Estamos en el momento clave para dar apoyo e involucrarse con este fenómeno

Quedarse fuera de juego ahora, significa una mayor dificultad para incorporarse en un futuro





# #Las MARCAS empiezan a tener visibilidad con sus acciones vinculadas al deporte femenino...

**DAZN VICTORIA, EL NUEVO PLAN DE DAZN PARA LOS AMANTES DEL FÚTBOL FEMENINO**

COMPROMISO SOCIAL

Bimbo reafirma su compromiso con la equidad de género y firma acuerdo con ONU Mujeres

Adidas ha duplicado su inversión en su cartera de jugadoras de la WNBA en el último año y medio

UNEQUIPO INSPIRADOR

Oysho Sport, la campaña que busca visibilizar el deporte femenino y sus referentes en Europa

Santander potencia el liderazgo femenino con una nueva edición de Becas Santander Women | W50

El COE y Coca Cola se unen para impulsar a las nuevas generaciones de deportistas

Herbalife renueva su apoyo al deporte femenino con Olga García

CaixaBank impulsa un centenar de acuerdos estratégicos vinculados al patrocinio del deporte femenino

Nike bate récords con la futbolista Ada Hegerberg: patrocinio de 1,3 millones al año

Iberdrola duplica en 2022 su impulso a la igualdad de la mujer a través del deporte

Finetwork se convierte en el patrocinador principal de la Liga F

El BBVA Open Internacional de Valencia estrena el 'Women's Day', un encuentro de mujeres referentes del mundo del deporte, la empresa y la cooperación

Endesa y la Liga Femenina de baloncesto renuevan su acuerdo de patrocinio hasta 2024

El Barça y Heura Foods se unen para impulsar el deporte femenino y promover un sistema alimenticio más sostenible

Movistar Plus+ estrena un nuevo canal dedicado al deporte femenino: así es el nuevo ELLAS #V

El deporte femenino está listo para ser negocio

Telefónica: el éxito en la alta competición también tiene rostro de mujer

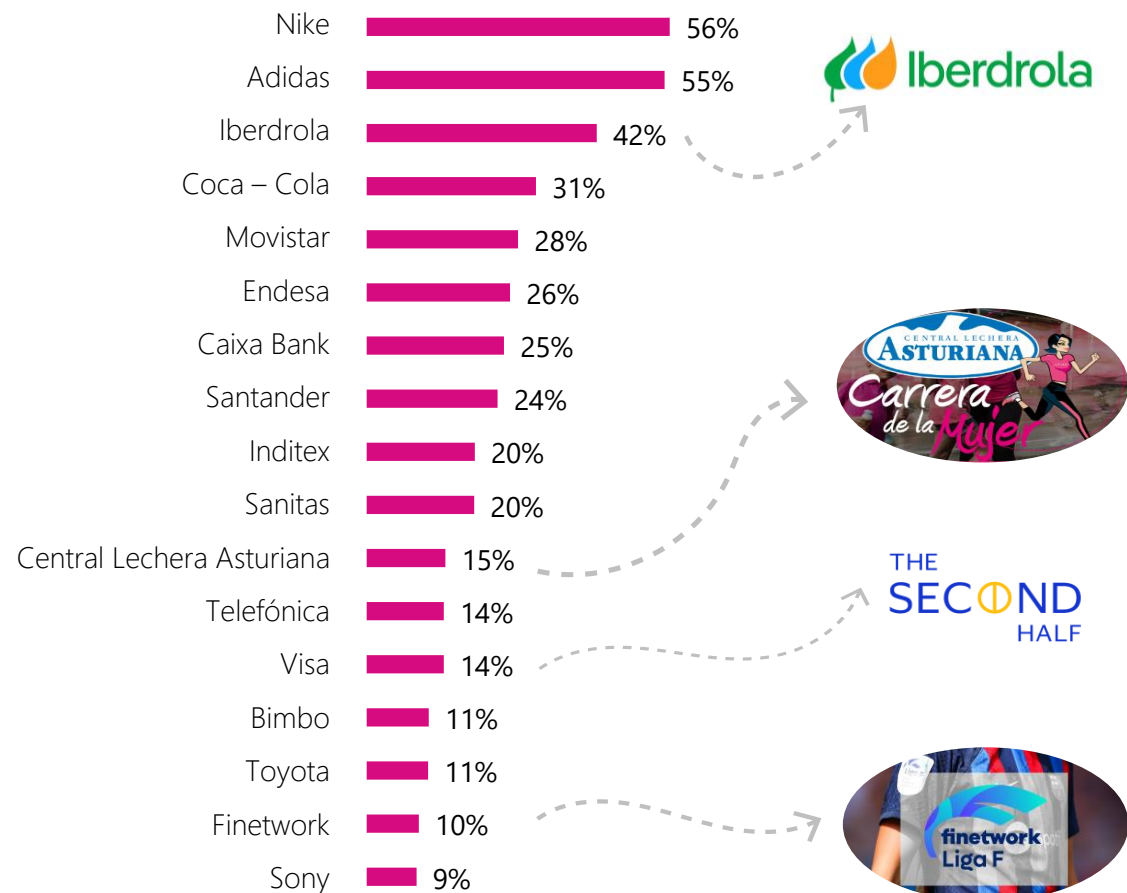


# #MARCAS

Nº entrevistas=1.008

P32. ¿Qué marcas te vienen a la mente que estén vinculadas al deporte femenino (porque patrocinan eventos, a deportistas, etc.)?

## ...los consumidores ya empiezan a reconocer a las marcas involucradas con el deporte femenino...



**48%** valora mejor a **Iberdrola** por patrocinar y apoyar a más de 100 competiciones femeninas, alcanzando a más de 600.000 deportistas españolas

**54%** valora mejor a **Central Lechera Asturiana**, que patrocina la Carrera de la Mujer (principal del evento deportivo popular que se realiza en 9 ciudades españolas)

**57%** valora mejor a **Visa** por desarrollar el programa "The second half", un programa en España de desarrollo profesional para mujeres deportistas

**45%** valora mejor a **Finetwork** por ser el patrocinador oficial de la Liga de Fútbol femenino

\*Valoraciones más positivas por parte de las mujeres y la generación Z

P34. De todos estos valores, por favor, elige los seis que más te transmite una marca que apoya y patrocina el deporte femenino.

## ... la relación con el Deporte Femenino **#APORTA VALORES POSITIVOS** para las marcas, son reconocidas como...

**LAS MARCAS VINCULADAS AL DEPORTE FEMENINO SON RECONOCIDAS POR LOS AFICIONADOS DEL DEPORTE COMO...**

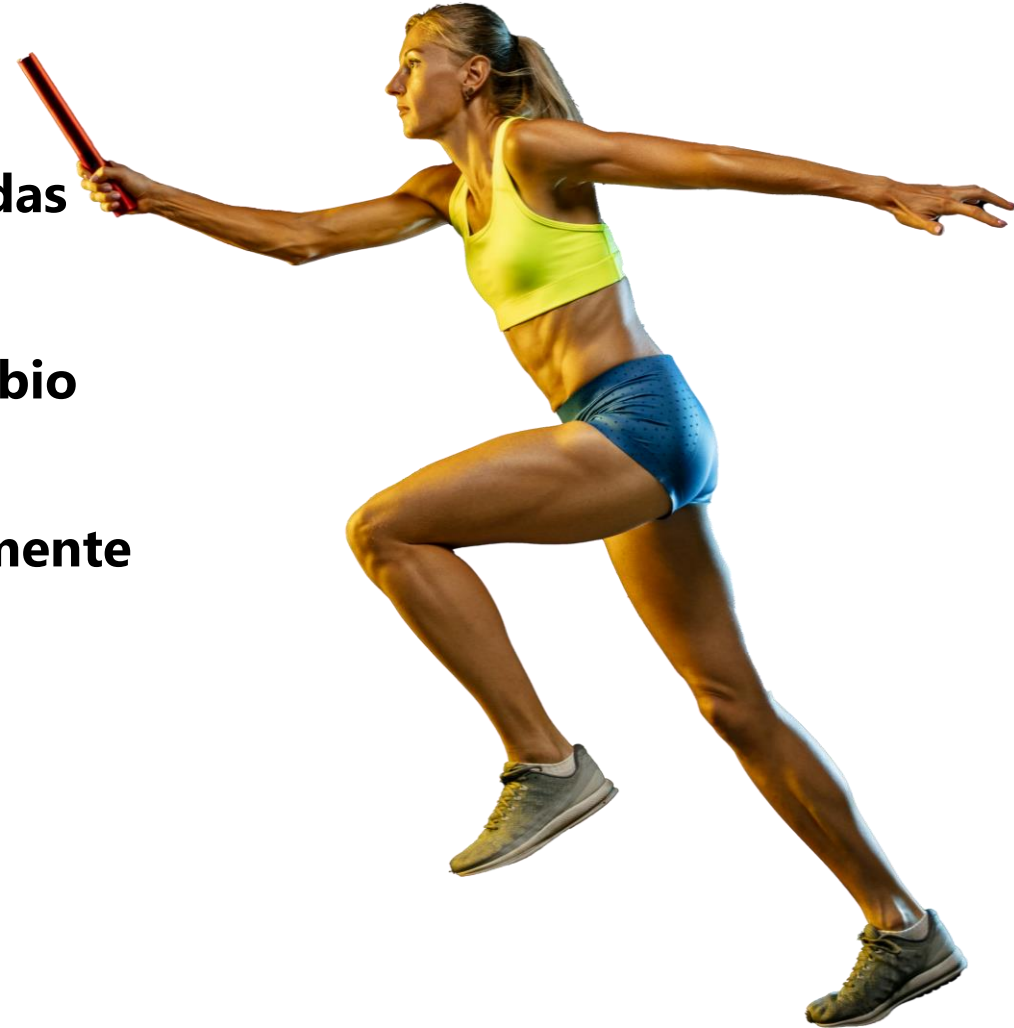
**59%** Marcas comprometidas

**52%** Apuestan por el cambio

**49%** Responsables socialmente y modernas

**47%** Empáticas

**45%** Confianza



# En definitiva, desde el punto de vista de los **FANS**, ¿qué nos aportaría vincular nuestra marca con el deporte femenino?



# #MARCAS

P37. ¿Hasta qué punto te sientes identificado/a con cada una de estas frases en relación al deporte femenino?



En la fase de crecimiento en el que se encuentra el deporte femenino supone un **#MARCO DE OPORTUNIDAD** para las marcas porque...

Hay una **demanda de presencia**

**85%** considera que **falta** más **compromiso** por parte de las **marcas** para **impulsar el deporte femenino**



# Índice

## Objetivos y metodología

- 01** | Contexto: Transformación
- 02** | Signos de la vitalidad del deporte femenino actualmente
- 03** | ¿Qué atrae del deporte femenino?
- 04** | Conexión con las marcas
- 05** | **Recomendaciones para el futuro**



# Pensando en el futuro...

## 1# ÁREAS DE ACTUACIÓN



## 2# DE QUÉ HAY QUE HUIR



## 3# ENFOQUES



## 4# ACCIONES



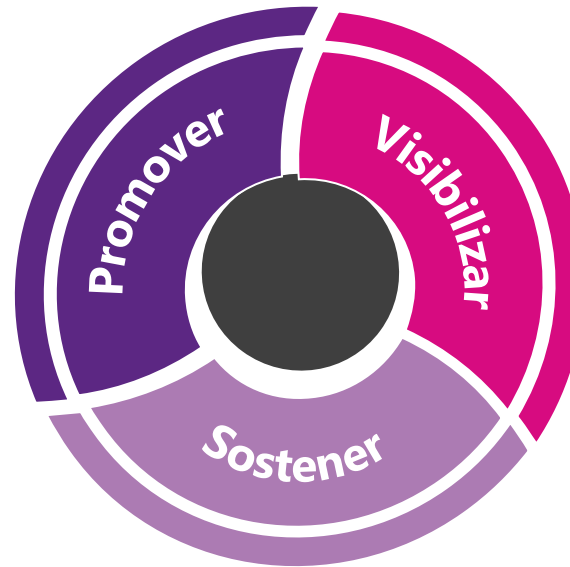
# 1# ÁREAS DE ACTUACIÓN



## Las marcas se pueden vincular con el deporte femenino en 3 etapas

### 1. *Hacer que exista*

Aportando recursos y construyendo una infraestructura, creando la base

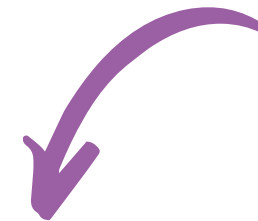


### 2. *Hacer que se vea*

Dando voz a las deportistas y dándolas a ver al mundo para que se conozcan sus méritos

### 3. *Hacerlo posible*

Apoyándolas económicamente para permitirles dedicarse profesionalmente al deporte con mejores oportunidades



El **post** de su vida profesional como deportistas, también es clave para permitir que sigan aportando en el mundo del deporte de otras formas

Por ejemplo, el programa Second Half de VISA



## 2# DE QUÉ HAY QUE HUIR



Hay miedo de que las marcas colaboren con el deporte femenino porque está **"de moda"** y que sea un apoyo **momentáneo** hasta que deje de estarlo

### ES PRIMORDIAL QUE LAS MARCAS SE ALEJEN DEL OPORTUNISMO

Especialmente en este sector, porque de hacerlo, se **desvalorizaría el fenómeno** y la **marca perdería la credibilidad** de sus acciones

Se espera una apuesta verdadera y sostenida en el tiempo



# 3# ENFOQUES



## La épica interesa

Espacio para los documentales y para las historias de superación en el deporte

## Más deporte

Mantener el foco comunicativo en su vida deportiva y recorrido

## Poner en valor

Ensalzar a las deportistas desde su valía, no desde su desventaja

## Cada deportista es única

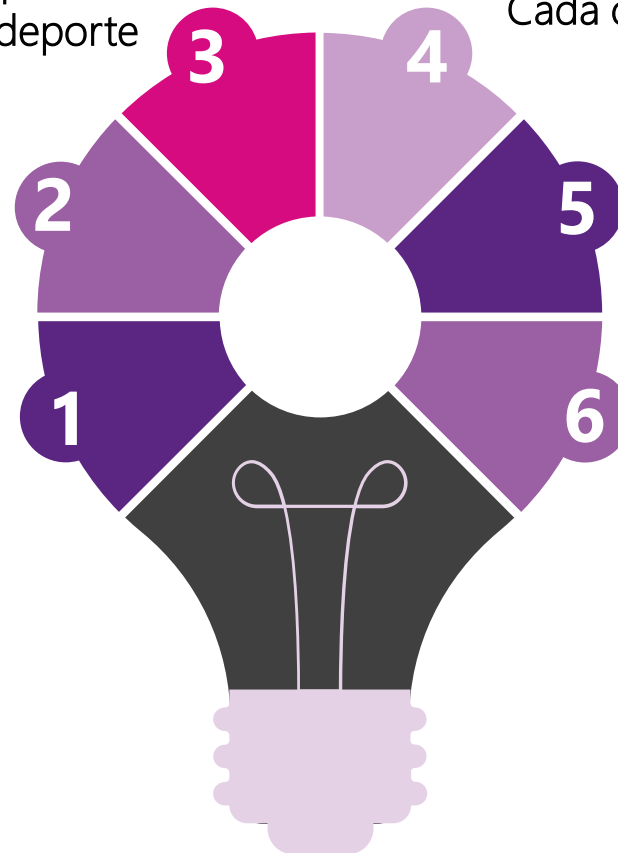
Cada deportista tiene una historia y unos valores

## Vía directa (RRSS/online)

Las deportistas femeninas son percibidas como más cercanas y con gran capacidad de influir

## Credibilidad y engagement

Traen de serie valores positivos que se relacionan con la autenticidad y la pureza del deporte y transmiten gran credibilidad



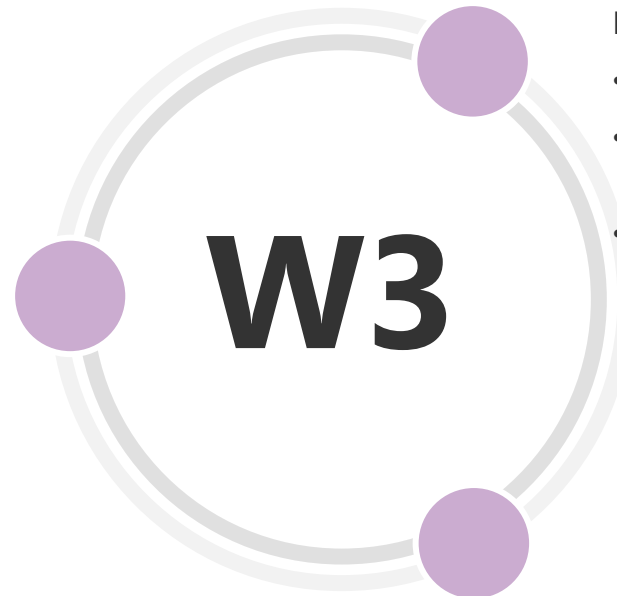


La clave en la ideación de acciones está en pensarlas en modo proactivo y no reactivo  
Hay que ir a buscar al target, no solo es cuestión de tener presencia

### What:

Qué hacer para generar vínculos:

- Favorecer la profesionalización
- Dar espacios de difusión
- Aprovechar el discurso sobre valores
- Trabajar con embajadoras



### Where:

Donde trabajar las experiencias

- Combinar medios convencionales con medios digitales
- Trabajar en entorno físico (eventos y estadios) como espacio para generar engagement
- Pensar en acciones phygital

### When:

Momentos con más potencial

- Hay espacio para conectar de forma amplia
  - Contacto recurrente
  - Pre – durante – post: todo es posible



# What:

Trabajar sobre las debilidades (visibilidad) y sobre las fortalezas (diferenciación en valores y credibilidad):

### 1.- Favorecer la profesionalización

- **Apoyar las ligas y las competiciones profesionales**
- Para que tengan la entidad suficiente hacia la audiencia y los fans

### 2.- Fomentar espacios de difusión

- Tanto para la **visualización de competiciones, eventos, partidos**
- Como para **fomentar contenidos que generen discurso y vínculo**
  - **Espacios de opinión:** generadores de debate social
  - **Crear especialistas / expertos** que comenten las competiciones

### 3.- Aprovechar el discurso sobre valores

- Estamos en **una sociedad sedienta de valores positivos**
- El deporte femenino es el **soporte ideal** para transmitirlos y generar **vínculo entre marcas – deportistas – aficionados**

### 4.- Trabajar con embajadoras (efecto Halo)

- Cuentan con **gran credibilidad y tienen gran capacidad de influencia**
- **RRSS** (tik-tok / Instagram) como modo de alcanzar al target + joven
- **En presencial:** favorecer la cercanía con los aficionados



# Where:

Trabajar la combinación de medios y espacios

## 1.- Combinar medios convencionales y digitales

- Los **medios convencionales nos aportan máxima cobertura**
- **Los medios digitales nos proporcionan conexiones directas** con nuestro target. Con muchas posibilidades de interacción que aporten valor añadido a las transmisiones

## 2.- Trabajar el entorno físico (eventos y estadios)

- Estamos ante **un entorno más familiar y amable en los estadios** donde se celebra deporte femenino
- Existe un **espacio de gran potencial por explotar**:
  - **Actividades de ocio familiar en los entornos de los estadios** (antes y después de los eventos): Food tracks, mini-conciertos, actividades infantiles, sorteos, concursos ...

## 3.- Pensar en Phygital

- **En los estadios y eventos** se puede aprovechar la **interacción con los dispositivos móviles** de los aficionados, aportando valor añadido:
  - **Hilights** en directo
  - **Estadísticas**
  - **Acciones promocionales** en directo para el público





# ● When:

Trabajar la recurrencia para generar contactos continuados

## 1.- Crear contactos recurrentes

- Los grandes eventos están bien JJOO / Mundiales ...
- Lo interesante es **crear interacciones continuas de seguimiento a una liga / campeonato / torneo**
- **El patrocinio de las marcas aquí es básico** para que los medios apuesten por dar este tipo de cobertura

## 2.- Pre – durante – post (todo es posible)

- **Los aficionados nos piden actividades de larga duración** para hacer de los eventos deportivos actividades de ocio y entretenimiento de largo recorrido
- Tanto **en presencial como en digital**



**En el deporte femenino pasan cosas  
asombrosas**

y es necesario que las marcas estén a su lado  
para que sigan pasando

# GRACIAS



Colabora:

