



ÍDOLAS 365

INSIGHTS PARA LA INDUSTRIA DEL DEPORTE FEMENINO

DE LA AUDIENCIA AL FAN

CÓMO CONVERTIR EL INTERÉS PUNTUAL EN UN HÁBITO DE
SEGUIMIENTO DEL DEPORTE FEMENINO

BRT
UNITED

ÍNDICE

01 EL NACIMIENTO DEL FAN

04 EVIDENCIAS Y DATOS CLAVE

**02 ASÍ SE CONSTRUYE LA
FIDELIDAD**

**05 IMPLICACIONES
ESTRATÉGICAS**

**03 EL NUEVO CICLO DE LA
RELACIÓN**

06 CONCLUSIONES

01- EL NACIMIENTO DEL FAN

El crecimiento del Deporte Femenino no puede medirse únicamente por el número de personas que ven una competición, consumen un contenido o se interesan por una deportista en un momento determinado. La audiencia es el punto de partida, pero no garantiza por sí sola una relación estable.

Los grandes eventos, las victorias y los momentos de máxima visibilidad tienen capacidad para atraer nuevos públicos. Sin embargo, el verdadero reto comienza después de ese primer contacto: lograr que el espectador vuelva, busque información, siga otras competiciones y mantenga su interés cuando desaparece el estímulo inicial.

Los datos de las investigaciones desarrolladas desde **BRT United** muestran que esta transformación ya está en marcha. Actualmente, el 49% de los aficionados se considera fan del Deporte Femenino, frente al 47% registrado en 2023, mientras que el seguimiento semanal ha aumentado del 39% al 43%. No solo crece el alcance: también se intensifica la relación.

Esta evolución indica que una parte creciente de la audiencia está dejando atrás el consumo ocasional para incorporar el Deporte Femenino a sus rutinas. La primera visualización genera conocimiento; la repetición empieza a construir hábito. El nacimiento del fan se produce precisamente en ese tránsito. Cuando el interés deja de depender de un evento puntual y se convierte en una voluntad activa de seguir conectado.



02-ASÍ SE CONSTRUYE LA FIDELIDAD

La fidelidad no surge de un único impacto. Se construye mediante una sucesión de experiencias. Existen cuatro elementos fundamentales:

Frecuencia

El contacto regular transforma la curiosidad en costumbre. Cuando la audiencia encuentra contenidos, competiciones y relatos de manera continua, el seguimiento deja de depender exclusivamente de las grandes citas.

Amplitud del interés

La fidelización también se fortalece cuando el seguimiento se expande. Un dato: en el Barómetro de Ídolas de 2025 detectamos el aumento hasta 225 deportistas conocidas espontáneamente —frente a 196 en 2023— lo que demuestra que la atención ya no se concentra únicamente en unas pocas figuras.

Relación continua

El fan no espera únicamente a que llegue una retransmisión. Busca resultados, consume contenidos, sigue a las protagonistas y permanece atento a la actualidad.

Permanencia

La fidelidad se confirma cuando la relación sobrevive a los resultados e incluso a la retirada de las deportistas. El vínculo más sólido no depende exclusivamente del rendimiento inmediato. Se apoya en una relación capaz de mantenerse



03. EL NUEVO CICLO DE RELACIÓN

La conversión de audiencia en fan es un proceso progresivo compuesto por cuatro etapas:

- **Fase 1 - Descubrimiento**

La persona entra en contacto con el Deporte Femenino a través de una competición, una deportista, un gran evento o un contenido concreto. En esta primera fase, se capta la atención y se facilita el acceso.

- **Fase 2 - Conexión**

El interés inicial luego encuentra un motivo para continuar. La audiencia reconoce protagonistas, sigue historias y desarrollar afinidad con una disciplina, competición o deportista. La conexión muta en interés personal.

- **Fase 3 - Hábito**

El seguimiento empieza a repetirse. La audiencia busca información, combina diferentes canales e incorpora contenidos del Deporte Femenino a su rutina. En esta fase, el consumo deja de ser puntual.

- **Fase 4 - Fidelidad**

La relación se consolida. La persona se considera fan, sigue diferentes deportistas y/o disciplinas y mantiene su interés más allá de resultados o acontecimientos. La fidelidad convierte la atención en pertenencia.

Este ciclo permite comprender que atraer audiencia y crear fans no son procesos equivalentes. La visibilidad abre el recorrido, pero la continuidad lo completa.

EL FAN A TRAVÉS DE LA CONTINUIDAD

01



PRIMERA CONEXIÓN

Acceso y descubrimiento



02



CEBO DE CURIOSIDAD

Interés inicial



03



RUTINA MULTICANAL

Seguimiento frecuente



04



ENGANCHE Y FIDELIDAD

Pertenencia real



La continuidad convierte atención en hábito.

01 CONEXIÓN



02 CURIOSIDAD



03 RUTINA



04 FIDELIDAD

04-EVIDENCIAS Y DATOS CLAVE

Los estudios de BRT United muestran que el ecosistema está evolucionando:

- El 67% de los españoles sigue o se informa sobre Deporte Femenino al menos una vez al mes.
- El 43% realiza ya un seguimiento semanal, frente al 39% registrado en 2023.
- 3 de cada 10 eventos deportivos consumidos son competiciones femeninas.
- El 76% de los aficionados españoles siguió fútbol femenino durante 2024.
- Dentro de esta disciplina, el 55% siguió a la selección española, el 49% la Liga F y el 38% la Champions League.
- Durante los Juegos Olímpicos de París 2024, cada aficionado siguió una media de 7,3 disciplinas femeninas.
- El seguimiento alcanzó también al tenis, con un 30%, y al baloncesto, con un 24%.
- La penetración de fans alcanza el 41% en la Generación Z, el 43% entre Millennials, el 48% en la Generación X y el 59% entre Boomers

Los datos que confirman la evolución hacia un fan consolidado.

67%

de los españoles sigue o se informa sobre Deporte Femenino al menos una vez al mes.



43%

realiza ya un seguimiento semanal frente al 39% registrado en 2023.



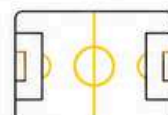
3

de cada 10 eventos deportivos consumidos son competiciones femeninas.



76%

de los aficionados españoles siguió fútbol femenino durante 2024.



Dentro de esta disciplina, el seguimiento se reparte en:

55%

siguió a la selección española



49%

siguió la Liga F



38%

siguió la Champions League



Durante los Juegos Olímpicos de París 2024,

7,3

disciplinas femeninas siguió de media cada aficionado.



El seguimiento alcanzó también a otras disciplinas:

30%

tenis



24%

baloncesto



Penetración de fans por generación

41%

Gen Z (18-24)

43%

Millennials (25-34)

48%

Gen X (35-54)

59%

Boomers (55+)



Estos datos muestran que la fidelización no consiste únicamente en aumentar la frecuencia de consumo. También implica ampliar el repertorio del aficionado. Pasar de una gran cita a **competiciones regulares**, de una disciplina a **varias** y de un interés puntual a una **rutina de seguimiento**.



» NO BASTA EL ALCANCE. IMPORTA EL REGRESO.

05-IMPLICACIONES ESTRATÉGICAS

Para las marcas, medios y properties, atraer una primera visualización ya no es suficiente. El objetivo debe ser diseñar un recorrido capaz de transformar el interés inicial en una relación recurrente.

- **Diseñar recorridos, no impactos aislados**

Cada activación debe ofrecer una continuidad clara. Un gran evento puede atraer atención, pero necesita contenidos y acciones posteriores que mantengan el vínculo.

- **Crear razones para volver**

La fidelización requiere frecuencia y variedad. Calendarios editoriales, formatos seriados, seguimiento de competiciones y contenidos recurrentes ayudan a convertir la atención en hábito.

- **Facilitar el siguiente paso**

Después de cada impacto debe existir una nueva acción posible: seguir a una deportista, consultar resultados, descubrir otra disciplina, suscribirse o participar en una comunidad.

- **Ampliar el mapa de interés**

No conviene concentrar toda la estrategia en una única competición o referente. Conectar deportistas, disciplinas y relatos permite prolongar el interés y reducir la dependencia de momentos puntuales.

- **Medir recurrencia, no solo alcance**

Las métricas de visibilidad deben completarse con indicadores como frecuencia de consumo, retorno, seguimiento continuado, interacción repetida y crecimiento de comunidad.

06-CONCLUSIONES



El Deporte Femenino está entrando en una nueva fase de crecimiento. Tras ampliar su visibilidad y diversificar sus puertas de entrada, el siguiente desafío consiste en convertir esa atención en una relación estable.

Los datos indican que esta transición ya ha comenzado. Aumenta el porcentaje de personas que se consideran fans, crece el seguimiento semanal y se amplía el conocimiento de deportistas y disciplinas. El interés se hace más frecuente, más diverso y menos dependiente de los grandes eventos. La audiencia descubre. El fan busca, vuelve y permanece.

Por ello, el crecimiento sostenible del Deporte Femenino no dependerá únicamente de su capacidad para generar grandes picos de atención, sino de su habilidad para mantener activa la relación entre una competición y la siguiente.

El reto ya no es conseguir una primera visualización. **El reto es construir hábito.**



BRT UNITED

SPORTS COMMS & CONSULTANCY

Ídolas 365 es una plataforma de pensamiento, contenido e investigación sobre deporte femenino concebida para trascender los momentos puntuales de visibilidad y construir relato durante todo el año. Se apoya en datos propios —como el Barómetro de Ídolas— para analizar tendencias, identificar referentes y explicar cómo se construye la admiración en el deporte femenino. Su enfoque combina insight, narrativa y activación, con el objetivo de posicionar el deporte femenino como un territorio estratégico para marcas, instituciones y medios, generando influencia sostenida y conversación relevante.

BRT United es una agencia de comunicación 360º especializada en la industria del deporte, con foco en comunicación corporativa, estratégica y de impacto. Su trabajo integra PR, generación de contenidos, activación de campañas y análisis de datos para construir posicionamiento, reputación y notoriedad para marcas, organizaciones y propiedades deportivas. Con una visión especialmente vinculada al desarrollo del deporte femenino, BRT United actúa como partner estratégico, conectando insight, creatividad y ejecución para transformar la comunicación en una herramienta directa de negocio.