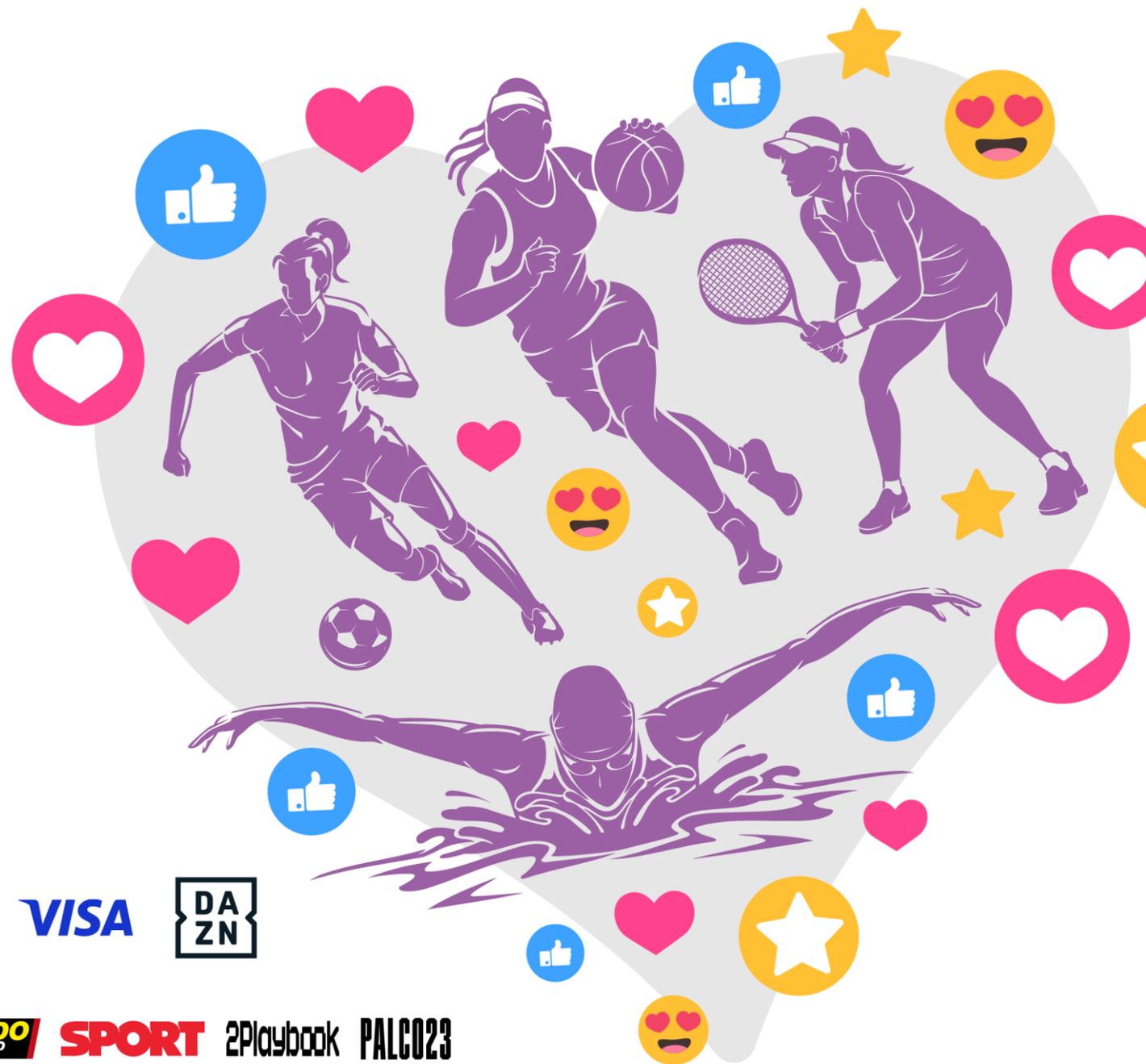


# Estudio BARÓMETRO DE ÍDOLAS DEL DEPORTE ESPAÑOL



Colabora:



# PRÓLOGO



**José Hidalgo**, Presidente de **ADESP**, Asociación del Deporte Español

*“Desde ADESP estamos profundamente comprometidos con la promoción de la participación de la mujer en el Deporte y con la Igualdad de género en este ámbito. Creemos firmemente que el Deporte puede ser un poderoso vehículo de transformación social y es fundamental que trabajemos en pro de la Igualdad.*

*Es por ello, que hayamos impulsado este Estudio, que tiene como objetivo resaltar la importancia de contar con figuras inspiradoras en el Deporte, ya que estas pueden ayudar a crear una mayor conciencia y generar un interés creciente por el Deporte Femenino. Las mujeres que destacan en sus disciplinas no sólo marcan la diferencia en el ámbito deportivo, sino que también se convierten en modelos a seguir para otras mujeres.*

*Además, consideramos que la visibilidad de mujeres inspiradoras en el Deporte es crucial para impulsar su presencia en puestos de responsabilidad dentro de las entidades deportivas españolas. Al fomentar la participación de más mujeres en el Deporte contribuimos a construir un futuro más equitativo y justo, donde la Igualdad de género sea una realidad palpable.*

*En resumen, nuestro compromiso con la igualdad y la promoción del Deporte Femenino es firme y, a través de iniciativas como el "Barómetro de Ídolas del Deporte Español", buscamos inspirar y empoderar a las mujeres en todos los niveles del Deporte.”*

# ¿QUÉ NOS DESCUBRE ESTE ESTUDIO?

## 01

### Los principales **VECTORES** que definen actualmente al Deporte Femenino español

Detectar las claves que definen en qué momento se encuentra el Deporte Femenino, identificando las motivaciones que hacen que conecte actualmente con los aficionados

## 02

### **BARÓMETRO** de las **DEPORTISTAS ESPAÑOLAS** más **ADMIRADAS**: **RANKING** de nuestras **ÍDOLAS**

Poner nombres y apellidos a las jugadoras icónicas que están impulsando la conexión con el Deporte Femenino español y analizar los valores que explican su magnetismo

## 03

### Un **SENSOR DE MARCAS** líderes en **Deporte Femenino**

Destacar las marcas más vinculadas al Deporte Femenino, identificando los valores que estas marcas transmiten a los seguidores

# ¿CÓMO LO HEMOS TRABAJADO?

## 1.003 encuestas online

¿Quién ha respondido?

Hombres y mujeres de 16 a 65 años, **aficionados al deporte en general**  
Cuotas por sexo y por diferentes generaciones (Gen Z, Millenials, Gen X, Baby Boomers)

¿Qué zonas hemos cubierto?

Todo el **territorio nacional**, cubriendo todas las CC.AA.



¿Cómo hemos recabado la información?

A través de **encuestas por internet** a un panel online y con un **cuestionario de 15 min.** de duración

# ¿CÓMO LO HEMOS TRABAJADO?

## Entrevistas en profundidad con expertos en la industria del Deporte



**Carolina Marín**

Medalla de Oro JJOO  
Campeona mundial de Bádmiton  
Premio Princesa de Asturias  
Deportes 2024



**Lydia Valentín**

Medalla de Oro JJOO  
2 medallas olímpicas, 4  
medallas mundiales y 12  
medallas de campeonatos  
europeos de Halterofilia



**Gemma Mengual**

2 medallas olímpicas, 24 medallas  
mundiales y 18 medallas de  
campeonatos europeos en  
natación sincronizada



**Almudena Cid**

4 finales olímpicas de  
gimnasia rítmica, actriz y  
escritora española



**Vicente Martínez Orga**  
Secretario General de  
**ADESP**



**Marian Otamendi**  
CEO **World**  
**Football Summit**



**José Ignacio Hernández**  
Director Deportivo de la  
**Federación Española de**  
**Baloncesto**



**Eugenio Blanco**  
Vice President Content  
Engagement – Spain  
**DAZN**



**Javier Perales**  
Senior Manager Brand &  
Sponsorship **Visa** España &  
Portugal



**Ignacio Asensi**  
Responsable de Patrocinios de  
**Endesa**



**Pepe Ortiz**  
Director General de  
**MadCup**



**Gorka Rubio**  
Director General de  
**Sports Summit**  
Madrid



**01. LOS PRINCIPALES  
VECTORES QUE DEFINEN  
ACTUALMENTE EL DEPORTE  
FEMENINO ESPAÑOL**

# 01. VECTORES DEL DEPORTE FEMENINO

Al analizar cómo se encuentra actualmente el Deporte Femenino Español, hemos encontrado **11 vectores** que lo describen:

**#1** La fuerza del **círculo virtuoso**: cada paso impulsa al siguiente

**#2** Una realidad **consolidada**: más allá de una moda

**#3** Creciendo y creando cultura

**#4** La **multicanalidad** es el **nuevo estadio**

**#5** La conquista de **targets clave**: de la **Gen Z a las familias**

**#6** El diálogo con la **sociedad**: avanzando juntos

**#7** El efecto espejo: inspira y transforma

**#8** El salto de **deportistas a ídolas**

**#9** La idolatría **tiene memoria**: permanece

**#10** Una conquista sin **límites**: ídolas de la diversidad

**#11** Nuevos modelos de **liderazgo**: 4 territorios de conexión



# 01. VECTORES DEL DEPORTE FEMENINO

## #1 – La fuerza del **círculo virtuoso**: cada paso impulsa al siguiente

### # Estructura más profesionalizada



*"Apostar por el Deporte Femenino es un éxito asegurado"*

**Carolina Marín**

Medalla de Oro JJOO  
Campeona mundial de Bádminton  
Premio Princesa de Asturias Deportes 2024

### # Grandes deportistas y grandes logros



*"Estamos en un momento muy potente, con deportistas que conquistan con victorias y valores"*

**Lydia Valentín**

Medalla de Oro JJOO  
2 medallas olímpicas, 4 medallas mundiales y 12 medallas de campeonatos europeos de Halterofilia

### # Comunidad leal y apasionada

# 49%

Se afianza el nivel de fans en el Deporte Femenino (47% en 2023)



*"Hay admiración hacia el Deporte Femenino, se nota. Hay muchas deportistas femeninas que son muy conocidas en España y eso no pasaba años atrás"*

**Gemma Mengual**

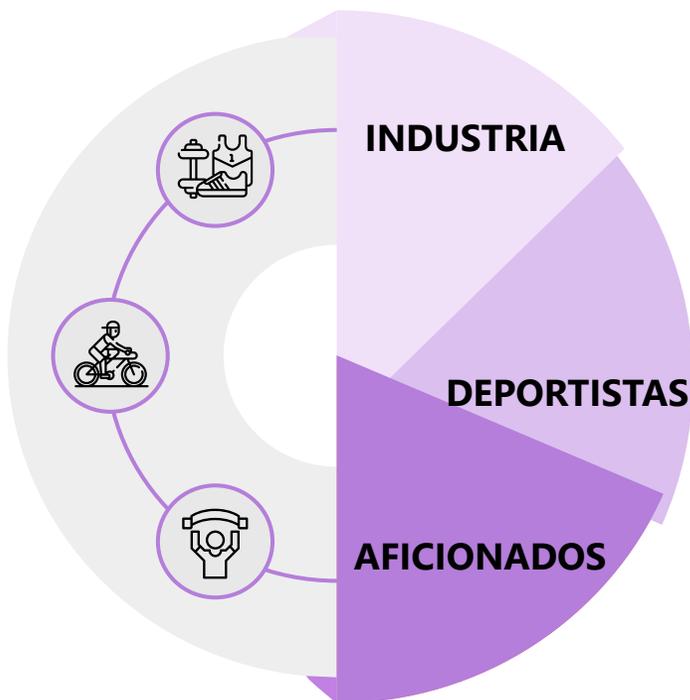
2 medallas olímpicas, 24 medallas mundiales y 18 medallas de campeonatos europeos en natación sincronizada



*"Todavía es necesario seguir creciendo y reclamando nuestro lugar"*

**Almudena Cid**

4 finales olímpicas de gimnasia rítmica, actriz y escritora española



# 01. VECTORES DEL DEPORTE FEMENINO

## #3 – Creciendo y creando cultura

Se **eleva** el **seguimiento** del Deporte Femenino **semanalmente**

**43%**

(39% en 2023)

Aumenta el número de **DEPORTISTAS** femeninas que se conocen de manera espontánea

**225** (vs. 196 en 2023)

Se **incrementa** el número de **DISCIPLINAS** deportivas conocidas vinculadas a deportistas femeninas

**52** (vs. 46 en 2023)

### CONTENIDOS CONSUMIDOS EN 2024

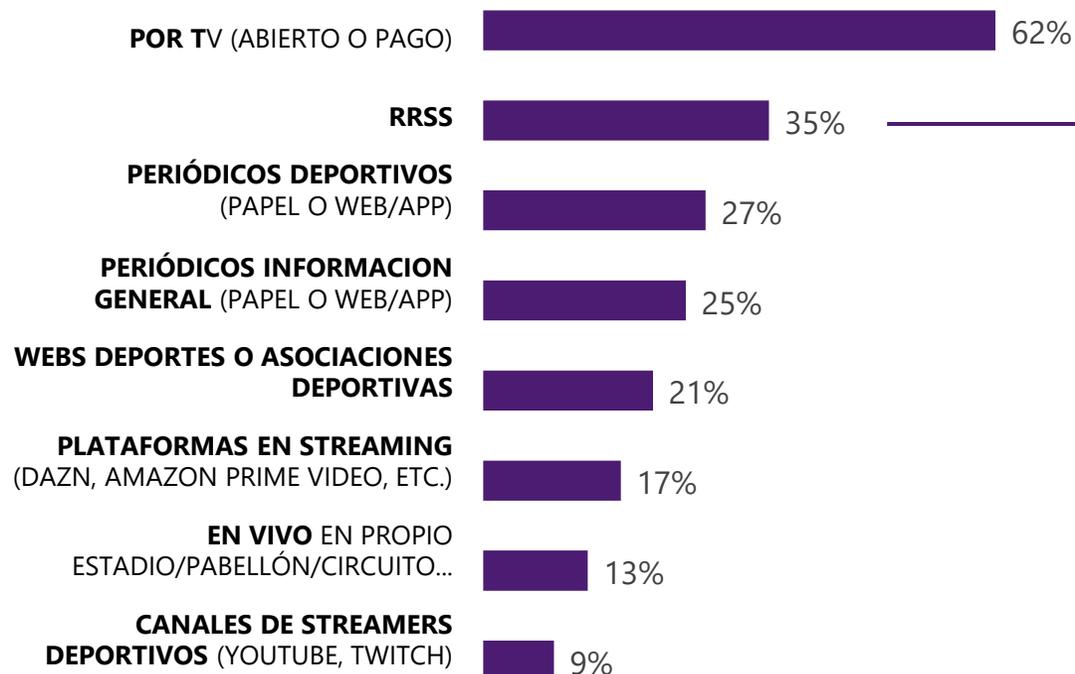


Población general (n=1.003)

# 01. VECTORES DEL DEPORTE FEMENINO

## #4 – La **multicanalidad** es el nuevo estadio

### CANALES DONDE CONSUMEN DEPORTE FEMENINO



**8** Deportistas femeninas se siguen de media en RRSS

Aumenta el seguimiento de Deporte Femenino en RRSS

**35%**

(28% en 2023)



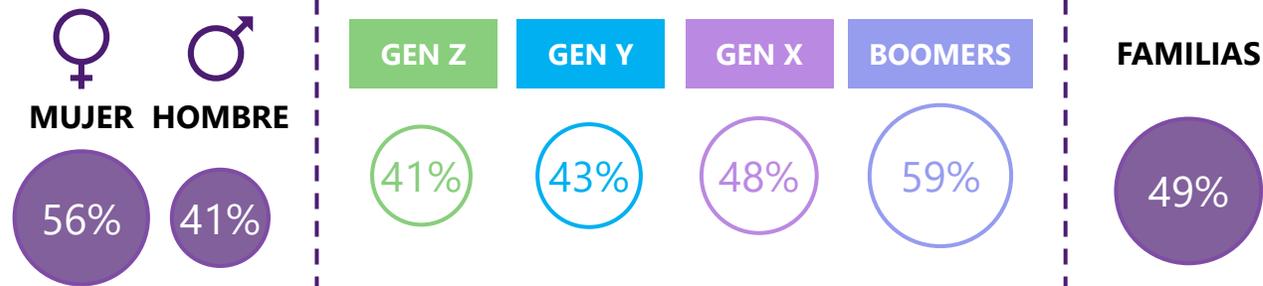
Cada persona sigue el Deporte Femenino a través de

**2-3** medios

Afionadxs al Deporte Femenino (n=875)

# 01. VECTORES DEL DEPORTE FEMENINO

## #5 – La conquista de **targets clave**: de la **Gen Z** a las familias



% de penetración de fans del Deporte Femenino en cada colectivo



**Marian Otamendi**  
CEO World Football Summit

*"Se ha roto con el mito de que los jóvenes no se interesan por el deporte"*

## #6 – El diálogo con la sociedad: avanzando juntos

# El avance del Deporte Femenino no solo refleja el **cambio social**, sino que lo **lidera**; es un faro que ilumina el camino hacia una sociedad más igualitaria

El Deporte Femenino refleja el progreso hacia la **equidad** y, a la vez, lo **impulsa** con su crecimiento...

ROMPE BARRERAS

TRANSFORMA PREJUICIOS

CONSTRUYE UNA SOCIEDAD MÁS JUSTA Y EQUILIBRADA...

...consiguiendo la **igualdad de oportunidades** que eleva tanto a las atletas como a la comunidad que las respalda



**Javier Perales**  
Senior Manager Brand &  
Sponsorship Visa España &  
Portugal

*“Utilizamos el poder de nuestra marca para, a través de nuestros patrocinios, seguir acelerando ese cambio social, tratando de que todas las personas tengan acceso a las mismas oportunidades, y que puedan llegar a ser aquello que se proponga”*

# 01. VECTORES DEL DEPORTE FEMENINO

## #7 – El efecto espejo: inspira y transforma

# JJOO París 2024, España llegó en **paridad** de deportistas femeninas y masculinos  
La selección española acudió a los JJOO París 2024 con 382 deportistas

**192**  
mujeres

**190**  
hombres

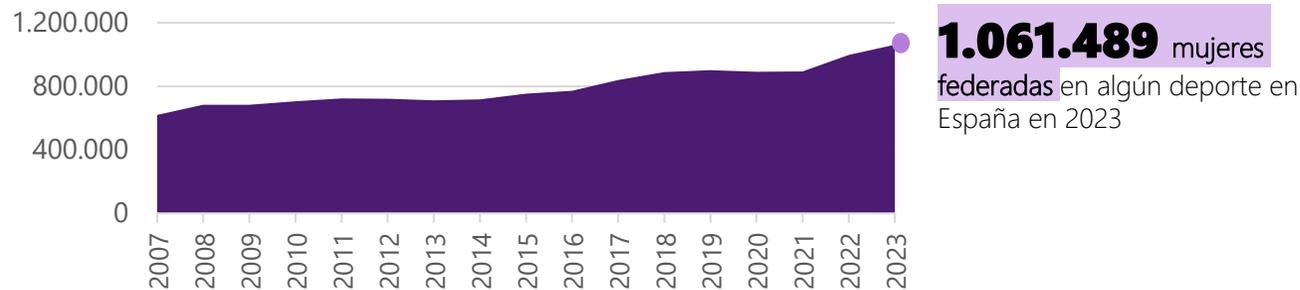


**Vicente Martínez Orga**  
Secretario General de  
ADESP

*"Hemos visto que se ha producido un efecto espejo"*

# Ver mujeres triunfar en distintas disciplinas, motiva a las jóvenes a practicar deporte y a imaginarse en roles similares

# Se han multiplicado el número de licencias femeninas



**1.061.489** mujeres  
federadas en algún deporte en  
España en 2023

Datos extraídos del Consejo Superior de Deportes (CSD). (2023). Estadísticas de licencias deportivas en España 2023.

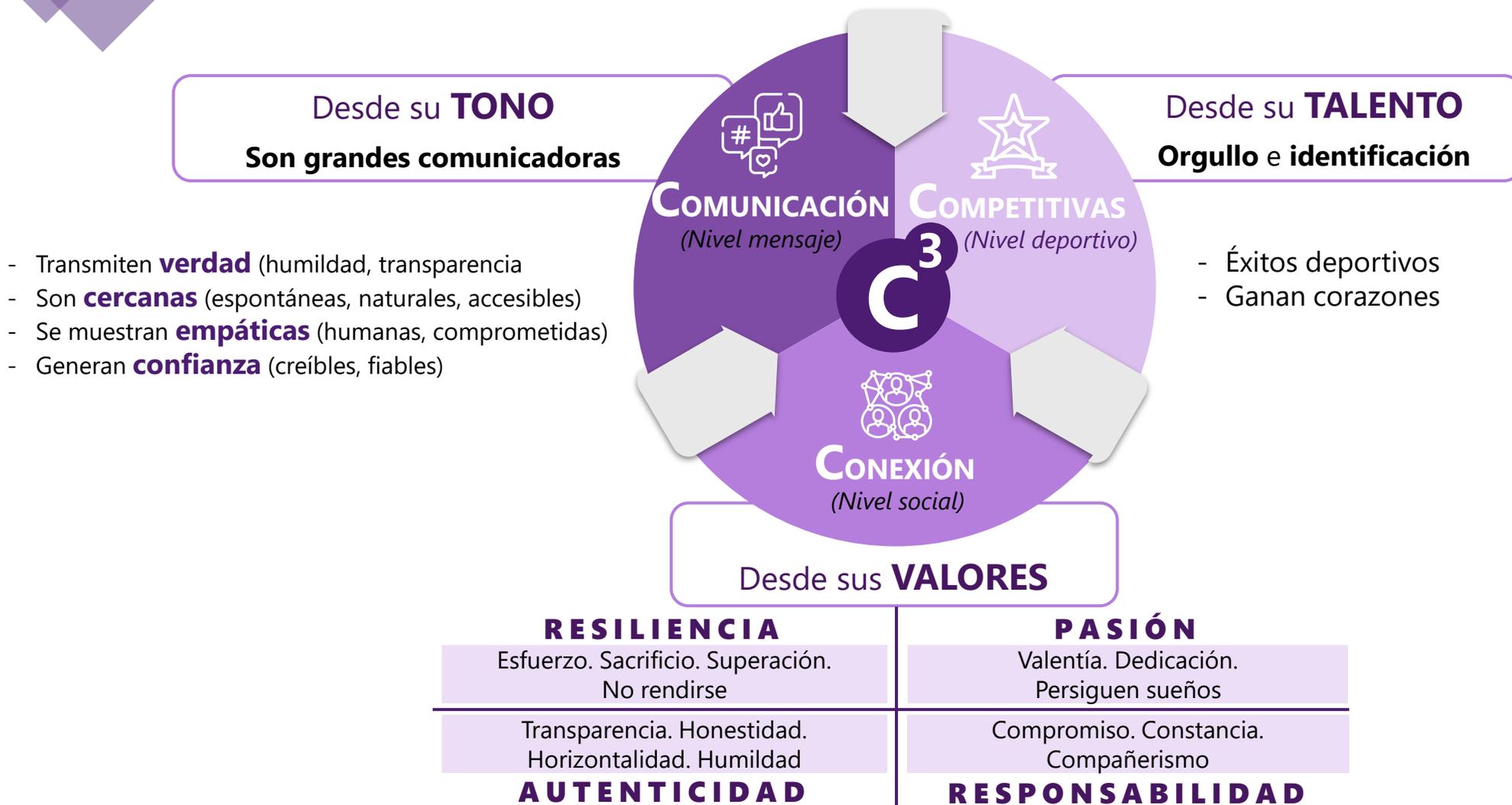


*"El Deporte Femenino es un ejemplo para la sociedad"*



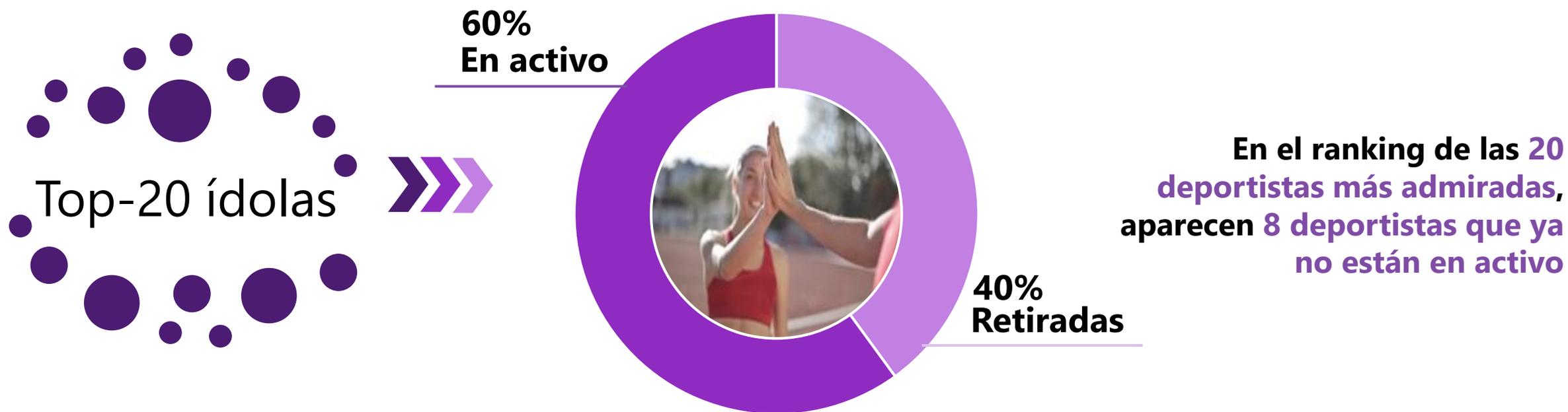
**Ignacio Asensi**  
Responsable de Patrocinios  
de Endesa

## #8 – El salto de deportistas a ídolas



## #9 – La idolatría **tiene memoria**: permanece

# **Las ídolas del Deporte Femenino** permanecen en el tiempo dejando una huella emocional. Su legado sigue viviendo en los corazones de los fans



En el ranking de las 20 deportistas más admiradas, se observa que, entre todas ellas, practican 11 disciplinas deportivas diferentes

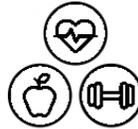
Top-20 ídolas



# 01. VECTORES DEL DEPORTE FEMENINO

## #11 – Nuevos modelos de liderazgo: 4 territorios de conexión

Hemos descubierto **4 GRANDES ARQUETIPOS de LIDERAZGO**, que definen nuevos modelos de magnetismo a la hora de **conectar con una Ídola deportiva**:





## **LAS GUERRERAS RESILIENTES:** las líderes **del esfuerzo y la superación**

### **ADN**

Son la **constancia** y la **determinación**, la **perseverancia ante la adversidad**, son un ejemplo de sacrificio y lucha para alcanzar sus objetivos

### **VALORES**

**Esfuerzo**  
**Profesionalidad**  
**Constancia**  
**Humildad**



**Carolina  
Marín**



**Teresa  
Perales**



**María  
Pérez**



**Sandra  
Sánchez**



**Susana  
Rodríguez**



## **LAS VOCES DE LA IGUALDAD:** las líderes de la igualdad

### **ADN**

Sobresalen por romper barreras de género y ser una inspiración para nuevas generaciones. Representan un modelo de cambio social, de lucha y empoderamiento de la mujer en el entorno deportivo

### **VALORES**

Valentía  
Inclusión



**ANA  
PELETEIRO**



**JENNIFER  
HERMOSO**



**LYDIA  
VALENTÍN**



**LAIA  
SANZ**



**SALMA  
PARALLUELO**



## **LAS CAPITANAS CARISMÁTICAS:** las líderes que trascienden, son emblema

### **ADN**

**Destacan por su liderazgo y popularidad.** Sobresalen por su perfil de capitanear o liderar un colectivo, ser la figura que representa a una generación, a un deporte - un liderazgo alimentado de compañerismo, no de egos

### **VALORES**

**Liderazgo**  
**Compañerismo**  
**Disfrute**



**Mireia Belmonte**



**Alexia Putellas**



**Gemma Mengual**



**Aitana Bonmatí**



**Ruth Beitia**



**Amaya Valdemoro**



## **LAS EMBAJADORAS DEL BIENESTAR:** las líderes **del equilibrio vital**

### **ADN**

Conectan con el eje de la **salud física y mental**. Promueven un estilo de vida activo y saludable y esto **conecta con el concepto de calidad de vida**

### **VALORES**

Honestidad  
Empatía  
Ética  
Solidaridad  
Innovación



**ALMUDENA  
CID**



**ONA  
CARBONELL**



**GARBIÑE  
MUGURUZA**



**PAULA  
BADOSA**

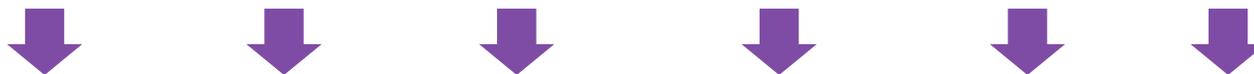
**ES HORA DE CONOCER A LAS VERDADERAS  
PROTAGONISTAS...**

**DESCUBRE EL BARÓMETRO DE  
LAS ÍDOLAS MÁS ADMIRADAS  
DEL DEPORTE ESPAÑOL**

# ADMIRACIÓN:

Fascinación, encandilamiento, entusiasmo, éxtasis...

Sentimiento ante alguien con cualidades extraordinarias



Son nuestras **ÍDOLAS** porque nos conectan con **nuestros deseos**, representan **nuestro ideal**

## SON REFERENTES DE VIDA

Valoramos su esfuerzo  
Reconocemos su trayectoria

## NOS REPRESENTAN

Nos sentimos orgullosos  
Son nuestras campeonas

## NOS INSPIRAN

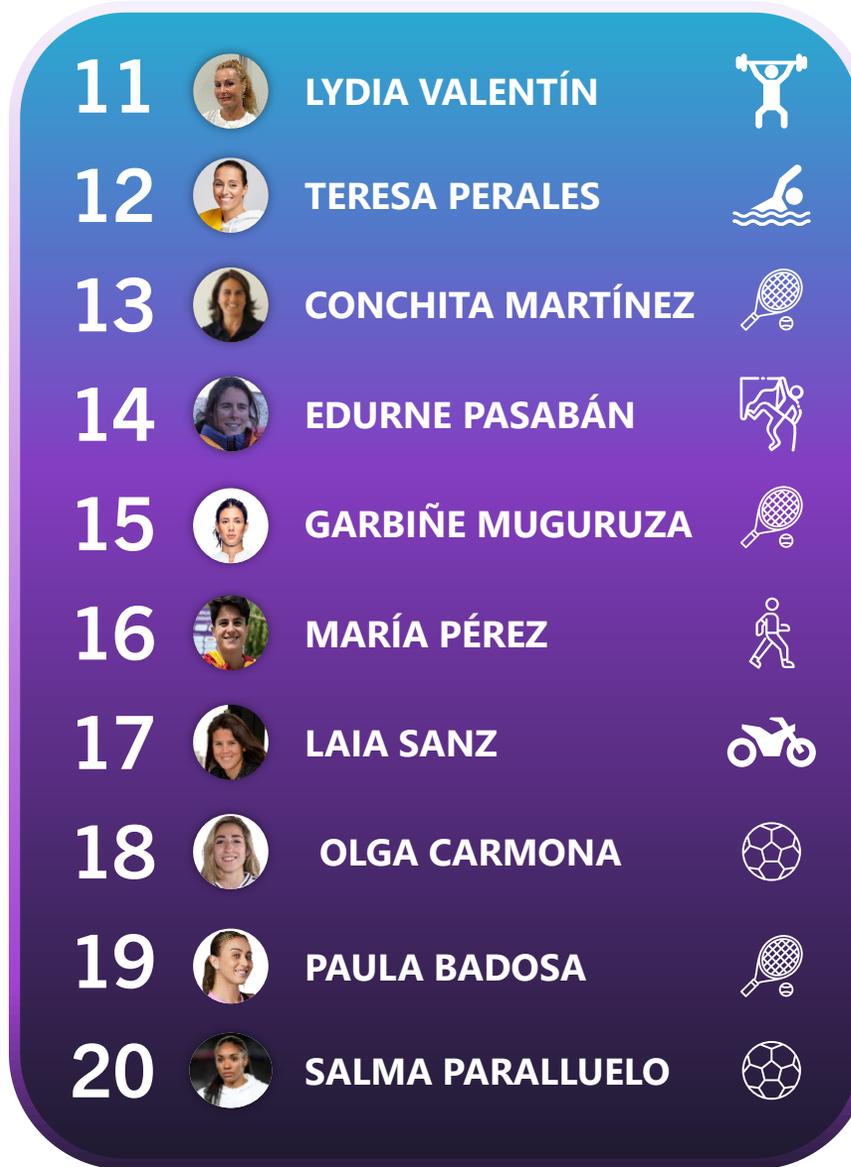
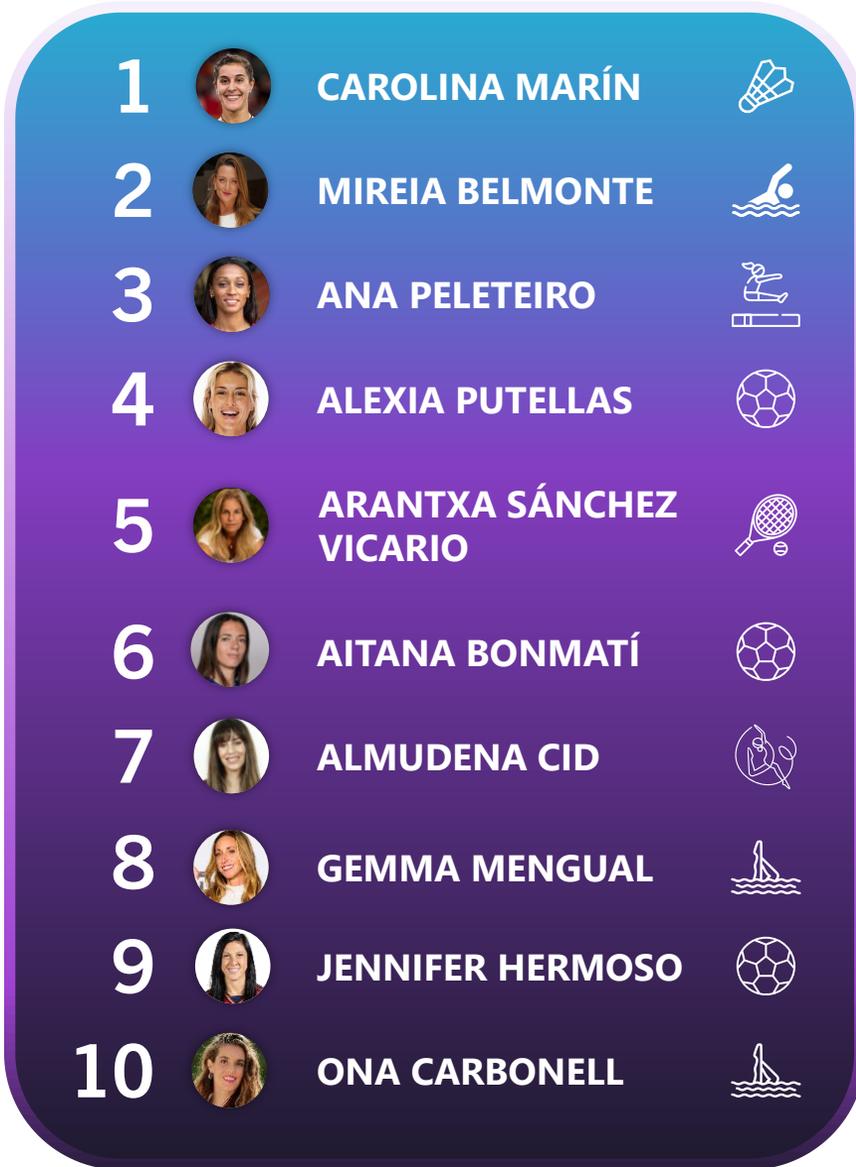
Son un estímulo  
Son un ejemplo

## NOS CAEN BIEN

Empatizamos con ellas  
Sentimos lo que ellas sienten

**SON CREADORAS DE EMOCIONES POSITIVAS**

# ÍDOLAS: El barómetro de las deportistas más admiradas



Fuente: Imágenes extraídas de las redes sociales personales.

# ÍDOLAS: EL TOP 20 DEPORTISTAS MÁS ADMIRADAS

**01**



**CAROLINA MARÍN**

RANKING X GENERACIONES

1°	1°	1°	1°
GEN Z	GEN Y	GEN X	BOOMERS

VALORES ASOCIADOS

ESFUERZO  
COMPETITIVIDAD  
CONSTANCIA

MARCAS ASOCIADAS

ARQUETIPOS DE LIDERAZGO

- LAS GUERRERAS RESILIENTES
- LAS VOCES DE LA IGUALDAD
- LAS EMBAJADORAS DEL BIENESTAR
- LAS CAPITANAS CARISMÁTICAS

SEGUIMIENTO

JUEGOS OLÍMPICOS		59%
COMPETICIONES A LO LARGO DEL AÑO (Mundial, Europeo, etc.)		58%
OTRO CONTENIDO (Programas TV, Documentales, etc.)		17%

RRSS

	612k		195k		225k
--	------	--	------	--	------

Valor superior a la media

# ÍDOLAS: EL TOP 20 DEPORTISTAS MÁS ADMIRADAS

ADESP ASOCIACIÓN DEL DEPORTE ESPAÑOL SPORTnet4women BRT UNITED SPORTS COMMS & CONSULTANCY Punto de Fuga THE VALUE OF PEOPLE INSIGHT

02



**MIREIA BELMONTE**

RANKING X GENERACIONES

2°

GEN Z

2°

GEN Y

2°

GEN X

3°

BOOMERS

VALORES ASOCIADOS

ESFUERZO  
PROFESIONALIDAD  
COMPETITIVIDAD

MARCAS ASOCIADAS

HYUNDAI

Joma

ARQUETIPOS DE LIDERAZGO

LAS GUERRERAS  
RESILIENTES



LAS VOCES DE LA  
IGUALDAD



LAS CAPITANAS  
CARISMÁTICAS

SEGUIMIENTO

COMPETICIONES A LO LARGO DEL  
AÑO (Mundial, Europeo, etc.)

56%

JUEGOS OLÍMPICOS



38%

OTRO CONTENIDO (Programas TV,  
Documentales, Embajadora de marcas)

25%

RRSS



153k



287k

ADESP ASOCIACIÓN DEL DEPORTE ESPAÑOL SPORTnet4women BRT UNITED SPORTS COMMS & CONSULTANCY Punto de Fuga THE VALUE OF PEOPLE INSIGHT

# ÍDOLAS: EL TOP 20 DEPORTISTAS MÁS ADMIRADAS

ADESP ASOCIACIÓN DEL DEPORTE ESPAÑOL SPORTnet4women BRT UNITED SPORTS COMMS & CONSULTANCY Punto de Fuga THE VALUE OF PEOPLE INSIGHT

03



**ANA PELETEIRO**

## RANKING X GENERACIONES

4°

GEN Z

4°

GEN Y

5°

GEN X

4°

BOOMERS

## VALORES ASOCIADOS

INCLUSIÓN  
DIVERSIDAD  
VALENTÍA

## MARCAS ASOCIADAS



## ARQUETIPOS DE LIDERAZGO

LAS GUERRERAS  
RESILIENTES



LAS VOCES DE LA  
IGUALDAD

LAS EMBAJADORAS  
DEL BIENESTAR



LAS CAPITANAS  
CARISMÁTICAS

## SEGUIMIENTO

COMPETICIONES A LO LARGO DEL  
AÑO (Mundial, Europeo, etc.)

54%

JUEGOS OLÍMPICOS



45%

OTRO CONTENIDO (Programas TV,  
Documentales, Embajadora de marcas)

30%

## RRSS



533k



518k

ADESP ASOCIACIÓN DEL DEPORTE ESPAÑOL SPORTnet4women BRT UNITED SPORTS COMMS & CONSULTANCY Punto de Fuga THE VALUE OF PEOPLE INSIGHT

# ÍDOLAS: EL TOP 20 DEPORTISTAS MÁS ADMIRADAS

**04**

**ALEXIA PUTELLAS**

RANKING X GENERACIONES

3°	3°	7°	5°
GEN Z	GEN Y	GEN X	BOOMERS

VALORES ASOCIADOS

LIDERAZGO  
COMPAÑERISMO  
ATREVIMIENTO

MARCAS ASOCIADAS

ARQUETIPOS DE LIDERAZGO

SEGUIMIENTO

COMPETICIONES A LO LARGO DEL AÑO (Mundial, Europeo, etc.)	66%
JUEGOS OLÍMPICOS	28%
OTRO CONTENIDO (Programas TV, Documentales, Embajadora de marcas)	22%

RRSS

	3,3mill		498k		981k
--	---------	--	------	--	------

Valor superior a la media

# ÍDOLAS: EL TOP 20 DEPORTISTAS MÁS ADMIRADAS

ADESP ASOCIACIÓN DEL DEPORTE ESPAÑOL SPORTnet4women BRT UNITED SPORTS COMMS & CONSULTANCY Punto de Fuga THE VALUE OF PEOPLE INSIGHT

05



**ARANTXA SÁNCHEZ VICARIO**

## RANKING X GENERACIONES

11°

GEN Z

8°

GEN Y

3°

GEN X

2°

BOOMERS

## VALORES ASOCIADOS

INDIVIDUALISMO  
ESFUERZO  
PROFESIONALIDAD

## ARQUETIPOS DE LIDERAZGO

LAS GUERRERAS  
RESILIENTES



LAS VOCES DE LA  
IGUALDAD

LAS EMBAJADORAS  
DEL BIENESTAR



LAS CAPITANAS  
CARISMÁTICAS

## SEGUIMIENTO

OTRO CONTENIDO (Programas TV,  
Documentales, Embajadora de marcas)

39% ★

COMPETICIONES A LO LARGO DEL  
AÑO (Mundial, Europeo, etc.)

33%

JUEGOS OLÍMPICOS



10%

★ Valor superior a la media

ADESP ASOCIACIÓN DEL DEPORTE ESPAÑOL SPORTnet4women BRT UNITED SPORTS COMMS & CONSULTANCY Punto de Fuga THE VALUE OF PEOPLE INSIGHT

# ÍDOLAS: EL TOP 20 DEPORTISTAS MÁS ADMIRADAS

**06**

## AITANA BONMATÍ

RANKING X GENERACIONES

5°	7°	8°	7°
GEN Z	GEN Y	GEN X	BOOMERS

VALORES ASOCIADOS

LIDERAZGO  
COMPAÑERISMO  
EMPATÍA

MARCAS ASOCIADAS

ARQUETIPOS DE LIDERAZGO

SEGUIMIENTO

COMPETICIONES A LO LARGO DEL AÑO (Mundial, Europeo, etc.)	72%
JUEGOS OLÍMPICOS	24%
OTRO CONTENIDO (Programas TV, Documentales, Embajadora de marcas)	22%

RRSS

	1,9mill		235k		276k
--	---------	--	------	--	------

Valor superior a la media

# ÍDOLAS: EL TOP 20 DEPORTISTAS MÁS ADMIRADAS

**07**



**ALMUDENA CID**

RANKING X GENERACIONES

19° GEN Z	5° GEN Y	4° GEN X	6° BOOMERS
--------------	-------------	-------------	---------------

VALORES ASOCIADOS

HUMILDAD  
ESFUERZO  
PROFESIONALIDAD

MARCAS ASOCIADAS

ARQUETIPOS DE LIDERAZGO

LAS GUERRERAS RESILIENTES
 LAS VOCES DE LA IGUALDAD

LAS EMBAJADORAS DEL BIENESTAR
 LAS CAPITANAS CARISMÁTICAS

SEGUIMIENTO

OTRO CONTENIDO (Programas TV, Documentales, Embajadora de marcas) **51%** ★

COMPETICIONES A LO LARGO DEL AÑO (Mundial, Europeo, etc.) **34%**

JUEGOS OLÍMPICOS **19%**

RRSS

328k
 145k
 154k

★ Valor superior a la media

# ÍDOLAS: EL TOP 20 DEPORTISTAS MÁS ADMIRADAS

08

## GEMMA MENGUAL

RANKING X GENERACIONES

12° GEN Z	9° GEN Y	6° GEN X	8° BOOMERS
--------------	-------------	-------------	---------------

VALORES ASOCIADOS

PROFESIONALIDAD  
COMPAÑERISMO  
CONSTANCIA

MARCAS ASOCIADAS

### ARQUETIPOS DE LIDERAZGO

- LAS GUERRERAS RESILIENTES
- LAS VOCES DE LA IGUALDAD
- LAS EMBAJADORAS DEL BIENESTAR
- LAS CAPITANAS CARISMÁTICAS

### SEGUIMIENTO

OTRO CONTENIDO (Programas TV, Documentales, Embajadora de marcas)	51%
COMPETICIONES A LO LARGO DEL AÑO (Mundial, Europeo, etc.)	41%
JUEGOS OLÍMPICOS	33%

### RRSS

53k	17k
-----	-----

Valor superior a la media

# ÍDOLAS: EL TOP 20 DEPORTISTAS MÁS ADMIRADAS

09





## JENNIFER HERMOSO

RANKING X GENERACIONES

6°	11°	14°	11°
GEN Z	GEN Y	GEN X	BOOMERS

VALORES ASOCIADOS

VALENTÍA  
ATREVIMIENTO  
HONESTIDAD

MARCAS ASOCIADAS

ARQUETIPOS DE LIDERAZGO

LAS GUERRERAS RESILIENTES  
 LAS VOCES DE LA IGUALDAD  
 LAS EMBAJADORAS DEL BIENESTAR  
 LAS CAPITANAS CARISMÁTICAS

SEGUIMIENTO

COMPETICIONES A LO LARGO DEL AÑO (Mundial, Europeo, etc.)	59%
JUEGOS OLÍMPICOS	22%
OTRO CONTENIDO (Programas TV, Documentales, Embajadora de marcas)	15%

RRSS

Instagram	1,1mill	X	216k	TikTok	33k
-----------	---------	---	------	--------	-----

# ÍDOLAS: EL TOP 20 DEPORTISTAS MÁS ADMIRADAS

**10**

**ONA CARBONELL**

**RANKING X GENERACIONES**

8°	12°	10°	12°
GEN Z	GEN Y	GEN X	BOOMERS

**VALORES ASOCIADOS**

PROFESIONALIDAD  
 CONSTANCIA  
 SOLIDARIDAD

**MARCAS ASOCIADAS**

**ARQUETIPOS DE LIDERAZGO**

LAS GUERRERAS RESILIENTES  
 LAS VOCES DE LA IGUALDAD  
 LAS EMBAJADORAS DEL BIENESTAR  
 LAS CAPITANAS CARISMÁTICAS

**SEGUIMIENTO**

OTRO CONTENIDO (Programas TV, Documentales, Embajadora de marcas)	52% ★
COMPETICIONES A LO LARGO DEL AÑO (Mundial, Europeo, etc.)	37%
JUEGOS OLÍMPICOS	32%

**RRSS**

Instagram	254k	X	59k
-----------	------	---	-----

★ Valor superior a la media

**03. SENSOR DE**  
**MARCAS** líderes en  
Deporte Femenino

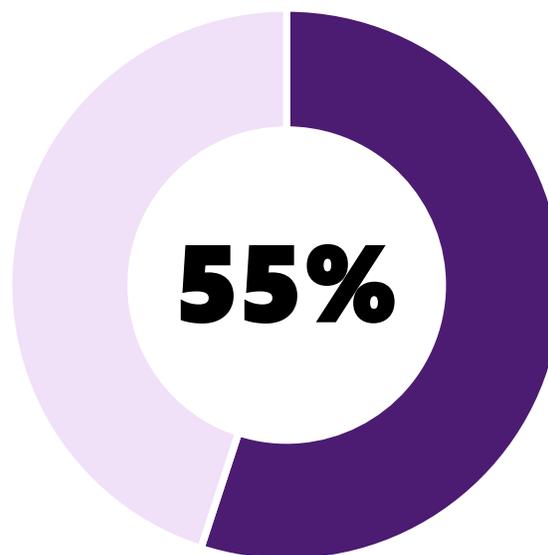


## 04. UNA OPORTUNIDAD PARA LAS MARCAS

### #1 - Conectar con el Deporte Femenino eleva la marca y su reputación

Las marcas **REFERENTES** asociadas al Deporte Femenino están obteniendo un **RETORNO IMPORTANTE** en la **conexión con la marca**

**Algo más de la mitad de los aficionados** están **mejorando la percepción** que tienen de las **marcas** por **su vínculo con el Deporte Femenino**



% mejora la **valoración** de la marca por su vínculo con el Deporte Femenino



(31 marcas valoradas)  
(n=863)

## #2 – Las marcas que apoyan el Deporte Femenino se visten con valores que enamoran

Las marcas más asociadas al Deporte Femenino **se nutren de una serie de VALORES** que **revalorizan a la propia marca**, vistiéndola de códigos atractivos para el aficionado

Apuesta por el cambio

Cercanía    Credibilidad    Más humana  
Ética    Liderazgo    Empatía  
Compromiso  
Modernidad  
Confianza  
Innovación

Responsabilidad social  
Conectada con valores sociales actuales  
Conecta conmigo

Transparencia  
Postureo



(31 marcas valoradas)  
(n=863)

## 04. UNA OPORTUNIDAD PARA LAS MARCAS

### #3 – Las marcas referentes **dejan huella**; inspiran, impulsan y transforman

Las marcas referentes en Deporte Femenino crean **vínculos sólidos con los aficionados desde múltiples frentes** – hay diversos territorios para que **las marcas inviertan e influyan** en el Deporte Femenino

Por su **APOYO** al **DESARROLLO** de las deportistas y del **DEPORTE BASE**



**PIONERAS:** Llevan mucho **TIEMPO** patrocinando el **DEPORTE FEMENINO**



Por su **compromiso** con la **IGUALDAD, DIVERSIDAD E INCLUSIÓN**



Por su capacidad para **INSPIRAR** a **NUEVAS GENERACIONES**



Por sus **ALIANZAS** con **ATLETAS** referentes



Aporta **VISIBILIDAD** y **representación** en los **medios** al Deporte Femenino



(31 marcas valoradas)  
(n=863)

**¡El momento de apostar por el Deporte Femenino es ahora!**

**LOS AFICIONADOS HAN  
HABLADO Y HAN CREADO UN  
RANKING CON LAS MARCAS  
REFERENTES POR SU  
VINCULACIÓN CON EL  
DEPORTE FEMENINO**

# RANKING MARCAS REFERENTES EN DEPORTE FEMENINO

- 1 
- 2 
- 3 
- 4 
- 5 
- 6 
- 7 
- 8 
- 9 
- 10 

- 11 
- 12 
- 13 
- 14 
- 15 
- 16 
- 17 
- 18 
- 19 
- 20 

- 21 
- 22 
- 23 
- 24 
- 25 
- 26 
- 27 
- 28 
- 29 
- 30 

# 04. RETOS PARA EL FUTURO



# 04. RETOS PARA EL FUTURO

## 1. ABANDONO DEPORTIVO EN LA ADOLESCENCIA

- # Facilitar la conciliación entre deporte y estudios
- # Fortalecer el deporte base femenino
- # Aumentar la cobertura mediática
- # Promover la visibilidad de deportistas femeninas



**Pepe Ortiz**  
Director General de MadCup

*"El deporte base es una herramienta fundamental para conseguir y canalizar fans hacia el Deporte Femenino profesional"*



**Gorka Rubio**  
Director General de Sports Summit Madrid

*"Para generar más deporte base tiene que haber mayor profesionalización, además de una mayor repercusión en medios"*

## 3. GESTIÓN DEL DEPORTE

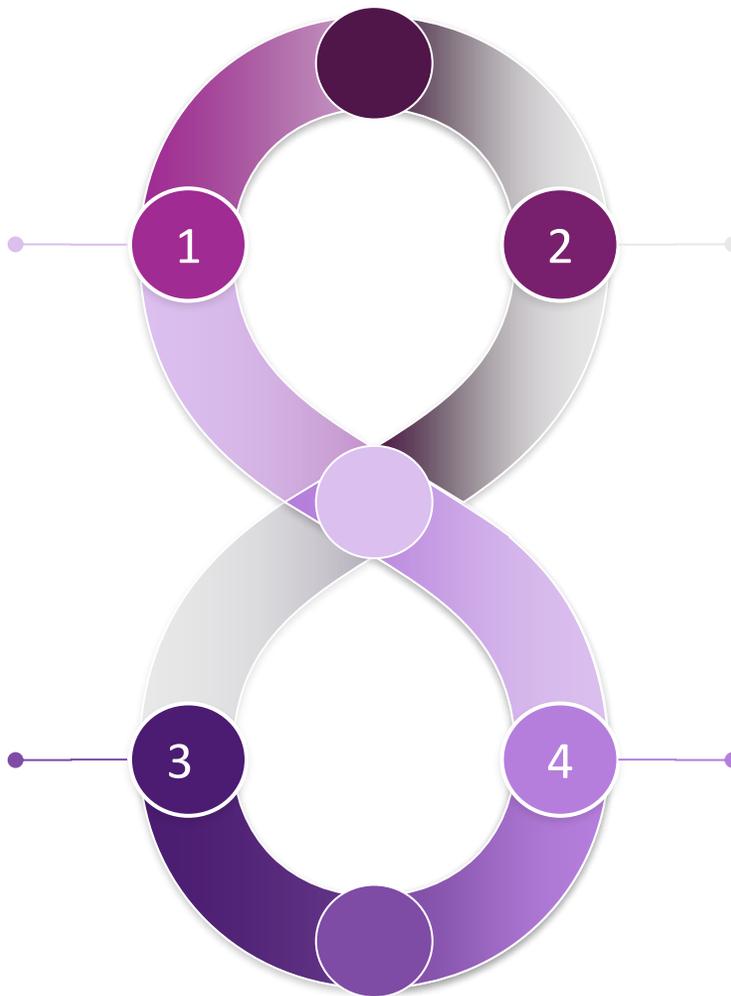
- # Crear un ecosistema deportivo inclusivo y diverso
- # Aprovechar la experiencia de las deportistas
- # Las mujeres líderes serán modelos a seguir por las jóvenes
- # Un liderazgo femenino sólido a largo plazo

## 2. CONSISTENCIA EN EL TIEMPO DE RETRANSMISIONES DEL DEPORTE FEMENINO

- # Sin retransmisiones no hay audiencia
- # Más audiencia atrae más inversión, visibilidad y profesionalización

## 4. APOYO DE LAS MARCAS

- Es el momento de invertir porque...
- # Audiencia en aumento y patrocinio más visible
  - # Crecimiento de la participación
  - # Audiencia leal y comprometida
  - # Mercado sin explotar
  - # Responsabilidad social y reputación
  - # Rentabilidad a largo plazo



***ÍDOLAS, MARCAS,  
PROPIEDADES...***

**¡Ha llegado vuestro  
momento!**



# GRACIAS



Colabora:



*Lydia  
Valentín*

*Gemma  
Mengual*

endesa

VISA



MAD CUP



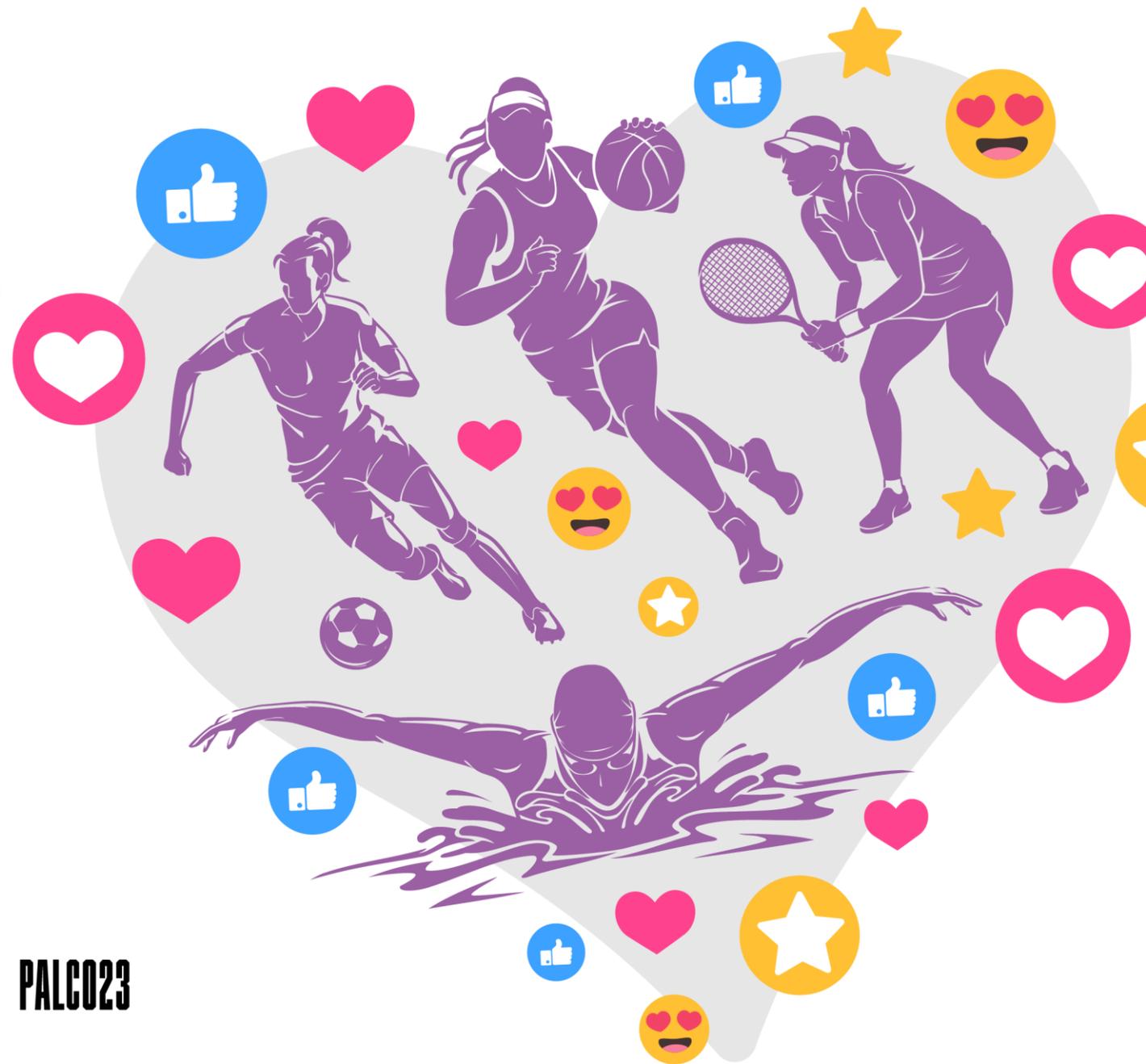
as MARCA

MUNDO DEPORTIVO

SPORT

2Playbook

PALCO23



Estudio: **Barómetro de Ídolas del Deporte Español**