

# Fanáticos en transformación

Nuevas audiencias, formatos y oportunidades para marcas

El deporte global vive una transformación impulsada por:



**Mayor conexión digital y globalización**



**Diversificación de audiencias**



**Cambios en el consumo de medios**

## Tres factores de crecimiento



**Fútbol global:** Es el deporte más popular y ofrece grandes oportunidades para las marcas, especialmente en EE. UU.



**Deportes femeninos:** Ganan fuerza y requieren nuevas estrategias para conectar con una base de fans diferente.



**Medios digitales:** El streaming y redes sociales impulsan nuevos formatos y mayor acceso a los deportes.

## El deporte más popular es un acierto para las marcas

El fútbol sigue dominado

**51%**

De la población mundial se declara fan

**64%**

Alcanza el fandom en México

**62M**

De fans en EE.UU., la 4.<sup>a</sup> base más grande del mundo

**41% del patrocinio deportivo global es en fútbol.**

Los fans de fútbol tienen mayor disposición a comprar marcas patrocinadoras. En EE.UU., el 76% de estos fans son Gen Z o Millennials y 34% tienen ingresos mayores a \$100K



**Oportunidad clara:**

Construir conexiones genuinas y sostenidas antes del Mundial 2026.

**Las fans del deporte femenino están cambiando el juego**

El caso WNBS

**Aumentó 31% su base de fans en 2 años (46.9M)**



**Las mujeres representan 41% de su audiencia**



**La audiencia de TV creció +200% en 2024**



Las fans de deportes femeninos

**Tienen mayor intención de compra**



**Son más receptivas a marcas disruptivas**



**Atraen nuevas categorías (ej. moda, tecnología, salud femenina)**



Ya no es solo inclusión: es **una estrategia de negocio inteligente.**

## Los medios impulsan nuevos formatos y audiencias globales

Crece el streaming de deportes en todos los rangos de edad, incluidos los mayores de 50 años (+21% entre 2022–2024)

Nuevos formatos como TGL (golf interactivo) logran:

Audiencias jóvenes: 32% de fans no ven PGA

Mayor rating que el básquet universitario en su franja



Ejemplo de viralidad: Iona Maher (rugby) aumentó +141% seguidores tras JJOO

Pickleball y rugby femenino crecen apoyados por redes y marcas como Nature Made



Los nuevos deportes son el terreno fértil para quienes invierten antes de que se vuelvan mainstream.

### Conclusión + Recomendación

El fan moderno no se conquista con logos: se gana con propósito, conexión y relevancia.

Apuesta por contenido multiplataforma y formatos emergentes

Crea asociaciones medibles y auténticas

Segmenta por afinidad real, no solo por deporte

Adopta una mentalidad de prueba y aprendizaje