

El tenis, la F1 y el baloncesto, los deportes más seguidos en España después del fútbol

Kantar publica Global SportScope, un estudio único que ofrece una visión completa de la industria deportiva y el comportamiento de los seguidores del deporte en 41 países del mundo.

05 marzo 2021





Publicidad Medios y RRPP

El tenis, la Fórmula 1 y el baloncesto se erigen como los deportes más seguidos en España después del fútbol, según el estudio Head of Media, Evaluation & Sports, España Global SportScope de Kantar. Así, entre la población adulta, casi la mitad (46,4%) admite seguir el tenis, por delante de la Fórmula 1 y el baloncesto (37,8% cada uno), el ciclismo (30,2%) y Moto GP (28,8%).

Este informe, que ofrece una visión completa de la industria deportiva y el comportamiento de los seguidores del deporte en 41 países de todo el mundo analizando así el impacto del patrocinio deportivo, también indica que, entre los jóvenes, causan, sin embargo, mayor impacto

entre los jóvenes, cada vez, sin embargo, mayor impacto los mates y los triples que los aces y los reveses, sobre todo por el seguimiento de la NBA.

No obstante, el fútbol reina entre los aficionados al deporte, que siguen la evolución de las competiciones a través de la televisión y también, como nota singular, de la radio, superando al móvil al contrario de lo que sucede en el resto del mundo.

En concreto, mientras que los futboleros fuera de nuestras fronteras prefieren el smartphone a la radio (40% frente al 18%), en España el transistor sigue fuerte aún con las nuevas generaciones más digitales, de tal forma que es empleado por el 29% de la audiencia frente al 26% del otro.

España exhibe así una arraigada cultura radiofónica aún siendo un país de *'early adopters'* en el que hay más móviles que personas (53,4 millones de líneas, según la CNMC, frente a los 47 millones de habitantes), a raíz del influjo que formatos como los carruseles deportivos y los programas nocturnos han ido dejando en las distintas generaciones de españoles.

Esta es una de las principales diferencias que resalta este estudio, y que concluye que, por detrás de la radio y el

smartphone, los forofos del fútbol prefieren el PC para seguir los partidos y la información de sus equipos (23%), los periódicos (22%) y por último, la tablet, tan solo empleada por un 10%.

¿Cómo interactúan los españoles con el deporte en su smartphone?

Si hacemos zoom en cómo interactúan los españoles con el deporte a través del móvil, el 17% ve competiciones por *streaming*, el 16% mira vídeos o lee las noticias deportivas, el 15% lee artículos deportivos y el 14% usa las redes sociales. Fuera de nuestras fronteras, es justo al contrario, el 22% es activo en redes, el 21% coge el móvil para leer artículos y ver partidos por *streaming* y el 19% consulta los resultados.

Esta información es muy importante para las marcas y los anunciantes, que necesitan situar sus mensajes justo donde está la audiencia. Tener una imagen completa del comportamiento de los fans del deporte permite llevar los mensajes a donde ellos están, y como podemos comprobar, están en todas partes, pues nos movemos en una sociedad multipantalla y multidispositivo, que igual que coge el móvil para mirar los resultados, escucha en la radio la tertulia de fútbol o mira los partidos por *streaming* en

televisión.

¿Qué es Global SportScope?

Global SportScope ofrece una visión completa de la industria deportiva en 41 mercados de todo el mundo. Los datos proporcionados a nuestros clientes les permiten conocer el impacto de los equipos deportivos, las marcas, los titulares de los derechos y las competiciones deportivas. Además, mide el consumo de medios de los seguidores del deporte y analiza el impacto de los principales patrocinios dentro de los espacios deportivos.