



# Mujeres en el Motociclismo en España

Análisis de conversación en redes sociales  
Enero 2023 – Marzo 2026



# ÍNDICE

1. Introducción.
2. Metodología.
3. Principales claves del análisis
4. Panorama general de la conversación.
5. Evolución de la conversación.
6. Factores que impulsan la conversación.
7. Narrativas predominantes.
8. Actores de la conversación.
9. Pilotos con mayor visibilidad.
10. Activación del 8M.
11. Comparativa Logros Deportivos vs 8M.
12. Conclusiones.

# Introducción

El presente informe analiza la conversación generada en redes sociales en España en torno a la presencia y visibilidad de las mujeres en el motociclismo.

El análisis examina tanto los logros deportivos protagonizados por pilotos españolas como las iniciativas institucionales orientadas a promover la participación femenina en el deporte, con especial atención a las activaciones relacionadas con el Día Internacional de la Mujer (8M).

El periodo analizado abarca desde enero de 2023 hasta marzo de 2026, lo que permite identificar la evolución de la conversación digital, los momentos de mayor intensidad mediática y los factores que impulsan la visibilidad del motociclismo femenino.



# Metodología

El presente informe analiza la conversación generada en redes sociales en torno a la presencia y visibilidad de las mujeres en el motociclismo, prestando especial atención a los contenidos relacionados con logros deportivos, referentes femeninos y activaciones vinculadas al Día Internacional de la Mujer (8M).

El análisis se ha realizado mediante la herramienta de monitorización Brandwatch, recopilando menciones publicadas entre enero de 2023 y marzo de 2026.

Para la elaboración del informe se han tenido en cuenta tres indicadores principales:

- Número de menciones o informaciones:

Total de publicaciones registradas en redes sociales que incluyen referencias al motociclismo femenino, pilotos, competiciones o iniciativas vinculadas a la visibilidad de la mujer en este deporte.

- Audiencia potencial

Estimación del alcance teórico de las publicaciones analizadas, calculado a partir del número de seguidores de las cuentas que generan las menciones.

- Autores únicos:

Número de perfiles distintos que han participado en la conversación, lo que permite identificar el nivel de diversidad y amplitud de participación dentro del ecosistema digital.

A partir de estas variables se han identificado los principales momentos de conversación, las temáticas predominantes y las pilotos con mayor visibilidad, permitiendo analizar cómo se articula la conversación digital en torno al motociclismo femenino y qué factores contribuyen a amplificar su presencia en redes sociales.



# Principales claves del análisis



## Logros Deportivos

Los logros deportivos impulsan la conversación.  
El 88% de la conversación está vinculado a logros deportivos.  
Los éxitos competitivos de las pilotos españolas generan los principales picos de conversación en redes sociales y concentran el mayor impacto mediático del periodo analizado.



## Pilotos referentes

Las pilotos actúan como referentes del motociclismo femenino.  
La conversación digital se articula en gran medida en torno a figuras como Berta Abellán, Mireia Badia, Daniela Guillén, María Herrera, Ana Carrasco o Sandra Gómez cuyos resultados deportivos amplifican la visibilidad del motociclismo femenino.



## Narrativa positiva

Predomina una narrativa positiva.  
La conversación en redes sociales presenta un tono mayoritariamente positivo, asociado al reconocimiento del talento deportivo, la visibilidad de referentes femeninos y el crecimiento del motociclismo femenino.



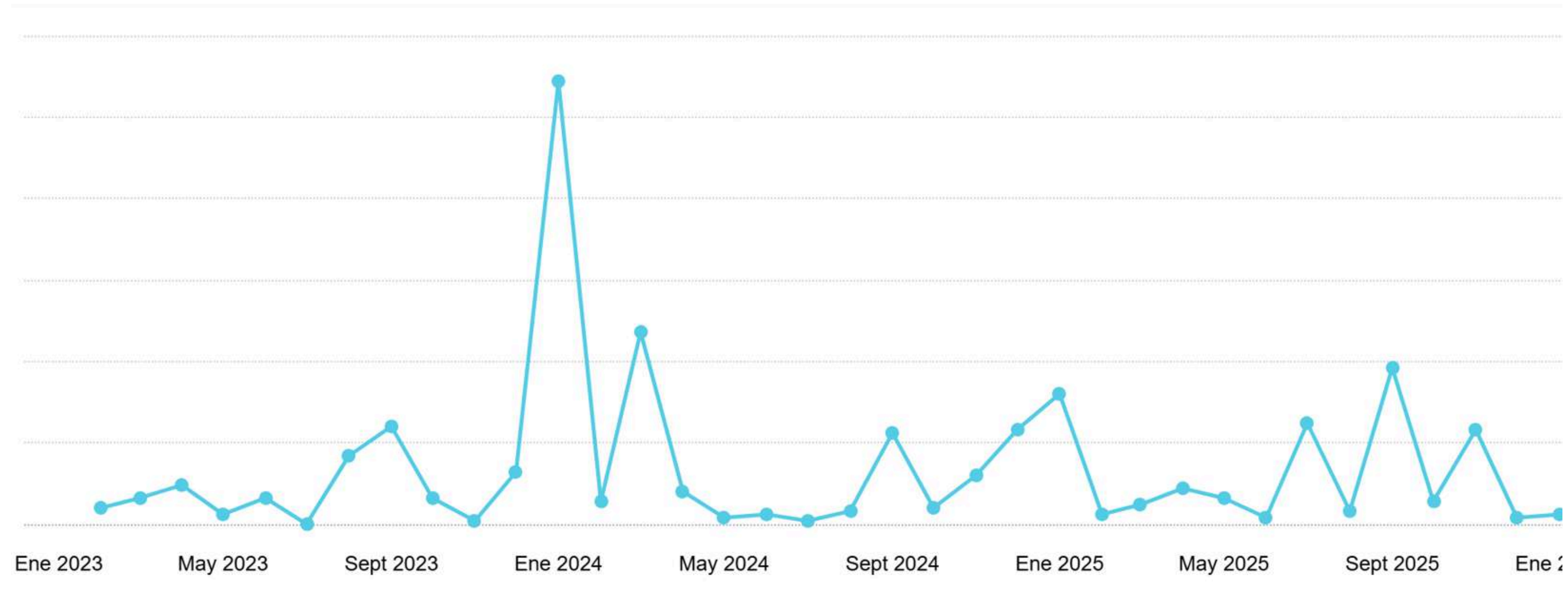
## Activación 8M

El 8M refuerza la visibilidad institucional.  
Las activaciones vinculadas al Día Internacional de la Mujer generan incrementos puntuales de conversación impulsados principalmente por federaciones, instituciones deportivas y medios especializados.



# Evolución de la conversación

La evolución de la conversación muestra una dinámica estrechamente vinculada al calendario competitivo. Los momentos de mayor actividad coinciden con competiciones, logros deportivos y hitos relevantes protagonizados por pilotos españolas.



Septiembre 2023 — Subcampeonato mundial de Daniela Guillén. Logros deportivos y visibilidad en deporte femenino ([enlace](#))

Enero 2024 — Pico máximo relacionado con logros. Menciones a Berta García ([enlace](#))

Marzo 2024 — Activación institucional vinculada al 8M y visibilidad femenina. ([enlace](#))

Septiembre 2024 — Logro deportivo. Mireia Badia se proclama campeona del mundo de Enduro. ([enlace](#))

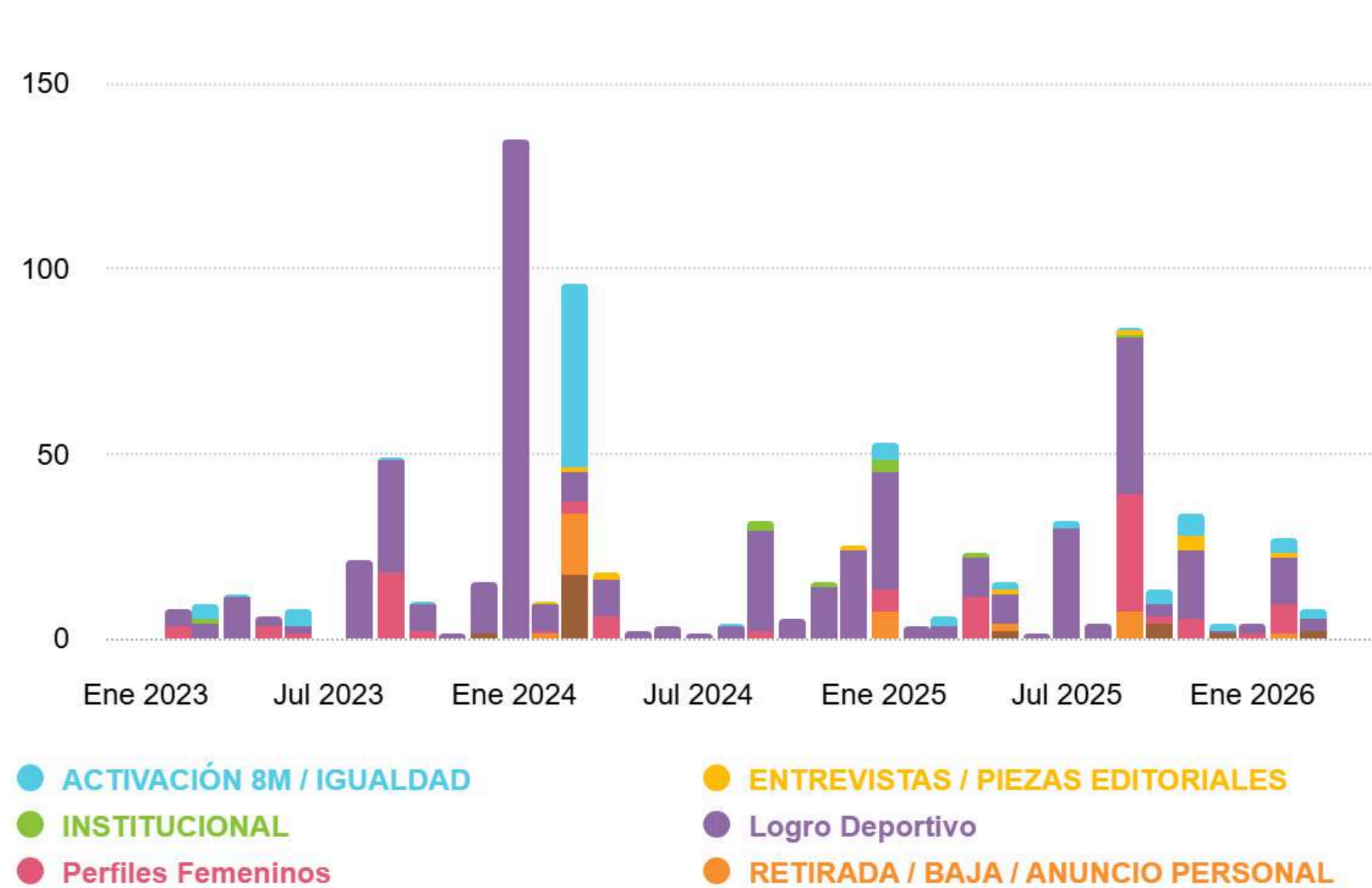
Enero 2025 — Anuncio personal. La retirada de Mireia Badia, tras conquistar el título ([enlace](#))

Septiembre 2025 — Logro deportivo. La proclamación de Berta Abellán como campeona del mundo de trial. ([enlace](#))

Noviembre 2025 — Consolidación de referentes femeninos. Publicaciones que destacan a Berta Abellán como referente del motor femenino. ([enlace](#))

# Factores que impulsan la conversación.

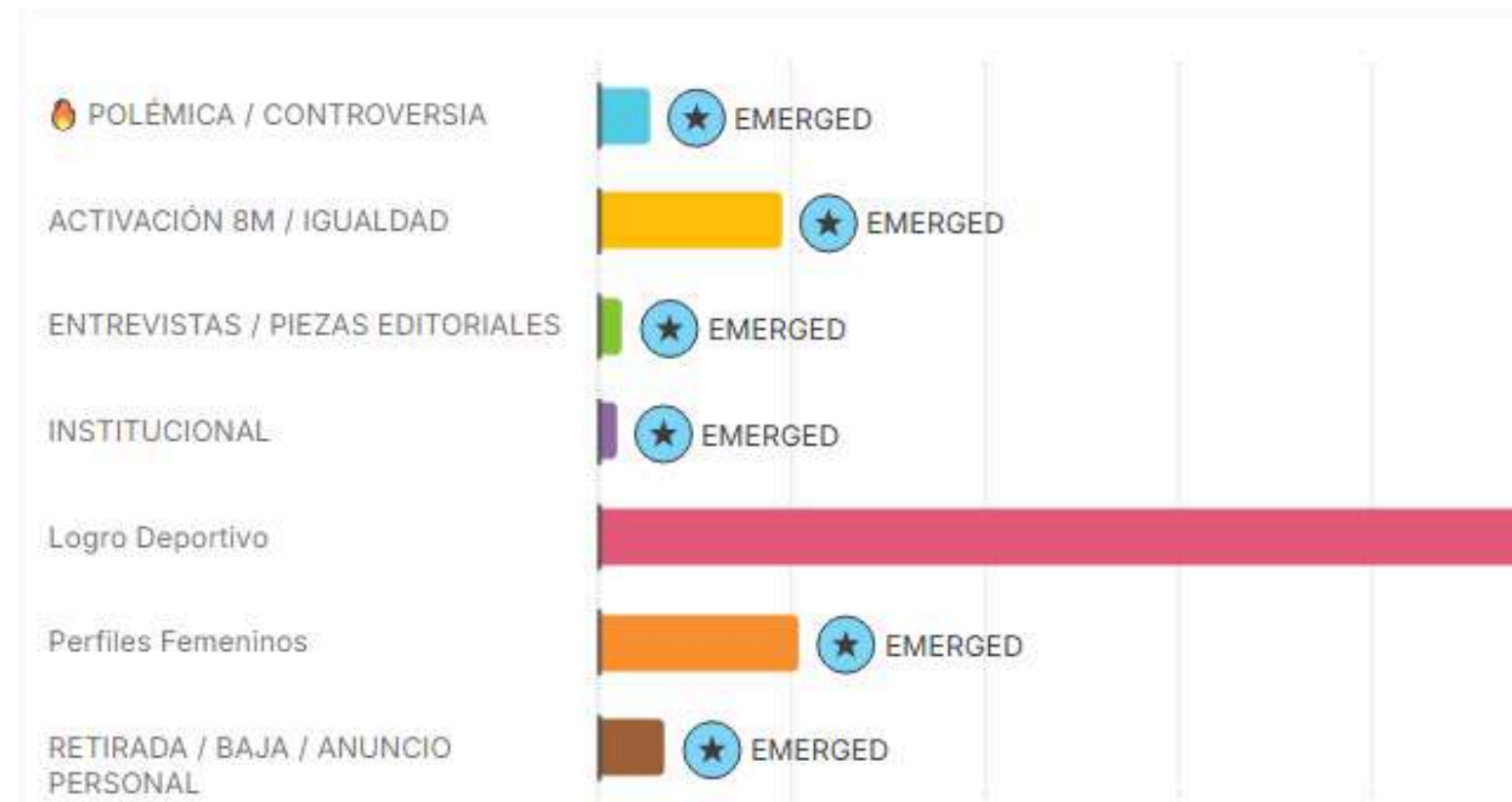
Volumen por categorías



La conversación sobre mujeres en el motociclismo está claramente impulsada por el rendimiento deportivo, siendo los títulos, podios y logros internacionales de pilotos españolas los principales generadores de visibilidad y actividad en redes sociales.

# Factores que impulsan la conversación.

Narrativas predominantes



El análisis muestra que los logros deportivos constituyen el principal motor de conversación sobre mujeres en el motociclismo. Las victorias, podios y participaciones destacadas en competiciones internacionales generan los mayores niveles de visibilidad en redes sociales.

# Narrativas predominantes

Temas en tendencia



La conversación digital sobre mujeres en el motociclismo combina dos narrativas principales: el reconocimiento al rendimiento deportivo y la visibilidad de referentes femeninos dentro del deporte. Estas narrativas contribuyen a reforzar el papel de las mujeres en el motociclismo y a generar un contexto comunicativo mayoritariamente positivo.

# Actores de la conversación

Top 10 Autores por número de publicaciones

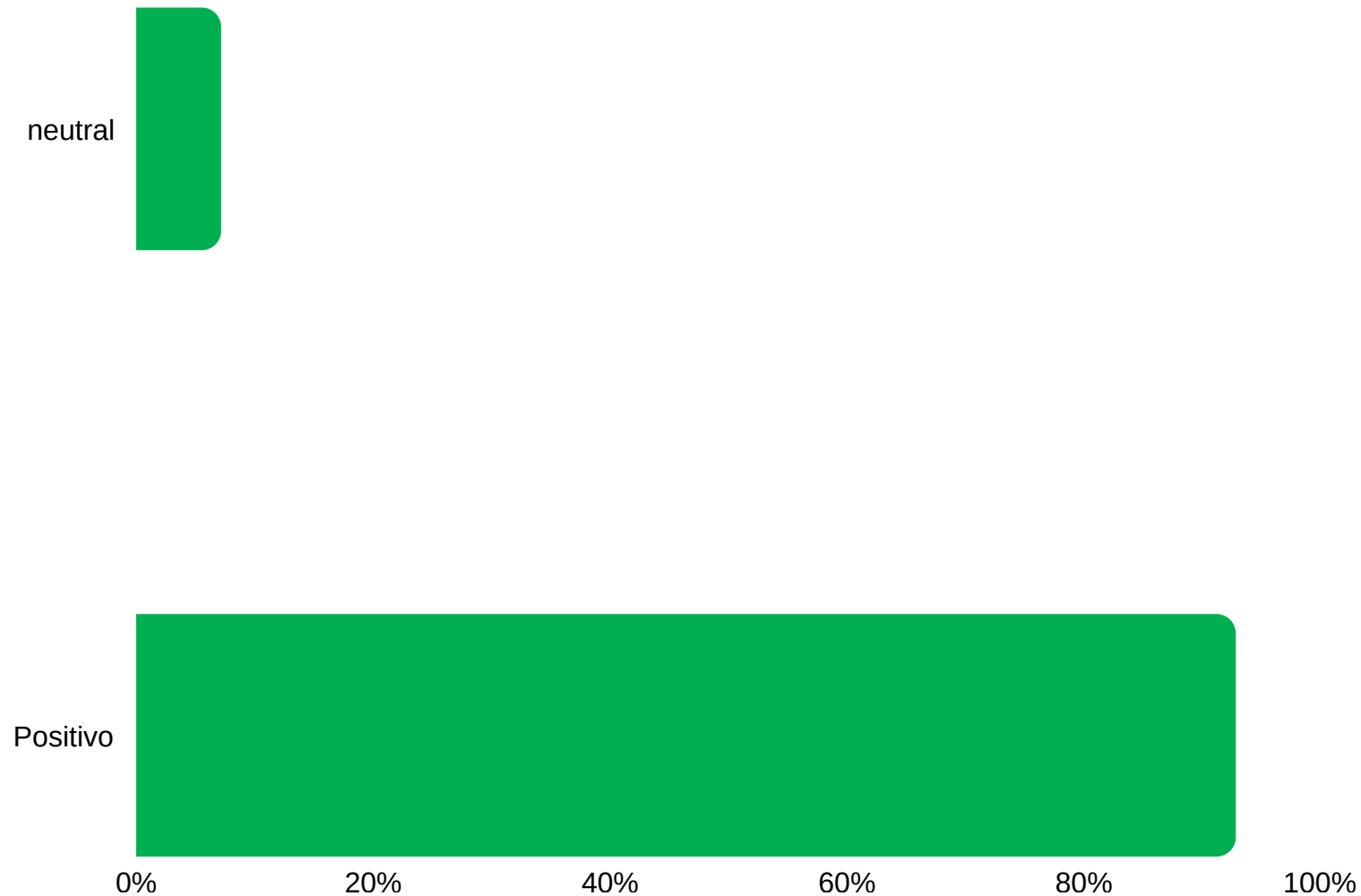
<input type="checkbox"/>	AUTHOR NAME	SOURCE	MENTIONS ▼	AVERAGE	FOLLOWERS	FOLLOWING	TOTAL POSTS	AVERAGE
<input type="checkbox"/>	@Swinxy	twitter.com	20	48.2	36 345	1186	193 380	19164
<input type="checkbox"/>	@RFECiclismo	twitter.com	16	46.5	46 948	1004	71773	12488
<input type="checkbox"/>	@enduropromag	twitter.com	13	29.7	8 160	314	9 658	4326
<input type="checkbox"/>	@FrancescFPC	twitter.com	6	20	517	613	26 548	1660
<input type="checkbox"/>	@diarioas	twitter.com	6	80.8	3 315 710	993	861 153	68673
<input type="checkbox"/>	@AsAccion	twitter.com	5	19.2	1241	143	10 338	3599
<input type="checkbox"/>	@InverseTeams	twitter.com	5	6.6	3134	2 204	36 718	2042
<input type="checkbox"/>	@Kitarmaestro	twitter.com	5	0	1584	5 130	327 408	743
<input type="checkbox"/>	@motociclismo_es	twitter.com	5	51.1	79 673	656	52 501	15400
<input type="checkbox"/>	@motosonline	twitter.com	5	10.6	3 716	2 084	8 224	2369
<b>Total for top authors</b>			<b>86</b>		<b>3 497 028</b>	<b>14 327</b>	<b>1597 701</b>	

Top 10 Autores mayor audiencia

USERNAME	FOLLOWERS ▼
diarioas @diarioas	3 315 710
EFEnoticias @EFEnoticias	2 199 040
sport @sport	1 958 854
20m @20m	1 505 981
LaVanguardia @LaVanguardia	1 396 865
elperiodico @elperiodico	688 917
educaciongob @educaciongob	292 924
COE_es @COE_es	162 861
elcomerciodigit @elcomerciodigit	156 419
NoticiasNavarra @NoticiasNavarra	122 797

La conversación digital se construye a partir de la participación de distintos actores, entre los que destacan pilotos, federaciones, medios especializados y usuarios. Mientras que los actores institucionales impulsan la conversación en torno a eventos y competiciones, la comunidad de seguidores contribuye a amplificar estos contenidos en redes sociales.

# Tono y narrativa



El análisis del tono muestra una conversación mayoritariamente positiva, impulsada sobre todo por logros deportivos, títulos y reconocimientos de pilotos como Berta Abellán, Mireia Badia, Daniela Guillén, Laia Pi, Daniela Hernando, Ana Carrasco, María Herrera o Sandra Gómez. Junto a esta narrativa de éxito, también aparecen contenidos que refuerzan la idea de referentes femeninos, inspiración y progreso del motociclismo femenino, así como mensajes que subrayan la necesidad de mayor visibilidad, apoyo e igualdad de condiciones

La narrativa dominante combina éxito deportivo y construcción de referentes femeninos: las victorias generan el mayor volumen positivo, pero la conversación gana profundidad cuando esos logros se conectan con visibilidad, superación y reivindicación de mayor apoyo para las mujeres en el motociclismo.





# Pilotos con mayor visibilidad

## Ana Carrasco



**Ana Carrasco.** Se posiciona como una de las principales referentes del motociclismo femenino a nivel internacional. Su visibilidad en redes sociales está impulsada principalmente por su condición de primera campeona del mundo de motociclismo, así como por el reconocimiento institucional y mediático asociado a su trayectoria deportiva. Parte relevante de la conversación se articula en torno a su papel como figura pionera dentro del motociclismo femenino, destacando homenajes, reconocimientos públicos y su inclusión en iniciativas institucionales vinculadas a la visibilidad de la mujer en el deporte. Asimismo, su figura se asocia de forma recurrente a mensajes de inspiración y referente, consolidando su posicionamiento como una de las principales impulsoras de la presencia femenina en el motociclismo.





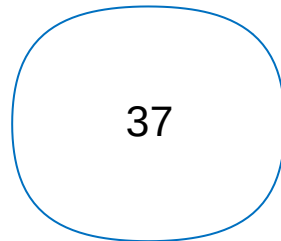




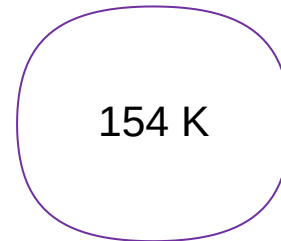
# Pilotos con mayor visibilidad

## Laia Pi

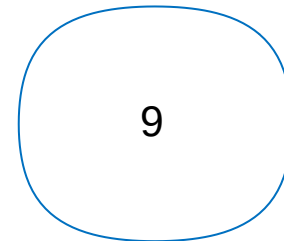
Menciones



Vistas potenciales

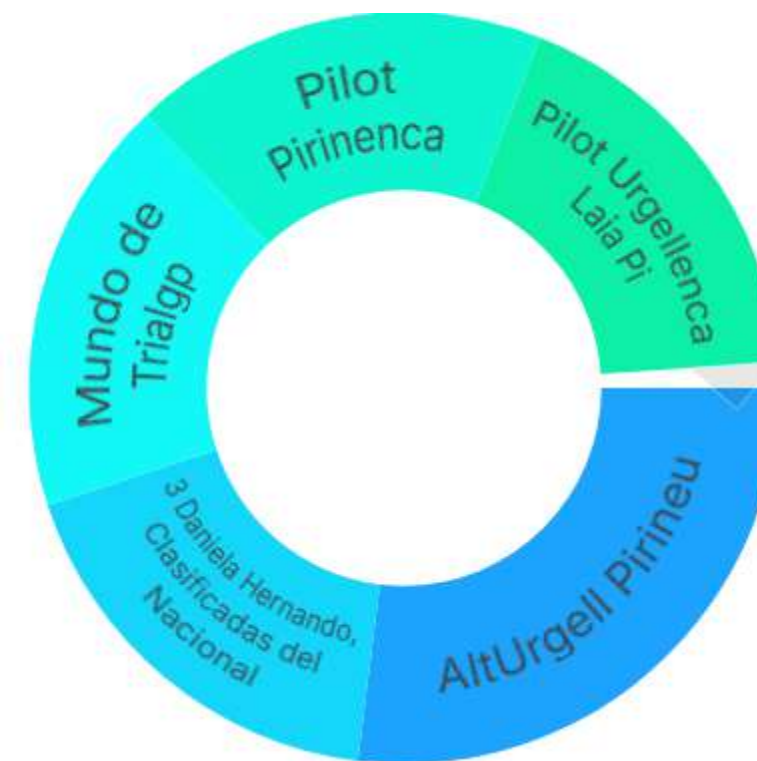


Usuarios únicos



### Laia Pi. Talento emergente en el trial femenino

Aparece como una de las pilotos con presencia en la conversación digital, con 37 menciones, alrededor de 154 mil vistas potenciales y 9 usuarios únicos que amplifican las publicaciones durante el periodo analizado. Su visibilidad está vinculada principalmente a su participación en competiciones internacionales de trial, destacando menciones relacionadas con su presencia en pruebas del Campeonato del Mundo de TrialGP y otros eventos deportivos relevantes. Estas publicaciones suelen centrarse en resultados deportivos, clasificaciones y cobertura de competiciones, lo que sitúa su conversación dentro de una narrativa puramente competitiva.



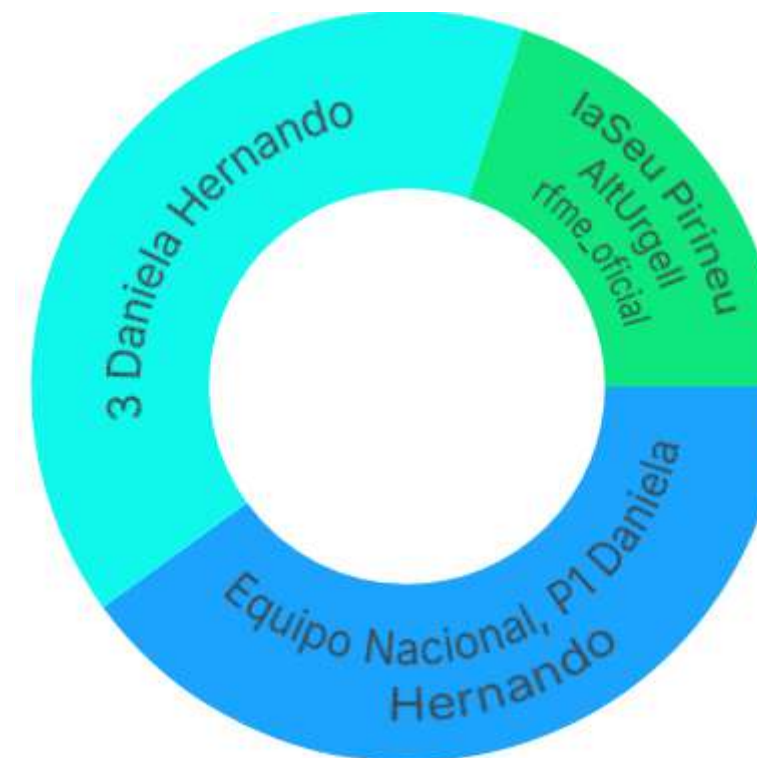
# Pilotos con mayor visibilidad

## Daniela Hernando



### Daniela Hernando. Presencia emergente en el trial.

Aparece como una de las pilotos con presencia en la conversación digital, con 24 menciones, alrededor de 372 mil vistas potenciales y 5 usuarios únicos que amplifican las publicaciones durante el periodo analizado. Su visibilidad mediática está vinculada principalmente a su participación en competiciones nacionales e internacionales de trial, destacando menciones relacionadas con su presencia en pruebas del Campeonato de España y eventos internacionales de Trial. La conversación se centra especialmente en resultados deportivos, clasificaciones y participación en competiciones, elementos que reflejan su actividad dentro del circuito competitivo. Aunque su volumen de conversación es más reducido respecto a otras pilotos analizadas, su presencia mediática evidencia la aparición de nuevas figuras dentro del motociclismo femenino, que comienzan a ganar visibilidad a través de su participación en competiciones oficiales y eventos deportivos.

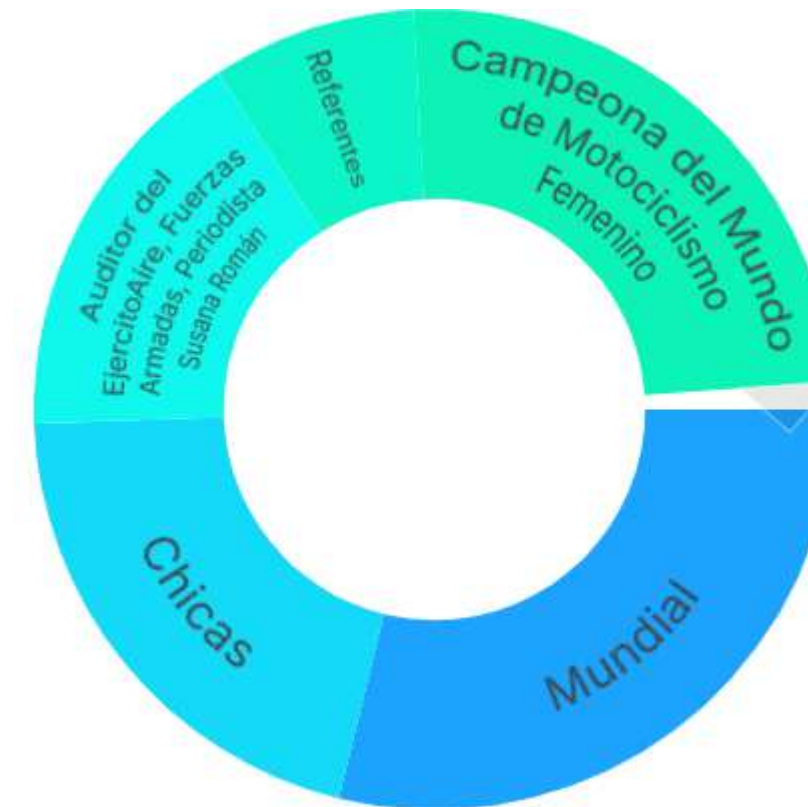


# Pilotas con mayor visibilidad

## María Herrera



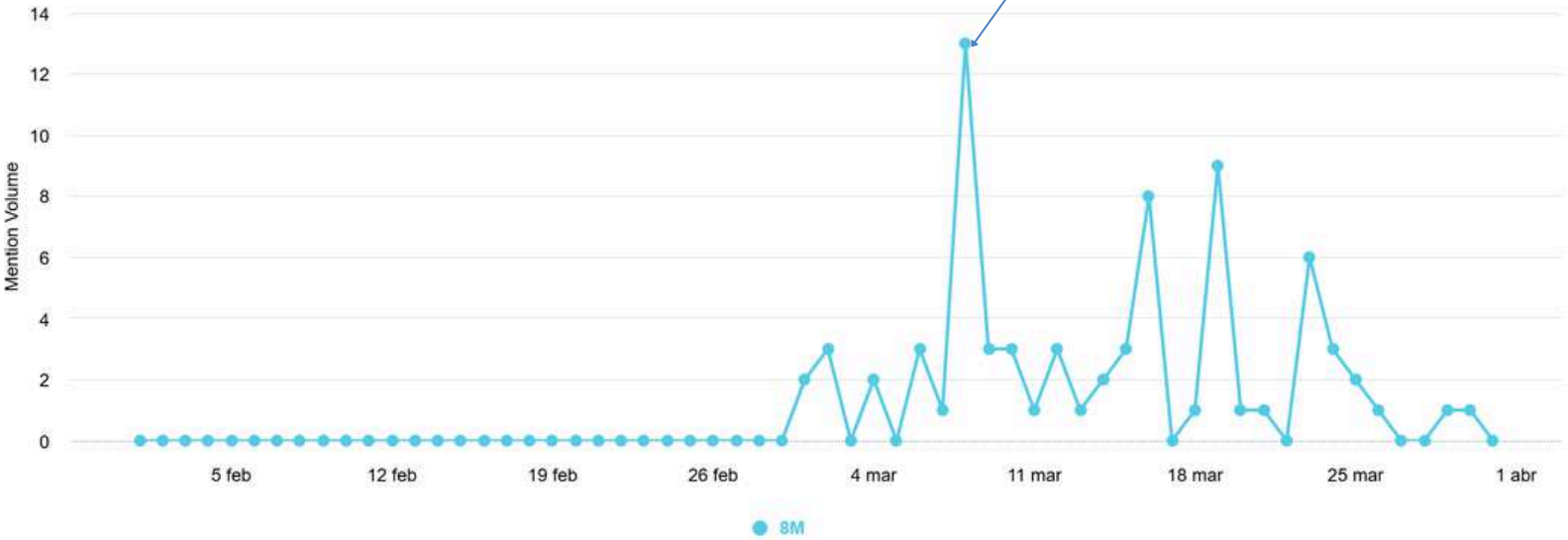
**María Herrera.** Se consolida como una de las principales referentes del motociclismo femenino en redes sociales. Su presencia mediática está impulsada principalmente por sus logros deportivos, especialmente su proclamación como campeona del mundo, así como por su participación en competiciones internacionales y su papel dentro del ecosistema del motociclismo profesional. Además, parte de la conversación se articula en torno a su visibilidad como referente femenino en el deporte del motor y a su implicación en iniciativas orientadas a la promoción de la participación de las mujeres en el motociclismo. Asimismo, destacan contenidos vinculados a entrevistas y declaraciones en medios, donde se abordan aspectos relacionados con la falta de visibilidad del motociclismo femenino, reforzando su posicionamiento como voz relevante dentro del sector.



# Activación 8M (2024)

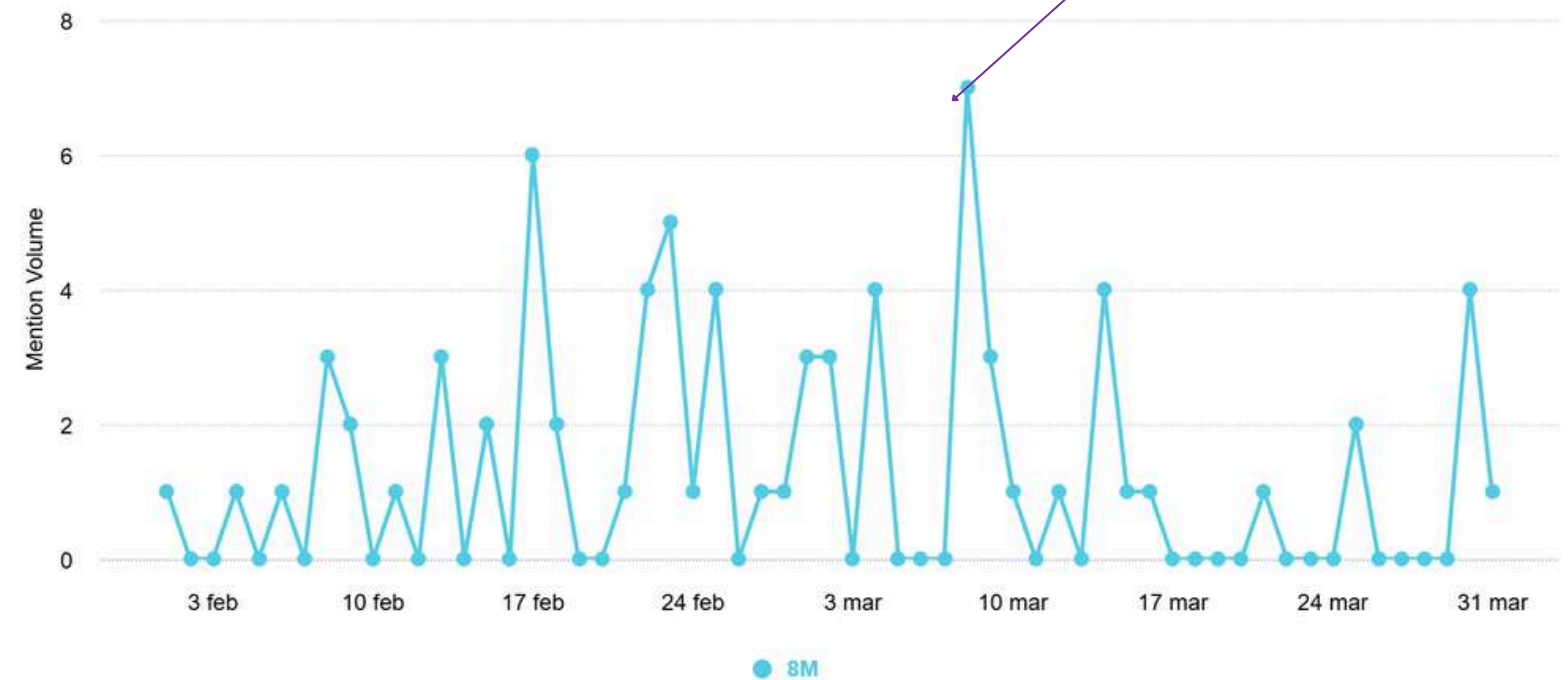
Información clave | 8M | Feb 01, 2024 - Mar 31, 2024

Temas en tendencia	Total de menciones	Autores únicos
1. 22 participantes	62 <small>Previous period: 0</small>	55 <small>Previous period: 0</small>
2. correrán el mundial de motociclismo...		
3. feliz Día de la Mujer		



Durante el periodo analizado (febrero–marzo de 2024), la conversación en redes sociales vinculada al 8M en el ámbito del motociclismo generó 62 menciones procedentes de 55 autores únicos, reflejando un volumen moderado de actividad. El principal pico de conversación se concentra en torno al 8 de marzo, impulsado principalmente por cuentas institucionales, federaciones deportivas y medios especializados. Los contenidos se centran en visibilizar la participación femenina en el motociclismo, así como en destacar iniciativas relacionadas con la igualdad y el reconocimiento de pilotos y referentes del sector.

# Activación 8M (2025)

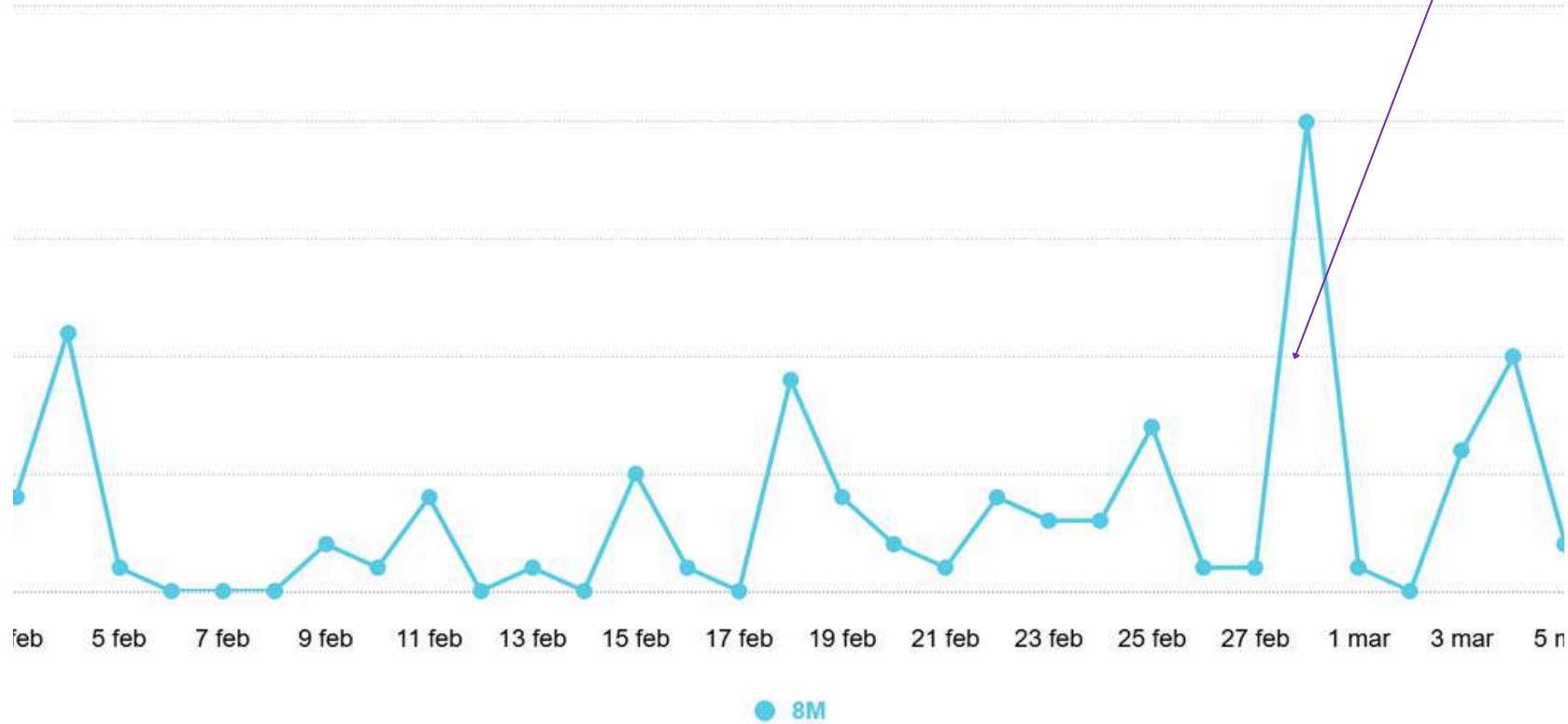


Entre febrero y marzo de 2025, la conversación vinculada al 8M registró 75 menciones procedentes de 61 autores únicos, lo que supone un incremento respecto al año anterior. El volumen de actividad se concentra en los días cercanos al 8 de marzo, cuando se observan los principales picos de conversación. Las publicaciones están impulsadas principalmente por federaciones, clubes, asociaciones del sector y medios especializados, y se centran en mensajes de igualdad, visibilidad y promoción del motociclismo femenino.

# Activación 8M (2026)

Información clave | 8M | Feb 01, 2026 - Mar 09, 2026

Temas en tendencia	Total de menciones	Autores únicos
1. HALLAZGO DE UN OASIS	84 ↑ 236% Previous period: 25	78 ↑ 271% Previous period: 21
2. campeona del mundo		



En el periodo analizado (febrero–marzo de 2026), la conversación en torno al 8M alcanzó 84 menciones procedentes de 78 autores únicos, lo que refleja un nuevo incremento en la participación digital.

El mayor volumen de actividad se concentra en los días cercanos al 8 de marzo, momento en el que se registran los principales picos de conversación.

Las publicaciones destacan la visibilidad de referentes femeninos, la participación en competiciones y el reconocimiento del talento femenino, reforzando el mensaje de crecimiento y consolidación del motociclismo femenino.

# Comparativa Logros Deportivos vs 8M

Los logros deportivos dominan claramente la conversación  
Los logros deportivos concentran el 88% de las menciones de la conversación analizada, lo que evidencia que la visibilidad del motociclismo femenino está impulsada principalmente por resultados competitivos y éxitos deportivos.

Multiplican el alcance mediático  
En términos de impacto, los logros deportivos generan más de 56,6 millones de vistas potenciales, frente a 3,8 millones de las activaciones del 8M

Diferente naturaleza de conversación  
Logros deportivos → conversación impulsada por eventos competitivos, campeonatos y proclamaciones de títulos.  
Activación 8M → conversación vinculada a mensajes institucionales, visibilidad femenina y reivindicación social.

Esto explica por qué las activaciones del 8M tienen un impacto más puntual, mientras que los logros deportivos generan picos de conversación más fuertes y amplificadas por medios deportivos y generalistas.

# 8. Conclusiones

El análisis de la conversación digital en redes sociales, sobre mujeres en el motociclismo en España entre 2023 y 2026 permite identificar varias tendencias relevantes en términos de visibilidad, narrativas y generación de impacto mediático.

## Los logros deportivos son el principal motor de visibilidad

La conversación en redes sociales sobre motociclismo femenino está claramente impulsada por los resultados deportivos. Títulos, podios y participaciones destacadas en competiciones internacionales generan los principales picos de conversación y concentran la mayor parte de las menciones y del alcance potencial.

En total, los logros deportivos representan aproximadamente el 88% de la conversación analizada, lo que confirma que el rendimiento competitivo es el principal factor que amplifica la visibilidad del motociclismo femenino en redes sociales.

## El 8M actúa como catalizador institucional de conversación

Las activaciones vinculadas al Día Internacional de la Mujer generan un incremento puntual de la conversación en redes sociales, impulsado principalmente por federaciones deportivas, clubes, asociaciones y medios especializados.

Aunque su impacto es menor que el de los logros deportivos en términos de volumen y alcance, estas iniciativas contribuyen a reforzar los mensajes relacionados con la igualdad, la visibilidad y el reconocimiento de las mujeres en el motociclismo.

## Las pilotos actúan como principales referentes mediáticos

La conversación digital se articula en gran medida en torno a figuras concretas del motociclismo femenino.

Pilots como **Berta Abellán, Mireia Badia, Daniela Guillén, Ana Carrasco, María Herrera o Sandra Gómez** concentran buena parte de la atención mediática, especialmente en momentos de éxito deportivo o hitos relevantes en sus carreras.

En este sentido, las deportistas no solo generan conversación por sus resultados, sino que también actúan como referentes que contribuyen a visibilizar el motociclismo femenino y atraer atención mediática hacia el deporte.

# 8. Conclusiones

## **Narrativa mayoritariamente positiva**

El análisis del tono muestra una conversación claramente positiva, asociada principalmente a logros deportivos, reconocimiento a las deportistas y mensajes de inspiración y superación.

Este contexto refleja una percepción favorable hacia el motociclismo femenino y evidencia el creciente interés por la participación de las mujeres en el deporte del motor.

## **Oportunidad de amplificación comunicativa**

Los datos muestran que la conversación aumenta significativamente cuando los éxitos deportivos se acompañan de narrativas que destacan el papel de las mujeres como referentes del motociclismo.

En este sentido, existe una oportunidad clara para reforzar la visibilidad del motociclismo femenino mediante estrategias de comunicación que combinen logros deportivos, historias personales y mensajes institucionales de apoyo al deporte femenino.



# Mujeres en el Motociclismo En España

Análisis de conversación  
en redes sociales  
enero 2023 · marzo 2026



Caleruega 102-10D  
28033 Madrid  
info@hallon.es  
[+34] 913 103 664  
hallon.es

General Pardiñas, 71, 1D  
28006 Madrid  
lduran@rfme.com  
[+34] 915 624 920  
rfme.com