

WOMEN'S RUGBY | WORLD RUGBY

# UN PLAN DE CRECIMIENTO

AFICIONADOS, DATOS E INFORMACIÓN COMERCIAL SOBRE EL RUGBY FEMENINO



# CONTENIDO

01	<b>Resumen ejecutivo</b>	4
02	<b>Competiciones mundiales</b>	11
03	<b>Afición al rugby femenino</b>	
	El rápido ascenso	25
	La demografía de los aficionados	29
	Exploración de lo que impulsa al aficionado	34
	Qué quieren los aficionados y cómo expresan su afición	42
	Las deportistas: influencia, crecimiento y conexión directa con los aficionados	52
04	<b>La oportunidad comercial del deporte femenino</b>	61
05	<b>Conclusión</b>	70
06	<b>Apéndice</b>	74

# GUÍA DEL INFORME

Resumen de la investigación: El informe se ha elaborado a partir de una serie de fuentes de datos que incluyen una encuesta en profundidad sobre la afición al rugby en la que se encuestó a **4.000** aficionados al rugby, con análisis de datos propiedad de World Rugby, obtenidos y gestionados por World Rugby, datos sobre el rugby femenino y perspectivas del ecosistema del rugby en general, e informes de la industria deportiva disponibles públicamente.

## Términos clave y definiciones:

<b>Análisis de Datos:</b>	<p><b>% de aumento o disminución:</b> La diferencia absoluta entre dos porcentajes: por ejemplo, pasar del 10% al 12% es un aumento de 2 puntos, pasar del 25% al 15% es una disminución de 10 puntos.</p>	<b>Transmisión:</b>	<p><b>Horas miradas:</b> El número total de horas que el contenido fue mirado por los espectadores. Se calcula multiplicando el número de espectadores por el tiempo mirado.</p> <p><b>Audiencia de transmisión:</b> Número de personas que miraron un evento deportivo televisado o transmitido en streaming.</p> <p><b>Audiencia de Transmisión Acumulada:</b> Acumulación de audiencias medias de varias transmisiones o partidos.</p> <p><b>Audiencia mirando transmisiones en directo:</b> Número de personas que miraron el evento en tiempo real mientras se transmitía, en lugar de a través de una repetición u on-demand.</p> <p><b>Audiencia media de Transmisión:</b> El número medio de espectadores en un momento dado durante la transmisión. Esta métrica suaviza los picos y caídas para mostrar una cifra de audiencia típica.</p> <p><b>Valor de la Transmisión:</b> El valor comercial estimado de la exposición generada a través de la transmisión.</p>
<b>Redes sociales:</b>	<p><b>Alcance:</b> Número total de usuarios únicos que vieron un contenido en las redes sociales.</p> <p><b>Impresiones:</b> El número de veces que un contenido se muestra en una pantalla, independientemente de si se ha hecho click o no.</p> <p><b>Interacciones:</b> El total de interacciones (me gusta, comentarios, compartir, etc.) que la gente tiene con un contenido en las redes sociales o plataformas digitales.</p> <p><b>Vistas:</b> El número de veces que el contenido de video se reproduce o visualiza online.</p> <p><b>Seguidores:</b> El número de usuarios que se han suscripto a una cuenta o canal en las redes sociales para recibir actualizaciones y contenidos.</p>	<b>Afición:</b>	<p><b>Aficionados del Rugby Masculino:</b> Se refiere a los aficionados al rugby masculino y no a los aficionados masculinos del rugby.</p> <p><b>Aficionados del Rugby Femenino:</b> Se refiere a los aficionados al rugby femenino y no a las aficionadas al rugby.</p> <p><b>Adquisición:</b> El proceso de atraer y comprometer individuos que son nuevos en un deporte, convirtiéndolos en aficionados por primera vez.</p>
<b>Medios Ganados:</b>	<p><b>Menciones online:</b> Número de veces que se menciona a un equipo, evento o marca en medios digitales, incluidos artículos de noticias, blogs y publicaciones en redes sociales.</p>	<b>Encuesta a los aficionados:</b>	<p><b>Encuesta a los aficionados de World Rugby 2025:</b> Una encuesta a 4000 personas sobre el deporte femenino, el rugby femenino y el rugby masculino en Japón, Sudáfrica, Australia, Francia, Canadá, EE.UU. y el Reino Unido</p>
<b>Digital, Web y App:</b>	<p><b>Usuarios:</b> El número de individuos únicos que visitaron una plataforma digital (sitio web o aplicación) durante un periodo de tiempo determinado.</p> <p><b>Sesiones:</b> El número total de visitas a un sitio web o aplicación, incluidas las visitas repetidas del mismo usuario. Refleja la frecuencia de participación.</p>		
<b>Experiencia el día del partido:</b>	<p><b>Calificación media de la experiencia en el estadio:</b> Una métrica basada en encuestas a los aficionados que reflejan la valoración de los asistentes sobre su experiencia general en los partidos en directo: ambiente, instalaciones, entretenimiento, relación calidad-precio y facilidad de acceso. Suele calificarse sobre 10.</p>		

# RESUMEN EJECUTIVO

01

# EL IMPULSO IMPARABLE DEL RUGBY FEMENINO

## ATRACCIÓN

**8,7m** de seguidores de Ilona Maher, jugadora de rugby de EE.UU. y Atleta Olímpica, la jugadora de rugby más seguida en las redes sociales.

**985%** aumento del número de seguidores en las redes sociales de las 'Wallaroos', el equipo nacional femenino de Australia.

*Ocupa el espacio. Lanza más rápido. Corre más fuerte. Pon otro plato en la barra y nunca bajes el tono.*

**Ilona Maher**, jugadora de rugby, Atleta Olímpica y ganadora del premio EPSY.

## MIRAR

**17,6m** audiencia acumulada de transmisiones de la Copa del Mundo de Rugby Femenino 2021, disputada en 2022 (Nueva Zelanda)

**15,4 millones** de aficionados se conectaron para ver el Guinness Women's Six Nations 2025 (torneo regional, Europa)



## IR

**260.000** personas mirando seven de Rugby Femenino – Juegos Olímpicos de París 2024

**380.000** asistentes previstos a la Copa del Mundo de Rugby Femenino 2025 (Inglaterra)



# INTRODUCCIÓN

El rugby femenino está a punto de convertirse en algo extraordinario. Impulsado por deportistas de talla mundial y una afición apasionada y creciente, este deporte está pasando rápidamente de ser una disciplina de nicho en desarrollo a convertirse en una fuerza global. Con las próximas Copas del Mundo de Rugby Femenino en 2025 (Inglaterra), 2029 (Australia) y 2033 (Estados Unidos), representa una de las oportunidades más dinámicas del deporte global.

Este impulso es real, pero liberar todo su potencial requiere un enfoque estratégico, una inversión sostenida y un compromiso colectivo. Un público más joven y diverso está remodelando el juego, impulsando el valor comercial y exigiendo experiencias auténticas para los aficionados. Estos aficionados no se limitan a mirar, sino que están profundamente comprometidos e influyen en el futuro del deporte de un modo que lo diferencia del rugby masculino.

Esta audiencia e informe de impacto comercial proporciona un recurso preciso, basado en un estudio multimercado realizado a lo largo de siete meses, ofreciendo una visión completa de las tendencias, las percepciones de la audiencia y las dinámicas comerciales que configuran el deporte en la actualidad. Se enfoca en el ecosistema más amplio y en la estrategia a largo plazo necesaria para aprovechar el rápido crecimiento de este deporte.

Para aprovechar plenamente esta oportunidad, una cosa está clara: la colaboración es esencial. El Plan para el Crecimiento de World Rugby se basa en la alineación entre las partes interesadas: uniones, socios comerciales, transmisoras y, lo que es más importante, jugadoras y aficionados.

Este informe es la base de ese trabajo. Una herramienta para informar, cuestionar y guiar la siguiente fase de progreso. El momento es ahora: avancemos juntos.



Sally Horrox

Directora de Rugby  
Femenino  
World Rugby

# LA AFICIÓN AL RUGBY FEMENINO CRECE Y CRECE RÁPIDO

55%

El interés está en auge:

El 55% de los aficionados al rugby femenino cree que su interés por el rugby crecerá en el futuro.

**Dar a estos aficionados más oportunidades de ver y asistir es clave para la viabilidad comercial a largo plazo**

49%

Nueva ola de aficionados:

El 49% de los aficionados al rugby femenino se han convertido en aficionados en los últimos dos años. Es la nueva ola de aficionados

(frente al 22% de los aficionados al rugby masculino)

53%

El primer punto de contacto más común es la TV y el streaming online:

El 53% de los aficionados al rugby femenino descubrieron el deporte a través de la TV o el streaming. La transmisión y el streaming son herramientas de captación fundamentales

31%

Grandes momentos = grandes conversiones:

El 31% de los aficionados al rugby femenino se sienten motivados por su interés en los grandes torneos. Los grandes momentos son una herramienta de captación. Las redes sociales hacen que las conversaciones sean aún más accesibles



# LA AFICIÓN AL RUGBY FEMENINO ES JOVEN Y SE ENFOCA EN LAS JUGADORAS



48%

El rugby masculino es una plataforma de lanzamiento para el rugby femenino:  
El 48% de los aficionados al rugby femenino empiezan siendo aficionados al rugby masculino.

41%

Agnóstico de club  
El 41% de los aficionados al rugby femenino no apoyan a ningún club, pero los que sí lo hacen tienen las mismas probabilidades de apoyar a varios clubes que a uno solo.

29%

Más jóvenes y más mujeres:  
El 29% de los aficionados al rugby femenino tiene menos de 35 años y el 43% son mujeres. Esto supone un 4% más de menores de 35 años (29% frente a 25%) y un 4% más de mujeres (43% frente a 39%) que los aficionados al rugby masculino.

+10%

Todo sobre las jugadoras:  
Un 10% más de aficionados al rugby femenino prefieren el rugby femenino porque encuentran a las jugadoras, las personalidades y las historias más interesantes que los aficionados al rugby masculino.

# PILARES ESTRATÉGICOS PARA DESBLOQUEAR LA PRÓXIMA FASE DE CRECIMIENTO DEL RUGBY FEMENINO

## La visibilidad despierta interés

73%

de los aficionados al rugby femenino están de acuerdo en que las marcas tienen un papel auténtico a la hora de impulsar la visibilidad del rugby femenino

47%

de los aficionados citan la cobertura mediática como un factor clave de interés (frente al 39% para los hombres)

39%

de los aficionados al rugby femenino afirman que la mayor visibilidad de las jugadoras ha impulsado un mayor atractivo del rugby femenino

## Los grandes torneos internacionales atraen nuevos aficionados al juego

133%

previsión de crecimiento total de asistencia desde la Copa del Mundo de Rugby Femenino 2021, que se jugó en 2022, hasta la Copa del Mundo de Rugby Femenino 2025

31%

de los aficionados al rugby femenino están motivados para seguir este deporte por su interés en los grandes torneos y en los acontecimientos de gran repercusión.

## Los aficionados están dispuestos a gastar en marcas que invierten

73%

de los aficionados al rugby femenino están de acuerdo en que las marcas tienen un papel auténtico que desempeñar para aumentar la visibilidad del rugby femenino

42%

de los aficionados al rugby femenino son más propensos a hablar de una marca que patrocina el rugby femenino (un 9% más que los aficionados al rugby masculino)

## La participación alimenta la afición

31%

Los aficionados al rugby femenino tienen más probabilidades de haber jugado al rugby que los aficionados al rugby masculino (31% frente al 25%)



# EL PLAN PARA EL CRECIMIENTO

Para destrabar plenamente el potencial comercial del rugby femenino es esencial la colaboración entre World Rugby, las uniones, los sponsors, las transmisoras y las jugadoras.

Se necesita un enfoque coordinado a largo plazo, **con todos trabajando hacia el mismo**

**objetivo: construir visibilidad.**

Un estudio reciente de Parity descubrió que casi la mitad de los espectadores deportivos de la Generación Z y los Millennials son más propensos a comprar una marca que patrocine a una mujer deportista (46%) o a un equipo (46%). Las marcas que deseen atraer a un público más joven deben asociarse con mujeres deportistas, invertir para impulsar el crecimiento y poner a estas mujeres en el centro de sus estrategias, campañas y activaciones comerciales<sup>1</sup>.

## PALANCAS CLAVE DEL CRECIMIENTO

1

### HACER QUE SEA IMPOSIBLE PERDERSE EL RUGBY FEMENINO

La visibilidad sigue siendo el mayor obstáculo para el compromiso de los aficionados, especialmente en el rugby femenino, donde el 32% de los aficionados citan la baja visibilidad como una barrera para comprometerse con el rugby femenino (frente al 17% del masculino).

La próxima oleada de crecimiento depende de que el deporte sea más fácil de encontrar y seguir, a través de mayores acuerdos de transmisión, exposición en plataformas digitales y más experiencias en directo más fáciles de alcanzar.

2

### EMPODERAR A LAS JUGADORAS PARA QUE CUENTEN SUS HISTORIAS

Los aficionados al rugby femenino están más influenciados por la visibilidad de las jugadoras que los masculinos (40% frente a 33%).

En EE.UU., este porcentaje se eleva al 43%, y los aficionados afirman que la mayor visibilidad de las jugadoras ha impulsado su compromiso con el juego.

Las marcas y las plataformas deberían enfocarse en los contenidos dirigidos por las jugadoras, ayudando a las deportistas a construir sus propios perfiles para inspirar lealtad entre un público más joven, digital y diverso.

3

### DAR A LOS AFICIONADOS MÁS OPORTUNIDADES DE VER A LAS ESTRELLAS DEL RUGBY

Los torneos internacionales sirven de trampolín para el crecimiento nacional. Proporcionan una plataforma global para mostrar el deporte e impulsar el interés, pero el crecimiento duradero depende de convertir estos picos de interés en un compromiso sostenido durante todo el año.

Para crear conexiones y profundizar la pasión de los nuevos aficionados, los momentos cumbre deben ir seguidos de la narración de historias, la visibilidad y una clara señalización de las competiciones nacionales.

4

### SEGUIR AMPLIANDO LAS POSIBILIDADES DE JUEGO

Los aficionados al rugby femenino tienen más probabilidades de haber jugado al rugby (31% frente al 25% de los aficionados al rugby masculino), lo que demuestra una mayor conexión entre jugar y seguir este deporte.

Esto es especialmente cierto en Norteamérica, donde muchos aficionados son o han sido jugadoras.

Una estructura de competición diversa –desde las escuelas hasta el juego social– hace crecer la base de jugadores y crea pasión desde la base.

5

### APOYARSE EN LA AFICIÓN FLUIDA Y ENTENDER EN QUÉ SE DIFERENCIA DE LA ATRACCIÓN TRADICIONAL.

41% de los aficionados al rugby femenino aún no apoyan a un club nacional, lo que revela una afición abierta y curiosa con margen para crecer.

Nuevas competiciones internacionales enriquecen el calendario mundial, mientras que las competiciones nacionales siguen evolucionando. Al cooperar, dar forma y adaptar el producto del rugby a nivel mundial y en los mercados nacionales, los titulares de derechos y las transmisoras pueden ampliar el acceso en todo el mundo. El rugby femenino puede desbloquear nuevas audiencias, fidelizarlas y asegurar su crecimiento en el futuro.

# COMPETICIONES MUNDIALES: PANORAMA Y PERSPECTIVAS

# PUNTOS DESTACADOS DE LA SECCIÓN

Las competiciones impulsan el crecimiento y abren nuevos caminos

Las competiciones de rugby femenino no sólo acompañan el rápido crecimiento de este deporte, sino que lo impulsan. Desde los torneos mundiales a las ligas nacionales, estos eventos están abriendo nuevos caminos, estableciendo récords de asistencia, audiencia y atracción. Están creando oportunidades para que las mejores jugadoras del mundo redefinan las posibilidades del rugby femenino de elite. Para los aficionados, las transmisoras y los patrocinadores, este impulso es más que una tendencia: representa una oportunidad única de invertir en un deporte que está dando nueva forma a las conversaciones globales sobre la excelencia, la equidad y el entretenimiento en el escenario mundial.

Entre los hitos recientes cabe destacar:

- La Copa del Mundo de Rugby 2021 (jugada en 2022) batió récords anteriores, con la asistencia de 150.000 aficionados, atrayendo a más de 9 millones de espectadores en todo el mundo
- El HSBC SVNS en 2024 marcó un crecimiento sin precedentes en el alcance de la transmisión global y la asistencia de aficionados a través de esta Serie de igualdad de género
- El WXV se puso en marcha en 2023 con 18 grandes uniones compitiendo en 27 test matches, con más cobertura en más mercados que nunca.
- Los Juegos Olímpicos de París 2024 establecieron un récord mundial de asistencia en un solo día de más de 120.000 espectadores, mientras que la audiencia mundial de las transmisiones llevó a las estrellas a millones de nuevos hogares y dispositivos.
- El Guinness Women's Six Nations sigue batiendo récords cada año, con entradas agotadas y la edición de 2024 con audiencias televisivas récord.
- La Premiership de Rugby Femenino (PWR) ha crecido en competitividad y visibilidad, convirtiéndose en un campo de pruebas vital para los talentos de primer nivel.



# ECOSISTEMA DE WORLD RUGBY



6

Asociaciones Regionales



133

Uniones Miembro



7,3m

Cantidad total mundial de jugadores



38%

Representación femenina en el Consejo de World Rugby



42%

Representación femenina en el Consejo Ejecutivo de World Rugby



36m

Seguidores en las redes sociales de World Rugby Social Canales (Junio 2025)



£6,7b

En Valor a la Sociedad basado en una serie de factores sanitarios, sociales y económicos



£1,2b

Ahorros en la salud ayudando a reducir el cáncer de mama, la obesidad infantil, enfermedades cardíacas y mentales



2016

El Sevens incluido en los Juegos Olímpicos de Río 2016. COI – Comité Olímpico Internacional



25

World Rugby Socios comerciales

# LA EVOLUCIÓN DEL RUGBY FEMENINO



# PRINCIPALES TORNEOS – ANFITRIONES Y GANADORES

## Copa del Mundo de Rugby Femenino 10 ediciones del torneo desde 1991 hasta 2025



ANFITRIÓN GANADOR  
RIÓN



ANFITRIÓN GANADOR  
RIÓN



ANFITRIÓN GANADOR  
RIÓN



ANFITRIÓN GANADOR  
RIÓN



ANFITRIÓN GANADOR  
RIÓN



ANFITRIÓN GANADOR  
RIÓN



ANFITRIÓN GANADOR  
RIÓN



ANFITRIÓN GANADOR  
RIÓN



ANFITRIÓN GANADOR  
RIÓN



ANFITRIÓN GANADOR  
RIÓN

## Juegos Olímpicos – Seven de Rugby Femenino



ANFITRIÓN GANADOR  
RIÓN



ANFITRIÓN GANADOR  
RIÓN



ANFITRIÓN GANADOR  
RIÓN

## Ranking Femenino de World Rugby



Haga click aquí  
para ver los  
últimos  
Rankings  
Femeninos de  
World Rugby



# UN MOMENTO GENERACIONAL EN CIERNES

## Copa del Mundo de Rugby Femenino 2025

La Copa del Mundo de Rugby 2025 ya está eclipsando récords anteriores y establecerá un nuevo punto de referencia para el rugby femenino.

Este torneo está llamado a ser un momento decisivo que acelerará el crecimiento del rugby femenino y nos ayudará a desarrollar todo su potencial comercial en el futuro.

16

EQUIPOS  
MÁS QUE NUNCA

736

JUGADORAS Y PERSONAL DE EQUIPOS  
LOS MAYORES PLANTELES DE LA  
HISTORIA

32

PARTIDOS  
LLENOS DE EMOCIÓN

6

REGIONES  
REPRESENTADAS - UN TORNEO  
VERDADERAMENTE GLOBAL

8

SEDES  
EN INGLATERRA

6

FINES DE SEMANA  
22 AGOSTO - 27 SEPTIEMBRE



WOMEN'S  
ENG25

Objetivos  
ambiciosos

380k

ASISTENCIA TOTAL1  
(+133% VS RWC 2021) 2

50m

HORAS TOTALES GLOBAL MIRANDO1  
(+47% VS RWC 2021) 2

750m

IMPRESIONES SOCIALES (PROPIAS Y  
OPERADAS)1 (+352% VS RWC 2021) 2

2m

PROMEDIO MENSUAL DE  
USUARIOS DIGITALES DURANTE  
EL TORNEO 1  
(+81% VS RWC 2021) 2

...ya se cumplió

300k

[ENTRADAS VENDIDAS (ABR 2025) 3  
(+52% VS RWC 2021) 4

76%

[LOS AFICIONADOS PREDICEN UN  
MAYOR COMPROMISO CON EL RUGBY  
DESPUÉS DE LA COPA DEL MUNDO  
2025 5

20+

SOCIOS COMERCIALES

72

PAÍSES SOLICITARON  
ENTRADAS 3



# EL PANORAMA DE LA COMPETICIÓN

## Internacional



## Regional



## Nacional



# EL AMANECER DE UNA NUEVA ERA

## La Copa del Mundo de Rugby Femenino 2021 jugada en 2022

La Copa del Mundo de Rugby Femenino impulsa picos de audiencia, ingresos y visibilidad para el rugby femenino de forma cuatrienal.

El éxito de la Copa del Mundo de Rugby Femenino 2021, disputada en 2022, fue un testimonio de la resiliencia del deporte, superando importantes desafíos para batir récords y establecer nuevos estándares.

A pesar de un retraso de un año debido al COVID-19 y los obstáculos de la zona horaria que afectaron la participación en los principales mercados mundiales, el torneo - organizado en Nueva Zelanda - atrajo a multitudes récord y amplió la base mundial de aficionados.



RÉCORD DE ASISTENCIA AL TORNEO

**150k**

+434% VS 2017

CAMBIO DE PÚBLICO EN LOS PARTIDOS DE RUGBY

**59%**

MUJERES COMPRADORAS DE ENTRADAS

RÉCORD DE ASISTENCIA A UN PARTIDO FEMENINO

**42,5k**

ASISTENCIA A LA FINAL

RÉCORD DE VISITAS SOCIALES

**166m**

+269% vs 2017

EL RUGBY FEMENINO SE HACE VIRAL EN LAS REDES SOCIALES

**25m**

VISUALIZACIONES DEL POST MÁS VISTO, EL VIDEO DEL HAKA DE LAS BLACK FERNS

GRAN AUDIENCIA TELEVISIVA

**17,6m**

DE AUDIENCIA DE TRANSMISIONES

# UNA CELEBRACIÓN MUNDIAL DEL SEVEN DE RUGBY

## HSBC SVNS

El HSBC SVNS es una competición dinámica, llena de energía e impulsada por los aficionados, que capta la atención mundial. Con un formato de igualdad de género, presenta a los mejores deportistas femeninos y masculinos del Seven de Rugby del mundo. El formato de ascensos y descensos añade un elemento de riesgo, alimentando la emoción y generando 14.000 menciones en los medios a través de las principales publicaciones en 2024. La inclusión en el programa de los Juegos Olímpicos de 2016 ha contribuido a atraer mayores inversiones, ampliar el atractivo del deporte y ampliar el alcance de la audiencia.

A lo largo de la temporada 2023/24....

ASISTENCIA

**451k**

HONG KONG, EL MAYOR EVENTO INDIVIDUAL CON **97k**

COMPRADORAS DE ENTRADAS

**38%**

VS **20%** MEDIA DE TODOS LOS DEMÁS EVENTOS MUNDIALES DE RUGBY

EN SEDE ÍNDICE DE EXPERIENCIA

**8.1**

PERTH TUVO LA VALORACIÓN MEDIA MÁS ALTA DE **8,6**

HORAS DE TRANSMISIÓN EN TODO EL MUNDO

**22m**

ALCANZANDO **35,4m** EN 2024/25

USUARIOS WEB Y APLICACIONES DESDE EL LANZAMIENTO

**3m**

**+19%** MÁS SESIONES WEB FRENTE A LOS MISMOS EVENTOS EN EL CIRCUITO 2022/23

REDES SOCIALES VISTAS DE VIDEOS

**1,5b**

**+630%** CRECIMIENTO EN 2022/23

## ÉXITO EN REDES SOCIALES



**+32%**

CRECIMIENTO DE SEGUIDORES EN REDES SOCIALES EN 2023/24

### PRINCIPALES PUBLICACIONES EN REDES SOCIALES



**162m** VISITAS  
**435k** CONTACTOS

**39m** VISITAS  
**3.2m** CONTACTOS



**36m** VISITAS  
**776k** CONTACTOS



El contenido más exitoso se centró en el lado alegre y entretenido del HSBC SVNS, resonando entre los aficionados de todo el mundo. Las imágenes entre bastidores de los entrenamientos y las experiencias únicas de POV (Punto de Vista) del juego fueron algunos de los temas más atractivos.

# AUMENTO DE LA COMPETITIVIDAD, EL ALCANCE Y EL IMPACTO DEL RUGBY FEMENINO

## Torneo WXV

Lanzado y jugado en 2023 y 2024 para ayudar a elevar los estándares y acelerar el desarrollo del rugby femenino de elite, el WXV, proporcionó un camino estructurado para la clasificación para la RWC 2025 y más competiciones que nunca para 18 uniones participantes.

El WXV abrió nuevas oportunidades para contar historias, especialmente en el camino hacia la RWC 2025. Aunque los primeros resultados fueron desiguales, el interés aumentó en mercados clave como Estados Unidos, junto con un incremento de las menciones online, lo que indica una mayor atención mundial.

*La participación social durante el WXV 2023 fue notablemente inferior debido a su solapamiento con la Copa del Mundo de Rugby Masculino 2023, sin embargo, la atención mundial generada por el torneo masculino sirvió como un valioso punto de entrada para nuevas audiencias, fomentando una interacción más amplia con el contenido del WXV en 2024.*



### EN 2024...

IMPRESIONES EN LAS REDES SOCIALES

**53m**

+310% v 20231

HORAS DE TRANSMISIÓN VISTAS

**2,2m**

TF1 (FRANCIA) TUVO EL TOTAL MÁS ALTO DE HORAS VISTAS CON 795K1

PARTICIPACIÓN EN LAS REDES SOCIALES

**1,8m**

+480% v 20231

MENCIONES ONLINE

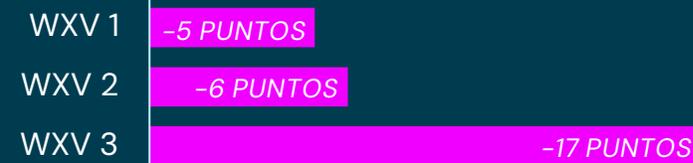
**30k**

+76% v 20231

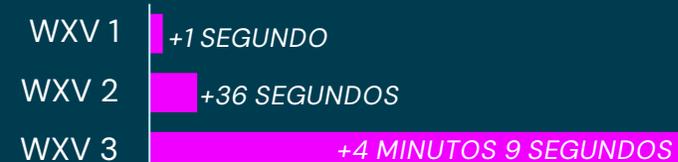
## El WXV INFLUYÓ DIRECTAMENTE EN EL PRODUCTO EN EL CAMPO DE JUEGO

El WXV brindó la oportunidad a 18 equipos participantes de jugar un rugby más competitivo y, como resultado, ha elevado el nivel de rendimiento.

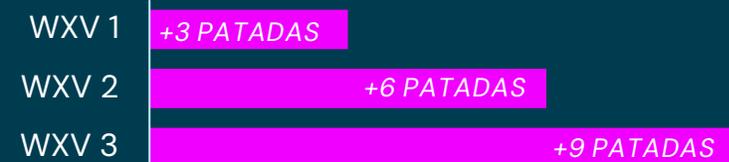
Disminución de los márgenes de victoria  
*2023 vs 2024 margen de puntuación media<sup>2</sup>*



Aumento de pelota en juego  
*2023 vs 2024 tiempo medio de pelota en juego<sup>2</sup>*



Aumento de destrezas técnicas por ej.: patadas por partido  
*2023 vs 2024 promedio patadas por partido<sup>2</sup>*



# AUMENTO DEL ALCANCE, LA PARTICIPACIÓN Y EL POTENCIAL DE INGRESOS

## Guinness Seis Naciones Femenino

En 2022, Six Nations Rugby tomó la innovadora decisión de trasladar el 6N femenino fuera de la ventana del 6N masculino para dar al torneo su propio espacio independiente en el calendario de rugby.

Este cambio ha transformado la capacidad del 6N femenino para captar audiencias, transmisoras y socios comerciales, y le ha permitido seguir aumentando su perfil y alcance. Con el calendario mundial del rugby femenino en evolución en 2026, el 6N femenino volverá a evolucionar y seguirá teniendo su propia ventana independiente junto a otras competiciones internacionales y nacionales.

El enfoque más amplio de Six Nations Rugby también se ha visto en la introducción de competiciones y plataformas de categorías juveniles y de desarrollo para fortalecer el camino del rugby femenino, incluyendo los Festivales Femeninos Sub18 del Seis Naciones y el Circuito de Verano Femenino Sub20.



### Asistencia 2025

15,5m

ASISTENCIA ACUMULADA AL TORNEO EL DÍA DEL PARTIDO

21.186

NUEVO RÉCORD DE ASISTENCIA FEMENINA PARA LA UNIÓN DE RUGBY DE GALES GALES VS INGLATERRA, ESTADIO PRINCIPALITY

### Transmisiones en 2025

18,2m

ESPECTADORES DE TRANSMISIONES EN 2025 (+8% VS 2024)

### 2025 Participación digital

173,8m

IMPRESIONES

125,8m

VISTAS DE VIDEOS

3,9m

CONTACTOS

# ATRAER A UNA NUEVA OLA DE JÓVENES AFICIONADOS AUMENTANDO LA VISIBILIDAD

## Premiership Women's Rugby

El rugby femenino nacional en Inglaterra está evolucionando rápidamente, con un creciente profesionalismo y una mayor visibilidad. Como una de las más prominentes ligas nacionales a nivel mundial, la Premiership Women's Rugby (PWR) está ahora liderando la carga – atrayendo a una creciente ola de jóvenes aficionados y remodelando el futuro del deporte.



**TNT SPORTS**  
 Y con el anuncio de un nuevo acuerdo a largo plazo con TNT Sports hasta el final de la temporada 2028-2029

Aumento de las audiencias de transmisiones<sup>1</sup>

**+36%**    **+86%**

AUMENTO DE LA AUDIENCIA MEDIA DE LA FINAL DE LA PWR 2025 VS LA FINAL DE 2024

AUMENTO INTERANUAL DE LAS AUDIENCIAS MEDIAS DE TEMPORADA EN TNT SPORTS

Aumento de la audiencia de los partidos<sup>2</sup>

**+24%**    **9.238**

AUMENTO DE LA ASISTENCIA DESDE 2024

BRISTOL BEARS VS GLOUCESTER-HARTPURY EN ASHTON GATE, PARTIDO DE DEBUT DE ILONA MAHER

Aficionados jóvenes<sup>3</sup>

**+17%**    **21%**

DE LOS JÓVENES ENTRE 18 Y 24 AÑOS SE INTERESAN POR LA PWR, SIENDO LOS AFICIONADOS DE LA PWR LOS MÁS JÓVENES DEL RESTO DE COMPETICIONES DE RUGBY ENCUESTADAS

DE LOS DE 18-34 SIGUEN LA PWR PORQUE LES GUSTA Y SIGUEN A DETERMINADAS JUGADORAS, EL PORCENTAJE MÁS ALTO ENTRE TODOS LOS GRUPOS DE EDADES

# LA ASISTENCIA GLOBAL HA SEGUIDO ROMPIENDO RÉCORDS

Desde la RWC 2021

El creciente interés ya se está traduciendo en la constante ruptura y repetición de récords de asistencia a medida que aumenta la demanda de rugby femenino como producto en vivo.

El primer día del Seven de Rugby en los Juegos Olímpicos de París 2024 se estableció un nuevo récord mundial de asistencia a un evento de rugby femenino



# EL PANORAMA DE LA COMPETICIÓN EN TODO EL MUNDO TAMBIÉN ESTÁ CRECIENDO

La oportunidad de que las mujeres jueguen regularmente rugby competitivo de alto rendimiento es fundamental para el éxito futuro del deporte. El lanzamiento de nuevas competiciones en respuesta a esto señala un cambio hacia un mayor profesionalismo, visibilidad y ambición comercial. Estas competiciones proporcionan entornos de alto rendimiento fundamentales para las jugadoras de elite, ampliando las vías de acceso desde el rugby de base hasta el escenario internacional, y ofrecen a los aficionados al rugby femenino una vía para fomentar el consumo habitual de este deporte, más allá de los grandes torneos existentes.

DEL TOTAL DE AFICIONADOS AL RUGBY FEMENINO EN AUSTRALIA

**57%**

CONOCEN EL SUPER RUGBY FEMENINO<sup>1</sup>. DE ESOS

**63%**

ESTÁN INTERESADOS EN LA COMPETICIÓN<sup>2</sup>.

La primera Final del Super Rugby Femenino de Campeones tuvo lugar en abril de 2025, en una colaboración entre Rugby Australia y New Zealand Rugby. La Final de Campeonas tuvo a los Waratahs, ganadores del Super W Rugby al vencer a Los Blues, ganadoras del Super Rugby Aupiki, y coronarse campeonas. El cruce elevó aún más el perfil y la visibilidad de ambas competiciones y equipos nacionales.



LA FINAL AUPIKI 2025 TUVO UNA AUDIENCIA DE

**405k**

EN LAS PLATAFORMAS DE EMISIÓN Y STREAMING

**40%**

DE LOS AFICIONADOS AL RUGBY FEMENINO DE TODOS LOS MERCADOS INVESTIGADOS CONOCEN AL EQUIPO BRITISH & IRISH LIONS FEMENINO<sup>1</sup>. DE ESOS EL

**65%**

ESTÁ INTERESADO EN LA COMPETICIÓN<sup>2</sup>.



Los British & Irish Lions lanzarán su primera serie femenina, con una gira por Nueva Zelanda en septiembre de 2027 y tres test matches contra las Black Ferns. Royal London es el socio fundador y patrocinador de la parte delantera de la camiseta y Howden es el socio del título de la gira.

DEL TOTAL DE AFICIONADOS AL RUGBY FEMENINO EN EE.UU.:

**34%**

CONOCEN LA WER LEAGUE<sup>1</sup>. DE ESOS

**62%**

ESTÁN INTERESADOS EN LA COMPETICIÓN<sup>2</sup>.



Women's Elite Rugby (WER) fue creado en los EE.UU. en marzo de 2025, con seis equipos en seis ciudades, estableciendo una vía de competición para las jugadoras de rugby, en el camino hacia la Copa del Mundo de Rugby Femenino 2033.

DEL TOTAL DE AFICIONADOS AL RUGBY FEMENINO EN EL REINO UNIDO:

**21%**

CONOCEN EL CELTIC CHALLENGE<sup>1</sup>. DE ESOS

**54%**

ESTÁN INTERESADOS EN LA COMPETICIÓN<sup>2</sup>.



El Celtic Challenge, una competición transfronteriza de clubes, fue creada en 2022 en colaboración entre Irish Rugby, Scottish Rugby y la Welsh Rugby Union. Las uniones siguen trabajando juntos para hacer crecer la competición. Ha demostrado ser una plataforma fundamental de alto rendimiento para las jugadoras, ayudando a cerrar la brecha entre el juego femenino nacional e internacional en las tres naciones celtas. En 2025, 73 jugadoras del Celtic Challenge fueron convocadas para sus respectivas selecciones femeninas del 6 Naciones<sup>3</sup>.

# AFICIONADOS AL RUGBY FEMENINO: AFICIÓN EN AUMENTO

# PUNTOS DESTACADOS DE LA SECCIÓN

El impulso del rugby femenino es **innegable** – y se acelera rápidamente:

- El Rugby Femenino representa la mayor oportunidad para adquirir y convertir una nueva base de aficionados a la que dirigirse
- El **65%** de los aficionados al rugby femenino ha aumentado su compromiso en los últimos cuatro años, superando significativamente el crecimiento del rugby masculino.
- Casi la mitad de los aficionados actuales han descubierto el rugby femenino en los últimos dos años, lo que subraya un cambio rápido y reciente en el comportamiento de la audiencia.
- El compromiso abarca la asistencia a los partidos en directo, la actividad en las redes sociales, la audiencia de las transmisiones y el apoyo de los productos en venta, lo que demuestra la profundidad y la amplitud de la conexión entre los aficionados.

Con una audiencia en rápida expansión, el rugby femenino presenta una importante oportunidad para atraer y convertir a nuevos aficionados, especialmente entre los grupos demográficos más jóvenes y digitalmente comprometidos, mediante la celebración de la diversidad, el propósito y el fomento de conexiones auténticas entre jugadoras y aficionados.



# LA AFICIÓN AL RUGBY FEMENINO CRECE RÁPIDAMENTE

El impulso del rugby femenino es inconfundible. El 65% de los aficionados al rugby femenino han aumentado su compromiso en los últimos cuatro años, superando significativamente al rugby masculino. Los grandes torneos están atrayendo a audiencias récord, lo que pone de relieve el rápido aumento del apetito por el rugby femenino.



# 65%

de los aficionados al rugby femenino han aumentado su compromiso con el rugby femenino en los últimos 4 años

(frente al 48% del rugby masculino)

Cuando se les pregunta cómo ha cambiado su compromiso con el rugby en los últimos cuatro años, el



## 72%

de los aficionados sudafricanos



## 69%

de los aficionados franceses



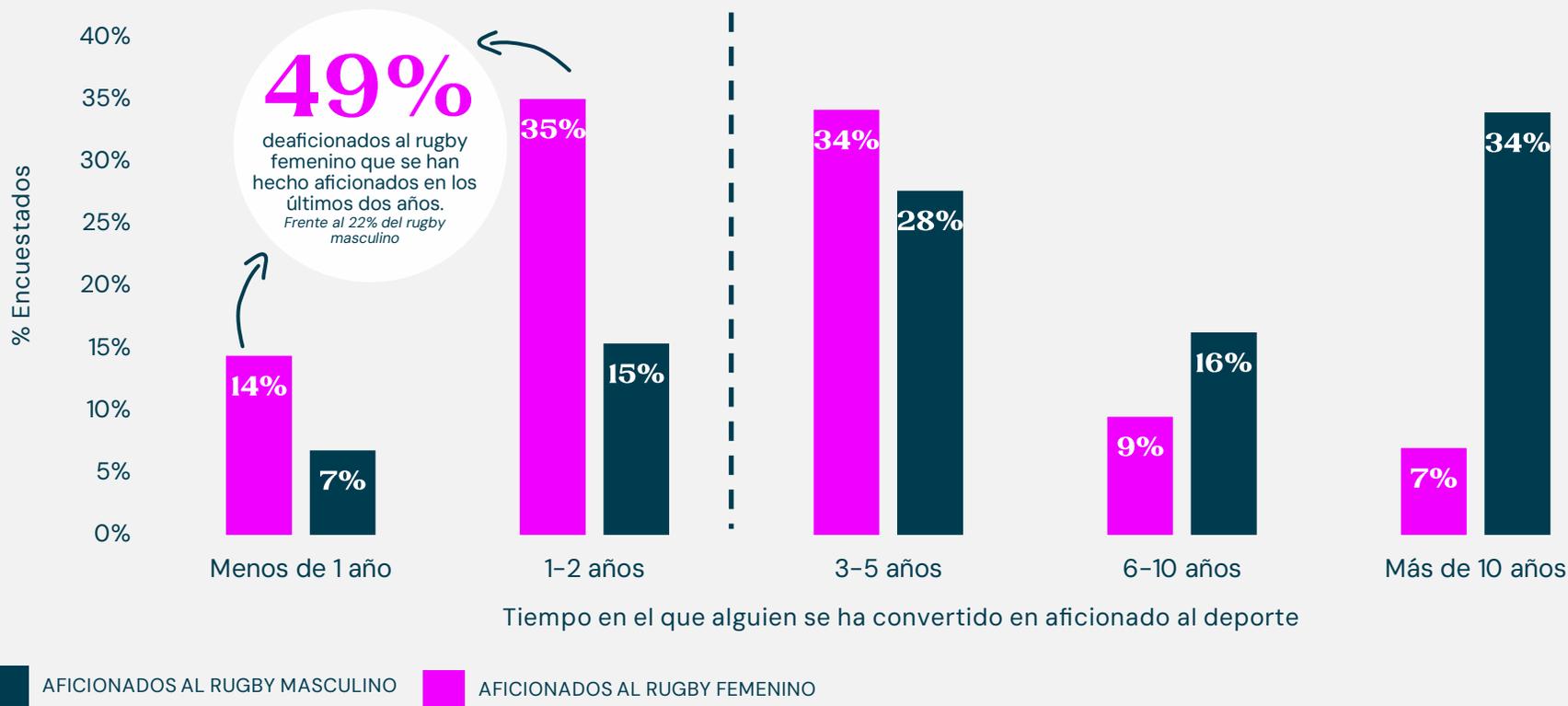
## 69%

de los aficionados norteamericanos

afirman haber aumentado su compromiso con el rugby femenino

# CASI LA MITAD DE LOS AFICIONADOS SE HICIERON SEGUIDORES EN LOS ÚLTIMOS 1-2 AÑOS

La mitad de los aficionados al rugby femenino se han hecho seguidores de este deporte en los últimos dos años, mientras que los seguidores del rugby masculino tienen más probabilidades de haberse originado antes. Japón y Sudáfrica cuentan con el mayor número de aficionados emergentes en el rugby femenino. Sudáfrica cuenta con una larga tradición de aficionados al rugby masculino, que ahora está empezando a trasladarse al femenino. Los nuevos aficionados y los mercados emergentes significan una oportunidad para que las marcas, los organismos de radiodifusión y los titulares de derechos conecten con nuevas audiencias.



## Porcentaje de aficionados al rugby femenino por mercado que se han hecho aficionados en los últimos dos años:

-  60%
-  58%
-  52%
-  50%
-  45%
-  44%
-  40%

# AFICIÓN AL RUGBY FEMENINO: PERFIL DEMOGRÁFICO DEL AFICIONADO

# PUNTOS DESTACADOS DE LA SECCIÓN

El rugby femenino está redefiniendo la experiencia de los partidos y atrayendo a una nueva generación de aficionados. Con un ambiente familiar, valores inclusivos y una creciente visibilidad de las personalidades de las jugadoras, el juego es cada vez más relevante para un público moderno y diverso.

## Una base de aficionados que refleja el futuro

- Los aficionados al rugby femenino son más jóvenes, más equilibrados en cuanto al género y más orientados a la familia en comparación con el público tradicional del rugby masculino
- El ambiente inclusivo y acogedor, especialmente en los días de partido, hace que el rugby femenino se adapte naturalmente a las familias y a los espectadores más jóvenes

## Las personalidades impulsan el compromiso

- Los aficionados al rugby femenino se interesan más por las jugadoras y sus historias que los aficionados al rugby masculino, lo que subraya **el poder de las narrativas auténticas de las deportistas**. Esta conexión humana es una poderosa herramienta para profundizar la lealtad y el compromiso, especialmente a través de plataformas digitales

## Parte de un Movimiento Mayor

- **Los aficionados al rugby femenino reflejan tendencias más amplias en el deporte femenino**, alineándose fuertemente con el cambio global hacia experiencias deportivas más equitativas, progresivas y centradas en el aficionado
- El atractivo de este deporte no es un fenómeno aislado, sino que forma parte de un momento cultural más amplio que impulsa el cambio en todo el panorama deportivo

## El Rugby Masculino como Puerta de Entrada

- Casi el **50%** de los aficionados al rugby femenino afirman que su trayectoria comenzó con el rugby masculino, lo que pone de relieve el gran potencial de los códigos cruzados y las oportunidades de conversión y retención

## Por qué es Importante

- Las marcas tienen **una oportunidad única de establecer relaciones duraderas y de gran valor con los aficionados** desde una edad más temprana, comprometiéndose ahora con el rugby femenino
- Este perfil de aficionado en evolución convierte al rugby femenino en un punto de entrada estratégico en comunidades más amplias que valoran la autenticidad, la diversidad y la conexión

# COMPRESIÓN DE LOS AFICIONADOS AL RUGBY FEMENINO: ¿QUIÉNES SON?

El rugby femenino está ampliando su alcance a públicos diversos, atrayendo a un público aún más joven y femenino. A través de un producto apto para toda la familia y un mayor atractivo para los niños, especialmente en los días de partido, el rugby femenino se está volviendo más relevante para el público moderno. Este cambio ofrece a las marcas una oportunidad única de establecer relaciones duraderas y de gran valor con los aficionados desde una edad más temprana.



40%

De la Copa del Mundo de Rugby Femenino 2021, que se jugó en 2022, los asistentes encuestados acudieron con niños<sup>4</sup>



Más joven

29%

de los aficionados al rugby femenino tienen menos de 35 años (frente al 25% de los aficionados al



Equilibrio de género

43%

de los aficionados al rugby femenino son mujeres (frente al 39% de los aficionados al rugby



Familiar

50%

de los aficionados al rugby femenino encuestados tienen hijos (frente al 46% de los aficionados al rugby



# LOS AFICIONADOS AL RUGBY FEMENINO REFLEJAN LAS TENDENCIAS DE LA AUDIENCIA DEL DEPORTE FEMENINO EN GENERAL



Más joven

**73%**

de los aficionados a los deportes femeninos tienen entre 18 y 44 años, frente al 62% de los aficionados al deporte masculino<sup>1</sup>



Equilibrio de género

**43%**

de los aficionados a los deportes femeninos son mujeres (frente al {3} 43% de los aficionados al rugby femenino) lo que supone un grupo demográfico mucho más equilibrado en comparación con los deportes masculinos<sup>2</sup>



Familiar

**48%**

de los poseedores de entradas para la EURO 2022 femenina asistieron a los partidos en familia<sup>3</sup>

**41%**

de las entradas compradas para The Hundred en 2022 fueron familias<sup>4</sup>

# EN TODOS LOS MERCADOS, CASI LA MITAD DE LOS AFICIONADOS AL RUGBY FEMENINO COMENZARON SU CAMINO COMO SEGUIDORES DEL RUGBY MASCULINO

El rugby masculino es la fruta más accesible para aumentar la afición al rugby femenino.

**48%**

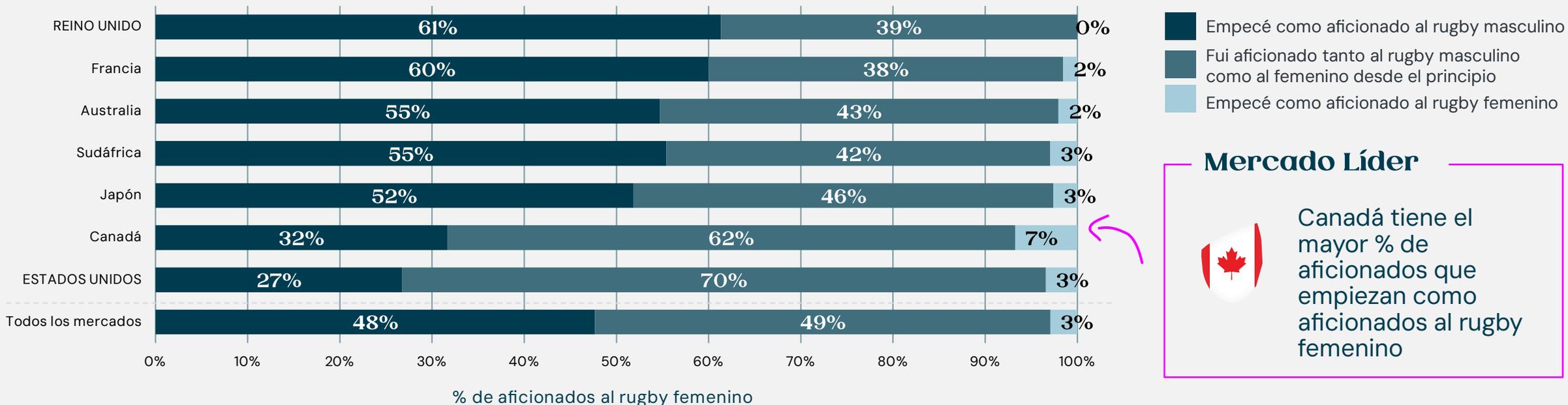
Desde los aficionados al rugby femenino comenzaron su afición como seguidores del masculino, siendo esta tendencia especialmente fuerte en los mercados tradicionales de rugby como el Reino Unido y Francia.

Pero en los mercados emergentes más amplios, los aficionados se están aficionando al rugby independientemente de su género.

En mercados de rugby menos establecidos, como EE.UU. y Canadá, **40%** y **33%** respectivamente, más aficionados al rugby femenino eran seguidores tanto del rugby masculino como del femenino desde el principio o entraron en el deporte directamente a través del femenino.

## La oportunidad

Cada vez son más los aficionados que siguen tanto el rugby masculino como el femenino desde el principio, lo que supone una gran oportunidad para aumentar la audiencia del rugby en general. Especialmente en los mercados emergentes, el rugby femenino no es un deporte secundario del masculino, sino que se está convirtiendo en un importante punto de entrada por derecho propio.



## Mercado Líder



Canadá tiene el mayor % de aficionados que empiezan como aficionados al rugby femenino

# AFICIÓN AL RUGBY FEMENINO: EXPLORACIÓN DEL ORIGEN DEL AFICIONADO

# PUNTOS DESTACADOS DE LA SECCIÓN

El rugby femenino está ganando nuevos aficionados a través de grandes eventos, una mayor visibilidad y vías de participación inclusivas. A medida que el deporte sigue creciendo, comprender qué es lo que impulsa la afición es clave para desbloquear un crecimiento de la audiencia sostenible y a largo plazo.

Los grandes eventos despiertan interés

- 31% de los aficionados al rugby femenino afirman que se sintieron motivados a seguir este deporte debido a los grandes torneos internacionales y a los eventos de alto nivel.
- 70% de los espectadores de la RWC 2021 no habían asistido nunca a un partido de rugby femenino.
- Estos momentos actúan como catalizadores del compromiso, impulsando la concientización y la conexión emocional a gran escala.

La visibilidad impulsa la afición

- Para el 50% de los aficionados al rugby femenino, el aumento de las transmisiones y la visibilidad digital fue su punto de entrada en el deporte.
- La inversión estratégica en cobertura mediática y narrativa sigue siendo fundamental para convertir a los espectadores en aficionados de por vida.

La experiencia es importante

- Los aficionados al rugby femenino, al igual que los aficionados al deporte femenino en general, valoran mucho la experiencia del día del partido y un entorno acogedor e inclusivo.
- Los aficionados están motivados no sólo por lo que ocurre en el campo, sino por la oportunidad de celebrar a las mujeres deportistas y formar parte de un movimiento.

La participación es la próxima frontera

- Crear y ampliar las vías de participación es esencial para el crecimiento a largo plazo.
- Un mayor acceso al juego significa más oportunidades para inspirar a jugadoras, familias y futuros aficionados, convirtiendo el compromiso de base en un apoyo de por vida.

Por qué esto es importante

- La afición al rugby femenino no sólo está surgiendo, sino que está impulsada por un objetivo y cuenta con una gran implicación emocional.
- Al continuar elevando los grandes eventos, aumentar la visibilidad y apoyar la participación, el deporte puede construir un poderoso ecosistema en el que los aficionados, las jugadoras y las comunidades crezcan juntos.

# LOS GRANDES TORNEOS INTERNACIONALES SON UN PUNTO DE ENTRADA FUNDAMENTAL PARA LOS NUEVOS AFICIONADOS

Los grandes torneos aumentan el interés y la visibilidad del rugby femenino en todo el mundo, donde las ligas nacionales a veces luchan por conseguir una visibilidad consistente. Estos eventos amplifican la cobertura mediática, atraen a nuevas audiencias e impulsan el cambio sistémico, incluida la participación inspiradora.

**31%** de los aficionados al rugby femenino están motivados para seguir este deporte por su interés en los grandes torneos y los eventos de gran repercusión<sup>1</sup>

## Principales mercados motivados por grandes eventos<sup>1</sup>

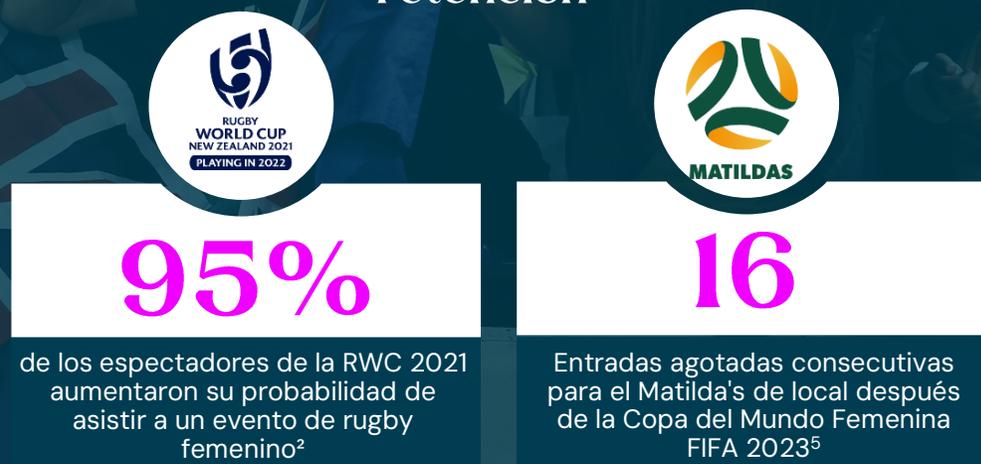


# GRANDES EVENTOS DEPORTIVOS FEMENINOS

Las grandes experiencias impulsan la retención de aficionados - especialmente entre nuevos aficionados:



## Grandes experiencias impulsan la retención



Fuentes: (1) Encuesta GWI 2025 a los aficionados al rugby femenino. P: ¿Qué le motiva a seguir el rugby femenino? (2) RWC2021 Post Tournament Report (Fan Data April 2023) (3) UEFA European Women's Championship 2022 (julio 2023), (4) ECB Press release (5) Matildas Social Media

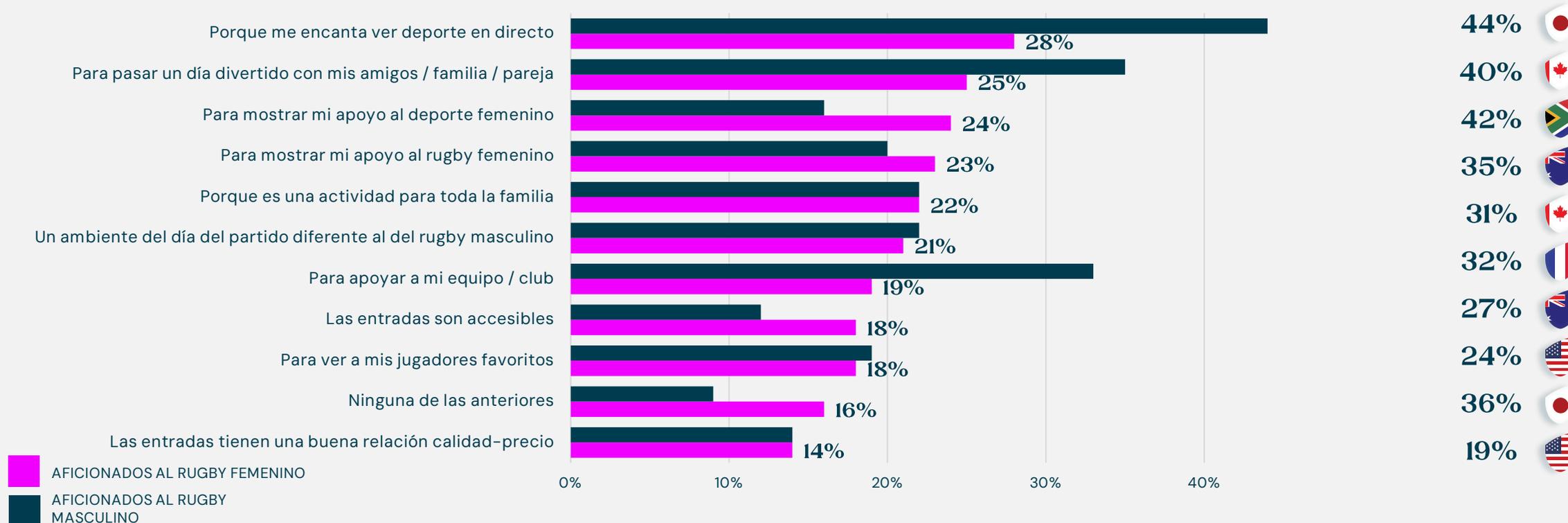
# UNA GRAN EXPERIENCIA EL DÍA DEL PARTIDO, NO EL PRECIO, ES UN MOTIVADOR CLAVE PARA LOS AFICIONADOS AL RUGBY FEMENINO

Los aficionados al rugby femenino asisten a los partidos por una gama más amplia de razones que los aficionados al rugby masculino. Mientras que los aficionados al rugby masculino se mueven principalmente por el amor al deporte en vivo, los días de diversión y la lealtad al equipo, los aficionados al rugby femenino muestran un conjunto más diverso de motivaciones, incluyendo el apoyo al deporte femenino, una experiencia única el día del partido, la familiaridad y razones basadas en valores como el apoyo al rugby femenino.



## Motivo para asistir a partidos de rugby

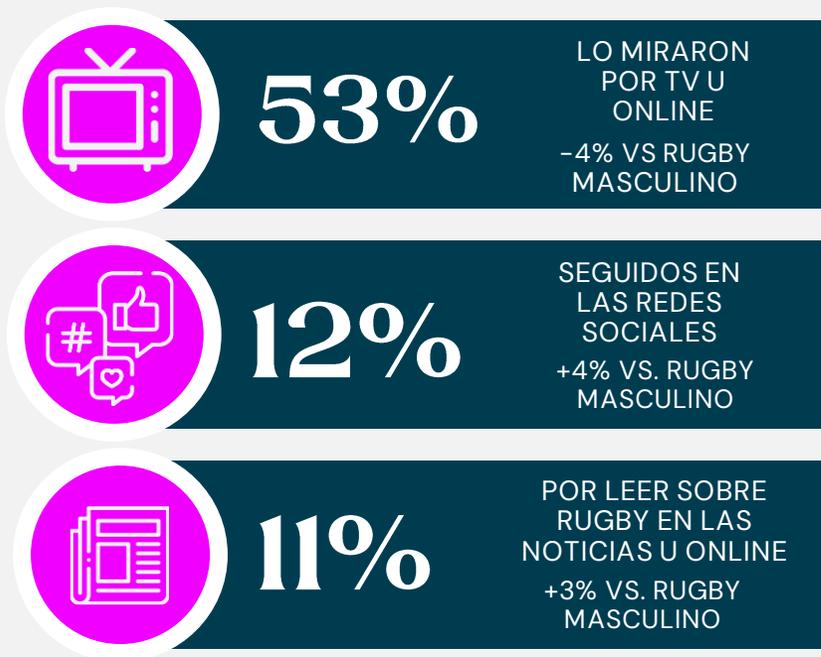
## Principal mercado por razón de asistencia (%)



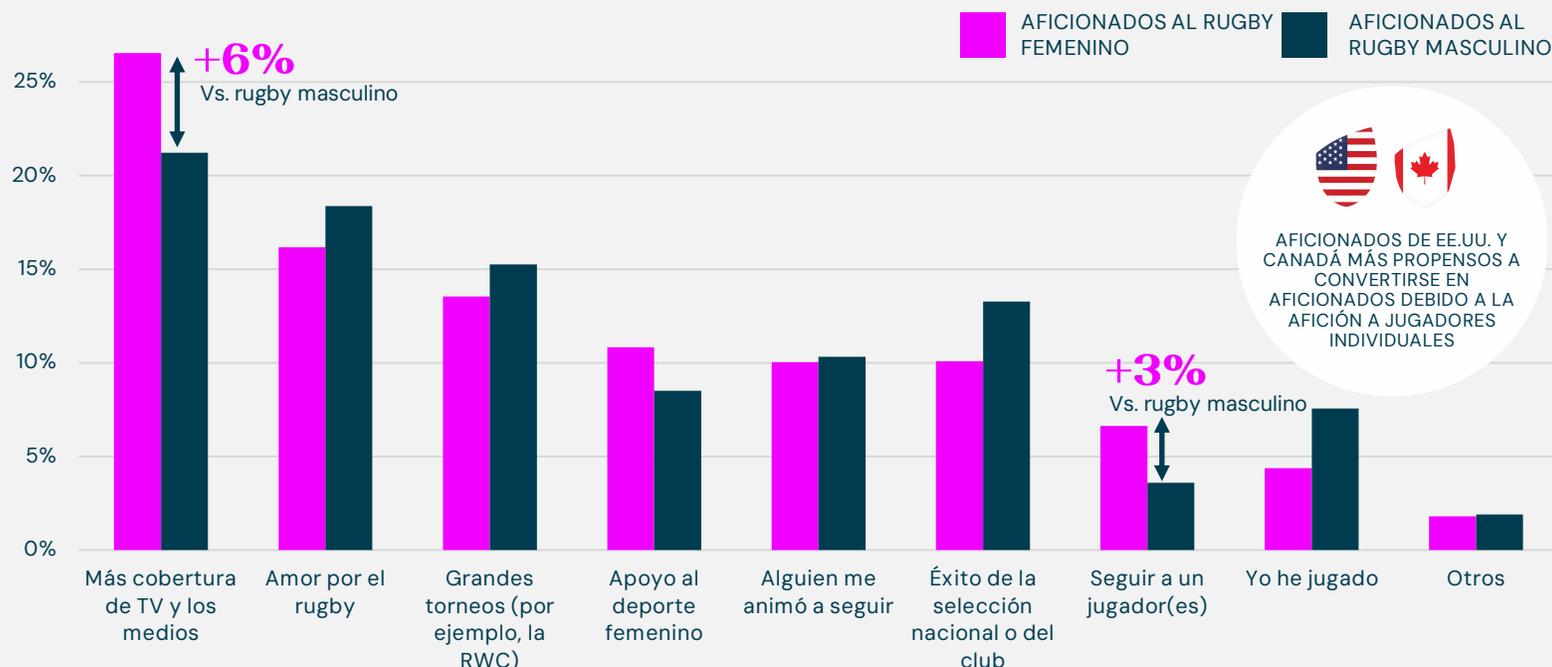
# CUANDO EL RUGBY FEMENINO ES FÁCIL DE ENCONTRAR, ES FÁCIL DE AMAR

Más de la mitad de los aficionados al rugby femenino descubrieron el deporte a través de la TV o de la cobertura online, con el 27% que lo descubrió gracias a la mayor visibilidad en los medios. Las redes sociales también desempeñan un papel mucho más importante en la atracción de nuevos aficionados que en el rugby masculino, ya que son el segundo canal más común por el que la gente tiene su primera experiencia con el rugby femenino. Esto no hará más que continuar, ya que el perfil de las jugadoras estrella del rugby femenino también sigue creciendo.

## Los 3 principales canales (puntos de contacto) por los que los aficionados tuvieron su primera experiencia con el rugby femenino<sup>1</sup>

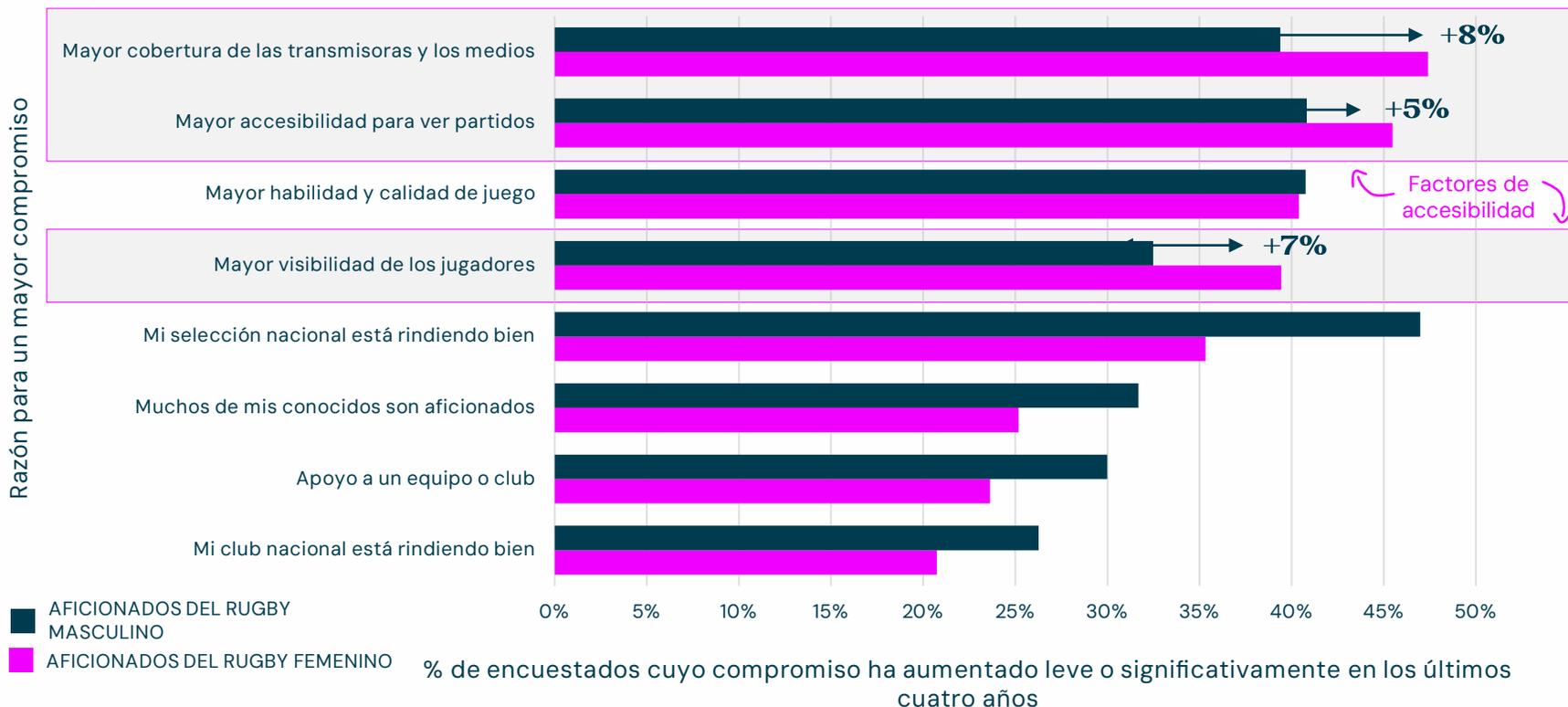


## Principal razón por la que los aficionados se convirtieron en aficionados al rugby<sup>2</sup>



# LA ACCESIBILIDAD ES EL MAYOR IMPULSOR DEL COMPROMISO DE LOS AFICIONADOS DEL RUGBY FEMENINO EN LOS ÚLTIMOS CUATRO AÑOS

Esta tendencia contrasta con el rugby masculino, en el que la afición está más estrechamente vinculada al rendimiento del equipo nacional. Para seguir aumentando la participación de los aficionados en el rugby femenino, un enfoque sostenido en la visibilidad y la accesibilidad, con un enfoque 'siempre activo', será clave para mantener el juego en primer plano dentro de la base de aficionados.



Fuente: Encuesta de aficionados al rugby femenino de GWI 2025. P: ¿Cuáles son las principales razones por las que su participación en el rugby femenino/masculino ha aumentado con el tiempo?

## Principales razones para un mayor compromiso

### Rugby Femenino

Mayor cobertura de transmisión y de los medios



Mayor accesibilidad para ver partidos



### Rugby masculino

Mi selección nacional está teniendo un buen desempeño



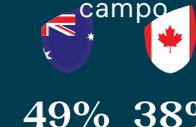
Mayor cobertura de transmisiones y de los medios



Mayor accesibilidad para ver partidos

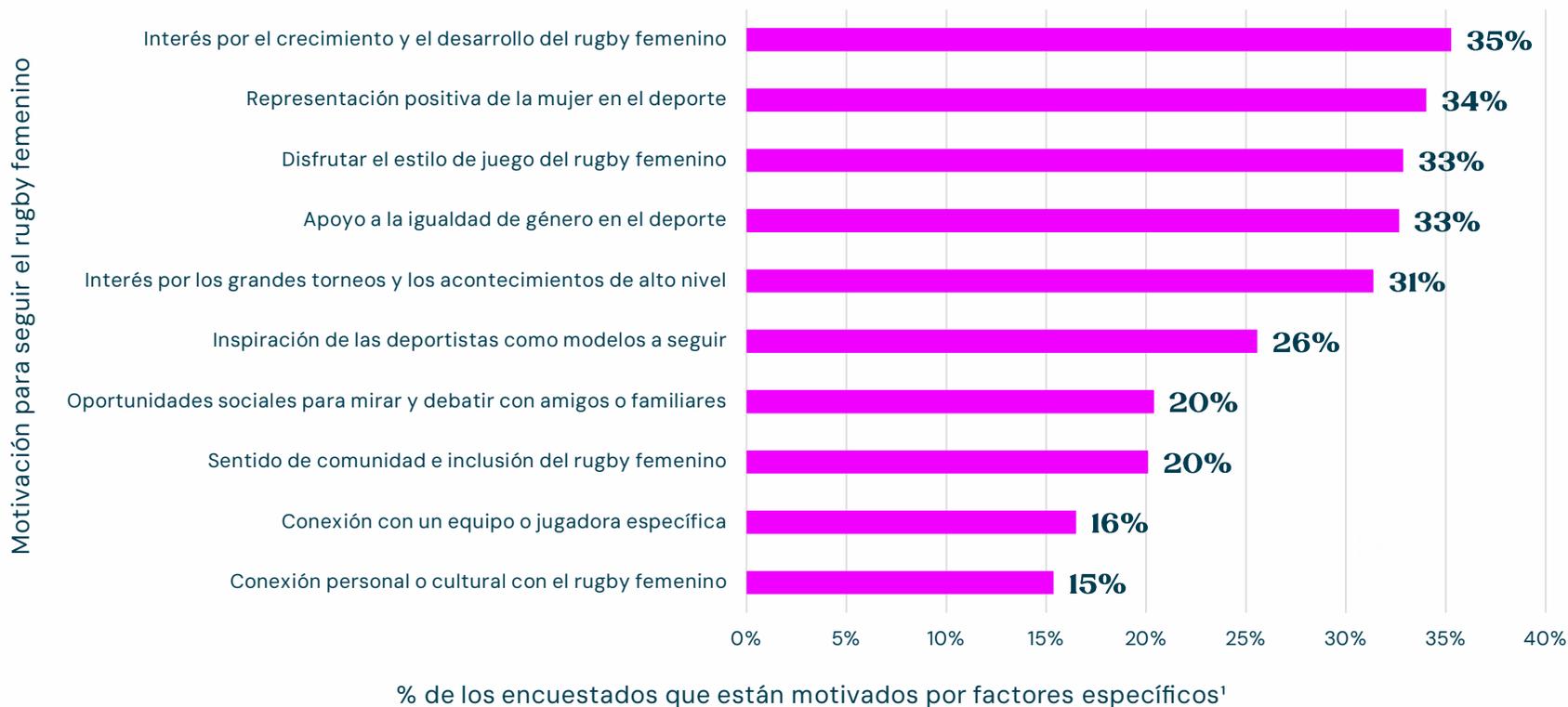


Mayor habilidad y calidad de juego en el campo



# LOS AFICIONADOS DE LOS DEPORTES FEMENINOS SE PREOCUPAN POR ALGO MÁS QUE EL JUEGO EN EL CAMPO – LOS AFICIONADOS DEL RUGBY FEMENINO NO SON DIFERENTES

Los valores vinculados al deporte femenino, como la igualdad de género, la representación positiva y el crecimiento del juego, son poderosos impulsores del interés de los aficionados, junto con el rendimiento en el campo y los eventos importantes. El rugby femenino debería incorporar activamente esta Propuesta Única de Ventas (USP) en su estrategia de marketing para diferenciarse y atraer nuevos aficionados.



## Variaciones del mercado



de aficionados del rugby femenino en Francia están motivados a seguir los principales torneos (frente al promedio del 31%)<sup>1</sup>



de los aficionados del rugby femenino en los EE.UU. están motivados a seguir su conexión personal y cultural con el rugby femenino (frente al promedio 15%)<sup>1</sup>



La principal razón para seguir el PWR

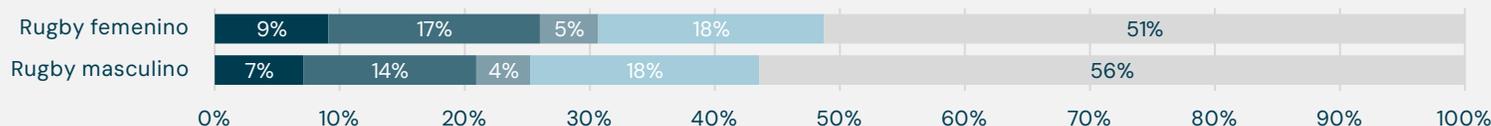
61%

de los seguidores del Premiership Women's Rugby lo siguen para apoyar el crecimiento del deporte femenino<sup>2</sup>

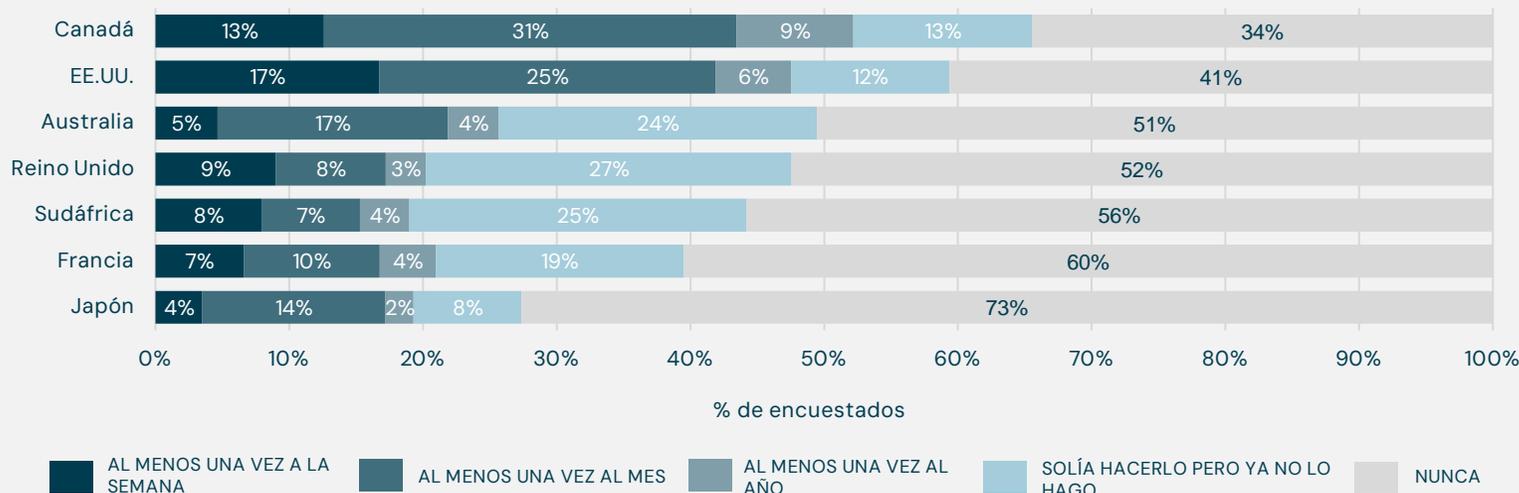
# LA OPORTUNIDAD: PARA ADQUIRIR NUEVOS AFICIONADOS MÁS ALLÁ DE LOS QUE JUEGAN AL RUGBY

**El contexto:** los aficionados del rugby femenino tienen más probabilidades de jugar al rugby al menos una vez al mes en comparación con los aficionados del rugby masculino. Esta conexión entre jugar y seguir demuestra el impacto más amplio que tiene el juego en los individuos y las comunidades construidas a través de la participación y presenta una base poderosa para formar aficionados de este deporte de por vida.

## Participación en el Rugby



## Aficionadas al rugby femenino



## Mercados que se expanden más allá de la base de participación:



El desafío estratégico en los próximos 3 a 5 años es hacer crecer el deporte más allá de la base de jugadoras existente.

Los datos demuestran que el Reino Unido, Sudáfrica y Francia son los países donde la menor proporción de mujeres aficionadas al rugby también practican este deporte.

Esto refleja la creciente madurez de estos mercados, donde la afición está cada vez más impulsada por un interés cultural más amplio, no sólo por la participación personal.

# AFICIÓN AL RUGBY FEMENINO: LO QUE QUIEREN LOS AFICIONADOS Y CÓMO EXPRESAN SU AFICIÓN

# PUNTOS DESTACADOS DE LA SECCIÓN



Conocimiento del Aficionado moderno del rugby femenino: Acceso, Historias y Lealtades cambiantes

Los aficionadas al rugby femenino de hoy están redefiniendo lo que significa ser seguidores. Están **comprometidos, evolucionando y ansiosos por más**: más acceso, más contenido y una conexión más profunda con las deportistas que admiran.

El interés de los aficionados está creciendo, pero el acceso es clave

- 55% de las aficionadas al rugby femenino dicen que su interés crecerá, pero sólo si tienen la oportunidad de mirar, asistir y sentirse atraídos
- 41% quiere más acceso a partidos en vivo, lo que refuerza que la visibilidad es fundamental para mantener y hacer crecer la afición

Los aficionados siguen a las Personas, no solo a los Equipos

Los aficionados al rugby femenino están impulsados por la comunidad y centrados en las jugadoras, atraídos por las personalidades, los valores y las historias detrás del juego. Están reformulando los modelos tradicionales de fidelización:

- 41% no apoya a ningún club
- 25% apoya a dos o más, lo que refleja un comportamiento fluido y moderno de los aficionados alineado con las tendencias del deporte femenino y la cultura juvenil en general

Contenido es Conexión

- Los aficionados de hoy piden una narrativa más centrada en las deportistas, desde documentales hasta contenido social breve
- Historias personales, auténticas y accesibles ayudan a profundizar la inversión emocional y acercar a los aficionados al juego y sus estrellas

Por qué esto es importante

- La afición del rugby femenino está **impulsada por la relevancia y la identificación**, no solo por la geografía o la tradición
- Para conocer a los aficionados donde están, las uniones, ligas y socios comerciales deben priorizar el acceso a la visualización, la narración auténtica y el contenido digital innovador

# LOS AFICIONADOS CREEN QUE SU INTERÉS CRECERÁ – PERO NECESITAN LA OPORTUNIDAD DE MIRAR, ASISTIR Y PARTICIPAR

Más de la mitad de los aficionados del rugby femenino anticipan que su interés en este deporte crecerá en el futuro. Las plataformas familiares como la televisión y el streaming online lideran el camino como vehículos del crecimiento, y la asistencia y las redes sociales también desempeñan papeles clave a la hora de impulsar el crecimiento futuro, especialmente fuera de las ventanas de transmisión o fuera del horario de los torneos.

## 55%

de los aficionados del rugby femenino creen que su interés en el rugby crecerá en el futuro<sup>1</sup>, y los aficionados quieren...

Mercados con el Mayor Crecimiento Esperado en la afición del Rugby Femenino



73%



66%



61%

1

Mirar más

partidos en vivo por TV y online<sup>2</sup>

41%

2

Mayor asistencia

partidos en vivo<sup>2</sup>

25%

3

Mayor seguimiento

en las redes sociales<sup>2</sup>

23%

# EL DOBLE DE AFICIONADOS AL RUGBY FEMENINO DICEN QUE LA CULTURA DE AFICIONADOS ES LA PRINCIPAL RAZÓN POR LA QUE LA PREFIEREN AL RUGBY MASCULINO

Los aficionados del rugby femenino se sienten atraídos por las historias, las personalidades y el fuerte sentimiento comunitario. El rugby femenino conecta más a través de la emoción, la cultura y el carácter, convirtiéndola en una experiencia más personal. Muchos aficionados también practican este deporte ellos mismos, lo que refuerza su conexión con el rugby femenino.

## Market swings – Rugby



46%

de los aficionados del rugby japonés que prefieren el rugby femenino dicen que es porque prefieren el estilo de juego<sup>1</sup>

12%

citan la participación como la razón por la que prefieren el rugby femenino: el más bajo de todos los mercados encuestados<sup>1</sup>



Estados Unidos y Canadá siguen un camino similar en sus preferencias por el rugby femenino y el seven de rugby femenino.

El estilo de juego, la cultura de aficionados y las historias de las jugadoras son sus razones comunes de preferencia por el formato femenino.

## Comparación general del rugby:

Razón	Prefiero el Rugby Femenino <sup>1</sup> (%)	Prefiero el Rugby Masculino <sup>2</sup> (%)
Prefiero la cultura de los aficionados	33%	14%
Prefiero el estilo de juego	33%	38%
Prefiero el deporte femenino/masculino en general	30%	38%
Me parecen más interesantes los jugadores, las personalidades y las historias	28%	18%
Mis equipos/clubes nacionales son más competitivos	24%	29%
Es solo una preferencia personal o un hábito	23%	33%
Asistir a partidos en vivo es más accesible	22%	18%
Participo en el juego	20%	8%

## Investigación profunda del:

Razón	Prefiero el Rugby de seven Femenino <sup>3</sup> (%)	Prefiero el Rugby de seven Masculino <sup>4</sup> (%)
Prefiero el estilo de juego	35%	39%
Prefiero el deporte femenino/masculino	34%	40%
Prefiero la cultura de los aficionados	31%	18%
Jugadores/personalidades más interesantes	26%	20%
Equipos nacionales/clubes más competitivos	24%	24%
Preferencia o hábito personal	23%	31%
Asistir a partidos en vivo es más accesible	20%	19%
Participo en el juego	19%	9%

# LOS AFICIONADOS AL RUGBY FEMENINO ESTÁN REDEFINIENDO LA LEALTAD TRADICIONAL A LOS CLUBES Y ADOPTANDO UN COMPORTAMIENTO FLUIDO DE AFICIONADOS

Los aficionados fluidos se definen como abiertos al cambio, capacitados para elegir y en continua evolución<sup>1</sup>. Esto destraba un apoyo que va más allá de las lealtades de un solo club, como es común en la afición deportiva tradicional, fomentando una cultura vibrante arraigada en experiencias y valores compartidos en lugar del tribalismo de clubes. Esto también abre nuevas oportunidades de ingresos, ya que estos aficionados están dispuestos a probar nuevas experiencias y nuevos modos de participación. A medida que el deporte madure, una mayor lealtad al club impulsada por vínculos intergeneracionales y conexiones locales más estrechas profundizará la afición e impulsará el consumo habitual del deporte.

## La oportunidad de participar

Como reflejo del recorrido histórico y la etapa actual de desarrollo de las competiciones nacionales de elite, más aficionados al rugby femenino nunca han apoyado a un club nacional en comparación con los aficionados al rugby masculino

### No hay clubes apoyados<sup>2</sup>

41%

AFICIONADOS DEL RUGBY FEMENINO

35%

AFICIONADOS DEL RUGBY MASCULINO



Japón tiene la mayor proporción de aficionados que nunca han apoyado a un club nacional. 56% en rugby femenino y 57% en rugby masculino



Francia tiene la mayor brecha en aficionados flotantes: los aficionados del rugby femenino tienen un 20% más de probabilidades que los aficionados del rugby masculino de no haber apoyado nunca a un club nacional (52% frente a 32%)

## Aficionados multiclub

Los aficionados del rugby femenino tienden a apoyar a más de un club que los aficionados del rugby masculino

### 2+ clubes apoyados<sup>2</sup>

25%

AFICIONADOS DEL RUGBY FEMENINO

23%

AFICIONADOS DEL RUGBY MASCULINO



Canadá lidera todos los mercados de apoyo multiclubes entre los aficionados del rugby femenino, con un 33% siguiendo a más de un equipo

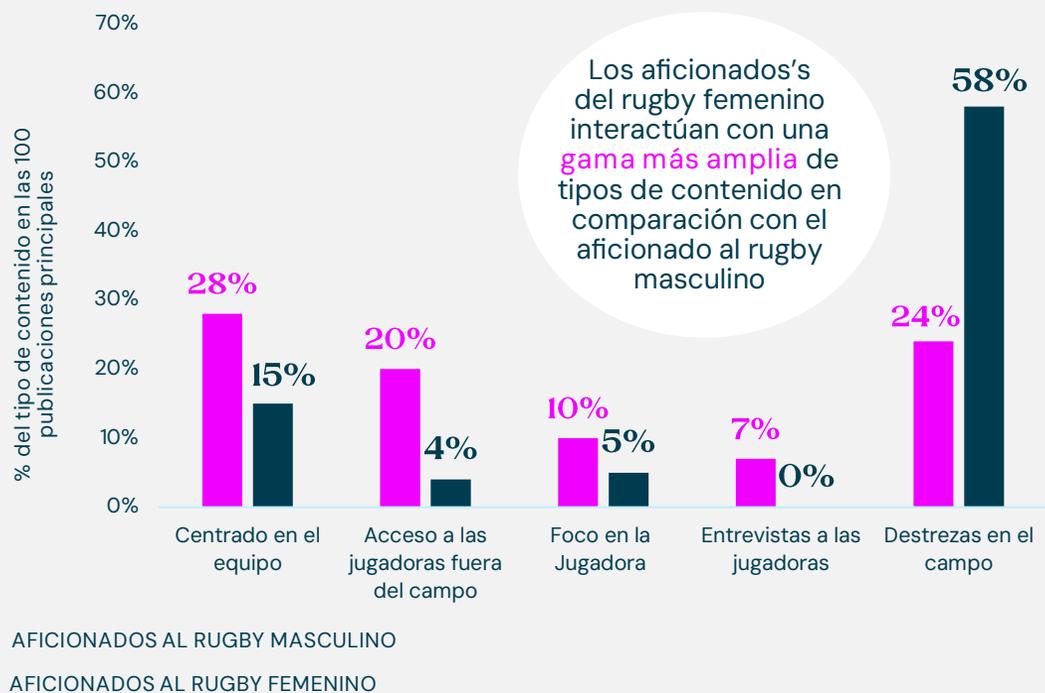


En Australia, un número similar de aficionados apoya a un club, el 25%, o a varios clubes, el 22%

# EL RUGBY FEMENINO PROSPERA GRACIAS A LA NARRACIÓN SOCIAL

Los aficionados del rugby femenino interactúan con una rica combinación de contenidos, desde historias fuera de la cancha hasta características de las jugadoras y la cultura de los aficionados. Mientras el rugby masculino experimenta un mayor compromiso con el contenido en la cancha, existe una oportunidad creciente de desarrollar esta área en el juego femenino. A medida que aumenta la calidad del juego, también aumenta la oportunidad de destacar el atletismo de elite, mientras se continúa invirtiendo en la narración que da vida al juego y sus personalidades.

Análisis del tipo de contenido de las 100 mejores publicaciones de rugby masculino y femenino en los canales propiedad de World Rugby por compromisos<sup>1</sup>



Cuando se les preguntó, los aficionados del rugby femenino indicaron que disfrutaban y/o querían ver más contenido relacionado con la narrativa, las ideas de las jugadoras y la comunidad<sup>2</sup>

Documentales

29%

Contenido detrás de escena

26%

En Australia esta cifra aumenta al 32%

Contenido centrado en la jugadora

24%

Historias de la cultura y la comunidad de aficionados

21%

En Estados Unidos y Canadá esta cifra aumenta al 25%

# WALLAROOS: CONSTRUYENDO AUDIENCIAS Y PERFILES EN EL CAMINO HACIA LA COPA DEL MUNDO DE RUGBY FEMENINO 2029

Desde 2023, Rugby Australia ha adoptado un enfoque específico para aumentar la conciencia y el perfil de las Wallaroos, para generar audiencias y relevancia como futuros anfitriones de la Copa del Mundo de Rugby Femenino 2029. Junto con la evolución de su programa de alto rendimiento femenino, demostrada con la obtención del título en el WXV 2 en 2024, impulsar la visibilidad y la cobertura del equipo, sus jugadoras y su creciente base de aficionados ha sido un enfoque estratégico clave.

La clave de este enfoque ha sido:

Aumentar los recursos para la producción de contenidos, en particular incorporando más personal durante las principales ventanas de competición y entrenamiento

Mejorar las habilidades y asesorar al equipo de contenido (centrado en tendencias e impacto) e impulsar la colaboración dentro de Rugby Australia para ayudar a aprovechar la visibilidad de las Wallaroos

Seguimiento y revisión de datos e información año a año para desarrollar y expandir mejores formas de crear y ofrecer contenido digital

Garantizar una presencia 'siempre activa' en las plataformas sociales y digitales para respaldar los momentos más destacados, como torneos internacionales y días de partidos



Desde 2023, en todos los canales sociales de las Wallaroos, este enfoque específico ha llevado a...

985%

Aumento de seguidores en redes sociales

623%

Aumento de la interacción en redes sociales

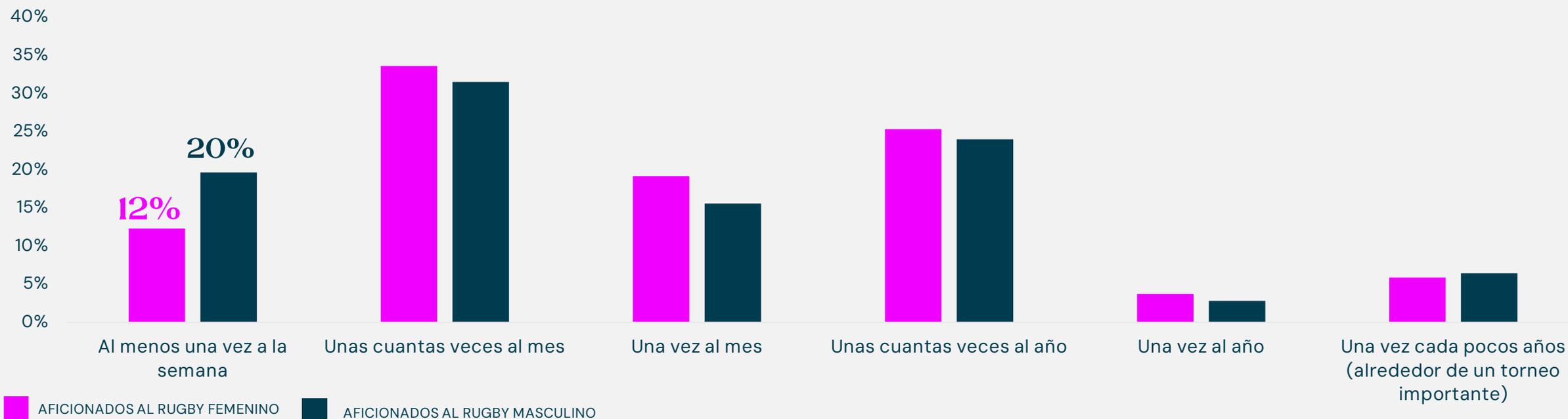
3700%

Aumento de las vistas en redes sociales

# LOS AFICIONADOS DEL RUGBY FEMENINO PARTICIPAN CON MENOS FRECUENCIA QUE LOS AFICIONADOS MASCULINOS

Si bien casi la mitad de los aficionados del rugby femenino participan en el rugby al menos unas pocas veces al mes, la frecuencia de participación es menor que la de los aficionados del rugby masculino, con solo **12%** de los aficionados del rugby femenino participando semanalmente en comparación con el **20%** de aficionados al rugby masculino. Aumentar la frecuencia con la que los aficionados interactúan con el rugby femenino es clave para desarrollar una base de aficionados más ávida y comercialmente valiosa. La mejor manera de aumentar la participación: brindarles a los aficionados más oportunidades de mirar, seguir y asistir a partidos de rugby femenino

## Atracción de los aficionados hacia el rugby



# LA OPORTUNIDAD DE PARTICIPACIÓN EN LA TRANSMISIÓN

Mirar en vivo, ya sea por TV u online, es la forma más común en que los aficionados interactúan con el rugby, tanto en los partidos masculinos como femeninos. Sin embargo, existe una brecha notable en la proporción de aficionados que miran rugby femenino en comparación con el rugby masculino (56% vs. 67%). Si bien sigue siendo el principal canal de participación, aún queda trabajo por hacer para cerrar esta brecha. Mejorar la visibilidad, la calidad y la accesibilidad de las transmisiones de rugby femenino, y señalar claramente dónde pueden mirar los aficionados, será clave para aumentar la participación.

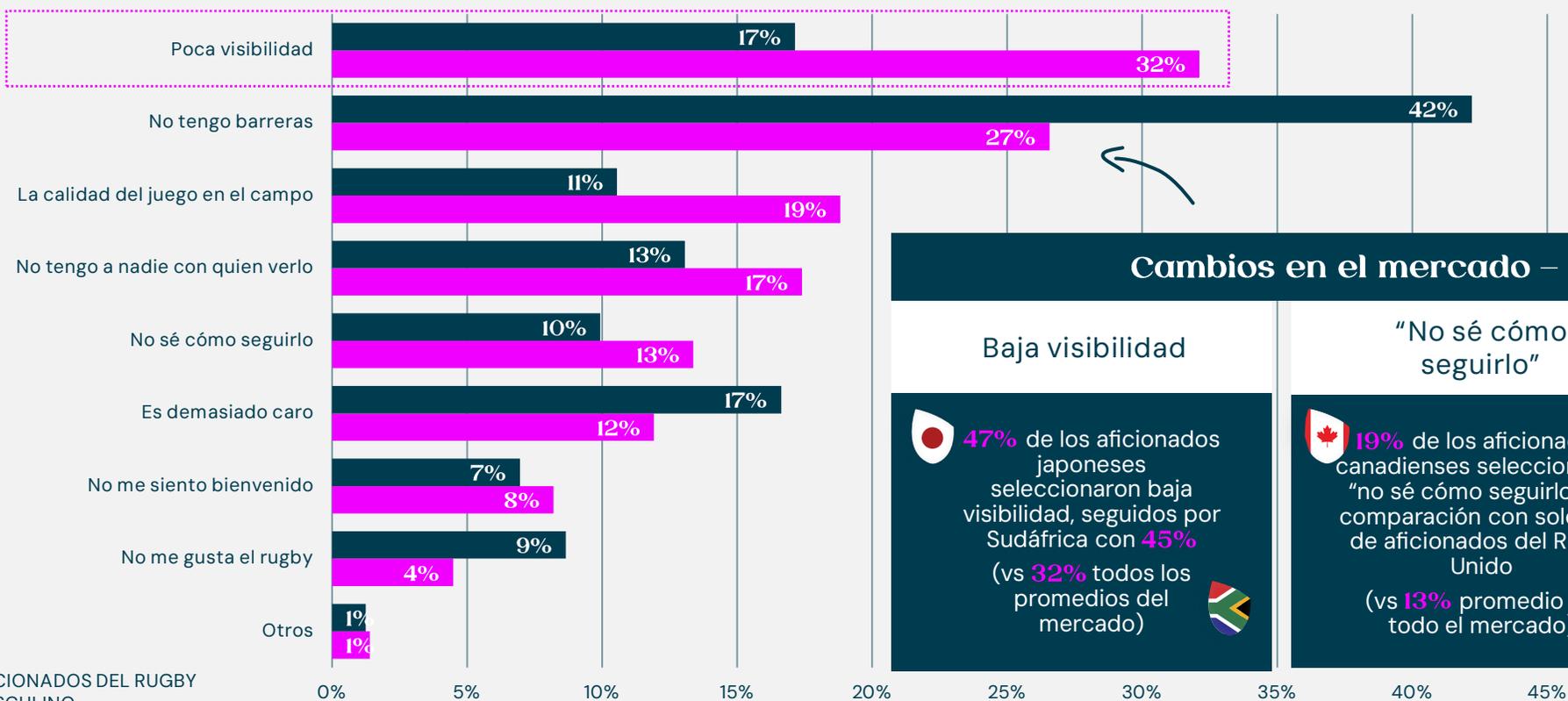
## Las 3 mejores formas en que los aficionados interactúan con el rugby



# LA VISIBILIDAD ES LA VÍA AL CRECIMIENTO

La falta de visibilidad es la principal barrera para un compromiso más profundo con el rugby femenino, un problema mucho menos evidente en el rugby masculino. Las vías limitadas y menos accesibles crean fricciones que restringen el descubrimiento. Esta brecha de visibilidad refleja barreras sistémicas más amplias al crecimiento.

## Barreras para interactuar con el rugby femenino



### Cambios en el mercado – rugby femenino

Baja visibilidad	“No sé cómo seguirlo”	En el campo calidad de juego
<p>47% de los aficionados japoneses seleccionaron baja visibilidad, seguidos por Sudáfrica con 45% (vs 32% todos los promedios del mercado)</p>	<p>19% de los aficionados canadienses seleccionaron “no sé cómo seguirlo” en comparación con solo 7% de aficionados del Reino Unido (vs 13% promedio de todo el mercado)</p>	<p>21% de los aficionados estadounidenses y canadienses seleccionaron “calidad de juego en el campo” en comparación con solo 16% de aficionados japoneses (frente a 19% promedio de todo el mercado)</p>

■ AFICIONADOS DEL RUGBY MASCULINO  
■ AFICIONADAS DEL RUGBY FEMENINO

Fuente: Encuesta de aficionados al rugby femenino GWI 2025. P: ¿Cuáles son, si hubiera, las barreras que le impiden involucrarse con el rugby femenino/masculino? Seleccione todos los que correspondan.

**AFICIONADOS DEL RUGBY  
FEMENINO:  
LAS DEPORTISTAS BRINDAN –  
INFLUENCIA Y CONEXIÓN  
DIRECTA CON LOS  
AFICIONADOS**

# PUNTOS DESTACADOS DE LA SECCIÓN



## El poder de las deportistas – influencia, confianza e impacto comercial

Las deportistas no solo se destacan en la cancha, sino que también están demostrando ser impulsoras del compromiso, la confianza y el valor de alto impacto en todo el panorama deportivo y comercial. En el rugby femenino, su influencia es un acelerador clave del ascenso de este deporte.

## Voces confiables, influencia auténtica

- Los aficionados del deporte femenino tienen **2,8<sup>1</sup>** más probabilidades de comprar un producto recomendado por una deportista que por cualquier otro tipo de influencer
- **57%** de los consumidores confían en que las deportistas realmente creen en los productos que promocionan – **14%** más que los deportistas masculinos, lo que destaca una diferencia de confianza
- Las deportistas son vistas como personas identificables, auténticas y con un propósito: cualidades que se alinean con lo que los aficionados y consumidores modernos esperan de los embajadores de una marca

## Modelos inspiradores a seguir

- Un rotundo **88%<sup>1</sup>** de las personas considera a las deportistas profesionales como poderosos modelos a seguir para las mujeres jóvenes, lo que refuerza su relevancia cultural y social más amplia
- Su impacto se extiende mucho más allá del deporte y moldea las percepciones, los comportamientos y las aspiraciones de la próxima generación

## Impulso de las redes sociales

- En 2024, las audiencias en las redes sociales de deportistas femeninas individuales en América del Norte crecieron más rápido que las audiencias de muchos torneos<sup>2</sup> deportivos mundiales importantes, lo que subraya su creciente influencia digital y resonancia global
- Este crecimiento **subraya la oportunidad de invertir en la narración de historias de las deportistas** y en marcas personales para profundizar la participación de los aficionados e impulsar el valor

## Por qué esto es importante

- En el rugby femenino, invertir en deportistas y crear plataformas no es sólo lo correcto: es una estrategia inteligente y de alto rendimiento
- **Las deportistas se conectan, convierten y lideran.** Sus voces son confiables, sus historias importan y sus plataformas tienen el poder de transformar tanto la lealtad de los aficionados como los resultados de la marca

# LAS DEPORTISTAS ESTÁN IMPULSANDO EL CRECIMIENTO DEL DEPORTE FEMENINO

Las deportistas impulsan la participación en los deportes femeninos a través del **rendimiento**, la **personalidad**, **defensa** y **comerciabilidad**. Su influencia remodela las narrativas, aumenta la visibilidad y demuestra que los deportes femeninos pueden atraer grandes audiencias y éxito comercial.

Las deportistas tienen mayor influencia que otros tipos de influencers

Los aficionados al deporte femenino están influenciados por las deportistas...

...y son vistas como poderosos modelos a seguir para las mujeres jóvenes

Los aficionados al deporte femenino son...

**2,8**

veces más probable comprar un producto recomendado por una atleta femenina que por otro tipo de influencer<sup>1</sup>

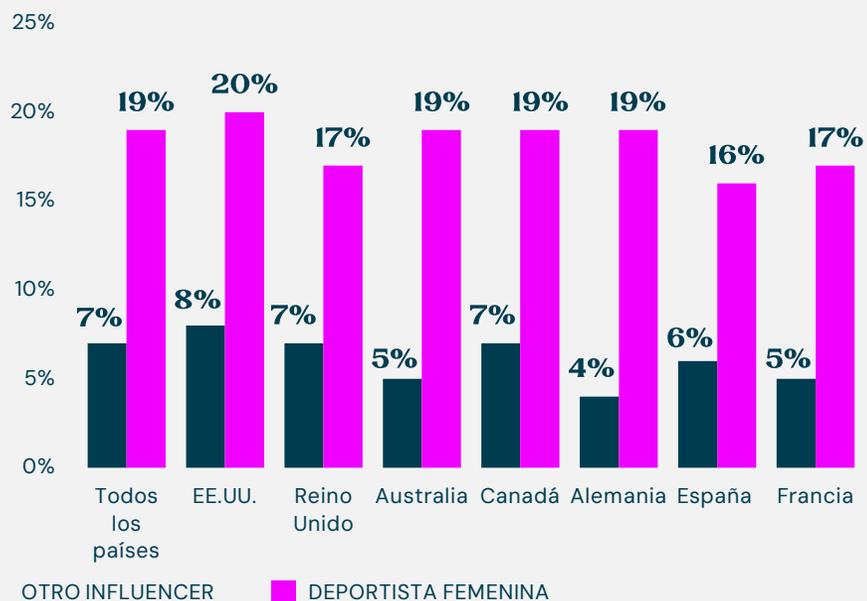
**88%**

de la gente ve a las deportistas profesionales como modelos a seguir impactantes para mujeres jóvenes

**57%**

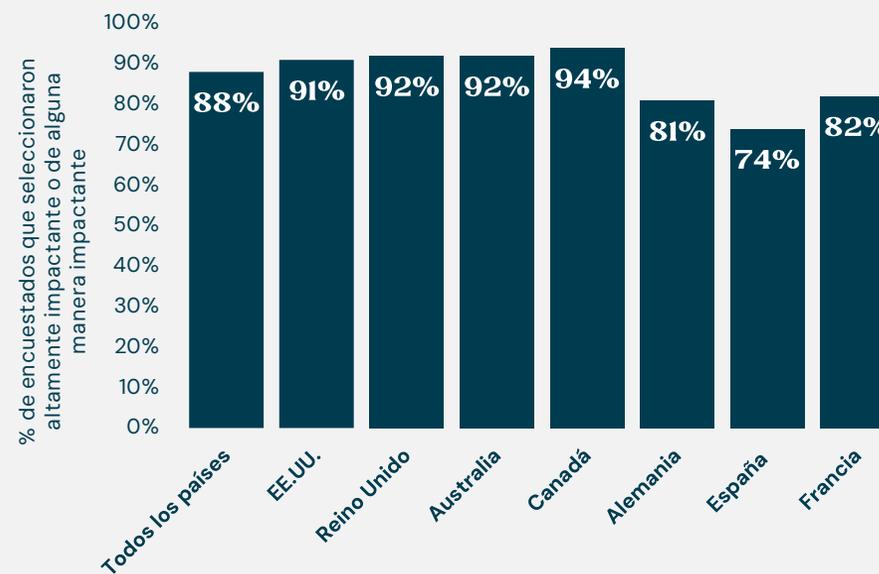
de los consumidores confían en que las deportistas realmente creen en los productos que promocionan (un 14% más que su confianza en los deportistas masculinos)

¿Es más probable que compres un producto promocionado por una deportista o por otro tipo de influencer?



Gráficos reimpressos con permiso de Parity - From Moment to Mainstream, 2024

¿Qué impacto cree usted que tienen las deportistas profesionales como modelos a seguir para las mujeres jóvenes?<sup>3</sup>

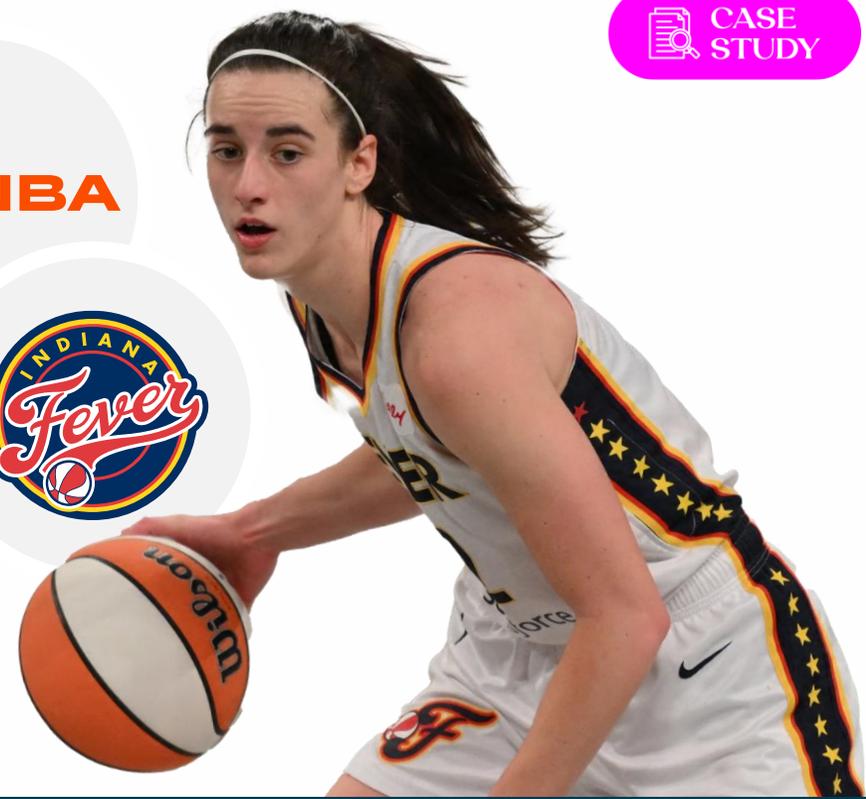


Gráficos reimpressos con permiso de Parity - From Moment to Mainstream, 2024

# SUPERESTRELLAS GENERACIONALES IMPULSANDO EL CRECIMIENTO DE LOS DEPORTES INDIVIDUALES

## La WNBA y el efecto Caitlin Clark

La WNBA (EE.UU.) está experimentando un período significativo de crecimiento, liderado en parte por actores estrella únicos en una generación que están captando la atención de las audiencias tanto en los mercados nacionales como a nivel mundial. Se podría argumentar que ningún atleta ha contribuido más significativamente a esta tendencia que Caitlin Clark. En 2024, después de una carrera universitaria récord, se convirtió en la selección Número Uno de la WNBA y también causó revuelo en la cancha. Con entradas agotadas, índices de audiencia de TV récord, crecimiento de los ingresos comerciales y audiencias altamente comprometidas en las redes sociales, Clark se ha convertido en un caso de estudio global sobre cómo las deportistas pueden contribuir al crecimiento revolucionario de los deportes sfemeninos.



## Aficionados e ingresos crecientes durante la temporada 2024...



### Asistencia promedio a Indiana Fever

Clark ha aumentado significativamente la asistencia a los partidos de las Fever. El promedio de 2024 fue más alto que la cifra equivalente para los Indiana Pacers<sup>1</sup> de la NBA.



### Espectadores del debut de Caitlin Clark en la WNBA

Tal fue la anticipación por el debut de Clark para Indiana Fever que estableció un récord para los partidos de la WNBA en ABC, que representó la segunda WNBA más vista desde 2002<sup>2</sup>



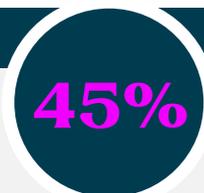
### Ventas de camisetas de las Indiana Fever s

El interés en Clark se ha traducido en un aumento significativo del apetito por las camisetas de Indiana Fever<sup>3</sup>.



### Aumento interanual de asistencia

El crecimiento en la asistencia para Indiana Fever ha resultado en un aumento significativo en los ingresos por entradas<sup>4</sup>



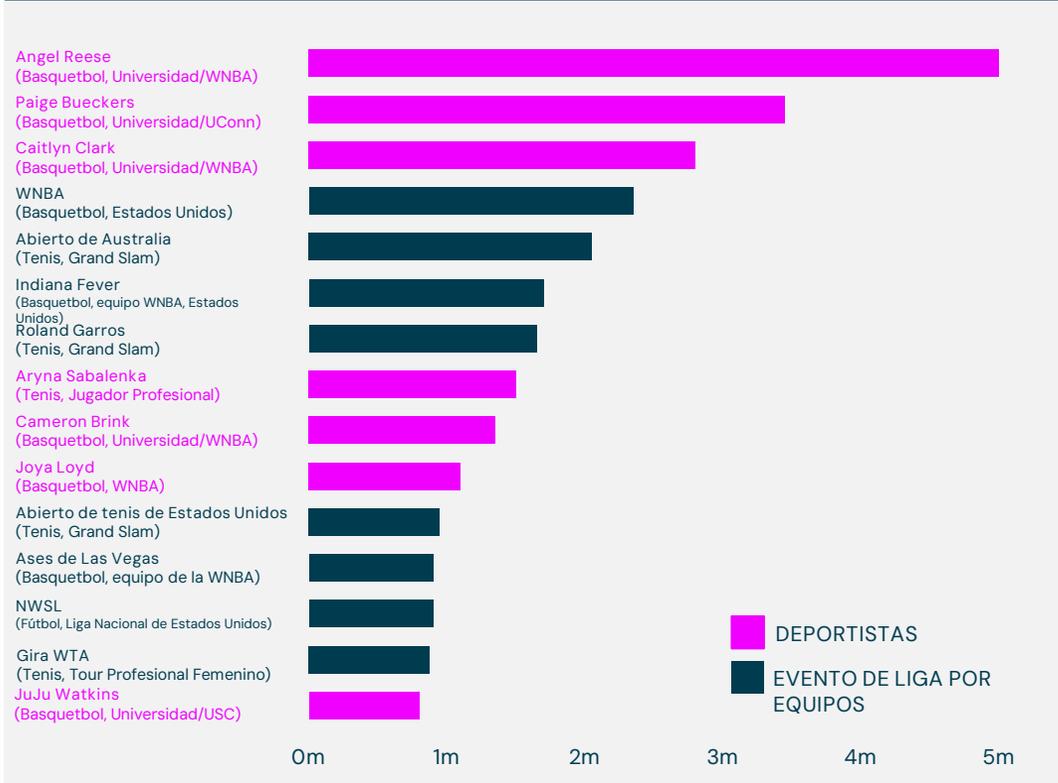
### Valor de las Transmisiones de los partidos de Indiana Fever

Indiana Fever aporta una contribución desproporcionada del valor total de transmisiones dentro de la WNBA<sup>5</sup>

# Y LA PRESENCIA EN LAS REDES SOCIALES DE ESTAS DEPORTISTAS SUPERESTRELLAS ESTÁ CRECIENDO MÁS RÁPIDAMENTE QUE LAS PROPIEDADES DEPORTIVAS ESTABLECIDAS

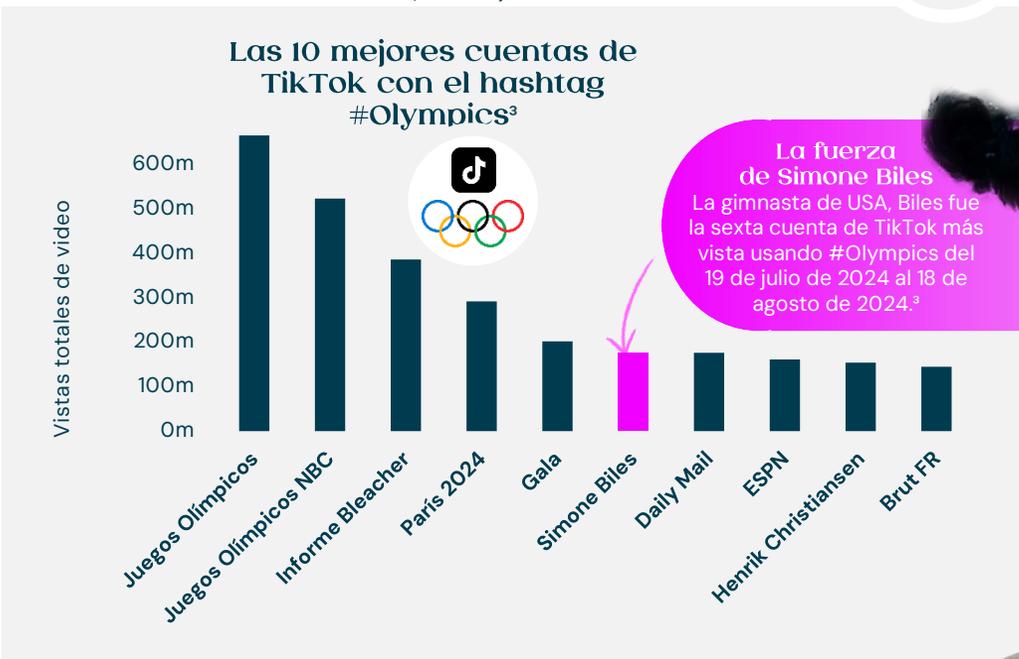


## Crecimiento de seguidor social (Norteamérica) Clasificado por número de seguidores agregados en 2024<sup>1</sup>



## Dónde estamos viendo esto en acción...

El **Chelsea Women** que juega en la competición de la Superliga femenina inglesa tuvo más visitas en TikTok que **14** clubes de la Premier League masculina de julio a diciembre de 2024 (Reino Unido, fútbol).<sup>2</sup>



Fuentes: (1) Sponsor United, Mujeres en el deporte, (febrero de 2025), (2) Informe de visibilidad de Women's Sport Trust – 2024 en revisión (febrero de 2025), (3) Women's Sport Trust, Total de visualizaciones de video entre el 19 de julio y el 18 de agosto (octubre de 2024)

# LA SUPERESTRELLA PROPIA DEL RUGBY

## El impacto de Ilona Maher

Ilona Maher (jugadora de rugby estadounidense) ganó atención internacional por primera vez a través de su presencia en redes sociales durante su tiempo compitiendo en los Juegos Olímpicos de Tokio 2020. Su perfil continuó aumentando, ganando reconocimiento continuo y aumentando su número de seguidores en las redes sociales como miembro del equipo de EE.UU. que ganó una medalla de bronce en los Juegos Olímpicos de París 2024. Al mostrar su poderosa personalidad en las redes sociales, Ilona ha ayudado a atraer nuevas audiencias globales al rugby femenino y al rugby en general. Maher es la jugadora de rugby más seguida del mundo, con más de 8,7 millones de seguidores en Instagram y TikTok.<sup>1</sup>

## Más allá del rugby y hacia la cultura y el entretenimiento



La visibilidad de Ilona se extendió más allá del rugby con su aparición en Dancing With The Stars, convirtiéndose en modelo de trajes de baño de Sports Illustrated y siendo nombrada en la lista de Forbes' 30 de menores de 30<sup>2</sup>



## Asociaciones de marca

Ilona lidera el camino con sus asociaciones comerciales trabajando con varias marcas de consumo, incluidas L'Oréal, New Era, Adidas, Paula's Choice y Coppertone. También lideró el lanzamiento de Adidas de su primera botín de rugby específicamente para mujeres, junto con otras destacadas jugadoras de rugby internacionales.



Durante los Juegos Olímpicos de París 2024, el carisma de Ilona y su ingenioso contenido detrás de escena cautivaron al público, impulsando su número de seguidores en Instagram desde<sup>3</sup>

580k a 2m



Representando un aumento<sup>3</sup> del **257%**

## De TikTok a las entradas...

La mayor visibilidad del rugby femenino está impulsando una nueva ola de aficionados por este deporte en los EE.UU., con multitudes récord vistas por las Águilas Femeninas de EE.UU. mientras se preparan para la Copa del Mundo de Rugby Femenina 2025.

**10.518**

**73%**

Asistencia récord para un partido de rugby femenino en Estados Unidos (mayo de 2025)<sup>4</sup>



Entre los poseedores de entradas se encontraban compradores primerizos del Estadio CPKC en Kansas<sup>5</sup>

Fuentes: (1) Sky Sports (marzo de 2025) (2) Rugby Pass (diciembre de 2024) (3) Forbes (agosto de 2024) (4) USA Rugby (mayo de 2025) (5) Datos propios de Wo

# LAS BRISTOL BEARS Y EL EFECTO ILONA MAHER

Maher firmó con Bristol Bears (Premiership Women's Rugby Club), para hacer la transición al rugby de XV con el fin de aumentar sus posibilidades de ser seleccionada para la Copa del Mundo de Rugby Femenina 2025. La llegada de Maher despertó un interés sin precedentes tanto en el club como en la liga PWR, impulsando un aumento en la participación de los aficionados, una asistencia récord y el crecimiento de las redes sociales.

Después de la llegada de Ilona al Club, los canales sociales y digitales de Bristol Bears tuvieron...



Junto a públicos nuevos y diversos...

**+363%**

Crecimiento de seguidores en Instagram  
(22.000 de noviembre de 2024 a 102.000 de marzo 2025)<sup>1</sup>

**+3000%**

Crecimiento de seguidores en TikTok (1.800 a 58.000)<sup>1</sup>

**2000**

Nuevas cuentas del sitio web del Club creadas en la semana que Ilona firmó<sup>1</sup>

**102k**

El mayor número de seguidores en Instagram de un club de rugby nacional femenino, globalmente<sup>2</sup>

**155,9M**

Impresiones en publicaciones en redes sociales ganadas con noticias del fichaje de Ilona<sup>1</sup>

**9.238**

Aficionados que asistieron al primer partido de Ilona con las Bristol Bears (enero de 2025)  
Un nuevo récord de asistencia de la PWR para un partido independiente<sup>1</sup>

**5.483**

Asistencia promedio 2024-25 en Ashton Gate. Más del doble de crecimiento interanual<sup>1</sup>

**X3**

La proporción de 25 – personas de 34 años que compraron entradas se triplicó en valores anuales<sup>1</sup>

**2/3**

Los compradores de entradas eran mujeres, un aumento del 26% respecto a temporadas anteriores<sup>1</sup>

Fuentes: (1) Bristol Bears (2) Análisis de seguidores en las redes sociales de World Rugby

# Y EN TODO EL JUEGO, LAS JUGADORAS CONTINÚAN CREANDO AUDIENCIAS Y CONEXIONES DIRECTAS CON LOS AFICIONADOS



422k

KATELYN VAHA'AKOLO  
@katelynvahaakolo †



414k

DHYS FALEAFAGA  
@dhysfaleafaga †



309k

SAMMY SULLIVAN  
@sam\_sull\_ †



202k

CHARLOTTE CASLICK  
@charlottecaslick †



176k

GRACIA ADHIAMBO  
@adhiambo\_okulu\_oly †

39%

de los aficionados del rugby femenino dijeron que la mayor visibilidad de las jugadoras ha impulsado una mayor participación en el rugby femenino<sup>2</sup>

Esto aumenta a 46% en Australia y 43% en EE.UU.

El auge del rugby femenino está siendo impulsado por sus jugadoras y sus poderosas personalidades. Las deportistas estrella no solo inspiran a los aficionados a través de sus actuaciones en la cancha, sino que también captan la atención a través de las redes sociales y las plataformas globales

# PENINA PASIFIKA

## Una narración poderosa impulsa el crecimiento de la audiencia

El programa Penina Pasifika, ejecutado en asociación con Oceania Rugby en el marco de la iniciativa Pacific Women's Pathway, es parte de la Asociación de la Unión Australiana de Rugby y del Pacífico y cuenta con el apoyo de PacificAus Sports, un programa financiado por el Gobierno australiano. La iniciativa tiene como objetivo fortalecer el camino para las mujeres del Pacífico en el rugby, ofreciendo valiosas oportunidades de juego y desarrollo profesional a las aspirantes a deportistas de elite.

En 2025, el equipo Penina Pasifika se embarcó en una gira de cinco semanas por Australia, jugando contra cada club australiano del Super W. La cobertura de la campaña, para impulsar el perfil y la visibilidad, estuvo a cargo de un productor de contenido totalmente integrado en el entorno del equipo.

Al centrarse en una narración inspiradora, retratar personalidades poderosas de los jugadores y la cobertura detrás de escena, durante un período de cinco semanas, los resultados de las redes sociales demostraron las fuertes conexiones y el compromiso construidos con los aficionados, todo mientras generaban conciencia de Penina Pasifika.



**37** Días de contenidos

**4** A lo largo de cuatro días de partido

**32** Involucrando a 32 jugadoras

Durante la campaña de 2025, hubo un fuerte crecimiento en las plataformas sociales.



Facebook

**1.656%**

Aumento de seguidores

**2,2 m**

Vistas totales



Instagram

**88%**

Aumento de seguidores

**1,9m**    **516%**

Vistas totales

Aumento interanual



TikTok

**4.565**

Seguidores  
(nuevo canal lanzado en 2025)

**1,5 m**

Vistas totales

# LA OPORTUNIDAD COMERCIAL EN EL DEPORTE FEMENINO

# PUNTOS DESTACADOS DE LA SECCIÓN

Impulso comercial: una oportunidad revolucionaria para el rugby femenino

El auge mundial del deporte femenino se está **traduciendo en un crecimiento financiero y una oportunidad de marca sin precedentes**, y el rugby femenino está emergiendo como una de sus fronteras más emocionantes. Respaldado por una participación acelerada de los aficionados y una audiencia basada en valores, el deporte está preparado para el éxito comercial.

Crecimiento imparable del mercado

- Se prevé que el deporte de elite femenino genere **£1,8 mil millones** en ingresos globales para 2025, según Deloitte, un aumento del **240%** desde 2022
- El mercado norteamericano lidera actualmente la iniciativa, pero la oportunidad es verdaderamente global— y está creciendo

Rugby femenino: La próxima frontera del patrocinio

- Con un público creciente y un impulso cultural, el rugby femenino ofrece un potencial sin explotar para patrocinadores e inversores
- Pero **el impacto real se producirá al ir más allá del manual tradicional**, al invertir en narración, autenticidad y asociaciones a largo plazo

Aficionados que amplifican

- **42%** de los aficionados del rugby femenino dicen que es más probable que hablen con amigos y familiares sobre una marca, en comparación con solo **33%** de los aficionados del rugby masculino, lo que los convierte en poderosos defensores de la marca
- **73%** creen que las marcas tienen un papel auténtico que desempeñar a la hora de aumentar la visibilidad del rugby femenino, mostrando una clara alineación entre los valores y el apoyo comercial

La brecha de mercancías = potencial de crecimiento

- Los aficionados están listos para gastar, pero quieren opciones de productos mejores y más personalizadas que reflejen su pasión por el juego
- El mercado más amplio del deporte femenino ya está demostrando esta demanda: La WNBA experimentó un aumento interanual del **601%** en las ventas de mercancías durante la temporada 2024

Por qué esto es importante

- El ecosistema comercial en torno al rugby femenino está preparado para la aceleración, pero **aprovechar el momento requiere pensamiento innovador, inversión audaz y estrategias que prioricen a los aficionados**
- Las marcas que participan ahora no solo respaldan un deporte, sino que se unen a un movimiento con propósito, pasión e impulso

# EL RÁPIDO Y CRECIENTE VALOR DEL DEPORTE FEMENINO



Consulte la página siguiente para conocer los aspectos más destacados dentro del mercado norteamericano



**£100m**

Ingresos generales proyectados para los clubes de la Superliga Femenina (fútbol, Inglaterra) en la temporada 2025/26<sup>4</sup>

**£1,8b**

Predicción de Deloitte para los ingresos globales generados por los deportes de elite femeninos en 2025, que representa 240% de crecimiento desde 2022<sup>1</sup>



**17,4 m**

Audiencia máxima de transmisión

para la Eurocopa Femenina de la UEFA 2022 (fútbol)<sup>2]</sup>



**54m**

Audiencia de transmisión

en China para China vs Inglaterra – Copa del Mundo Femenina FIFA 2023. La mayor audiencia del torneo para un solo partido a nivel mundial (fútbol)<sup>3</sup>



**£465m**

Valor total

de las cinco franquicias vendidas en la primera edición de la Women's Premier League (cricket, India, 2023)<sup>5</sup>



**£418m**

Ingresos generados

Copa del Mundo Femenina de la FIFA Australia y Nueva Zelanda 2023 (fútbol)<sup>6</sup>

(1) Informe de ingresos por deportes femeninos de Deloitte (marzo de 2025) (2) Sportcal (agosto de 2022), (3) SportsPro (agosto 2023), (4) ESPN (junio 2025), (5) BBC (enero de 2023), (6) ESPN (mayo de 2025)

# AMÉRICA DEL NORTE: EL MERCADO LÍDER DEL DEPORTE FEMENINO



**£1,48b**

Valuación de la Liga Nacional de Fútbol Femenino (NWSL)

Se estima que los 14 equipos de la NWSL valen colectivamente casi **£1,48b**<sup>1</sup>.

- Angel City FC ocupa el primer lugar con un valor estimado de **£208m**, con una amplia gama de inversores, incluido el Director Ejecutivo de Walt Disney Company, Bob Iger, y empresarios, leyendas deportivas y celebridades como Julie Urman, Alexis Ohanian, Billie Jean King, Natalie Portman y Eva Longoria<sup>2</sup>



**£298m**

Valoración del Liberty de Nueva York

Forbes clasificó a la New York Liberty (Basquetbol, EE.UU., junio de 2025) como el equipo de la WNBA de mayor valor con una valoración de franquicia promedio en la liga de 13 equipos de **£202m**<sup>2</sup>.

- En 2019, el New York Liberty fue comprado supuestamente por **£7-10m**
- La mascota oficial del equipo, **Ellie The Elephant**, ha ganado un gran número de seguidores en las redes sociales y en los medios tradicionales, además de contribuir a un crecimiento del **70%** en los ingresos de la asociación<sup>3</sup>



**92.003**

Asistencia a un partido

Récord mundial de asistencia a un evento deportivo femenino – Nebraska Volleyball Day (EE.UU., 2023)<sup>4</sup>. El evento generó:

- Unavaloración de las redes sociales de más de **USD2,1 millones**
- Más de **52m** de impresiones en redes sociales



**1,2m**

Aficionados en las 2 primeras temporadas

En 2023, con la inversión del Grupo Mark Walter, se creó la Liga Profesional de Hockey Femenino (PWHL, hockey sobre hielo). Con un fuerte crecimiento interanual, la liga de 6 equipos que se juega en Canadá y Estados Unidos ya se está expandiendo con dos nuevas franquicias que se lanzarán en Seattle y Vancouver para la temporada 2025/26<sup>5</sup>

En la primavera de 2024, la PWHL estableció un nuevo récord mundial de asistencia para un partido de hockey sobre hielo femenino de **21.105**<sup>6</sup>

De las temporadas 2024 a 2025, año tras año la liga y los equipos vieron<sup>7</sup> –

- **50%** aumento en el programa de asociaciones de liga y equipos
- **68%** aumento en las impresiones en las redes sociales de la liga y el equipo
- **100%** crecimiento en las ventas de mercancías, incluidas las colecciones con Barbie y Lululemon

**30%**

de crecimiento interanual del mercado deportivo femenino de EE.UU. de 2023 a 2024, impulsado por mayores inversiones en patrocinio, transmisión y asociaciones comerciales. Este aumento se debe directamente al aumento de la audiencia, la asistencia y la participación en todo el espectro deportivo femenino<sup>8</sup>

**67%**

de aficionados de los deportes femeninos en los EE.UU. dicen que se esfuerzan por apoyar a las marcas que patrocinan a sus deportistas o equipos favoritos<sup>8</sup>



# LA OPORTUNIDAD PARA LAS MARCAS EN EL RUGBY FEMENINO

El rugby femenino es una de las fronteras de patrocinio más apasionantes del deporte—, pero destrabar su potencial significa salirse del manual. Los aficionados del rugby femenino muestran un sentimiento positivo más fuerte hacia las marcas que apoyan el juego, en comparación con los aficionados del rugby masculino. Creen que las marcas pueden desempeñar un papel poderoso y auténtico en la configuración del futuro del deporte, aumentando la visibilidad, financiando el crecimiento y abriéndolo a nuevas audiencias.



**73%**

de aficionados al rugby femenino coinciden en que las marcas tienen un papel auténtico a la hora de aumentar la visibilidad del rugby femenino<sup>1</sup>

**71%**

de aficionados al rugby femenino coinciden en que las marcas tienen un papel auténtico en la financiación del deporte para impulsar el crecimiento<sup>1</sup>

**70%**

de aficionados al rugby femenino coinciden en que las marcas tienen un papel auténtico a la hora de ayudar al rugby femenino a llegar a nuevos públicos<sup>1</sup>

**42%**

de aficionados al rugby femenino tienen más probabilidades de hablar con familiares y amigos sobre la marca, en comparación con el 33% de los aficionados del rugby masculino<sup>2</sup>

**£5,36**

Por cada £1 que los patrocinadores corporativos invierten en deporte femenino, ven un promedio de retorno del valor para el cliente de £5,36<sup>3</sup>

Fuentes: (1) Encuesta de aficionados al rugby femenino GWI 2025 P: En una escala del 1 al 5, donde '1' significa 'Totalmente en desacuerdo' y '5' significa 'Totalmente de acuerdo', ¿en qué medida está de acuerdo con las siguientes afirmaciones sobre el rugby femenino? Las marcas tienen un papel auténtico en... (2) GWI Sports: si una marca o producto patrocina tu liga o equipo deportivo favorito, ¿cuál de estos es probable que hagas? (3) IMG x Informe Endeavor 2024

# LOS AFICIONADOS DE LOS DEPORTES FEMENINOS SON MÁS RECEPTIVOS A MARCAS



42%

Considera la marca más que los competidores frente al 36% de aficionados al deporte masculino<sup>1</sup>

40%

Se compromete con la marca frente al 34% de aficionados al deporte masculino<sup>1</sup>

36%

Es más probable que compre productos cuando una marca apoya los deportes femeninos o se asocia con deportistas. Esta cifra aumenta al 44% en EE.UU., al 40% en Canadá y al 37% en Australia<sup>3</sup>

Dado que el deporte femenino atrae a una audiencia con mayor equilibrio de género, las aficionadas femeninas representan ahora una oportunidad poderosa y creciente para las marcas. Los aficionados al deporte que son **mujeres** son:

9%

Es más probable que haya visitado espacios experienciales o zonas de aficionados en eventos deportivos<sup>2</sup>

16%

Es más probable que note experiencias de marca o tiendas emergentes en eventos deportivos<sup>2</sup>



# EL DEPORTE FEMENINO ESTÁ DEMOSTRANDO SER UN MODELO DE NEGOCIO PARA LA INVERSIÓN EN EL MERCADO DE PRODUCTOS

La mercancía es una opción natural para el deporte femenino, con un público equilibrado en cuanto al género que desea mostrar su apoyo. La demanda supera la oferta debido a las limitadas gamas de productos y licencias existentes, lo que crea una oportunidad tanto para ampliar la oferta como para innovar.

## El desafío

25%

de los aficionados de los deportes femeninos realizaron compras en los últimos 3 años frente al 57% de aficionados al deporte masculino<sup>1</sup>

x9

Más opciones de productos para las principales ligas masculinas que para las femeninas<sup>1</sup>

## La oportunidad

+23%

Crecimiento interanual de los ingresos de New Balance el mismo año en que lanzaron su innovadora colaboración de calzado Coco Gauff<sup>1</sup>

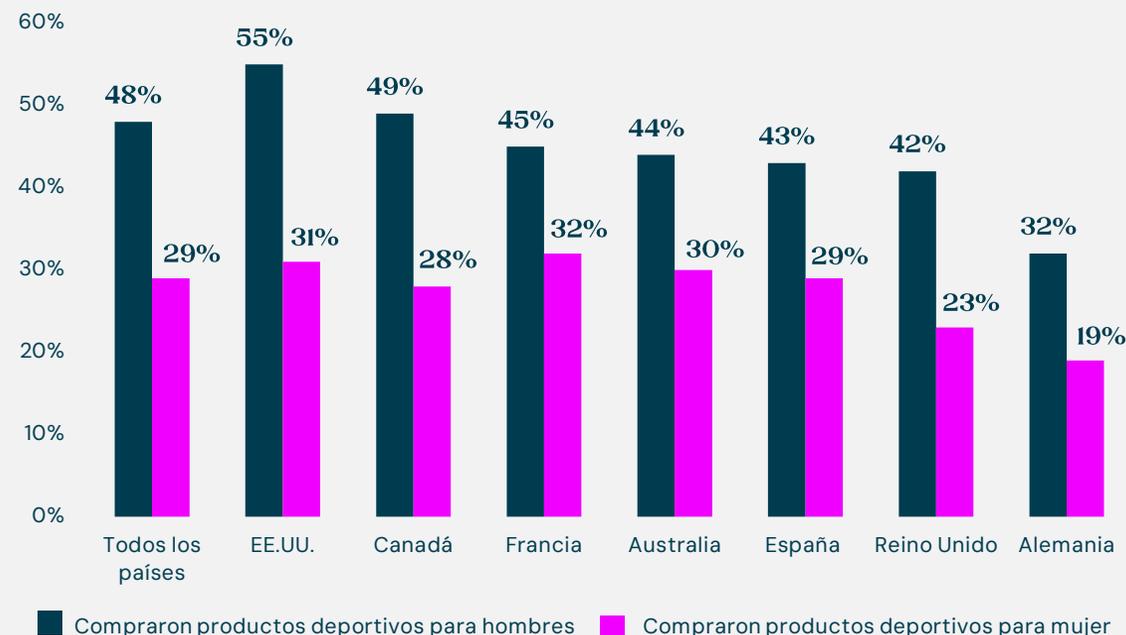
79%

de los encuestados dijeron que comprarían más productos deportivos femeninos si pudieran<sup>1</sup>

£3,3b

Valor de mercado de productos deportivos femeninos en EE.UU.<sup>1</sup>

## Porcentaje de aficionados que compran artículos deportivos en los últimos tres años



# LOS AFICIONADOS AL RUGBY FEMENINO GASTAN MÁS EN PRODUCTOS – Y BUSCAN MÁS OPCIONES

Si bien actualmente solo el 9% de los aficionados del rugby femenino compran productos, aquellos que lo hacen son muy valiosos: gastan un 16% más en promedio que los aficionados del rugby masculino. Esto resalta una clara oportunidad comercial para aumentar los ingresos convirtiendo a más aficionados en compradores a través de mejoras estratégicas en el precio, la calidad y la gama de productos.



# CÓMO EL DEPORTE FEMENINO ESTÁ CERRANDO LA BRECHA DE PRODUCTOS

La demanda está ahí. Las marcas deben repensar su enfoque, colaborar con las deportistas de formas nuevas y creativas y ampliar sus ofertas para desbloquear este mercado sin explotar

## Togethxr: Todo el mundo ve deportes femeninos

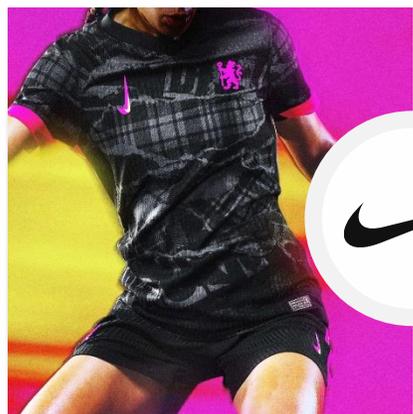
Togethxr, la marca de estilo de vida y empresa de medios construida en torno a los deportes femeninos, ha contabilizado **USD6 millones** en ingresos de su línea de productos "Everyone Watches Women's Sports" en 2024, que incluyó la venta de **20.000** unidades: camisetas, Bolsos de mano y sudaderas con capucha: en un período de tres días hacia el final del torneo de Basquetbol femenino de la NCAA1.



## WNBA: Estrategia y ventas de mercancías

La temporada 2024 de la WNBA vio un aumento del **601%** interanual en las ventas de mercancías<sup>2</sup>. Esto fue impulsado por:

- Mercancía ampliada más allá de las camisetas tradicional para incluir ropa deportiva de moda, ropa informal y accesorios
- Productos centrados en el jugador, como líneas exclusivas para jugadores estrella, que aprovechan la afición de los jugadores
- Mercancía que apoya iniciativas y causas sociales y culturales con ingresos donados a organizaciones relacionadas



## Nike: Together We Rise

La campaña de Nike "Together We Rise" para la temporada 2024/25 presentó una alteración distintiva del icónico logotipo de Nike 'Swoosh' en la tercera vestimenta de varios clubes de fútbol, incluidos Liverpool, Chelsea y Tottenham Hotspur<sup>3</sup>.

En esta campaña, el Swoosh se giró 90 grados a una posición vertical y se duplicó **para reconocer el rápido ascenso, crecimiento y aceleración del fútbol femenino**.



## Copa del Mundo Femenina FIFA 2023: Mary Earps y Nike

Antes de la Copa del Mundo Femenina 2023, Nike decidió no vender la camiseta de arquera de Inglaterra de Mary Earps, lo que provocó una reacción generalizada de los aficionados. Una petición de Change.org acumuló **150.000+** firmas. Bajo presión, Nike lanzó más tarde un número limitado de camisetas, que se agotaron en minutos demostrando una demanda masiva<sup>4</sup>.

# CONCLUSIÓN: AFICIÓN, CRECIMIENTO FINANCIERO Y EL CAMINO A SEGUIR

# RECORDATORIO: EL PLAN PARA EL CRECIMIENTO

Para liberar plenamente el potencial comercial del rugby femenino, la colaboración es esencial: entre World Rugby, uniones, patrocinadores, transmisoras y jugadoras. Se necesita un enfoque coordinado y a largo plazo, **con todos trabajando hacia el mismo objetivo: generar visibilidad.**

Un estudio reciente de Parity concluyó que casi la mitad de los que miran deportes de la Generación Z y los Millennials tienen más probabilidades de comprar una marca que patrocina a una deportista (46%) o a un equipo (46%). Las marcas que buscan atraer a un público más joven deberían asociarse con mujeres deportistas, invertir para impulsar el crecimiento y poner a estas mujeres en el centro de sus estrategias, campañas y activaciones comerciales<sup>1</sup>.

## PALANCAS CLAVE DE CRECIMIENTO

1

### HACER IMPOSIBLE PERDERSE EL RUGBY FEMENINO

La visibilidad sigue siendo la mayor barrera para la participación de los aficionados, especialmente en el rugby femenino, donde el 32% de los aficionados citan la baja visibilidad como una barrera para interactuar con el rugby femenino (frente al 17% del masculino).

La próxima ola de crecimiento depende de hacer que el deporte sea más fácil de encontrar y seguir, a través de acuerdos de transmisión ampliados, exposición en plataformas digitales y experiencias en vivo cada vez más fáciles de alcanzar.

2

### EMPODERAR A LAS JUGADORAS PARA QUE CUENTEN SUS HISTORIAS

Los aficionados al rugby femenino están más influenciados por la visibilidad de las jugadoras que los hombres (40% frente a 33%).

En los Estados Unidos esta cifra aumenta al 43%, con los aficionados diciendo que una mayor visibilidad de las jugadoras ha aumentado su compromiso con el juego.

Las marcas y plataformas deben centrarse en el contenido dirigido por las jugadoras, ayudando a las deportistas a crear sus propios perfiles para inspirar lealtad entre audiencias más jóvenes, digitales y diversas.

3

### DARLE A LOS AFICIONADOS AÚN MÁS OPORTUNIDADES DE VER A LAS ESTRELLAS DEL JUEGO

Los torneos internacionales actúan como trampolín para el crecimiento nacional.

Proporcionan una plataforma global para mostrar el deporte e impulsar el interés; pero el crecimiento duradero depende de convertir estos picos de interés en un compromiso sostenido durante todo el año.

Para construir conexiones y profundizar las pasiones de los nuevos aficionados, los momentos destacados deben ir seguidos de una narración, visibilidad y una señalización clara en las competiciones nacionales.

4

### CONTINUAR HACIENDO CRECER LOS PROGRAMAS DE JUEGO

Los aficionados al rugby femenino tienen más probabilidades de haber jugado al rugby ellos mismos (31% frente a 25% de los aficionados al rugby masculino), lo que demuestra una conexión más fuerte entre jugar y seguir el deporte.

Esto es particularmente cierto en América del Norte, donde muchos aficionados son jugadores actuales o exjugadores.

Una estructura de competición diversa, desde las escuelas hasta el juego social, hace crecer la base de jugadores y genera pasión desde cero.

5

### APOYARSE EN EL AFICIONADO FLUID – Y COMPRENDER EN QUE SE DIFERENCIA DEL COMPROMISO TRADICIONAL

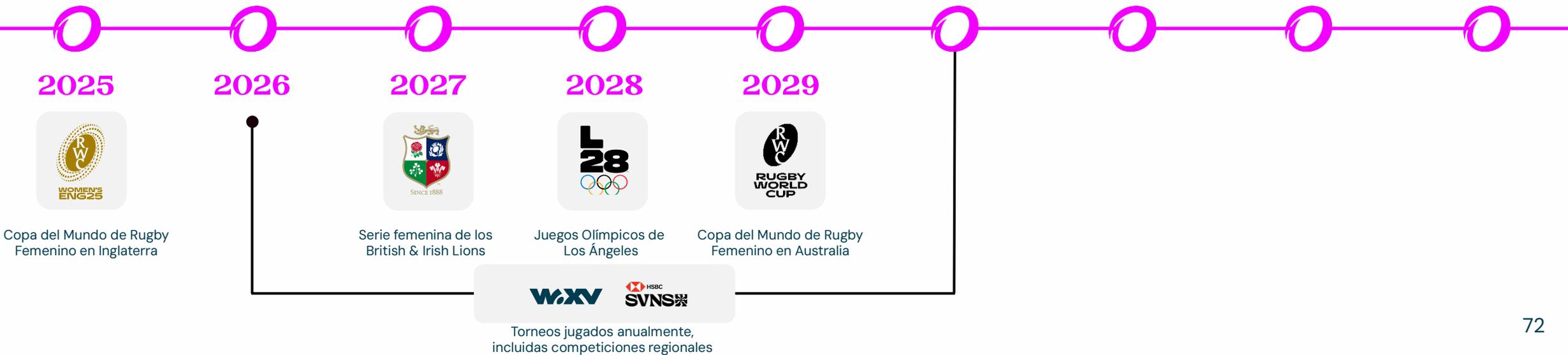
41% de los aficionados del rugby femenino aún no apoyan un club nacional – revelando una base de aficionados abierta y curiosa con espacio para crecer.

Las nuevas competiciones internacionales están mejorando el calendario mundial, mientras que las competiciones nacionales siguen evolucionando. Al cooperar, dar forma y adaptar el producto de rugby a nivel mundial y en los mercados nacionales, los titulares de derechos y las transmisoras pueden ampliar el acceso en todo el mundo. El rugby femenino puede destrabar nuevas audiencias, generar lealtad y preparar su crecimiento para el futuro.

# UN CALENDARIO GLOBAL CLARO IMPULSARÁ EL CRECIMIENTO

A partir de 2026, el rugby femenino tendrá su primer calendario global alineado con una hoja de ruta clara y partidos programados hasta 2029. Se acordarán ventanas de competición globales y regionales. El deporte está alineando su contenido, campañas y competiciones en el camino hacia la Copa del Mundo de Rugby Femenino 2029 y la Copa del Mundo de Rugby Femenino 2033 para el juego de XV y a través del HSBC SVNS y el Circuito Challenger, en el camino hacia los Juegos Olímpicos de Los Ángeles en 2028 y en Brisbane en 2032.

Otras competiciones globales y transfronterizas como la WXV Global Series, la Serie Femenina inaugural de los British and Irish Lions y el Campeonato Guinness Femenino de las Seis Naciones mantienen a los aficionados interesados y crean más contenido doméstico comercialmente valioso. En conjunto, este calendario cada vez más atractivo ofrece a las deportistas talentosas la oportunidad de brillar. Ayudará a los titulares de derechos a empaquetar y vender el rugby femenino a los aficionados, a los medios de comunicación y a los socios comerciales, generando más valor en el camino hacia la sostenibilidad comercial.



# CONCLUSIÓN

El rápido aumento de la afición al rugby femenino no es sólo un cambio cultural—**es una oportunidad comercial que puede definir el futuro del deporte.** Este aumento del interés mundial ha abierto la puerta a un futuro más sostenible e inclusivo para el rugby. La Copa del Mundo de Rugby Femenino England 2025 será un torneo histórico para el deporte, pero aprovechar este potencial requerirá más que impulso: **exige colaboración, inversión y coraje.**

La economía mundial sigue siendo incierta y los deportes enfrentan presiones financieras constantes. Para muchos, la tentación es consolidarse en torno a lo establecido y rentable. Pero la evidencia es clara: el rugby femenino no es un costo — **es una inversión en el crecimiento y la diversidad a largo plazo del juego.** La financiación estratégica y la innovación ya están generando fuertes beneficios en la lealtad de los aficionados y la participación de la comunidad y, con el tiempo, confiamos en que se hará realidad su verdadero valor comercial.

Este informe muestra el valor que se está acumulando en el rugby femenino. Hay más trabajo por hacer, pero si queremos aprovechar nuestra oportunidad, debemos comprometernos con el deporte y los modelos de negocio que traten al rugby femenino como un pilar central, no secundario, del deporte. **El rugby femenino puede convertirse en un buque insignia de la innovación y la sostenibilidad financiera en el deporte global.**



# APÉNDICE

06

## ESTE INFORME INCLUYE PUNTOS DE DATOS DE UNA VARIEDAD DE FUENTES:

### Encuesta mundial de aficionados al rugby 2025

4.000

Se preguntó a los encuestados sobre deporte femenino, rugby femenino y rugby masculino en Japón, Sudáfrica, Australia, Francia, Canadá, EE.UU. y el Reino Unido



574



558



561



560



553



558



562

### Definiciones de audiencia

**Aficionado del rugby:**

Aficionado del Rugby Femenino, el Seven Femenino, el Rugby Femenino en Silla de Ruedas, el Rugby Masculino, el Seven Masculino o el Rugby Masculino en Silla de Ruedas (N=3.515)

**Aficionado del rugby femenino:**

Aficionado del Rugby Femenino, el Seven Femenino o el Rugby Femenino en Silla de Ruedas (N=2,400)

**Aficionado al rugby masculino:**

Aficionado del Rugby Masculino, el Seven Masculino o el Rugby Masculino en silla de ruedas (N=3370)

**Aficionado de los Deportes Femeninos:**

Aficionado de todos los deportes/solo de los deportes femeninos, excluido el rugby (N=411).

### Datos e información sobre World Rugby

#### Análisis de redes sociales (Domo):

Tendencias del tipo de contenido

Análisis de los mejores contenidos de rugby masculino frente a los contenidos de rugby femenino

Comparaciones interanuales

#### Asistencia de público y venta de entradas:

Informes del torneo RWC 2021

Informes de la RWC 2025

Informes del torneo RWC 2023

Informes del torneo WXV

#### Google Analytics:

Análisis web y de aplicaciones de RWC

Análisis editorial de RugbyPass

Análisis de RugbyPassTV

### Datos disponibles públicamente

Revisamos 40 informes globales para identificar los conocimientos y tendencias más relevantes, lo que ayudó a contextualizar el estado actual y la trayectoria de crecimiento del rugby femenino.

Además, analizamos datos de acceso público sobre asistencia, cifras de transmisión y participación de la audiencia para competiciones clave de rugby femenino como el Guinness Women's Six Nations y el Premiership Women's Rugby.

Por último, examinamos los seguidores en las redes sociales de cuentas oficiales y jugadoras para comprender mejor la huella digital y el interés de los aficionados en torno al juego.

# GUÍA DE FUENTES

## Ecosistema de World Rugby

(1) Datos de World Rugby, Informe SROI de World Rugby (2023)

## Un momento generacional en ciernes

- (1) Datos propios de World Rugby, informe posterior al torneo RWC2021 (23 de abril)
- (2) RWC, Datos de venta de entradas de la RWC25, link [aquí](#) (25 de mayo)
- (3) RWC, entradas récord vendidas para la RWC25, link [aquí](#) (24 de diciembre)
- (4) Encuesta GWI x World Rugby, ¿Cómo cree que la Copa del Mundo de Rugby 2025 (Inglaterra) afectará su interés y compromiso con el rugby después del torneo? (25 de abril)

## Nueva era: Rwc21

(1) Datos propios de World Rugby, informe posterior al torneo RWC2021 (datos de los aficionados de abril de 2023)

## Una celebración mundial del Seven de Rugby 7

(1) Datos propios de World Rugby, resumen de la temporada de SVNS (24 de julio)

## Aumentar la competitividad, el alcance y el impacto del Rugby Femenino: WXV

- (1) Datos propios de World Rugby, aspectos destacados de la audiencia del WXV: informe de socios de 2024 (24 de octubre)
- (2) Datos propios de World Rugby, World Rugby WXV Performance Insights

## Aumentar el alcance, el compromiso y el potencial de ingresos: Seis Naciones Femenino

(1) Six Nations, Revealed: Calendario del Torneo Seis Naciones Femenino Guinness 2025, link [aquí](#) (24 de septiembre)

## Atrayendo una nueva ola de aficionados jóvenes mediante el aumento de la visibilidad: PWR

- (1) LinkedIn, Premiership Women's Rugby - LinkedIn, link [aquí](#) (25 de marzo)
- (2) LinkedIn, Paul Morgan - LinkedIn, link [aquí](#) (25 de marzo)
- (3) Rugby femenino de la YGS Premiership, actualización de enero de la ola de rugby femenino de la YGS Premiership del 1 de enero (24 de enero)

## La asistencia mundial ha seguido batiendo récords

(1) Datos propios de World Rugby, RWC25 (julio-05)

## El panorama de la competición en todo el mundo también está creciendo

- (1) Encuesta GWI x World Rugby, ¿De cuál de las siguientes competiciones de rugby femenino ha oído hablar? (25 de abril)
- (2) Encuesta GWI x World Rugby, ¿Cuál de las siguientes competiciones le interesa? (25 de abril)
- (3) Celtic Challenge, Jugadoras del Celtic Challenge convocadas a los equipos femeninos del Seis Naciones, link [aquí](#) (25 de marzo)

## El aficionado del Rugby Femenino está creciendo rápidamente

(1) Encuesta GWI x World Rugby: ¿Cómo diría que ha cambiado su compromiso con el rugby en los últimos cuatro años? Algunos ejemplos de participación incluyen mirar, seguir o asistir al rugby femenino. (25 de abril)

## Casi la mitad de los aficionados se convirtieron en aficionados en los últimos 1 o 2 años

(1) Encuesta GWI x World Rugby, ¿Cuánto tiempo lleva siendo aficionado del rugby masculino/femenino? (25 de abril)

## Entendiendo a los Aficionados al Rugby Femenino: ¿Quiénes son?

- (1) Encuesta GWI x World Rugby, ¿Cuál de las siguientes describe mejor su género? (25 de abril)
- (2) Encuesta GWI x World Rugby, ¿Cuántos años tiene? (25 de abril)
- (3) Encuesta GWI x World Rugby: ¿Es usted padre o tutor de algún niño menor de 18 años? (25 de abril)
- (4) Datos propios de World Rugby, Informe de experiencia de los aficionados de la RWC21 (22 de diciembre)

## Las aficionadas al rugby femenino reflejan las tendencias de audiencia del deporte femenino

- (1) IMG, IMG - Endeavor Analytics - Revisión de deportes femeninos, link [aquí](#) (24 de marzo)
- (2) Wasserman, Wasserman - La nueva economía del deporte, link [aquí](#) (23 de agosto)
- (3) UEFA, Campeonato Europeo Femenino de la UEFA 2022, link [aquí](#) (23 de julio)
- (4) Women's Sport Trust y las deportistas del equipo británico dominan las redes sociales en París, ya que los Juegos se denominan los primeros 'Juegos Olímpicos de Tik Tok', link [aquí](#) (24 de octubre)

## Casi la mitad de los aficionados del Rugby Femenino comenzaron su experiencia como aficionados del Rugby Masculino

(1) Encuesta GWI x World Rugby: ¿Fue aficionado de ambos el rugby masculino y el femenino desde el principio? (25 de abril)

## Los eventos importantes son un punto de entrada crucial para los nuevos aficionados

- (1) Encuesta GWI x World Rugby, ¿Qué lo motiva a seguir el rugby femenino? (25 de abril)
- (2) Datos propios de World Rugby, informe posterior al torneo RWC2021 (datos de los aficionados de abril de 2023) (23 de abril)
- (3) UEFA, Campeonato Europeo Femenino de la UEFA 2022, link [aquí](#) (23 de julio)
- (4) ECB, más de 16 millones de personas sintonizan The Hundred mientras la competición da la bienvenida a nuevos aficionados al cricket, link [aquí](#) (21 de agosto)
- (5) The Ticketing Business, The Hundred atrae a más familias, mujeres y niños en 2022, link [aquí](#) (22 de septiembre)
- (6) Facebook, Facebook - Redes sociales de Matilda, link [aquí](#) (24 de diciembre)

## Una gran experiencia de día del partido, no el precio, es un motivo clave para los aficionados

(1) Encuesta GWI x World Rugby, ¿Cuáles son las principales razones por las que asiste a los partidos de rugby? (25 de abril)

# GUÍA DE FUENTES

## Cuando el rugby femenino es fácil de encontrar, es fácil de amar

- (1) Encuesta GWI x World Rugby, Pensando en su primera experiencia con el rugby, ¿en qué canal fue esa primera experiencia? (25 de abril)
- (2) Encuesta GWI x World Rugby, ¿Cuál fue la razón principal por la que se convirtió en aficionado del rugby femenino/masculino? (25 de abril)

## La accesibilidad es el mayor impulsor del compromiso de los aficionados al Rugby Femenino

- (1) Encuesta GWI x World Rugby: ¿Cuáles son las principales razones por las que su participación en el rugby femenino/masculino ha aumentado con el tiempo? (25 de abril)

## Los aficionados de los deportes femeninos se preocupan por algo más que el juego en el campo

- (1) Encuesta GWI x World Rugby, ¿Qué lo motiva a seguir el rugby femenino? Seleccione todas las opciones que correspondan (25 de abril)
- (2) Rugby femenino de la YGS Premiership, actualización de enero de la ola de rugby femenino de la YGS Premiership del 1 de enero (24 de enero)

## La oportunidad: Adquirir nuevos aficionados más allá de los que practican el rugby

- (1) Encuesta GWI x World Rugby: ¿Usted juega al rugby? (25 de abril)

## Los aficionados creen que su interés crecerá – pero necesitan la oportunidad

- (1) Encuesta GWI x World Rugby: ¿Considera que su interés por el rugby crecerá en el futuro? (25 de abril)
- (2) Encuesta GWI x World Rugby: Si su compromiso e interés en el rugby femenino crecieran, ¿cómo cree que crecerían? (25 de abril)

## Los aficionados al Rugby Femenino dicen que la cultura es la principal razón por la que lo prefieren

- (1) Encuesta GWI x World Rugby, ¿Por qué prefiere el rugby femenino al rugby masculino? (25 de abril)
- (2) Encuesta GWI x World Rugby: ¿Por qué prefiere el rugby masculino al rugby femenino? (25 de abril)
- (3) Encuesta GWI x World Rugby: ¿Por qué prefieres el seven de rugby femenino al seven de rugby masculino? (25 de abril)
- (4) Encuesta GWI x World Rugby: ¿Por qué prefieres el seven de rugby masculino al seven de rugby femenino? (25 de abril)

## Las aficionadas al rugby femenino están redefiniendo la lealtad tradicional de los clubes

- (1) SportsLab, El aficionado fluido está aquí (20 de febrero), link
- (2) Encuesta GWI x World Rugby: ¿Apoya usted un club nacional de rugby femenino? (25 de abril)
- (3) Encuesta GWI x World Rugby: ¿Apoya usted un club nacional de rugby masculino? (25 de abril)

## El rugby femenino prospera gracias a la narración social

- (1) Domo, las 50 publicaciones principales por participación en: RWC 21 (1 de octubre de 2022 – 19 de noviembre de 2022), RWC 23 (1 de septiembre de 2023 – 4 de noviembre de 2023), WXV (6 de octubre de 2023 – 18 de enero de 2025), PNC (27 de febrero de 2024 – 12 de noviembre de 2024). Las 200 publicaciones principales por participación analizadas en total, link [aquí](#) (25 de enero)
- (2) Encuesta GWI x World Rugby, ¿Qué contenido de rugby le gusta y/o quiere mirar más? Seleccione todas las opciones que correspondan (25 de abril)

## Wallaroos: Construyendo audiencias y perfiles

- (1) Fuentes de datos de Rugby Australia – a mayo de 2025

## Los aficionados del rugby femenino participan con menos frecuencia que los aficionados masculinos

- (1) Encuesta GWI x World Rugby, ¿Con qué frecuencia interactúa con lo siguiente? Rugby femenino/rugby masculino (25 de abril)

## La oportunidad de atracción de las transmisiones

- (1) Encuesta GWI x World Rugby, ¿Cómo interactúa con el rugby? (25 de abril)

## La visibilidad es la puerta de entrada al crecimiento

- (1) Encuesta de GWI x World Rugby: ¿Cuáles son, si las hay, las barreras que le impiden participar en el rugby femenino/masculino? (25 de abril)

## Las deportistas están impulsando el crecimiento del deporte femenino

- (1) Parity x Survey Monkey, Parity x SurveyMonkey – Encuesta de aficionados de 2024, link [aquí](#) (24 de mayo)

## Superestrellas generacionales impulsando el crecimiento de los deportes individuales

- (1) WNBA, WNBA produce un récord en la temporada 2024, link [aquí](#) (24 de septiembre)
- (2) ESPN, el debut de Caitlin Clark en las Fever, el partido más visto de la WNBA desde 2001, link [aquí](#) (24 de mayo)
- (3) The Score, las ventas de camisetas de las Fever aumentaron un 1.193%, la asistencia aumentó un 265% desde que se seleccionó a Clark, link [aquí](#) (24 de julio)
- (4) Sportico, 'Caitlin Clark Effect' sacude el resultado final en Indiana Fever Finance Report, link [aquí](#) (24 de agosto)
- (5) Relo Metrics y los equipos de la WNBA generaron un valor récord de 136 millones de dólares en medios de patrocinio para las marcas a medida que aumenta la participación en las redes sociales, según un nuevo informe de Relo Metrics, link [aquí](#) (24 de octubre)

# GUÍA DE FUENTES

## La presencia de estas deportistas superestrellas en las redes sociales está creciendo

- (1) Sponsor United x Women in Sport, Women in Sports Marketing Partnerships Across North America 2024–25, Informe WIS de SponsorUnited 2024–25 (25 de febrero)
- (2) Women's Sport Trust, Informe de visibilidad de Women's Sport Trust – 2024 en revisión (25 de febrero)
- (3) Women's Sport Trust, Visibilidad descubierta Actualización de octubre de 2024 – El verano del deporte: vistas totales de video entre el 19 de julio y el 18 de agosto, enlace [aquí](#) (24 de octubre)

## La superestrella del rugby – Ilona Maher

- (1) Sky Sports, Ilona Maher: El rugby femenino está cambiando. Sigán saliendo y apoyando a la Premiership Women's Rugby, link [aquí](#) (25 de marzo)
- (2) RugbyPass, Beast Beauty Brains Bear: El efecto Ilona Maher en acción en Bristol, link [aquí](#) (24 de diciembre)
- (3) Forbes, la fama de Ilona Maher después de los Juegos Olímpicos—Modelo de traje de baño de Sports Illustrated y estrellato en las redes sociales—Explicado, link [aquí](#) (24 de agosto)

## El efecto de las Bristol Bears y de Ilona Maher

- (1) Bristol Bears,
- (2) Análisis de World Rugby, análisis de seguidores sociales de World Rugby (25 de marzo)

## Y en el juego, las jugadoras continúan creando audiencias

- (1) Análisis de World Rugby, seguidores en redes sociales en Instagram y TikTok (25 de mayo)
- (2) Encuesta GWI x World Rugby: ¿Cuáles son las principales razones por las que su participación en el rugby femenino/masculino ha aumentado con el tiempo? (25 de abril)

## Penina Pasifika – Una narración poderosa impulsa el crecimiento de la audiencia

- (1) Análisis de World Rugby, World Rugby y Penina Pasifika: Análisis del desempeño de Penina Pasifika en las redes sociales (25 de marzo)

## El rápido y creciente valor del deporte femenino

- (1) Informe de ingresos por Deportes Femeninos de Deloitte (25 de marzo), link [aquí](#)
- (2) Sportcal (22 de agosto), link [aquí](#)
- (3) UEFA (24 de diciembre), link [aquí](#)
- (4) SportsPro (23 de agosto), link [aquí](#)
- (5) ESPN (25 de mayo), link [aquí](#)
- (6) BBC (23 de enero), link [aquí](#)
- (7) ESPN (25 de mayo), link [aquí](#)

## América del Norte: El mercado líder del deporte femenino

- (1) Angel City (24 de julio), link [aquí](#)
- (2) Forbes (25 de junio), link [aquí](#)
- (3) SportsPro, (25 de junio), link [aquí](#)
- (4) Zoomph, link [aquí](#)
- (5) Sports Business Journal (25 de junio), link [aquí](#)
- (6) PWHL (24 de abril), link [aquí](#)
- (7) PWHL (25 de junio), link [aquí](#)
- (8) HS&E, link [aquí](#)

## La oportunidad para las marcas en el Rugby Femenino

- (1) Encuesta deportiva de GWI: Si una marca o producto patrocina su liga o equipo deportivo favorito, ¿cuál de estos es probable que haga? (25 de marzo)
- (2) Encuesta GWI x World Rugby, en una escala del 1 al 5, donde '1' significa 'Totalmente en desacuerdo' y '5' significa 'Totalmente de acuerdo', ¿en qué medida está de acuerdo con las siguientes afirmaciones sobre el rugby femenino? Las marcas tienen un papel auténtico en... (25 de abril)
- (3) IMG, IMG – Endeavor Analytics – Revisión de deportes femeninos, link [aquí](#) (24 de marzo)

## Los aficionados del Rugby Femenino se alinean con percepciones más amplias

- (1) IMG, IMG – Endeavor Analytics – Revisión de deportes femeninos, link [aquí](#) (24 de marzo)
- (2) Wasserman, su amor por el juego. Informe sobre la visión global de las mujeres aficionadas a los deportes – Octubre de 2024, link [aquí](#)
- (3) Parity x Survey Monkey, From Moment to Mainstream Report (24 de mayo)

## El deporte femenino está demostrando ser un modelo de negocio para la inversión en productos

- (1) Klarna x Rep Her, Klarna anuncia la iniciativa Rep Her que aborda las disparidades de género en la accesibilidad de los productos deportivos femeninos, link [aquí](#) (24 de junio)

## Los aficionados al Rugby Femenino gastan más en productos

- (1) Encuesta GWI x World Rugby, ¿Cómo interactúa con el rugby? (25 de abril)
- (2) Encuesta GWI x World Rugby: ¿Cuánto gasta normalmente al año en productos de rugby? (25 de abril)
- (3) Encuesta GWI x World Rugby: ¿Qué le animaría a gastar más en productos de rugby? (25 de abril)

## Cómo el deporte femenino está cerrando la brecha de la mercancía

- (1) Sportico, 'Todo el mundo ve deportes femeninos' La ropa alcanza los 6 millones de dólares en ingresos, link [aquí](#) (25 de febrero)
- (2) WNBA, WNBA ofrece una temporada récord en 2024 (24 de septiembre)
- (3) Nike, Nike Football's new Third Club Kits celebrate the ascendancy of women's sport, link [aquí](#) (24 de agosto)
- (4) BBC Sport, Mary Earps: Nike venderá 'cantidades limitadas' de camisetas de la arquera de la Copa del Mundo de Inglaterra, link [aquí](#) (24 de agosto)