

WOMEN'S
RUGBY | WORLD
RUGBY

UN PLAN PARA EL CRECIMIENTO

AFICIONADOS, DATOS E INFORMACIÓN
COMERCIAL DEL RUGBY FEMENINO



CONTENIDO

01	Resumen ejecutivo	4
02	Competiciones mundiales	11
03	Afición al rugby femenino	
	El Aumento de Aficionados	26
	La demografía de los aficionados	30
	Exploración de la generación de los aficionados	36
	Qué quieren los aficionados y cómo expresan su afición	44
	Las deportistas: influencia, crecimiento y conexión directa con los aficionados	52
04	La oportunidad comercial del deporte femenino	66
05	Conclusión	78
06	Apéndice	82

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:

Análisis de Datos:	% de aumento o disminución: La diferencia absoluta entre dos porcentajes: por ejemplo, pasar del 10% al 12% es un aumento del 2%, pasar del 25% al 15% es una disminución del 10%.	Transmisión:	Horas miradas: El número total de horas que el contenido fue mirado por los espectadores. Se calcula multiplicando el número de espectadores por el tiempo mirado.
Redes sociales:	Alcance: Número total de usuarios únicos que vieron un contenido en las redes sociales.		Audiencia de transmisión: Número de personas que miraron un evento deportivo televisado o transmitido en streaming.
	Impresiones: El número de veces que un contenido se muestra en una pantalla, independientemente de si se ha hecho click o no.		Audiencia de Transmisión Acumulada: Acumulación de audiencias medias de varias transmisiones o partidos.
	Interacciones: El total de interacciones (me gusta, comentarios, compartir, etc.) que la gente tiene con un contenido en las redes sociales o plataformas digitales.		Audiencia mirando transmisiones en directo: Número de personas que miraron el evento en tiempo real mientras se transmitía, en lugar de a través de una repetición u on-demand.
	Vistas: El número de veces que el contenido de video se reproduce o visualiza online.		Audiencia media de Transmisión: 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.
	Seguidores: El número de usuarios que se han suscripto a una cuenta o canal en las redes sociales para recibir actualizaciones y contenidos.		Valor de la Transmisión: El valor comercial estimado de la exposición generada a través de la transmisión.
Medios Ganados:	Menciones online: 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.	Experiencia el Día del Partido:	Compradores de entradas para la RWC 2025: Personas que compraron entradas para partidos de la Copa del Mundo de Rugby Femenino 2025 y respondieron a la encuesta posterior al evento. Esto se refiere únicamente al comprador principal de la entrada y no incluye a los acompañantes incluidos en la misma reserva.
Digital, Web y Aplicaciones:	Usuarios: El número de personas únicas que han visitado una plataforma digital (sitio web o aplicación) durante un periodo de tiempo determinado.		Puntuación media de la experiencia en el recinto: Una métrica basada en encuestas a los aficionados que recoge cómo valoraron los asistentes su experiencia general el día del partido en directo, incluyendo el ambiente, las instalaciones, el entretenimiento, la relación calidad-precio y la facilidad de acceso. Suele calificarse sobre 10.
	Sesiones: El número total de visitas a un sitio web o una aplicación, incluidas las visitas repetidas del mismo usuario. Refleja la frecuencia de participación.		Índice de recomendación: Un indicador de fidelidad de los clientes que mide la probabilidad de que las personas recomienden su experiencia a otras personas. Suele calificarse sobre 100.
Afición:	Aficionados del Rugby Masculino: Se refiere a los aficionados del rugby masculino y no a los aficionados masculinos del rugby. Aficionados del Rugby Femenino: Se refiere a los aficionados del rugby femenino y no a las aficionadas del rugby. Adquisición: El proceso de atraer y comprometer individuos que son nuevos en un deporte, convirtiéndolos en aficionados por primera vez	Encuesta a los aficionados:	Encuesta 2025 a los aficionados de World Rugby: 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.

RESUMEN EJECUTIVO

01

INTRODUCCIÓN

Cuando publicamos el Plan para el Crecimiento en agosto de 2025, basado en datos, opiniones de los aficionados y análisis comerciales, el informe original puso el foco en cómo desarrollar una estrategia a largo plazo para aprovechar el rápido crecimiento de este deporte. **Las conclusiones presentaban un argumento convincente** : el rugby femenino tenía un potencial global sin explotar y las bases para un crecimiento sostenido estaban firmemente establecidas.

Desde entonces, el deporte ha dado un paso decisivo hacia adelante. **La Copa del Mundo de Rugby Femenino 2025 resultó ser un momento que definió una era para el deporte.** Batiendo récords de asistencia, transmisiones y comercialización. Un público más joven y diverso está transformando el deporte. Estos aficionados no solo miran }, sino que están profundamente comprometidos y son influyentes.

Junto con esta segunda edición del Plan para el Crecimiento, World Rugby también ha publicado el Informe de Impacto de la Copa del Mundo de Rugby Femenino 2025 y el Informe de Impacto Global Impact Beyond 2025, que destacan el significativo impacto positivo económico, social y deportivo del torneo. **En conjunto, estos informes reflejan un sector en plena expansión, impulsado por los datos y los conocimientos, reforzado por la inversión y dinamizado por una comunidad global cada vez mayor de aficionados, jugadoras y socios.**

Con los próximos Juegos Olímpicos Los Ángeles 2028 y las Copas del Mundo de Rugby Femenino 2029 (en Australia) y 2033 (en EE. UU.), **el rugby femenino representa una de las oportunidades más dinámicas del deporte mundial.** De cara al futuro, para liberar todo el potencial del rugby femenino se necesitará un enfoque estratégico continuo, una inversión sostenida y un compromiso colectivo.



Sally Horrox

Directora de Rugby
Femenino
World Rugby

EL IMPULSO IMPARABLE DEL RUGBY FEMENINO

ATRACCIÓN

1.100 millones de impresiones en redes sociales: la segunda Copa del Mundo de Rugby con mayor interacción de la historia (tanto masculina como femenina)

7,5 millones Sesiones en la web y en la aplicación: la mayor audiencia online de la historia de una Copa del Mundo Femenina de Rugby

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

Ilona Maher, jugadora de USA Rugby, Atleta Olímpica y ganadora del premio ESPY

MIRAR

147 millones de horas de visión a nivel mundial para la Copa del Mundo de Rugby Femenino 2025: un aumento del **336 %** con respecto a la Copa del Mundo de Rugby Femenino 2021 (disputada en 2022)

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



IR

444.465 total de entradas vendidas para la Copa del Mundo de Rugby Femenino 2025 (Inglaterra)

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



EL RUGBY FEMENINO ESTÁ RECIBIENDO UNA NUEVA OLA DE AFICIONADOS

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 mirar y asistir es clave para la viabilidad comercial a largo plazo.

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

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)

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 el 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

31%

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

44%

de los asistentes a la Copa del Mundo de Rugby Femenino 2025 asistían a un partido de rugby femenino por primera vez

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 comerciales, 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 comerciales¹.

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 ola 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 el masculino (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 LOS PROGRAMAS 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 jugadores o exjugadores.

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

5

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

El 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 Femenino 2025 (Inglaterra) fue el mayor torneo de la historia de este deporte femenino, batiendo todos los récords anteriores, incluyendo 444.465 entradas vendidas, 1100 millones de impresiones en redes sociales y más de 147 millones de horas de visión en retransmisiones a nivel mundial
- La RWC 2025 se basa en el éxito de la Copa del Mundo de Rugby Femenino 2021 (jugada en 2022) que batió récords anteriores, con la asistencia de 150.000 aficionados, atrayendo a más de 9 millones de espectadores en todo el mundo
- En la temporada 2024/25, el Circuito de Seven HSBC (HSBC SVNS) en 2024 experimentó un crecimiento continuo en cuanto a transmisiones y el alcance de las redes sociales, incluyendo más de 488.000 nuevos seguidores en las redes sociales en los canales de @svnsseries
- 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 antes
- 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 2025 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.

EL ECOSISTEMA DE WORLD RUGBY



6

Asociaciones Regionales



130+

Uniones Miembro



7,3m

Cantidad Total Mundial de Jugadores



38%

Representación femenina en el Consejo de World Rugby



42%

Representación femenina en la Comisión Ejecutiva de World Rugby



39m

Seguidores en las redes sociales en los canales de World Rugby (Feb 2026)



£6.700m

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



£1.200m

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



2016

El Seven incluido en los Juegos Olímpicos de Río 2016. COI: Federación Internacional



25

World Rugby Socios comerciales



LA EVOLUCIÓN DEL RUGBY FEMENINO



1982

Primer partido internacional femenino de XV
Países Bajos vs Francia



1991

Primera Copa del Mundo de Rugby Femenino, Gales



1998

Primera Copa del Mundo de Rugby Femenino, Países Bajos



2006

Copa del Mundo de Rugby Femenino, Canadá

Primera RWC Femenina celebrada fuera de Europa



2009

El Seven de Rugby (masculino y femenino) seleccionado para su inclusión en los Juegos Olímpicos GRío 2016



2010

Copa del Mundo de Rugby Femenino 2010, Inglaterra

Final de la RWC, Twickenham Stoop – 13.253 espectadores



2012

Lanzamiento del Circuito Femenino de Seven



2014

Copa del Mundo de Rugby Femenino 2014, Francia

Final de la RWC, Stade Jean-Bouin – 20.000 espectadores



2016

Australia gana la primera medalla de oro Olímpica de la historia en el seven de rugby



2017

Copa del Mundo de Rugby Femenino 2017, Irlanda

Final de la RWC, Ravenhill – 17.000 espectadores



2022

Copa del Mundo de Rugby Femenino 2021, disputada en 2022, Nueva Zelanda

Final de la RWC, Eden Park – 42.579 espectadores



2024

Juegos Olímpicos de París
260.000 asistentes al seven de rugby femenino durante tres días en el Stade de France



2025

Copa del Mundo de Rugby Femenino 2025, Inglaterra

Final de la RWC, Allianz Stadium – 81.885 espectadores

PRINCIPALES TORNEOS – ANFITRIONES Y GANADORES

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



Juegos Olímpicos – Seven de Rugby Femenino



Ranking Femenino de World Rugby



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



PANORAMA DE LAS COMPETICIONES

Internacionales



Regionales



Nacionales



UN MOMENTO HISTÓRICO

Copa del Mundo de Rugby Femenino 2025

La Copa del Mundo de Rugby Femenino 2025 redefinió las posibilidades del rugby femenino, batiendo nuevos récords en cuanto a asistencia, audiencia, interacción digital e impacto comercial.

Celebrada a una escala sin precedentes, la RWC 2025 fue un hito que marcó una era, acelerando el crecimiento de este deporte y destrabando su potencial comercial sostenible a largo plazo.

Con una asistencia que batió récords...

TOTAL
ENTRADAS VENDIDAS

444k

+196 % respecto de la RWC 2021

TOTAL DE ENTRADAS
STOCK VENDIDO

92%

vs 78 % de la RWC 2021

Con un alcance digital y televisivo a escala mundial...

TOTAL MUNDIAL
HORAS DE VISIÓN

147,8m:

+336% respecto de la RWC 2021

REDES SOCIALES
IMPRESIONES

1100m:

+118% respecto de la RWC 2021

Traducido en valor comercial a lo largo del torneo...

SOCIOS
COMERCIALES

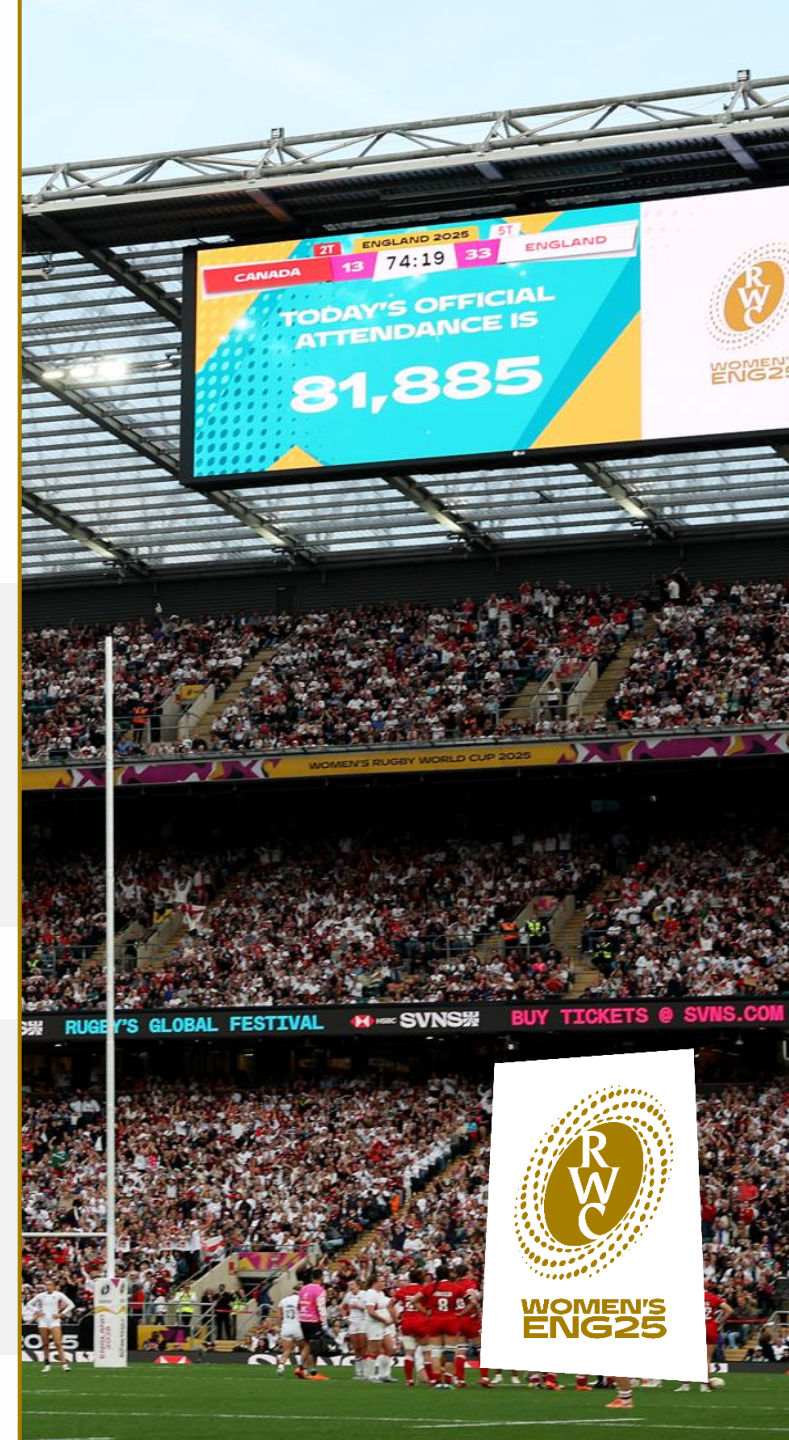
24

el mayor programa comercial de la historia de una Copa del Mundo de Rugby Femenino

IMPACTO ECONÓMICO TOTAL
GENERADO EN LAS CIUDADES
ANFITRIONAS

£294m

a partir de £14m de financiación pública



Y EN LA CANCHA EL JUEGO SUBIÓ UN ESCALÓN



32

PARTIDOS

6

SEMANAS

8

SEDES

388

PARTIDOS INTERNACIONALES
DISPUTADOS POR LOS EQUIPOS
ENTRE 2022 Y 2025 COMO
PREPARACIÓN PARA LA RWC 2025

51

JUGADORES DE LA RWC
2025 QUE TAMBIÉN
COMPITIERON EN LOS
JUEGOS OLÍMPICOS DE
PARÍS 2024

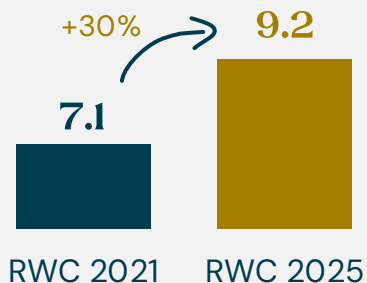
16

EQUIPOS

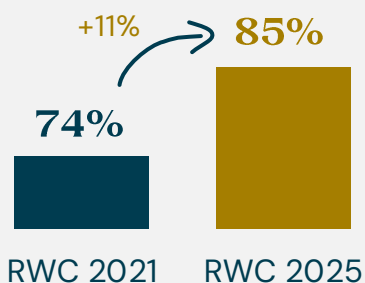
736

JUGADORES Y
CUERPO TÉCNICO

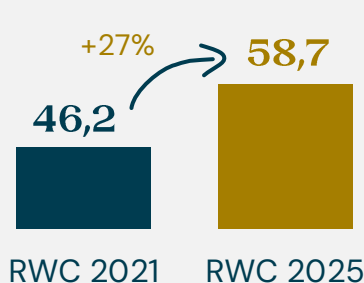
PROMEDIO DE TRIES
POR PARTIDO



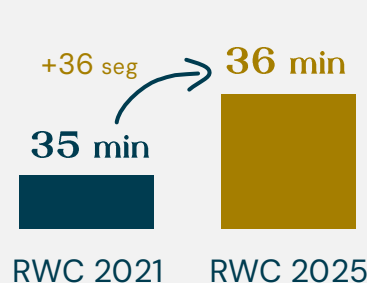
PORCENTAJE DE
PENALES CONVERTIDOS



PUNTOS MARCADOS
POR PARTIDO



TIEMPO PROMEDIO
DE PELOTA EN JUEGO



EL AMANECER DE UNA NUEVA ERA

La Copa del Mundo de Rugby Femenino 2021 jugada en 2022

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 POSTEO 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 Circuito 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 sistema de ascensos y descensos añade un elemento de incertidumbre, lo que aumenta la emoción. 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 2024/25....

HORAS DE TRANSMISIÓN
EN TODO EL MUNDO

35m

vs **22m**
EN 2023/24

JUGADORES EN
CRECIMIENTO EN
2024/25

1,1m

ASISTENCIA TOTAL AL
CIRCUITO

440k

HONG KONG: EL EVENTO CON
MAYOR ASISTENCIA, CON **111k**

REDES SOCIALES
VISUALIZACIONES DE
VIDEOS

1.300m



ÉXITO EN REDES SOCIALES

+488K

CRECIMIENTO DE SEGUIDORES EN
REDES SOCIALES EN 2024/25 EN LOS
CANALES GLOBALES @SVNSSERIES

Además de los contenidos que mostraban la intensidad y la calidad de la competición en el HSBC SVNS, las publicaciones con mayor éxito también se centraron en el lado más divertido y entretenido de los eventos, con gran repercusión entre los aficionados de todo el mundo. Imágenes detrás de las cámaras y experiencias desde un punto de vista único se encontraban entre los temas más atractivos.



3,7m
VISITAS

251k
CONTACTOS



1,6m
VISUALIZACIONES

176k
CONTACTOS

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

WXV  WXV Global Series

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

Como parte de un calendario mundial mejorado para el rugby femenino,, el WXV Global Series comenzará en 2026 como un nuevo circuito internacional a largo plazo. Con más de 100 partidos entre 2026 y 2028, el Circuito crea una vía clara y coherente hacia la Copa del Mundo de Rugby Femenino 2029.

El WXV Global Series presenta un nuevo formato en el que participan las 18 mejores selecciones nacionales del mundo, lo que garantiza la certeza de los partidos, una mayor competitividad y la armonización del calendario, impulsando así el rendimiento a largo plazo y la sostenibilidad comercial del rugby femenino.

La competición también contribuirá a generar nuevas oportunidades narrativas, mejorar las transmisiones y la interacción en las redes sociales, y estrechar los lazos con los aficionados en todos los mercados.



WXV
EN 2024...

IMPRESIONES EN LAS REDES SOCIALES

53m
+310% vs 2023¹

HORAS DE TRANSMISIÓN VISTAS

2,2m
TF1 (FRANCIA) TUVO EL TOTAL MÁS ALTO DE HORAS VISUALIZACIONES CON 795K¹

PARTICIPACIÓN EN LAS REDES SOCIALES

1,8m
+480% vs 2023¹

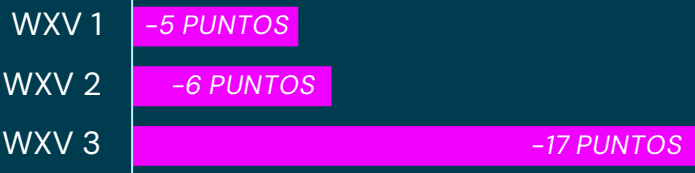
MENCIONES ONLINE

30k
+76% v 2023¹

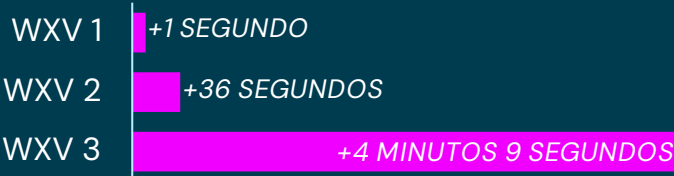
El WXV INFLUYÓ DIRECTAMENTE EN EL PRODUCTO EN EL CAMPO DE JUEGO

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

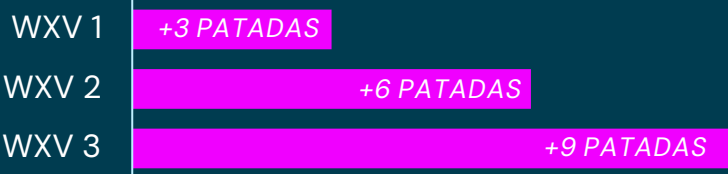
Disminución de los márgenes de victoria
2023 vs 2024 *margen de puntuación media*²



Aumento de pelota en juego
2023 vs 2024 *tiempo medio de pelota en juego*²



Mejora de las destrezas técnicas, por ej.: patadas por partido
2023 vs 2024 *promedio de patadas por partido*²



Fuentes: (1) Datos de World Rugby: WXV Audience Highlights (2) World Rugby Data: World Rugby WXV Performance Insights

AUMENTO DEL ALCANCE, LA PARTICIPACIÓN Y EL POTENCIAL DE INGRESOS

Guinness Women's Six Nations

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 del 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.



Espectadores en 2025



Transmisiones en 2025



Participación digital en 2025



ATRACCIÓN DE 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.



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

Audiencias de los partidos en aumento

+93% **+183%**

AUMENTO DE LA ASISTENCIA MEDIA TRAS 8 JORNADAS DE LA TEMPORADA 2025/26 vs 2024/25

AUMENTO DE LA ASISTENCIA EN LA JORNADA INICIAL DE LA TEMPORADA 2025/26 vs 2024/25

Audiencias de las transmisiones en aumento

337k **+275%**

AUDIENCIA MÁXIMA DEL PARTIDO HARLEQUINS vs BRISTOL EN DIC 2025

AUMENTO DE LA AUDIENCIA MEDIA AUDIENCIA TRAS 8 JORNADAS DE LA TEMPORADA 2025/26 vs 2024/25

Establecimiento de un nuevo récord de audiencia por segunda vez en diciembre

Audiencias digitales en aumento

+265% **+675%**

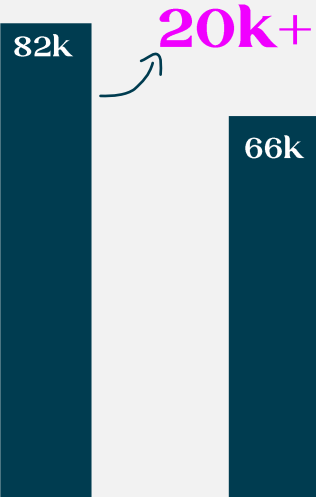
CRECIMIENTO DE SEGUIDORES EN REDES SOCIALES EN 2025

CRECIMIENTO DEL PWR BASE DE DATOS PROPIA EN 2025

LA ASISTENCIA GLOBAL HA SEGUIDO ROMPIENDO RÉCORDS

Desde la RWC 2021

La Copa del Mundo de Rugby de 2025 contó con siete partidos con una asistencia superior a



INGLATERRA vs CANADÁ
SEPTIEMBRE DE 2025

DÍA 1 – JUEGOS OLÍMPICOS
JULIO DE 2024

INGLATERRA vs FRANCIA
ABRIL DE 2024

NUEVA ZELANDA vs INGLATERRA
NOVIEMBRE DE 2022

FRANCIA vs INGLATERRA
ABRIL DE 2024

MADAGASCAR vs CAMERÚN
MAYO DE 2023

EE.UU. vs FIJI
JULIO DE 2025

AUSTRALIA vs NUEVA ZELANDA
JUNIO 2023

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.

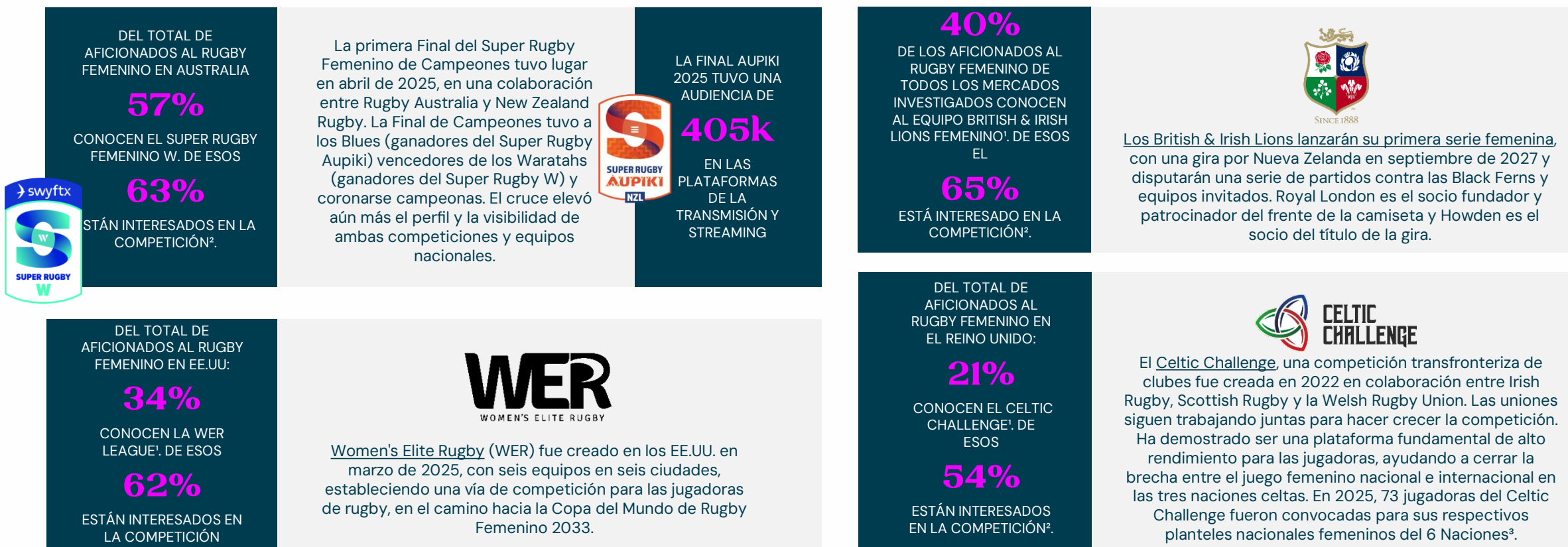
La final de la Copa del Mundo de Rugby Femenino 2025, disputada entre Inglaterra y Canadá, batió un nuevo récord mundial de asistencia a un evento de rugby femenino.

Superó a los torneos anteriores, basándose en momentos que habían batido récords, incluyendo el día uno de los Juegos Olímpicos de París 2024 del seven de rugby



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.



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.
- Al mismo tiempo, la Copa del Mundo de Rugby Femenino de 2025 atrajo también a un público fiel y consolidado del rugby, ya que el **72%** de los asistentes eran aficionados desde hacía más de tres años, lo que demuestra la capacidad del torneo para fidelizar a una base de aficionados consolidada y, al mismo tiempo, atraer a nuevos espectadores
- 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 ofrece una oportunidad significativa para atraer y fidelizar a nuevos aficionados: especialmente entre los sectores demográficos más jóvenes y activos en el ámbito digital, al celebrar la diversidad, el propósito y fomentar conexiones auténticas entre jugadoras y aficionados.



LA AFICIÓN AL RUGBY FEMENINO CRECE RÁPIDAMENTE

El impulso del rugby femenino es innegable. 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 ha aumentado su compromiso con el rugby femenino en los últimos 4 años
(vs 48% del rugby masculino)

Quando 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



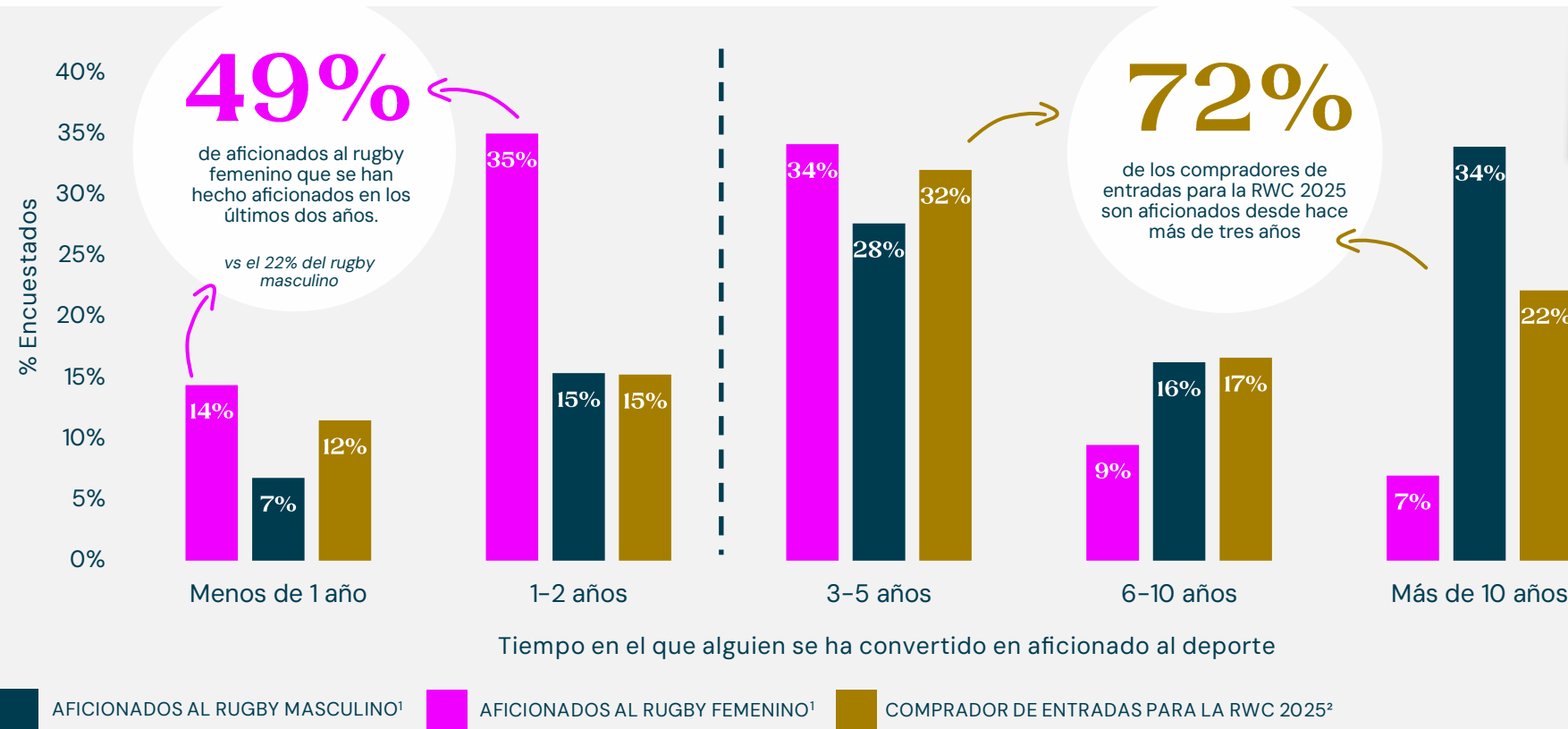
69%

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

Casi la mitad de los aficionados al rugby femenino se han hecho seguidores en los últimos dos años, el doble del monto de los aficionados al rugby masculino, lo que pone de manifiesto lo rápido que ha crecido la audiencia, siendo Japón y Sudáfrica los países con mayor crecimiento en el número de aficionados. Sin embargo, los datos de compradores de entradas de la Copa del Mundo de Rugby Femenino 2025 indican que la asistencia se debió principalmente a una base de aficionados ya consolidada, respaldada por un mercado maduro del rugby femenino y de los grandes eventos, con un alto grado de conocimiento del rugby femenino.



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%

Fuente: Encuesta GWI 2025 de aficionados al rugby femenino. P: ¿Desde cuándo es aficionado al rugby masculino/femenino? (2) Encuesta sobre la experiencia el día del partido de la RWC 2025; P: ¿Desde cuándo es aficionado al rugby femenino?

AFICIÓN AL RUGBY FEMENINO: PERFIL DEMOGRÁFICO DEL AFICIONADO

PUNTOS DESTACADOS DE LA SECCIÓN

El rugby femenino está redefiniendo la experiencia del día del partido y atrayendo a una nueva generación de aficionados. Con un ambiente familiar y valores inclusivos, 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.

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
- En la RWC 2025, el 15% de los asistentes acudía a un partido de rugby por primera vez en su vida, mientras que el 44% asistía a un partido de rugby femenino por primera vez. Esto indica que el 29% de los asistentes solo había asistido anteriormente a partidos de rugby masculino, lo que pone de relieve la eficacia del torneo a la hora de convertir al público habitual del rugby en aficionado al rugby femenino.

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



ENTENDIENDO A LOS AFICIONADOS DEL RUGBY FEMENINO:

¿QUIÉNES SON?

El rugby femenino está ampliando su alcance a públicos diversos, atrayendo in atrayendo a un público aún más joven y femenino. A través de un producto apto para toda la familia, el rugby femenino se está volviendo más relevante para el público moderno. Esto se refleja en grandes eventos como la Copa del Mundo de Rugby Femenino 2025, donde más de la mitad de los compradores de entradas eran mujeres. 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.



Más joven

29%

de los aficionados al rugby femenino tienen menos de 35 años
(vs 25% de los aficionados al rugby masculino)¹
(vs 17% de los compradores de entradas para la RWC 2025)²



Equilibrio de género

43%

de los aficionados al rugby femenino son mujeres
(vs 39% de los aficionados al rugby masculino)¹
(vs 53% de los compradores de entradas para la RWC 2025)²



Familiar

50%

de los aficionados al rugby femenino encuestados tienen hijos
(vs 46% de los aficionados al rugby masculino)¹
(vs 36% de los compradores de entradas para la RWC 2025)²



NOTA

El término "aficionado del rugby femenino" hace referencia a un público amplio y diversificado, mientras que los datos sobre los compradores de entradas se refieren específicamente a los compradores de entradas para la Copa del Mundo de Rugby Femenino de 2025. Ambos conceptos deben considerarse complementarios, no directamente comparables.

ENTENDIENDO A LOS AFICIONADOS DEL RUGBY FEMENINO:

Asistentes a la Copa del Mundo de Rugby Femenino 2025

La Copa del Mundo de Rugby Femenino 2025 atrajo tanto a una nueva generación de aficionados como al público habitual del rugby. Es fundamental destacar que casi la mitad de los asistentes vivieron el rugby femenino por primera vez, y que el 15% asistió a un evento de rugby por primera vez en general, lo que demuestra el poder de los grandes eventos para llegar a nuevas audiencias y ganarlas para este deporte. Además, el 20% de los asistentes acudió con niños, lo que demuestra que, mientras el público se está ampliando, sigue existiendo una sólida base de espectadores que acuden en familia.

RWC 2025 – atraer a nuevos aficionados al deporte

44 % 15 %

ASISTIERON A UN PARTIDO DE RUGBY FEMENINO POR PRIMERA VEZ

ASISTIERON A UN PARTIDO DE RUGBY POR PRIMERA VEZ



9,5

PROBABILIDAD DE VOLVER AL RUGBY FEMENINO (9,5 DE CADA 10 AFICIONADOS)

¿Con quién asistieron los compradores de entradas?

Familia

51%

Pareja

49%

Amigos

26%

20%

de los asistentes a la RWC 2025 encuestados acudieron con niños menores de 18 años



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 masculino¹



Equilibrio de género

43%

de los aficionados a los deportes femeninos son mujeres (vs el 43% de los aficionados al rugby femenino) lo que supone un grupo demográfico mucho más equilibrado en comparación con los deportes masculinos²

44%

de los aficionados a la WNBA (básquetbol, EE.UU.) son mujeres (vs 40 % de los aficionados a la NBA)³



Familiar

41%

de las entradas compradas para The Hundred (cricket, Reino Unido) en 2025 fueron familias⁴



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

El rugby masculino está estrechamente ligado al aumento de la afición por el rugby femenino

48%

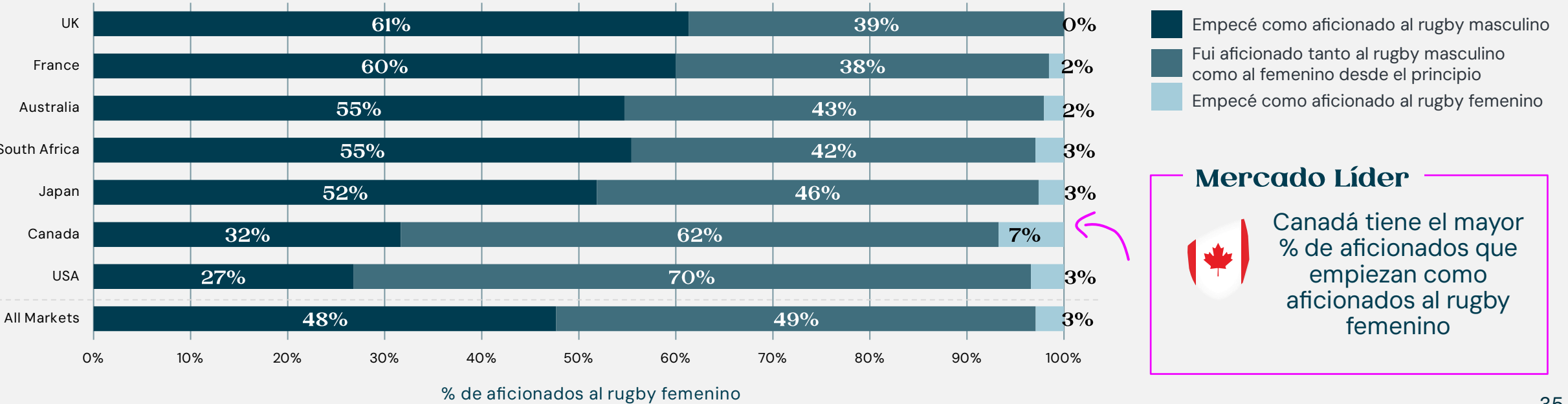
de los aficionados al rugby femenino comenzaron su afición como seguidores del masculino, siendo esta tendencia especialmente fuerte en los mercados tradicionales de rugby como el Reino Unido y Francia.

Pero en los mercados emergentes más amplios, los aficionados se están aficionando al rugby independientemente del 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 rugby 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 se está convirtiendo en un importante punto de entrada por derecho propio.



Fuente: Encuesta a los aficionados al rugby femenino GWI 2025. P: ¿Fue usted aficionado al rugby masculino y femenino desde el principio?

AFICIÓN AL RUGBY FEMENINO: EXPLORACIÓN DEL ORIGEN DEL AFICIONADO

PUNTOS DESTACADOS DE LA SECCIÓN

El rugby femenino está ganando nuevos aficionados a través de los más 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
- 44% de los espectadores de la RWC 2025 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. Esto se refleja en la elevada intención de volver: en la RWC 2025, los aficionados valoraron su experiencia con una nota media de 8,9 sobre 10, y el 88% tiene previsto volver a asistir a partidos de rugby femenino en el futuro
- 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 la participación de base en un apoyo de por vida

Por qué esto es importante

- La afición al rugby femenino no solo está surgiendo, sino que está motivada por un propósito y conlleva 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 sistemático, 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 repercusión¹

Principales mercados motivados por grandes eventos¹

40%



FRANCIA

36%



REINO UNIDO

33%



EE.UU.

Fuentes: (1) Encuesta GWI 2025 a los aficionados al rugby femenino. P: ¿Qué lo motiva a seguir el rugby femenino? (2) Encuesta sobre la experiencia en los partidos de la RWC 2025 P: ¿Había asistido a algún partido de rugby femenino antes de la RWC 2025? P: ¿Cómo piensa seguir el rugby en el futuro? (asistiendo a partidos) (3) Campeonato de Europa Femenino de la UEFA 2022 (4) ECB (5) Informe de impacto de la RWC 2025

*Net Promoter Score (NPS) es un indicador de fidelidad de los clientes que mide la probabilidad de que las personas recomienden una marca, producto o servicio a otras personas

GRANDES EVENTOS DEPORTIVOS FEMENINOS

Las grandes experiencias fomentan la fidelidad de los aficionados, especialmente entre los nuevos aficionados:



44%

de los espectadores de la Copa del Mundo de Rugby Femenino 2025 nunca habían asistido a un partido de rugby femenino²



40%

de los espectadores presenciaron su primer partido de fútbol femenino en directo, con el 29% experimentando su primer partido internacional¹ en la EURO Femenina 2022³

THE HUNDRED

57%

de los espectadores de The Hundred no habían visto ningún otro partido de críquet del ECB en directo en 2021⁴

Grandes experiencias impulsan la retención:

8/10

Puntuación media de satisfacción otorgada por los asistentes a la RWC 2025⁵

+84

Net Promoter Score⁺
puntaje de los asistentes a la RWC 2025⁵
+25% vs RWC 2021

94%

de asistentes que nunca antes habían asistido a un partido de rugby femenino y tienen intención de ver rugby femenino en el futuro²



WOMEN'S ENG25

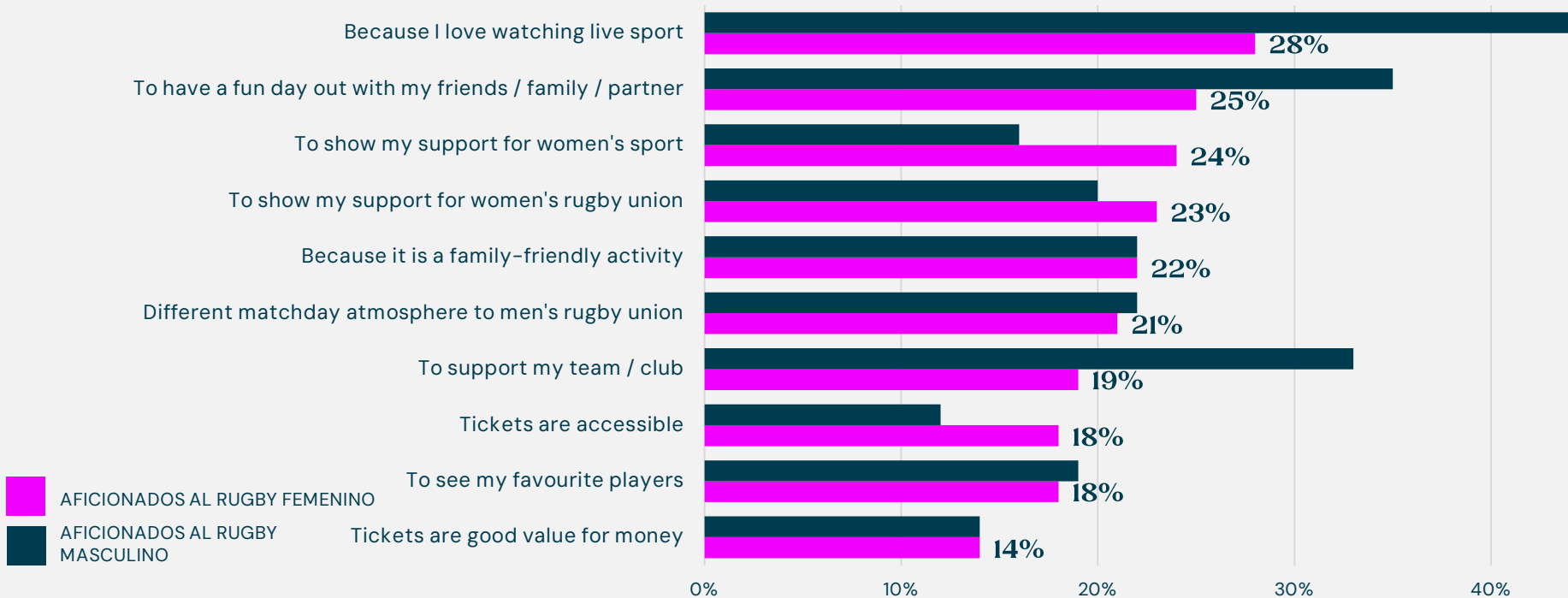
UNA GRAN EXPERIENCIA EL DÍA DEL PARTIDO, NO EL PRECIO, ES UN MOTIVADOR CLAVE PARA LOS AFICIONADOS AL RUGBY FEMENINO

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

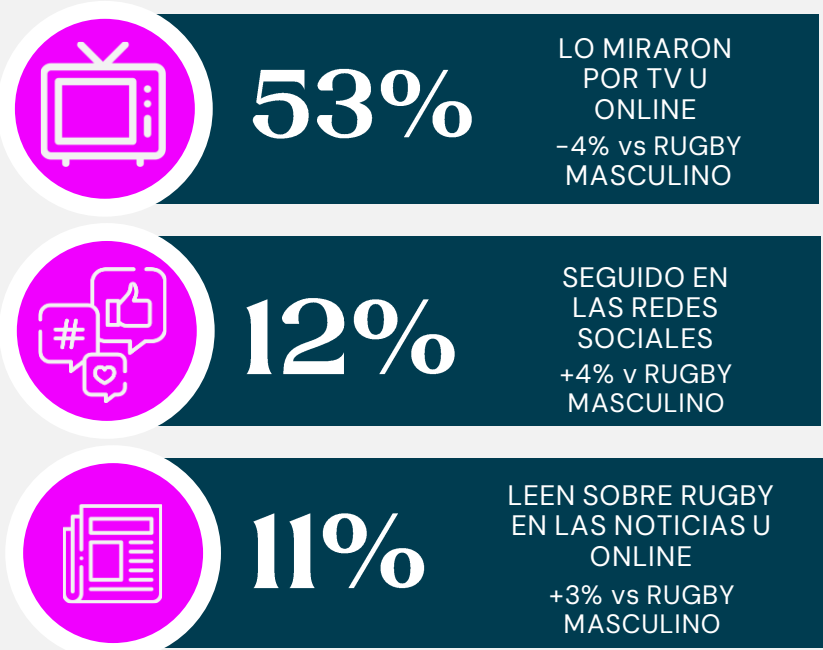
Principal mercado por razón de asistencia (%)



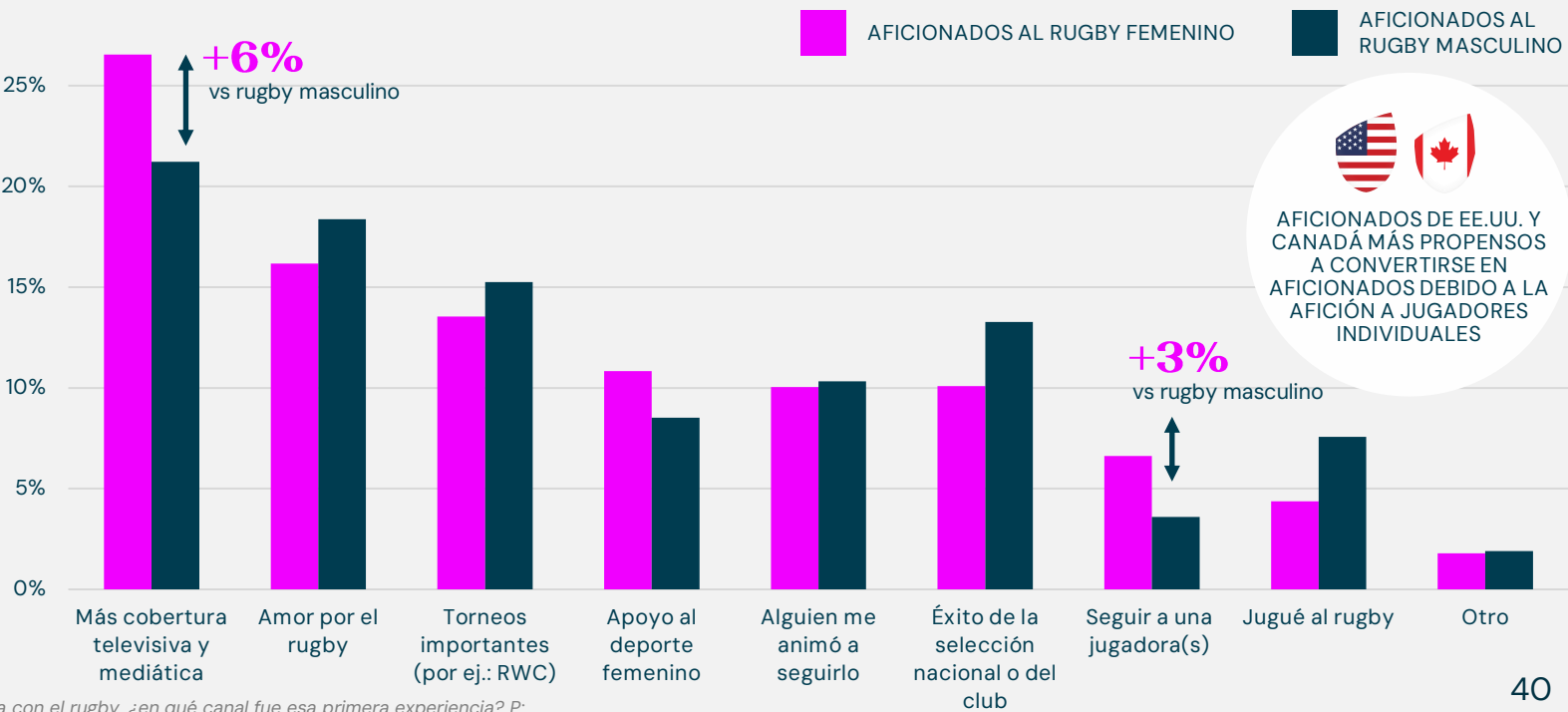
CUANDO EL RUGBY FEMENINO ES FÁCIL DE ENCONTRAR, ES FÁCIL DE AMAR

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 femenino¹



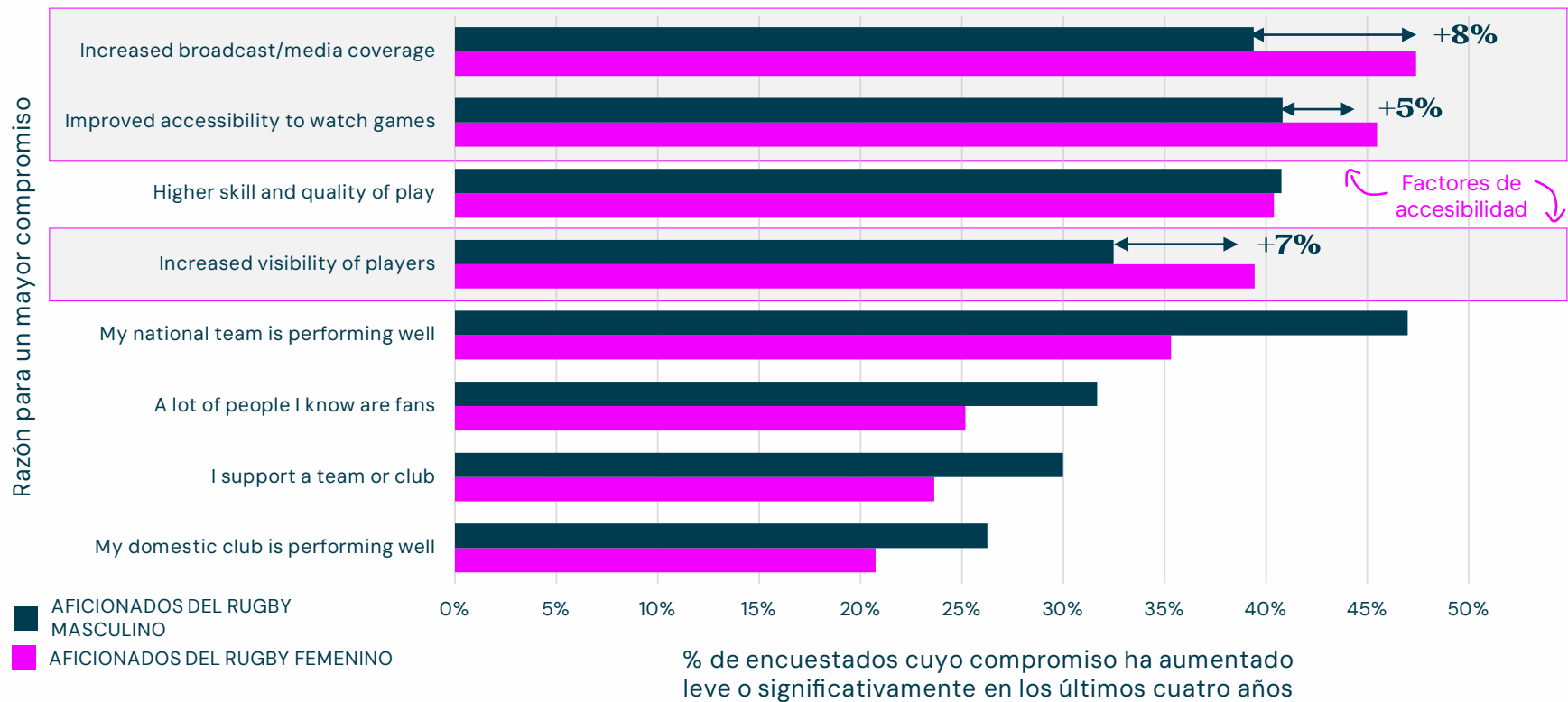
Principal razón por la que los aficionados se convirtieron en aficionados al rugby²



Fuente: Encuesta de Aficionados al Rugby Femenino GWI 2025 P: Pensando en su primera experiencia con el rugby, ¿en qué canal fue esa primera experiencia? P: ¿Cuál fue la razón principal por la que se convirtió en aficionado del rugby femenino/masculino?

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.



Principales razones para una atracción mayor

Rugby Femenino

Mayor cobertura de transmisión y de los medios

51% 50% 50% 49% 38%

Mayor accesibilidad para ver partidos

60% 44%

Rugby masculino

Mi selección nacional está teniendo un buen desempeño

67% 52% 43%

Mayor cobertura de transmisiones y de los medios

52%

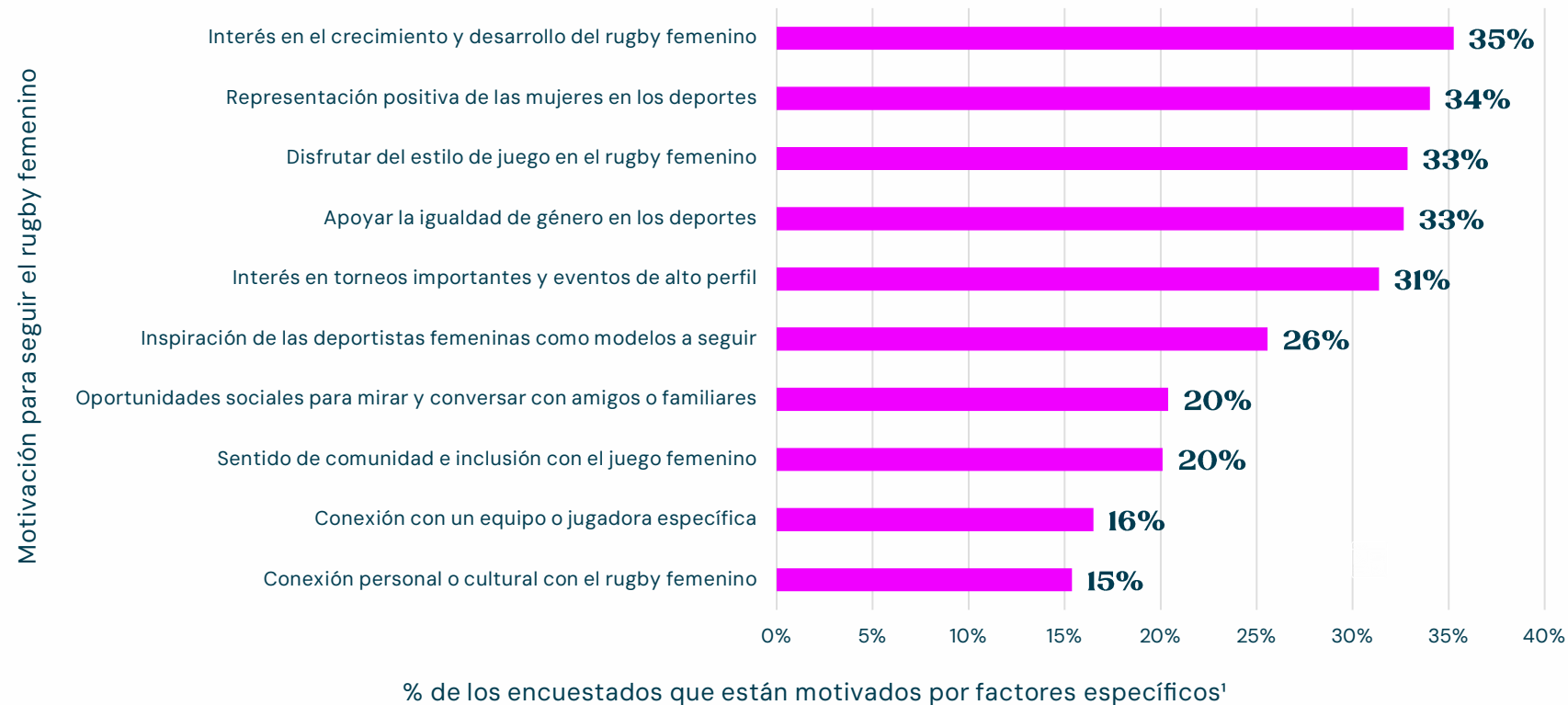
Mayor habilidad y calidad de juego en el campo

42% 49% 38%

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?

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 (vs el promedio del 31%)¹



de aficionados del rugby femenino en los EE.UU. están motivados a seguir su conexión personal y cultural con el rugby femenino (vs el promedio del 15%)¹



La principal razón para seguir el PWR

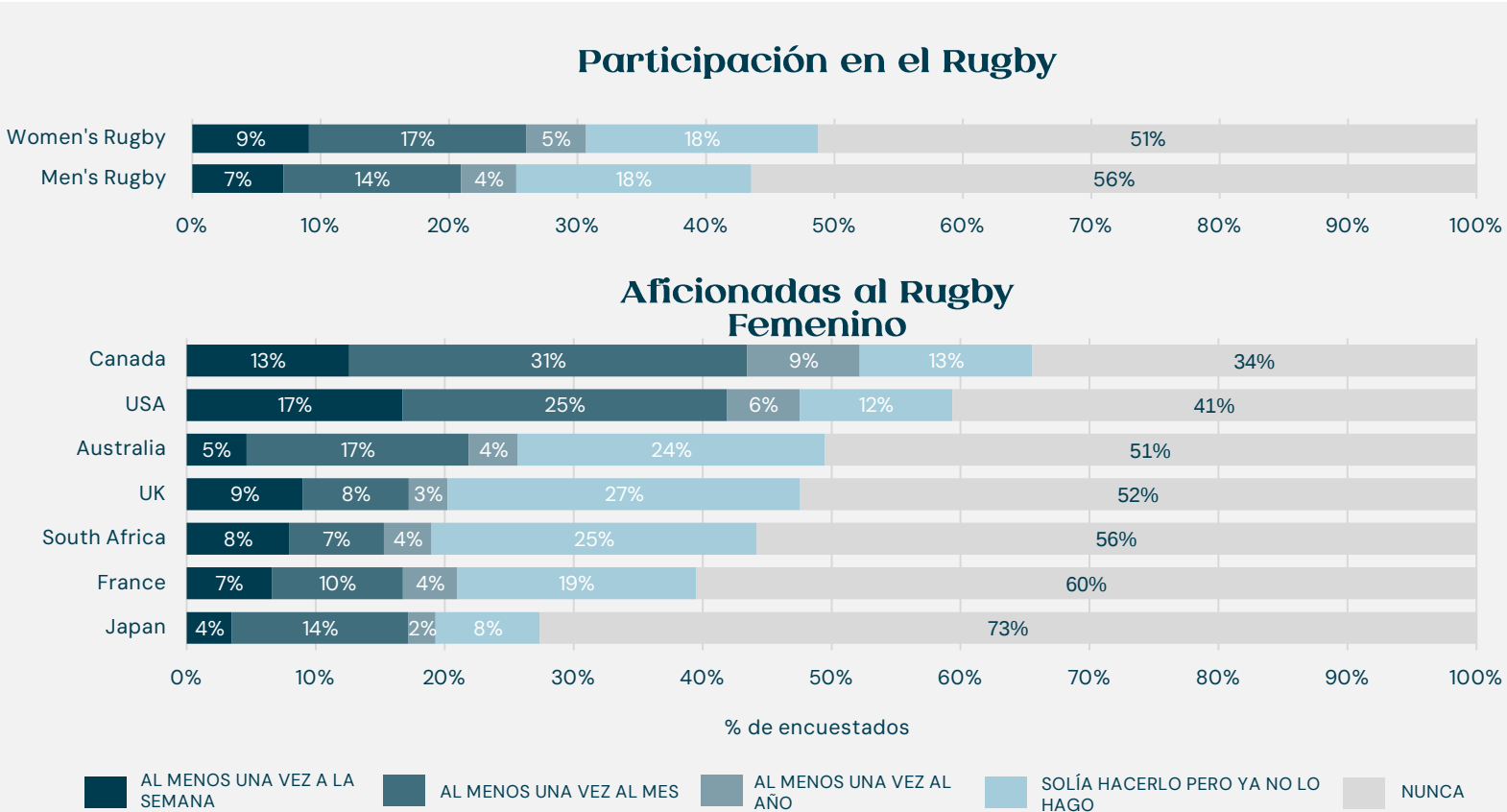


de los seguidores del Premiership Women's Rugby lo siguen para apoyar el crecimiento del deporte femenino²

Fuentes: (1) Encuesta de aficionados al rugby femenino GWI 2025. P: ¿Qué lo motiva a seguir el rugby femenino? Seleccione todas las opciones que correspondan (2) YGS Premiership Women's Rugby Wave 1 January Update

LA OPORTUNIDAD: INCORPORAR 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.



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 aficionados al rugby femenino 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 grandes torneos contribuyen a eliminar barreras, ya que el 53% de las personas que han comprado entradas para la Copa del Mundo de Rugby Femenino 2025 afirman no encontrar obstáculos para una mayor implicación

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
- La Copa del Mundo de Rugby Femenino 2025, su narrativa en redes sociales centrada en personificar los valores del rugby, mostrar la personalidad de las jugadoras y contar historias culturalmente relevantes que iban más allá del campo, y los aficionados lo acogieron con entusiasmo, fue la segunda RWC (masculina o femenina) con mayor interacción en redes sociales de la historia y la Copa del Mundo de Rugby Femenino con mayor interacción de la historia

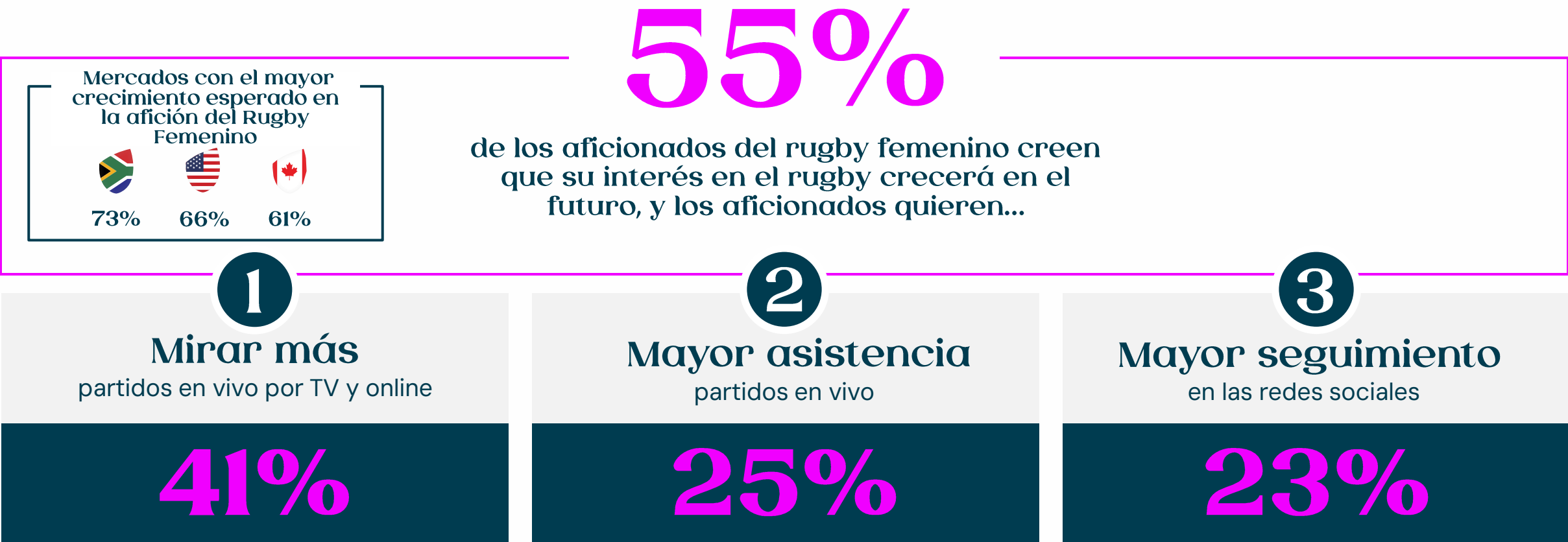
Por qué esto es importante

- 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.



EL DOBLE DE AFICIONADOS AL RUGBY FEMENINO DICEN QUE LA CULTURA DE AFICIONADOS ES LA PRINCIPAL RAZÓN POR LA QUE LO 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, lo que refuerza su conexión con el rugby femenino.

Market swings – rugby union



46%

de aficionados del rugby japonés que prefieren el rugby femenino dicen que es porque prefieren el estilo de juego¹



12%

mencionan la participación como la razón por la que prefieren el rugby femenino: el más bajo de todos los mercados encuestados¹

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 Femenino¹ (%)	Prefiero el Rugby Masculino² (%)
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 Seven:

Razón	Prefiero el Rugby de seven Femenino³ (%)	Prefiero el Rugby de seven Masculino⁴ (%)
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%

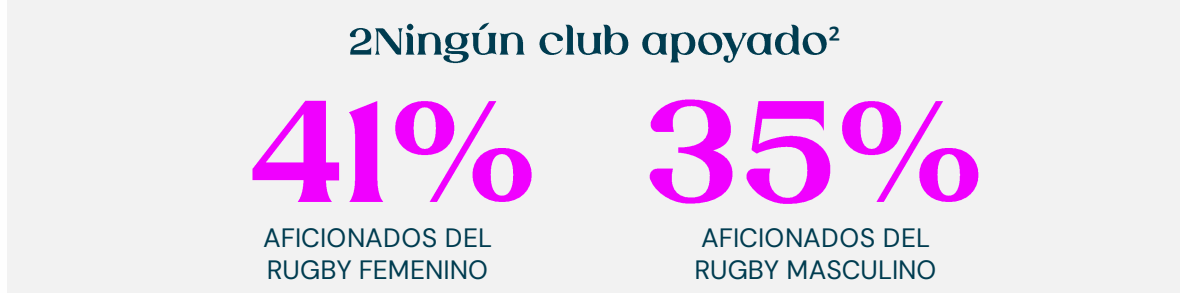
Fuente: Encuesta de aficionados al rugby femenino de GWI 2025 (1) P: ¿Por qué prefiere el rugby femenino al rugby masculino? P: ¿Por qué prefiere el rugby masculino al rugby femenino? P: ¿Por qué prefiere el seven de rugby femenino al seven de rugby masculino? P: ¿Por qué prefiere el seven de rugby masculino al seven de rugby femenino?

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 evolución¹. 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





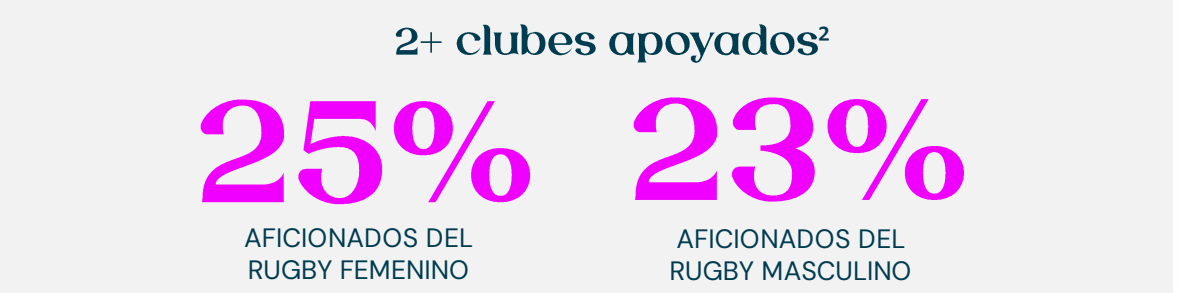
Japón tiene la mayor proporción de aficionados que nunca han apoyado a un club nacional. 56% en rugby femenino y 57% en rugby masculino



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





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

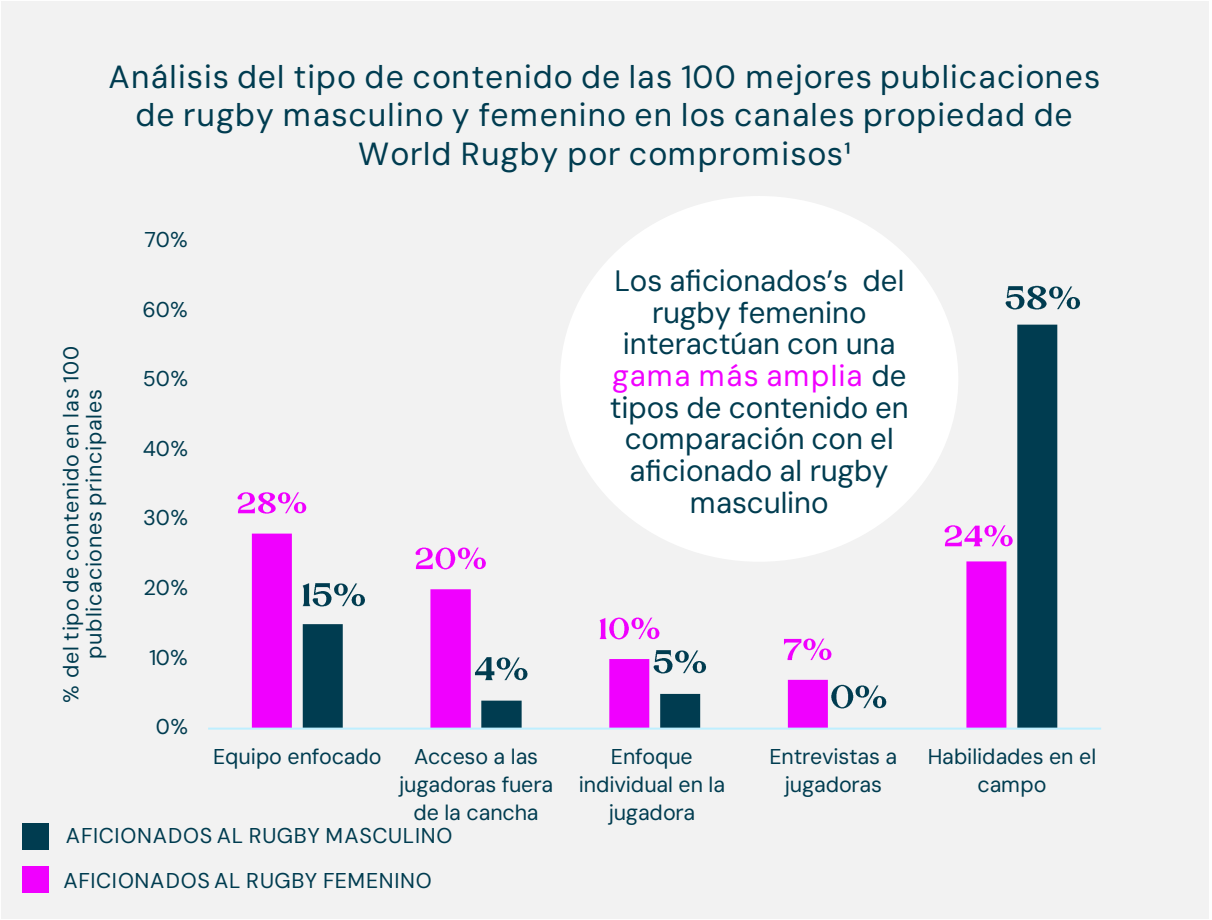


En Australia, un número similar de aficionados apoya a un club, el 25%, o a varios clubes, el 22%

Fuentes: (1) SportsLab (febrero de 2020) (2) GWI Encuesta de aficionados al rugby femenino de 2025 Q: ¿Apoya usted a un club nacional de rugby masculino/femenino?

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.



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 comunidad²

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%

Y LA NARRACIÓN SOCIAL FUE EL EJE CENTRAL DE

Copa del Mundo de Rugby Femenino 2025

Las redes sociales desempeñaron un papel de enorme importancia a la hora de definir cómo los aficionados descubrieron, vivieron y se conectaron con la Copa del Mundo de Rugby Femenino 2025. La estrategia en redes sociales se centró en personificar los valores del rugby, mostrar la personalidad de las jugadoras y contar historias culturalmente relevantes que iban más allá del campo, dando a los aficionados razones para interesarse, seguir y compartir.

Personificando el espíritu del rugby en lo social

Los canales sociales dieron vida a los valores y la personalidad del rugby, recreando el ambiente de un club de rugby en el espacio digital. El contenido se diseñó para ser inclusivo y acogedor —destacando la alegría, la emoción, el humor y el respeto— ayudando a los nuevos aficionados a comprender no solo cómo se juega al rugby, sino también lo que representa este deporte.

Creación de carisma de estrella

La RWC 2025 aceleró el auge de las historias contadas por las jugadoras, convirtiendo a las deportistas en figuras públicas. Al proporcionar acceso, información y autenticidad, el contenido en redes sociales creó vínculos emocionales con las jugadoras, impulsando a la afición a través de rostros e historias, no solo de equipos o resultados.

Relevancia cultural

El torneo se situó en el marco de conversaciones culturales más amplias, aprovechando la cultura popular, la influencia, el humor, la identidad local y las tendencias sociales. Al combinar momentos del rugby con referencias culturales familiares, el contenido en redes sociales hizo que el rugby femenino se percibiera como algo actual, digno de compartir y parte de la vida cotidiana, ampliando su alcance mucho más allá del público tradicional del rugby.



EN TODOS LOS CANALES DE WORLD RUGBY

1.100m

IMPRESIONES

853m

VISUALIZACIONES DE VIDEOS

31,1m

INTERACCIONES

+512k

NUEVOS SEGUIDORES



PROGRAMA DE CREADORES DE CONTENIDOS

Copa del Mundo de Rugby Femenino 2025

Iniciativa estratégica de World Rugby para impulsar la visibilidad y el alcance mundial de la RWC 2025

El Programa de Creadores de Contenido de la Copa del Mundo de Rugby Femenino 2025 se ha creado para contribuir a que esta sea la mayor Copa del Mundo de Rugby Femenino de la historia, ofreciendo a los creadores de contenido integrados acceso entre bastidores a los equipos y a los momentos clave. Trabajando en estrecha colaboración con los equipos participantes y utilizando una acreditación específica del torneo para el rol de productor de contenidos, los creadores se integraron a los equipos durante todo el torneo. El resultado fue contenido orientado a las redes sociales que acercó a los aficionados a la competición, ampliando el alcance, llegando a nuevas audiencias y potenciando las historias contadas por las propias jugadoras.

Junto a los productores de contenido de los equipos participantes, varios creadores se unieron al programa tras [un proceso de selección global](#) que se puso en marcha en enero de 2025 e incluyó un programa virtual de aprendizaje y desarrollo en la preparación para la RWC 2025. El programa recibió más de 800 solicitudes procedentes de 34 países, lo que demuestra el interés mundial por trabajar en el torneo.



PUBLICACIÓN MÁS POPULAR DE #RWCETS
4,1 m
VISITAS

Resultados del programa #RWCETS

10	418	31m	29m	1,2m
CREADORES DE CONTENIDO <i>(Seleccionados a través del proceso de solicitud global)</i>	PUBLICACIONES CREADAS	IMPRESIONES	VISUALIZACIONES DE VIDEOS	INTERACCIONES

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

Durante un periodo de 18 meses, entre 2023 y 2025, 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 y 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



A lo largo de 18 meses, gracias a este enfoque específico, los canales de redes sociales de Wallaroos registraron...

985%

Aumento de seguidores en redes sociales

623%

Aumento de la interacción en redes sociales

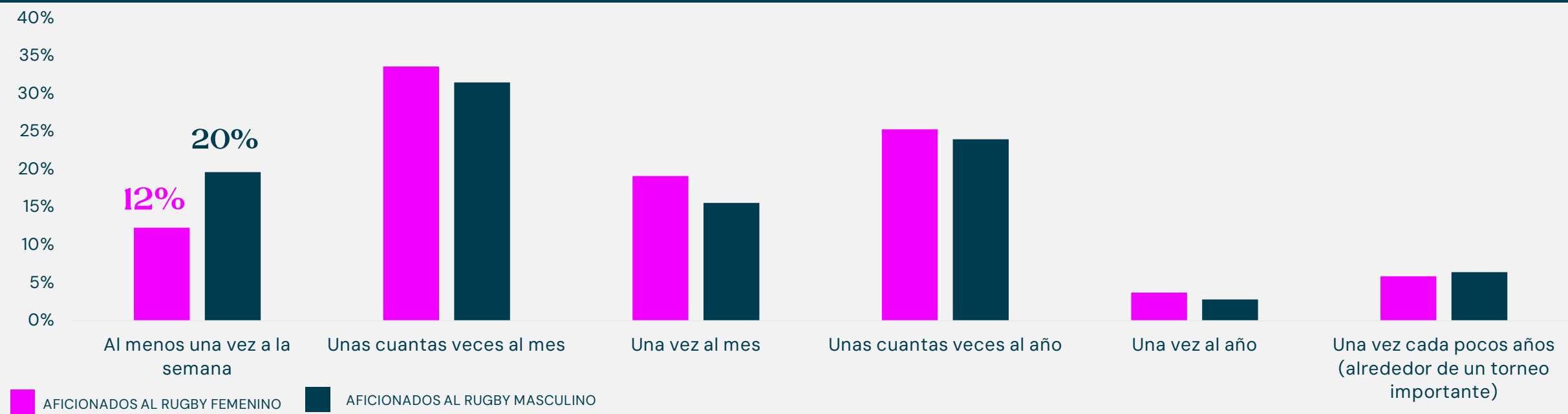
3700%

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

Compromiso de los aficionados con el rugby



LA OPORTUNIDAD DE PARTICIPACIÓN EN LAS TRANSMISIONES

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

Mirar en vivo por TV u online

56%

AFICIONADOS DEL RUGBY FEMENINO

67%

AFICIONADOS DEL RUGBY MASCULINO



En el Reino Unido, el **69%** de los encuestados participan mirando TV en vivo u online, la cifra más alta entre todos los mercados, en comparación con solo el **38%** de aficionados en Canadá



Mirar los destacados y/o programas de análisis

31%

AFICIONADOS DEL RUGBY FEMENINO

31%

AFICIONADOS DEL RUGBY MASCULINO



En Sudáfrica, el **37%** de los encuestados participan mirando los aspectos destacados y/o los programas de análisis, la cifra más alta entre todos los mercados, en comparación con solo el **27%** de aficionados en Japón



Seguir en las redes sociales

24%

AFICIONADOS DEL RUGBY FEMENINO

22%

AFICIONADOS DEL RUGBY MASCULINO



En Sudáfrica, el **37%** de los encuestados interactúan siguiéndolos en las redes sociales, la cifra más alta entre todos los mercados, en comparación con solo el **17%** de aficionados en Francia



LA VISIBILIDAD DE LAS TRANSMISIONES HA IMPULSADO UN CRECIMIENTO RÉCORD

Copa del Mundo de Rugby Femenino 2025

La RWC 2025 fue la edición femenina más vista de la historia y elevó la visibilidad y el perfil global de este deporte a niveles sin precedentes, demostrando lo que ocurre cuando el rugby femenino es visible, accesible y fácil de seguir. La cobertura directa amplió el acceso al evento y al deporte, con una audiencia en el Reino Unido que miró 57 millones de horas de programación televisiva de la BBC, lo que ayudó a atraer y convertir a nuevas audiencias a gran escala.

147,8 millones

HORAS DE VISUALIZACIÓN A NIVEL MUNDIAL¹

336%

AUMENTO GLOBAL RESPECTO DE LA RWC 2021, YA NIVEL REGIONAL...

470 %
EUROPA

217 %
AMÉRICA

403 %
ÁFRICA Y ORIENTE MEDIO

15

PAÍSES QUE TRANSMITIERON TODOS LOS PARTIDOS



Factores determinantes para la audiencia que vio la RWC 2025 por primera vez en el Reino Unido²

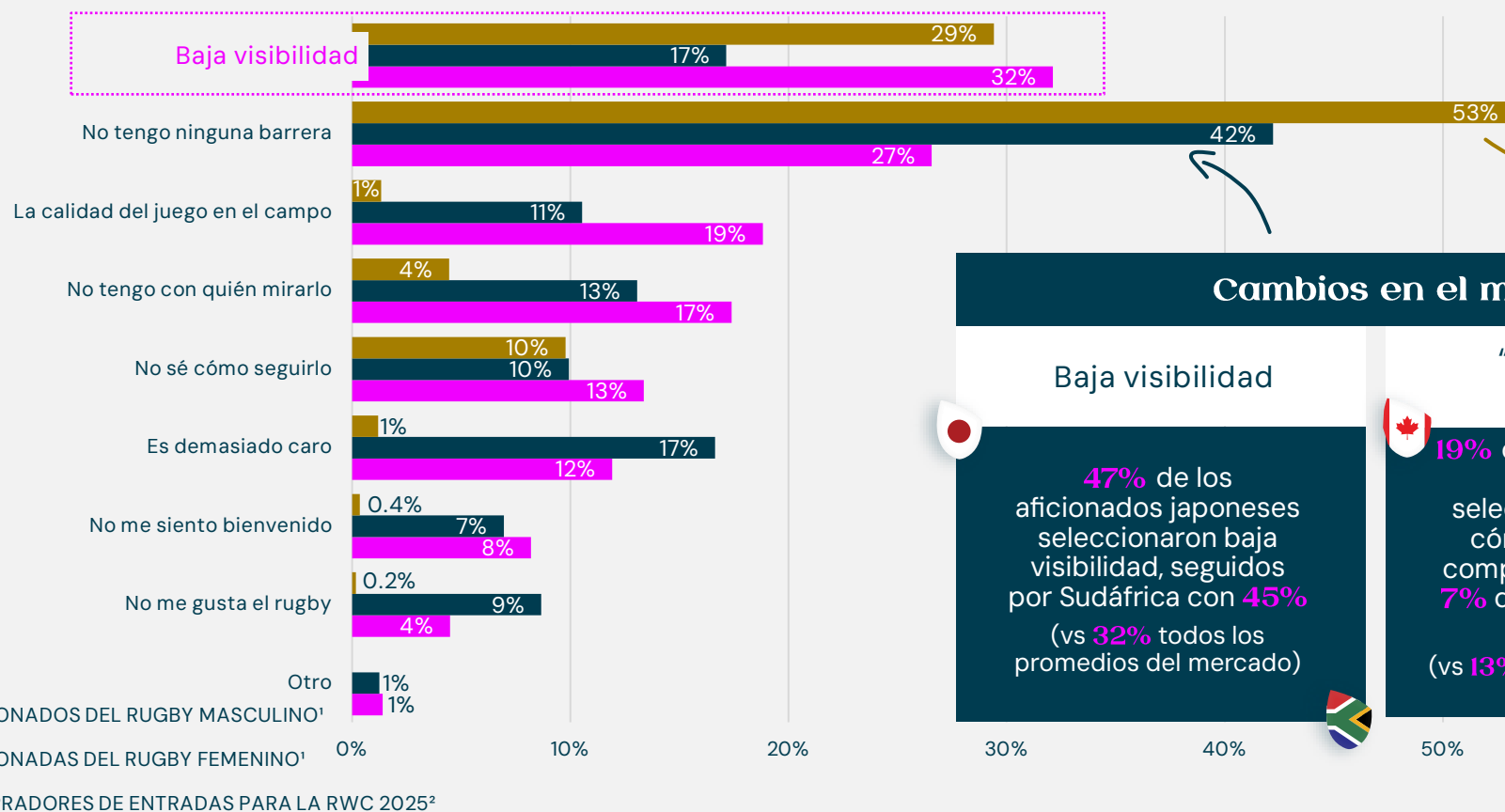
Entre las audiencias nuevas al rugby femenino



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. Sin embargo, más de la mitad de los compradores de entradas para la RWC 2025 afirmaron no haber encontrado ningún obstáculo, lo que pone de relieve el poder de los grandes torneos para derribar esas barreras y fomentar un seguimiento aún más ferviente.

Barreras para interactuar con el rugby femenino



53%

de los compradores de entradas para la RWC 2025 afirmaron que no tienen ningún obstáculo para involucrarse más

vs el 27 % de los aficionados al rugby femenino



Cambios en el mercado – rugby femenino

Baja visibilidad

47% de los aficionados japoneses seleccionaron baja visibilidad, seguidos por Sudáfrica con 45% (vs 32% todos los promedios del mercado)

"No sé cómo seguirlo"

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)

En el campo calidad de juego

21% de los aficionados estadounidenses y canadienses seleccionaron "calidad de juego en el campo" en comparación con solo 16% de aficionados japoneses (vs el 19% promedio de todo el mercado)

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** veces más probabilidades¹ de comprar un producto recomendado por una deportista que por cualquier otro tipo de influencer
- **57%** de los consumidores confían¹ 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

Ejemplos inspiradores

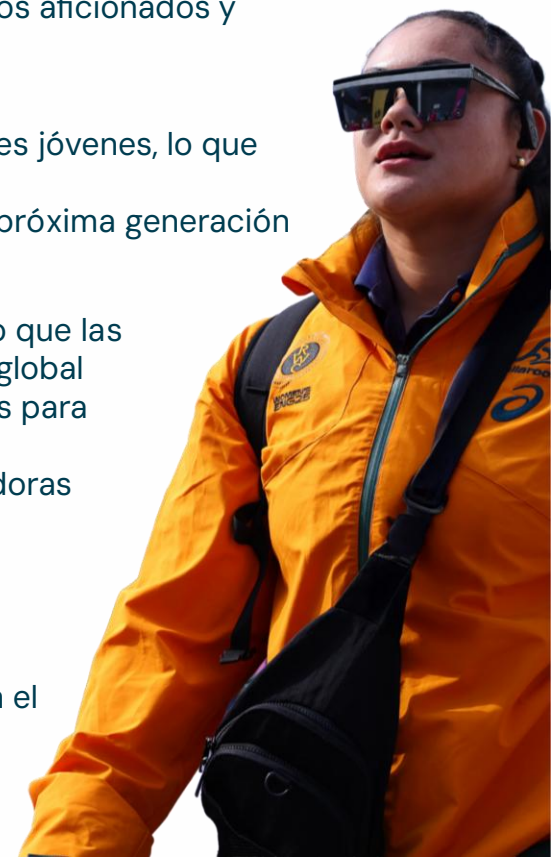
- Un rotundo **88%** de las personas considera a las deportistas profesionales como poderosos modelos a seguir⁹¹ para las mujeres jóvenes, lo que refuerza su relevancia cultural y social más amplia
- Su impacto se extiende mucho más allá del deporte y moldea las percepciones, los comportamientos y las aspiraciones de la próxima generación

El 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 deportivos mundiales importantes², 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
- El impacto fue evidente en la RWC 2025, donde el seguimiento de los seguidores de las cuentas de redes sociales de 50 jugadoras registró un crecimiento medio **del +40 %**

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 de su **rendimiento, su personalidad, su compromiso con la causa y su atractivo comercial**. 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...

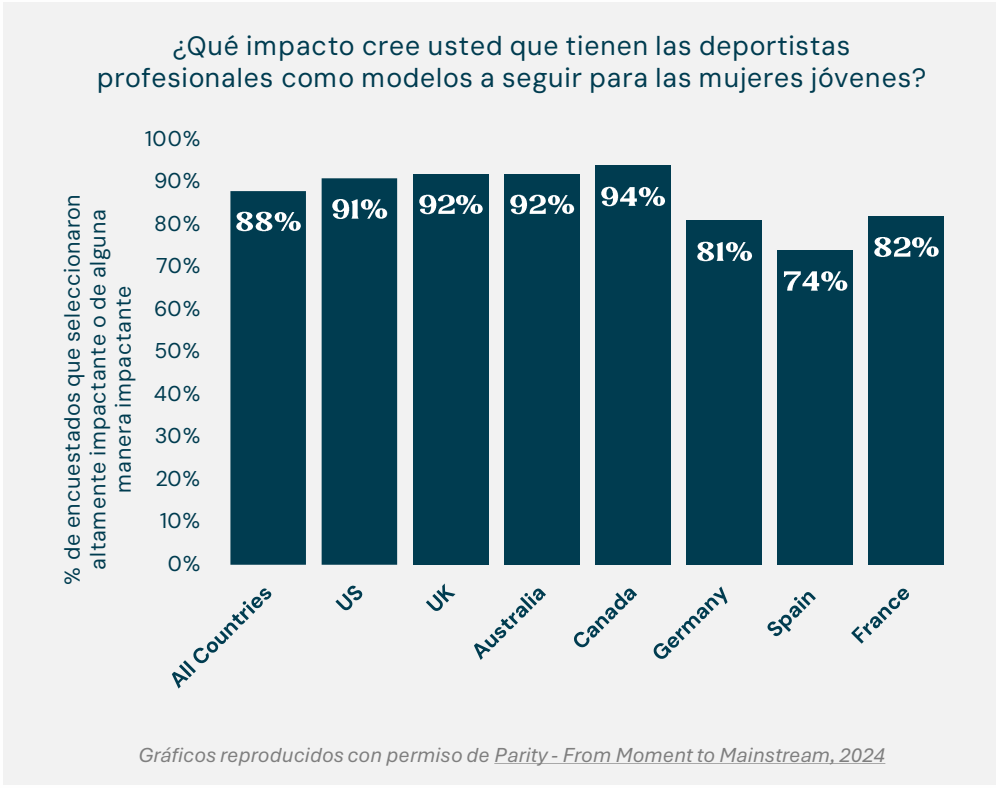
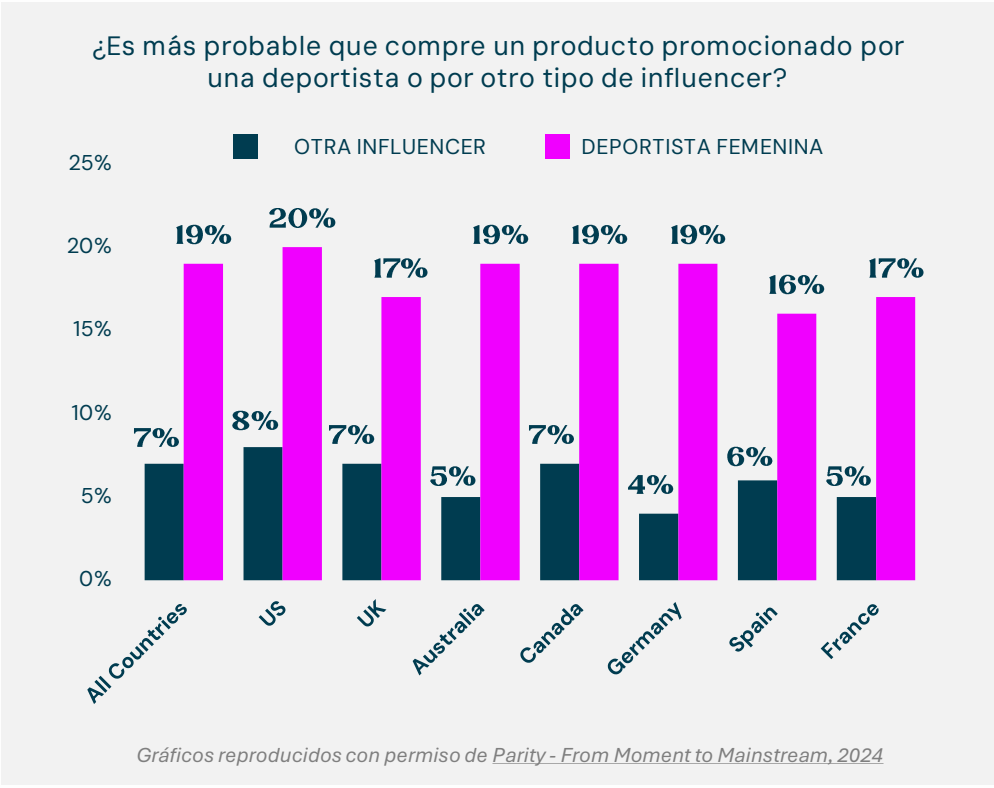
...y son vistas como poderosos modelos a seguir para las mujeres jóvenes

El aficionado al deporte femenino es...

2,8
veces más probable que compre un producto recomendado por una atleta femenina que por otro tipo de influencer¹

88%
de la gente ve a las deportistas profesionales como modelos a seguir impactantes para mujeres jóvenes¹

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)¹



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 ninguna deportista 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 femeninos.

Aficionados e ingresos crecientes durante la temporada 2024...



17k

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 las Indiana Pacers¹ de la NBA.

2,1m

Espectadores del debut de Caitlin Clark en la WNBA

Tal fue la expectación 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 2002²

+1193%

Ventas de camisetas de las Indiana Fever

El interés en Clark se ha traducido en un aumento significativo del apetito por las camisetas de Indiana Fever³.

+265%

Aumento interanual de asistencia

El crecimiento en la asistencia para Indiana Fever ha resultado en un aumento significativo en los ingresos por entradas⁴

45%

Valor de Transmisiones de los partidos de Indiana Fever

Indiana Fever aporta una contribución desproporcionada del valor total de transmisiones dentro de la WNBA⁵

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.¹

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 30²

L'ORÉAL



Coppertone.

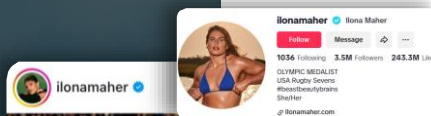
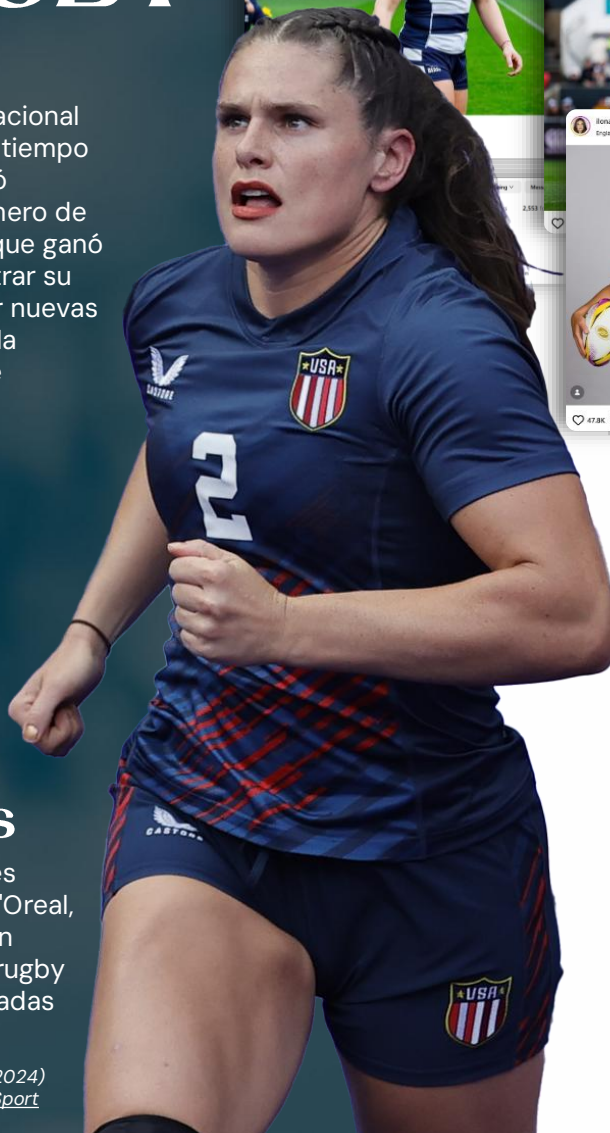


PAULA'S CHOICE SKINCARE

Asociaciones de marcas

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 primer botín de rugby específicamente para mujeres, junto con otras destacadas jugadoras de rugby internacionales.

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 de World Rugby (6) Women's Sport Trust: The Summer of Sport (octubre de 2025)



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 desde³

580k a 2m

Este impulso continuó en la RWC 2025, con un nuevo

+267k

de nuevos seguidores en redes sociales en los canales de Ilona



41%

de los seguidores de Ilona en las redes sociales tienen menos de 35 años

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., donde se han registrado cifras récord de asistencia a los partidos de las USA Women's Eagles mientras se preparaban para la Copa del Mundo de Rugby Femenino de 2025.

10.518

Récord de asistencia a un partido de rugby femenino en Estados Unidos (mayo de 2025)⁴

73%

Entre los poseedores de entradas se encontraban compradores primerizos del Estadio CPKC en Kansas⁵

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 Maher al Club, los canales sociales y digitales de Bristol Bears tuvieron...



Junto a públicos nuevos y diversos...



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

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



39%

de los aficionados del rugby femenino dijeron que la mayor visibilidad de las jugadoras ha impulsado una mayor participación en el rugby femenino²

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

Fuentes: (1) Seguidores en las redes sociales en Instagram y TikTok, en enero de 2026 (2) Encuesta de aficionados del rugby femenino GWI 2025. P: ¿Cuáles son las principales razones por las que su compromiso con el rugby femenino/masculino ha aumentado con el tiempo?

LOS MOMENTOS DESTACADOS ESTÁN ACELERANDO EL CRECIMIENTO DEL PERFIL DE LAS JUGADORAS

Los momentos clave actúan como catalizadores del crecimiento a largo plazo del perfil de las jugadoras, lo que contribuye a convertir a las nuevas audiencias en seguidores fieles tanto de las jugadoras como del rugby femenino. Por primera vez en una Copa del Mundo de Rugby, las jugadoras pudieron compartir contenido de los partidos en sus propias redes sociales, lo que aumentó la visibilidad tanto del rugby femenino como de sus deportistas. El contenido generado por las jugadoras ganó un gran impulso en plataformas como TikTok, integrando a las deportistas en los feeds de los aficionados y ampliando el crecimiento de su perfil mucho más allá del propio torneo. Esto se vio respaldado por colaboraciones específicas y estratégicas entre los canales del torneo y las jugadoras.

270m
VISUALIZACIONES DEL
CONTENIDO SOCIAL GENERADO
POR LAS JUGADORAS
de las 50 jugadoras analizadas¹

12,1m
SEGUIDORES TOTALES DE
LAS JUGADORAS DESPUÉS
DEL TORNEO
de las 50 jugadoras analizadas¹

+621%
CRECIMIENTO DE
LAS RED ROSES
SEGUIDORES TOTALES
en 2025²



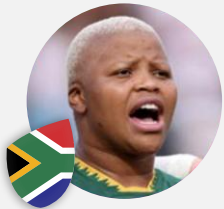
ELLIE KILDUNNE³
+114k
*Segundo mayor
aumento de seguidores
entre las jugadoras de
la RWC 2025*



HANNAH
BOTTERMAN
332 %
AUMENTO DE
SEGUIDORES¹



ANNA
MCGANN
297 %
AUMENTO DE
SEGUIDORES¹



ASEZA
HELE
244 %
AUMENTO DE
SEGUIDORES¹



JULIA
SCHELL
234 %
AUMENTO DE
SEGUIDORES¹



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 las jugadoras 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.



LA OPORTUNIDAD COMERCIAL EN LOS DEPORTES FEMENINOS

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 Deloitte¹, un aumento del **240%** desde 2022
- El deporte femenino está creciendo **4,5 veces más rápido** que el deporte masculino, según un análisis de McKinsey & Company²
- El mercado norteamericano lidera actualmente la iniciativa, pero la oportunidad es verdaderamente global— y está creciendo

El 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

Los 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 el **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

Redefinición de la hospitalidad

- Las Experiencias de la RWC introdujeron un enfoque audaz e innovador en las experiencias de hospitalidad de los días de partido, generando más de **4,5 millones de libras esterlinas** en ventas

La brecha comercial = 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
- **La RWC 2025** puso de manifiesto el potencial comercial de los productos relacionados con el rugby femenino, generando más de **1,1 millones de libras esterlinas** en ventas

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 los aspectos más destacados dentro del mercado norteamericano



£100m

Ingresos generales proyectados para los clubes de la Superliga Femenina (fútbol, Inglaterra) en la temporada 2025/26³

£1.800m

La previsión de Deloitte para los ingresos globales generados por los deportes de elite femeninos en 2025, lo que supone un crecimiento del 240% desde 2022¹

4,5 veces

El análisis de McKinsey & Company muestra que, entre 2022 y 2025, los ingresos generados por los deportes femeninos crecieron 4,5 veces más rápido que los de los deportes masculinos²



17,4m

Audiencia máxima de transmisiones en el Reino Unido

para UEFA Euro Femenina 2022 (fútbol)⁴



412m

Alcance de la Audiencia de las Transmisiones en directo a nivel mundial

para UEFA Euro Femenina 2025 (fútbol)⁵



54m

Audiencia de transmisiones

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)⁶



£465m

Valor total

de las cinco franquicias vendidas en la primera edición de la Women's Premier League (críquet, India, 2023)⁸



£418m

Ingresos generados

Copa del Mundo Femenina de la FIFA Australia y Nueva Zelanda 2023 (fútbol)⁷

AMÉRICA DEL NORTE: EL MERCADO LÍDER DEL DEPORTE FEMENINO



£1.480m

Valuación de la Liga Nacional de Fútbol Femenino (NWSL)

Se estima que los 14 equipos de la NWSL valen colectivamente casi **£1.480m**¹. El contrato de derechos audiovisuales de la liga para el periodo 2024-2027 asciende a **44 millones de libras esterlinas** anuales²

- 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 Longoria³.



£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**⁴.

- 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 asociación⁵



92.003

Asistencia a un partido

Récord mundial de asistencia a un evento deportivo femenino – Nebraska Volleyball Day (EE.UU., 2023⁶). 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 temporadas⁸

Creada en 2023 con el respaldo del Mark Walter Group, la Liga Profesional de Hockey Femenino (PWHL) se ha convertido rápidamente en una de las organizaciones deportivas femeninas de más rápido crecimiento en Norteamérica. La liga, compuesta por seis equipos y con presencia en Estados Unidos y Canadá, se amplió para la temporada 2025/26 con nuevas franquicias en Seattle y Vancouver.

En 2024, la PWHL estableció un nuevo récord mundial de asistencia para un partido de hockey sobre hielo femenino de **21.105**⁷.

De las temporadas 2024 a 2025, año tras año la liga y los equipos tuvieron⁸

- **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

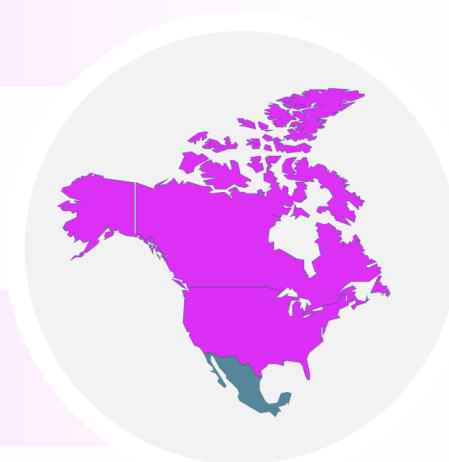
Y en lo que va de 2026, la asistencia media ha aumentado un **18%** tras el mes con mayor asistencia de la historia de la liga⁹.

32%

de crecimiento interanual del mercado deportivo femenino de EE.UU. de 2024 a 2025, 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 femenino¹⁰

67%

de los aficionados a los deportes femeninos en los EE.UU. dicen que se esfuerzan por apoyar a las marcas que patrocinan a sus deportistas o equipos favoritos¹¹



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 femenino¹

71%

de aficionados al rugby femenino coinciden en que las marcas tienen un papel auténtico en la financiación del deporte para impulsar el crecimiento¹

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 públicos¹

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 masculino²

£5,36

Por cada £1 que los patrocinadores corporativos invierten en deporte femenino, ven un promedio de retorno del valor para el cliente de £5,36³

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... P: Si una marca o producto patrocina su liga o equipo deportivo favorito, ¿cuál de estos es probable que haga? (2) IMG x Informe Endeavor (enero de 2024)



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



42%

Considera la marca más que los competidores vs el 36% de aficionados al deporte masculino¹

40%

Se compromete con la marca frente al 34% de aficionados al deporte masculino¹

36%

Es más probable que compre productos cuando una marca apoya los deportes femeninos o se asocia con deportistas femeninos. Esta cifra aumenta al 44% en EE.UU. al 40% en Canadá y al 37% en Australia³

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 el:

9%

Es más probable que haya visitado espacios experienciales o zonas de aficionados en eventos deportivos²

16%

Es más probable que note experiencias de marca o tiendas emergentes en eventos deportivos²



REDEFINICIÓN DE LA HOSPITALIDAD EN EL RUGBY FEMENINO

Copa del Mundo de Rugby Femenino 2025

RWC Experiences introdujo un enfoque audaz e innovador en las experiencias de hospitalidad el día del partido de cara a la RWC 2025, que abarcaban desde celebraciones llenas de energía hasta experiencias de lujo de primera categoría y paquetes de viaje. Llevado a cabo en colaboración entre World Rugby y Sports Travel & Hospitality (STH), el programa alcanzó un número récord de paquetes de hospitalidad vendidos para una Copa del Mundo de Rugby Femenino.



4,5 millones
de libras esterlinas

INGRESOS GENERADOS POR
VENTAS DE HOSPITALIDAD

13.420

RÉCORD DE PAQUETES
TOTALES VENDIDOS

33

PAÍSES DE ORIGEN DE
LOS CLIENTES

Más de
7 000

INVITADOS RECIBIDOS
EN LA FINAL

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

El merchandising 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 masculino¹

9 veces

Más opciones de productos para las principales ligas masculinas que para las femeninas¹

La oportunidad

+23%

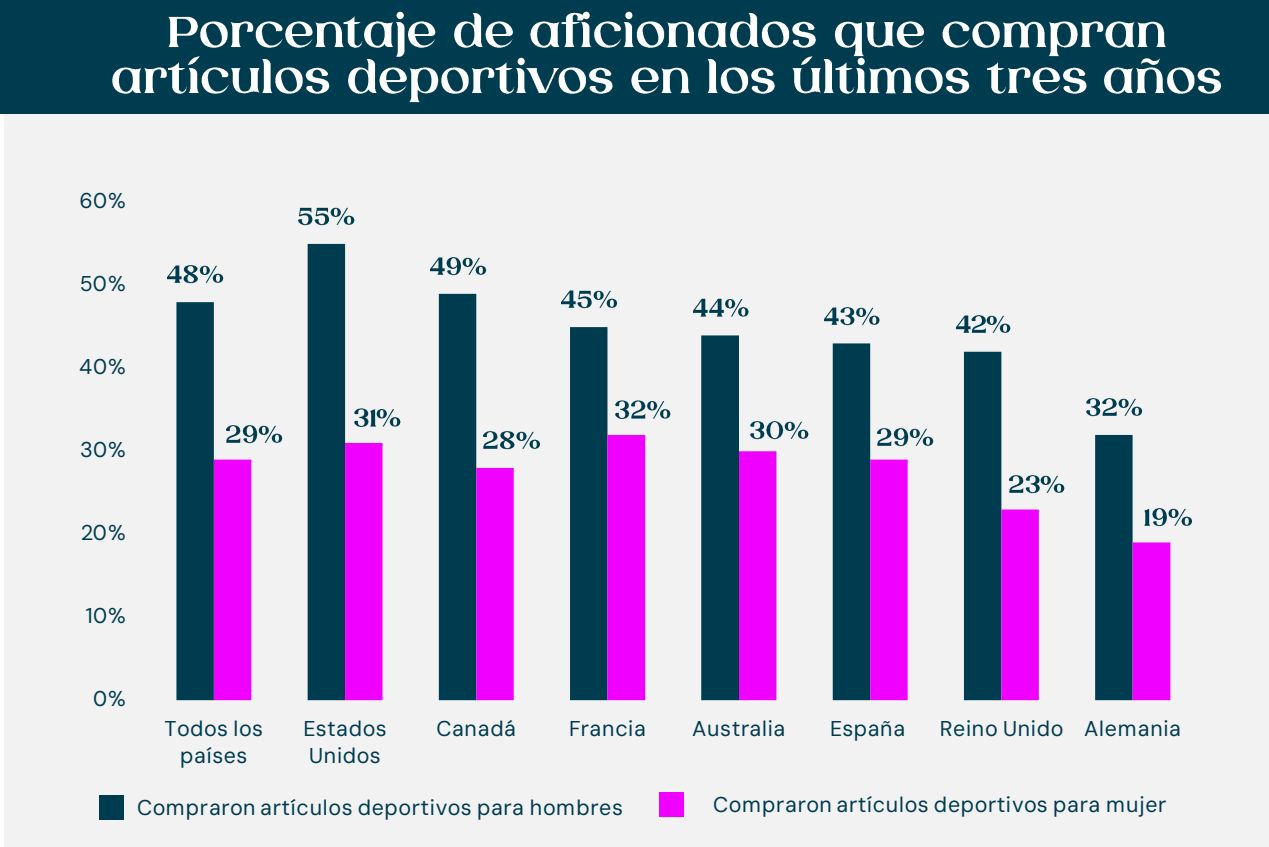
Crecimiento interanual de los ingresos de New Balance el mismo año en que lanzaron su innovadora colaboración de calzado Coco Gauff G1¹

79%

de los encuestados dijeron que comprarían más productos deportivos femeninos si pudieran^{1f}

£3.300m

Valor de mercado de productos deportivos femeninos en EE.UU.¹



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.

Situación actual

9%

de los aficionados del rugby femenino actualmente compran productos de rugby femenino¹

15%



EE.UU. ocupa el puesto más alto en cuanto a proporción de aficionados del rugby femenino que compran productos¹

Oportunidad de ingresos

Los aficionados al rugby femenino gastan más² de aficionados del rugby femenino que compran productos, gastan..

+16%
más

..en comparación con los aficionados del rugby masculino

Palancas clave de crecimiento

Los tres principales impulsores que alentarían a más aficionados a comprar productos de rugby³:

1.

Precios más asequibles

33% para los aficionados al rugby femenino (vs 38% de los aficionados al rugby masculino)

2.

Mercancía de mejor calidad

20% para aficionados al rugby femenino (vs 18% para aficionados al rugby masculino)

3.

Una variedad más amplia de estilos y productos

19% para aficionados al rugby femenino (vs 18% para aficionados del rugby masculino)

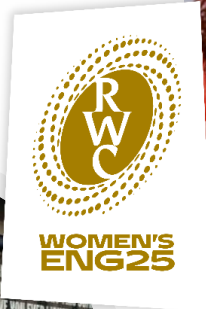
LA DEMANDA DE PRODUCTOS OFICIALES EN ACCIÓN

Copa del Mundo de Rugby Femenino 2025

En colaboración con Fanatics, los productos oficiales de la RWC 2025 demostraron el potencial comercial de los artículos de rugby femenino cuando se combinan la visibilidad, la emoción y la ocasión, generando más de £1,1 millones en ventas, principalmente en los estadios a lo largo del torneo. Las ventas también se vieron impulsadas por las zonas de aficionados y las activaciones de socios, como la tienda pop-up Mastercard's Style Of Our Own en Regent Street, Londres.

Aprovechamiento del gasto adicional en merchandising los días de partido...

Las compras de merchandising los días de partido demuestran que los aficionados están dispuestos a invertir en su experiencia más allá del costo básico de asistir al partido



23%

de los asistentes gastaron más de £10 en artículos el día del partido *por persona mayor de 18 años*¹

27%

de los asistentes gastaron más de £10 en artículos el día del partido *por persona menor de 18 años*¹



£1m+

de las ventas de artículos en el estadio²

Fuentes: (1) Encuesta sobre la experiencia en los días de partido del RWC 2025. P: El día del partido, ¿cuánto gastó por persona menor o mayor de 18 años? (2) Informe de impacto de la RWC 2025

LA INFLUENCIA DE LAS JUGADORAS IMPULSA LA DEMANDA DE PRODUCTOS OFICIALES

El momento viral 'Release the Fleece' del rugby irlandés

Durante la Copa del Mundo de Rugby Femenino de 2025, la jugadora irlandesa Anna McGann publicó un vídeo en TikTok en el que aparecía con un forro polar del equipo. Los aficionados pidieron inmediatamente a Irish Rugby y a su proveedor de vestimenta, Canterbury, que "lanzaran el forro polar". Lo que comenzó como una simple publicación en las redes sociales de una jugadora cobró rápidamente impulso de forma orgánica e impulsó la interacción directa con los aficionados.

Canterbury respondió a la demanda de los aficionados no solo lanzando el forro polar antes de lo previsto, sino también empoderando a McGann y a sus compañeras para que siguieran impulsando la conversación de forma auténtica, incluyendo que fuera la propia McGann quien revelara la fecha de lanzamiento del forro polar. El momento puso de relieve la influencia de las jugadoras y el poder de la interacción viral impulsada por los aficionados, que generó demanda de merchandising.

La cobertura en las redes sociales llevó a...

EL FORRO POLAR SE AGOTÓ EN LA VENTA ONLINE EN

45
MINUTOS

103%

DE AUMENTO EN LAS SESIONES DEL SITIO WEB DE CANTERBURY

500%

DE AUMENTO EN LAS VISITAS A LOS PERFILES DE CANTERBURY EN REDES SOCIALES

297%

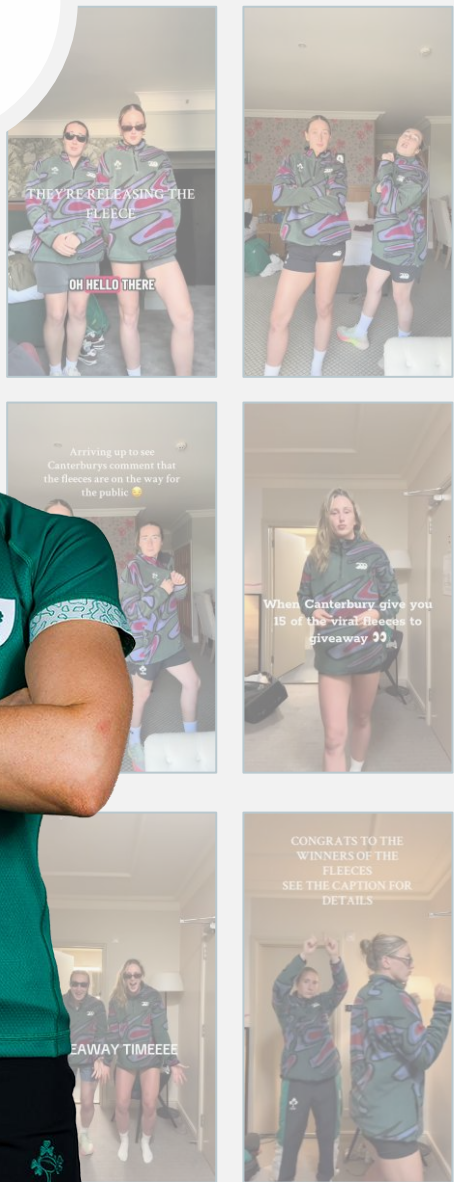
DE AUMENTO EN LOS SEGUIDORES DE MCGANN EN REDES SOCIALES

@annamcgann6

Fuente: Datos IRFU



CASE STUDY



CÓMO EL DEPORTE FEMENINO ESTÁ CERRANDO LA BRECHA DEL MERCHANDISING

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 no explotado

Togethr: "Todo el mundo ve deportes femeninos"

Togethr, 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 merchandising

La temporada 2024 de la WNBA vio un aumento del 601% interanual en las ventas de artículos². Esto fue impulsado por:

- Productos ampliados más allá de las camisetas tradicionales para incluir ropa deportiva de moda, ropa informal y accesorios
- Productos centrados en el jugador, como líneas exclusivas para jugadoras estrella, aprovechando la afición de las jugadoras
- Productos que apoyan 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 Hotspur³.

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 FIFA 2023, Nike decidió no vender la camiseta de la arquera de Inglaterra Mary Earps, lo que provocó una reacción generalizada de los aficionados. Una petición de Change.org acumuló más de 150.000 firmas. Bajo presión, Nike lanzó más tarde un número limitado de camisetas, que se agotaron en minutos demostrando una demanda masiva⁴.

CONCLUSIÓN: AFICIÓN, CRECIMIENTO FINANCIERO Y EL CAMINO A SEGUIR

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 comerciales, 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 comerciales¹.

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 ola 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 el masculino (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 LOS PROGRAMAS 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 jugadores o exjugadores.

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

5

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

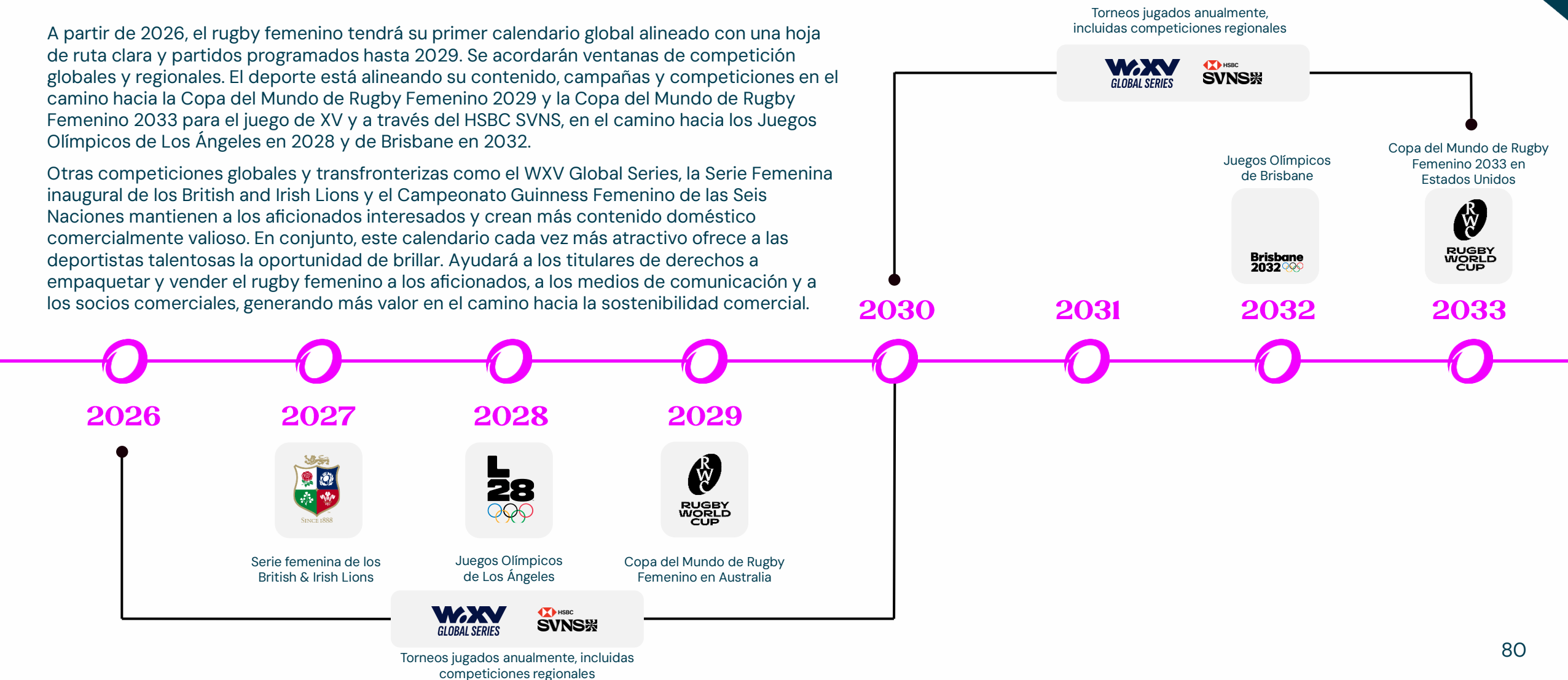
El 41% de los aficionados al rugby femenino aún no apoyan a un club nacional, lo que revela una afición abierta y curiosa con margen para crecer.

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.

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, en el camino hacia los Juegos Olímpicos de Los Ángeles en 2028 y de Brisbane en 2032.

Otras competiciones globales y transfronterizas como el 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 2025 fue un torneo histórico para el deporte, pero aprovechar este potencial requerirá más que impulso: **exigirá 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, World Rugby confía que se hará realidad su verdadero valor comercial.

Este informe pone de manifiesto el valor que está adquiriendo 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 World Rugby de aficionados 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



Definiciones de audiencia

Aficionado del rugby:	Aficionado del Rugby Femenino, del Seven Femenino, Rugby Masculino, Seven Masculino o Rugby en silla de ruedas (N=3,515)
Aficionado al rugby femenino:	Un aficionado al rugby femenino, seven femenino o rugby en silla de ruedas (N=2.400)
Aficionado al rugby masculino:	Aficionado al rugby masculino, seven masculino o rugby en silla de ruedas (N=3.370)
Aficionado a los deportes femeninos:	Un aficionado a todos los deportes/solo a los deportes femeninos, excepto el rugby (N=411).

Datos e información de World Rugby

Análisis de redes sociales (Domo):

Tendencias del tipo de contenido
Análisis de los mejores contenidos de rugby masculino vs contenidos de rugby femenino
Comparaciones interanuales

Asistencia de público y venta de entradas:

Informes del torneo RWC 2025
Informes del torneo RWC 2021
Informes del torneo RWC 2023
Informes del torneo WXV
Informes del torneo SVNS

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 transmisiones 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 (enero de 2026)
- (2) Informe SROI de World Rugby (octubre de 2023) – link [aquí](#)

Un momento generacional

- (1) Informe de impacto de la RWC 2025 – link [aquí](#) (febrero de 2026)
- (2) Datos de World Rugby: Informe posterior al torneo de la RWC 2021 (abril de 2023)
- (3) Datos de World Rugby: Informe del torneo de la RWC 2025 (noviembre de 2026)

Y en la cancha el juego dio upaso adelante

- (1) Informe de impacto de la RWC 2025 – link [aquí](#) (febrero de 2026)
- (2) Datos de World Rugby (enero de 2026)

El amanecer de una nueva era: RWC 2021

- (1) Datos de World Rugby: Informe posterior al torneo de la RWC 2021 (abril de 2023)

Una celebración mundial del seven de rugby

- (1) Datos propios de World Rugby: Resumen de la temporada SVNS (julio de 2025)

Aumentar la competitividad, el alcance y el impacto del rugby femenino: WXV

- (1) Datos de World Rugby: Aspectos destacados de la audiencia del WXV – Informe de socios 2024 (octubre de 2024)
- (2) Datos de World Rugby: Información sobre el rendimiento del World Rugby WXV

Aumentar el alcance, la participación y el potencial de ingresos: Seis Naciones Femenino

- (1) Seis Naciones: Un gran año para el rugby femenino, con la incorporación de una nueva competición Sub21 – link [aquí](#) (enero de 2026)
- (2) Datos del Seis Naciones

Atraer a una nueva ola de jóvenes aficionados aumentando la visibilidad: PWR

- (1) Datos propios de PWR (febrero de 2026)

La asistencia global ha seguido batiendo récords

- (1) Datos de World Rugby (enero de 2026)

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? (Abril de 2025)
- (1) Encuesta GWI x World Rugby: ¿Cuál de las siguientes competiciones le interesa? (Abril de 2025)
- (3) Celtic Challenge: Jugadoras del Celtic Challenge convocadas a los equipos femeninos del Seis Naciones, link [aquí](#) (marzo de 2025)

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. (abril de 2025)

Casi la mitad de los aficionados sse han convertido enaficionados en los últimos 1-2 años

- (1) Encuesta de GWI x World Rugby: ¿Desde cuándo es aficionado al rugby masculino/femenino? (abril de 2025)
- (2) Encuesta sobre la experiencia en los días de partido de la RWC 2025: ¿Desde cuándo es aficionado al rugby femenino? (noviembre de 2025)

Entendiendo a los aficionados al rugby femenino: ¿Quiénes son?

- (1) Encuesta de GWI x World Rugby: ¿Cuál de las siguientes opciones describe mejor su género?; ¿Cuántos años tiene?; ¿Es padre, madre o tutor de algún menor de 18 años? (Abril de 2025)
- (2) Encuesta sobre la experiencia en los días de partido de la RWC 2025: ¿En qué grupo de edad se encuentra?; Mi identidad de género es...; ¿Asistió con algún menor de 18 años? (noviembre de 2025)

Entender a las aficionadas al rugby femenino: asistentes ala RWC 2025

- (1) Encuesta sobre la experiencia en los días de partido de la RWC 2025: ¿Con quién asistió?; ¿Había asistido a un partido de rugby femenino antes de la RWC 2025?; ¿Había asistido a un partido de rugby antes de la RWC 2025? (Noviembre de 2025)
- (2) Informe de impacto de la RWC 2025 – link [aquí](#) (febrero de 2026)

Los aficionados al rugby femenino reflejan las tendencias de audiencia del deporte tfemenino

- (1) Wasserman: La nueva economía del deporte – link [aquí](#) (agosto de 2023)
- (1) IMG, Endeavor Analytics: Análisis de los deportes femeninos – link [aquí](#) (marzo de 2024)
- (3) YouGov: El interés por la WNBA está en su punto más alto, pero ¿quiénes son los aficionados? – link [aquí](#) (mayo de 2024)
- (4) ECB: The Hundred supera los 2,5 millones de espectadores en sus primeros cinco años – link [aquí](#) (agosto de 2025)

Casi la mitad de los aficionados al rugby femenino comenzaron su experiencia como aficionados al rugby masculino

- (1) Encuesta de 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 de GWI x World Rugby: ¿Qué lo motiva a seguir el rugby femenino? (abril de 2025)
- (2) Encuesta sobre la experiencia en los días de partido de la RWC 2025: ¿Había asistido a algún partido de rugby femenino antes de la RWC 2025?; ¿Cómo piensa seguir el rugby en el futuro? (asistir a partidos) (noviembre de 2025)
- (3) UEFA: Informe del Torneo del Campeonato de Europa Femenino de la UEFA 2022, link [aquí](#) (julio de 2023)
- (4) ECB: Más de 16 millones de espectadores siguen The Hundred, una competición que atrae a nuevos aficionados al críquet, link [aquí](#) (agosto de 2021)
- (5) Informe de impacto de la RWC 2025 – link [aquí](#) (febrero de 2026)

Una gran experiencia de día del partido, nno 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? (Abril de 2025)

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? ¿Cuál fue la razón principal por la que se convirtió en aficionado del rugby femenino/masculino? (Abril de 2025)

La accesibilidad es el mayor impulsor de 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? (Abril de 2025)

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? (Abril de 2025)
(2) Ola 1 de Rugby femenino de la YGS Premiership, actualización de enero (enero de 2024)

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

(1) Encuesta GWI x World Rugby: ¿Usted juega al rugby? (Abril de 2025)

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

(1) Encuesta GWI x World Rugby: ¿Cree que su interés por el rugby aumentará en el futuro?; Si su implicación e interés por el rugby femenino aumentaran, ¿cómo cree que lo harían? (Abril de 2025)

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 masculino?; ¿Por qué prefiere el rugby masculino al femenino?; ¿Por qué prefiere el seven de rugby femenino al masculino?; ¿Por qué prefiere el seven de rugby masculino al femenino? (Abril de 2025)

Los aficionados al rugby femenino están redefiniendo la lealtad tradicional de los clubes

(1) SportsLab: Ya está aquí el Fluid Fan – link [aquí](#) (febrero de 2020)
(2) Encuesta GWI x World Rugby: ¿Apoya usted un club nacional de rugby femenino? ¿Apoya usted un club nacional de rugby masculino? (Abril de 2025)

El rugby femenino prospera gracias a las historias que se comparten en las redes sociales

(1) Datos de World Rugby Las 50 publicaciones con mayor interacción de la RWC 2021(1 oct 2022 – 19 nov 2022), RWC 2023 (1 sep 2023 – 4 nov 2023), WXV (6 oct 2023 – 18 ene 2025), PNC (27 feb 2024 – 12 nov 2024). Análisis de las 200 publicaciones con mayor interacción en total (enero de 2025)
(2) Encuesta GWI x World Rugby: ¿Qué tipo de contenido sobre el rugby le gusta y/o le gustaría ver más? (Abril de 2025)

Programa de Creadores de contenido

(1)Informe de impacto global “Impact Beyond 2025” de World Rugby – link [aquí](#) (febrero de 2026)

Wallaroos: Construyendo audiencias y perfiles

(1) Datos de Rugby Australia – (mayo de 2025)

Los aficionados al 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 (abril de 2025)

La oportunidad de atracción de las transmisiones

(1) Encuesta GWI x World Rugby: ¿Cómo interactúa con el rugby? (Abril de 2025)

Visibilidad de las transmisiones ha generado un crecimiento récord

(1) Informe de impacto de la RWC 2025 – link [aquí](#) (febrero de 2026)
(2) Women's Sport Trust: More Than A Moment – link [aquí](#) (febrero de 2026)

La visibilidad es la puerta de entrada al crecimiento

(1) Encuesta GWI x World Rugby: ¿Cuáles son, si las hay, las barreras que le impiden participar en el rugby femenino/masculino? (Abril de 2025)
(2) Encuesta sobre Experiencia de los días de partido de la RWC 2025: ¿Cuáles son las barreras que le impiden involucrarse en el rugby femenino? (noviembre de 2025)

Las deportistas están impulsando el crecimiento del deporte femenino

(1) Parity x Survey Monkey: From Moment to Mainstream– link [aquí](#) (mayo de 2024)

Superestrellas generacionales impulsan el crecimiento de los deportes

(1) WNBA: La WNBA bate récords en la temporada 2024 – link [aquí](#) (septiembre de 2024)
(2) ESPN: El debut de Caitlin Clark con las Fever, el partido de la WNBA más visto desde 2001 – link [aquí](#) (mayo de 2024)
(3) The Score: Las ventas de camisetas de los Fever han aumentado un 1193 % y la asistencia un 265 % desde que ficharon a Clark – link [aquí](#) (julio de 2024)
(4) Sportico: El ‘Efecto Caitlin Clark’ repercute en los resultados financieros del Indiana Fever – link [aquí](#) (agosto de 2024)
(5) Relo Metrics: Los equipos de la WNBA generaron un valor mediático récord de 136 millones de dólares para las marcas patrocinadoras – link [aquí](#) (octubre de 2024)

La superestrella del rugby: Ilona Maher

(1) Sky Sports: Ilona Maher: ‘El rugby femenino está cambiando; por favor, sigan acudiendo a los partidos y apoyando la Premiership de Rugby Femenino’ – link [aquí](#) (marzo de 2025)
(2) RugbyPass: Beast Beauty Brains Bear: El efecto Ilona Maher en acción en Bristol, link [aquí](#) (diciembre de 2024)
(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](#) (agosto de 2025)
(4) USA Rugby: Las Águilas de Estados Unidos caen en una emocionante noche en Kansas City – link [aquí](#) (mayo de 2025)
(5) Datos de World Rugby
(6) Women's Sport Trust: El verano del deporte: cómo se percibe el deporte femenino en 2025 (octubre de 2025) link [aquí](#)

Bristol Bears y el efecto dellona Maher
(1) Datos de Bristol Bears (2) Datos de World Rugby:
Y en el juego, las jugadoras continúan creando audiencias
(1) Seguidores en las redes sociales Instagram y TikTok (enero de 2026) (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? (Abril de 2025)
Y en el juego, las jugadoras continúan creando audiencias
(1) Seguidores en las redes sociales Instagram y TikTok (enero de 2026) (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? (Abril de 2025)
Los grandes momentos están acelerando el crecimiento de las jugadoras
(1) Informe de impacto de la RWC 2025 – link aquí (febrero de 2026) (2) Análisis de las redes sociales de World Rugby
Penina Pasífica: un narración poderosa impulsa el crecimiento de la audiencia
(1) World Rugby y Penina Pasífica: Análisis del rendimiento de Penina Pasífica en las redes sociales (marzo de 2025)
El rápido y creciente valor del deporte femenino
(1) Deloitte: Más allá de la barrera de los mil millones de dólares: Charting the next phase of growth – link aquí (marzo de 2025) (2) McKinsey & Company: Closing the monetization gap in women’s sports: A \$2.5 billion opportunity – link aquí (agosto de 2025) (3) Deloitte: Informe anual sobre finanzas del fútbol 2025 – link aquí (junio de 2025) (4) Sportcal: La final de la Eurocopa 2022 bate el récord de audiencia televisiva en el Reino Unido con 17,4 millones de espectadores en la BBC – link aquí (agosto de 2022) (5) UEFA: El resumen del torneo de la Eurocopa femenina destaca su impacto en la economía suiza – link aquí (diciembre de 2025) (6) SportsPro: Copa del Mundo Femenina: 53,9 millones de espectadores en China ven la derrota de Inglaterra – link aquí (agosto de 2023) (7) ESPN: La FIFA se fija como objetivo alcanzar unos ingresos de 1000 millones de dólares con la Copa del Mundo Femenina 2027 – link aquí (mayo de 2025) (8) BBC: Liga Premier India femenina: Las franquicias del T20 se venden por 465 millones de libras esterlinas – link aquí (enero de 2023)
América del Norte: El mercado líder del deporte femenino
(1) Forbes: Los equipos más valiosos de la NWSL en 2025 – link aquí (junio de 2025) (2) Sports Business Journal: La NWSL recibirá 60 millones de dólares al año por los derechos de medios nacionales – link aquí (septiembre de 2025) (3) Angel City: Willow Bay y Bob Iger se convertirán en los nuevos propietarios mayoritarios de Angel City – link aquí (julio de 2024) (4) Forbes: Los equipos deportivos femeninos más valiosos del mundo en 2025 (diciembre de 2025) – link aquí (diciembre de 2025) (5) SportsPro: ‘Más que una mascota’ – link aquí (junio de 2025) (6) Zoomph: La Universidad de Nebraska genera un impacto histórico en las redes sociales – link aquí (7) PWHL: La Liga Profesional de Hockey Femenino (PWHL) bate el récord mundial de asistencia – link aquí (abril de 2024) (8) PWHL: La PWHL celebra una segunda temporada histórica de crecimiento – link aquí (junio de 2025) (9) PWHL: PWHL WEEKLY NOTEBOOK: ENERO 12, 2026 – link aquí (enero de 2026) (10) Deloitte: Más allá de la barrera de los mil millones de dólares: Trazando la siguiente fase de crecimiento – link aquí (marzo de 2025) (11) HS&E: ‘Y ahora la oportunidad del deporte femenino’ – link aquí (diciembre de 2024)

La oportunidad para las marcas en el Rugby Femenino
(1) Encuesta GWI Sports: Si una marca o un producto patrocinara su liga o equipo deportivo favorito, ¿cuál de estas acciones usted sería más propenso a realizar?; 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 desempeñan un papel fundamental en... (Abril de 2025) (2) IMG x Endeavor Analytics: Women In Sport– link aquí (enero de 2024)
Y los aficionados del rugby femenino se alinean con percepciones más amplias
(1) IMG x Endeavor Analytics: Mujeres en el deporte – link aquí (enero de 2024) (2) THE COLLECTIVE-TEAM: THE COLLECTIVE-TEAM * publica un estudio que demuestra que las mujeres están impulsando el crecimiento mundial de la afición deportiva – link aquí (octubre de 2024) (3) Parity x Survey Monkey: De la marginalidad a la corriente dominante: link aquí (mayo de 2024)
Redefiniendo la hospitalidad en el rugby femenino
(1) Datos de World Rugby (enero de 2026)
El deporte femenino está demostrando ser un modelo de negocio para la inversión en productos
(1) Klarna x Rep Her: Descubriendo la demanda insatisfecha de artículos deportivos femeninos – link aquí (junio de 2024)
Los aficionados al Rugby Femenino gastan más merchandising
(1) Encuesta GWI x World Rugby: ¿Cómo interactúa con el rugby?; ¿Cuánto gasta normalmente al año en productos de rugby?; ¿Qué le animaría a gastar más en productos de rugby? (Abril de 2025)
La demanda de merchandising en acción:
(1) Encuesta sobre la Experiencia en los días de partido de la RWC 2025: El día del partido, ¿cuánto gastó por persona menor o mayor de 18 años? (Noviembre de 2025) (2) Informe de impacto de la RWC 2025 – link aquí (febrero de 2026)
La influencia de los jugadores impulsa la demanda de dmerchandising
(1) Datos propios de la IRFU:
Cómo el deporte femenino está cerrando la brecha del merchandising
(1) Sportico: La marca de ropa ‘Everyone Watches Women’s Sports’ alcanza los 6 millones de dólares en ingresos – link aquí (febrero de 2025) (2) WNBA: La WNBA bate récords en la temporada 2024 – link aquí (septiembre de 2024) (3) Nike: La nueva vestimenta Third Club Kits de Nike Football celebra el auge del deporte femenino – link aquí (agosto de 2024) (4) BBC Sport: Mary Earps: Nike pondrá a la venta ‘cantidades limitadas’ de camisetas de arquero de la selección inglesa para la Copa del Mundo – link aquí (agosto de 2024)