
SOC CER FREAKS

Mayo 2010

Renato Teixeira

Fuente: TGI Latina

FÚTEBOL EN AMÉRICA LATINA

Antes de la Copa de Fútbol de 2006, realizamos una encuesta basándonos en el Target Group Index Latina que mostraba cuáles países se interesaban más por el fútbol. La encuesta dio como resultado que no eran las ciudades de São Paulo/Río de Janeiro, sino Lima la que tenía el mayor porcentaje de “soccer freaks”, al contrario de lo que se podría esperar.

Estamos en año de Copa una vez más y por esto realizamos una nueva encuesta para entender los cambios que ocurrieron en este escenario y sus razones.

Esta vez trabajamos con 7 ciudades con más de 4 millones de habitantes en 6 países en donde se realiza la encuesta. Pudimos constatar que en estos 4 años ocurrieron varias e interesantes alteraciones en el universo de los “soccer freaks”.

A continuación veremos con detalles cada uno de los elementos que los definen.

Hábitos relacionados con los deportes

TELEVISIÓN

Las poblaciones de las ciudades analizadas aquí suelen seguir los deportes en general a través de la TV. De modo general, todas las ciudades presentan un comportamiento que se ha mantenido en los últimos 5 años.

El destaque positivo aparece en Santiago, donde hubo un aumento significativo en el público de programas deportivos (13%) y de partidos de fútbol (10%). En forma opuesta, el interés por programas deportivos en la TV es menos en la Ciudad de México, Lima y Buenos Aires.

ASISTE A PROGRAMAS DEPORTIVOS FRECUENTEMENTE EN LA TV					
	Y7	Y8	Y9	Y10	VAR%
GBA	49%	43%	43%	45%	-8%
GSP/ GRJ	51%	51%	53%	53%	4%
Santiago	45%	49%	52%	51%	13%
Mexico City	52%	52%	52%	49%	-6%
Lima	55%	55%	54%	52%	-5%

ASISTE A PARTIDOS DE FÚTBOL EN LA TV - ÚLTIMOS 12 MESES					
	Y7	Y8	Y9	Y10	VAR%
GBA	36%	34%	34%	36%	0%
GSP/ GRJ	46%	39%	42%	43%	-7%
Santiago	31%	24%	32%	34%	10%
Mexico City	43%	37%	37%	45%	5%
Lima	46%	43%	46%	48%	4%

ESTADIO

Las ciudades brasileñas como São Paulo y Río de Janeiro consiguen llevar un porcentaje mayor de sus poblaciones a los partidos en los estadios. En 2009, 14% de los habitantes de esas ciudades fueron al menos a un partido de fútbol en los estadios. El porcentaje en las otras ciudades analizadas aquí es bastante inferior, siendo que la población de Santiago, en segundo lugar, tuvo 6%, yendo al menos una vez al estadio durante el año.

En estas ciudades brasileñas existe una sensible tendencia de caída de público. En Lima y en la Ciudad de México esta tendencia es más evidente, con caídas de 40% y 47%, respectivamente. La capital argentina presentó en 2008 un mayor volumen de personas que fueron al estadio, sin embargo el índice cayó para un tercio en 2009.

Santiago se destaca a cada año por tener un número más grande de personas declarando que han ido a partidos en los últimos 12 meses, un aumento de 29% en 4 años.

ASISTIÓ EM PERSONA A PARTIDOS DE FÚTBOL - ÚLTIMOS 12 MESES					
	Y7	Y8	Y9	Y10	VAR%
GBA	5%	6%	9%	3%	-38%
GSP/ GRJ	16%	15%	14%	14%	-13%
Santiago	4%	4%	4%	6%	29%
Mexico City	7%	5%	5%	4%	-40%
Lima	8%	7%	5%	4%	-47%

PRÁCTICA

Es en este ítem que vemos las alteraciones más significativas en estos últimos 4 años, indicando una disminución del interés por actividades deportivas. En todas las ciudades investigadas verificamos la tendencia, en algunos casos bien acentuada, de disminución de la práctica de deportes en la población.

PRACTICO DEPORTE - ÚLTIMOS 12 MESES					
	Y7	Y8	Y9	Y10	VAR%
GBA	28%	26%	24%	20%	-29%
GSP/ GRJ	37%	35%	32%	34%	-8%
Santiago	34%	28%	27%	32%	-6%
Mexico City	39%	39%	35%	36%	-8%
Lima	53%	50%	47%	51%	-4%

Al ver más específicamente una práctica deportiva, los argentinos, mexicanos y peruanos de estas ciudades están jugando menos fútbol a cada año. Los brasileños de São Paulo/Río jugaron 10% menos fútbol, y los chilenos se destacan por recuperar el mismo porcentaje de practicantes que tenían hace 4 años.

JUGO AL FÚTBOL - ÚLTIMOS 12 MESES					
	Y7	Y8	Y9	Y10	VAR%
GBA	13%	11%	12%	9%	-31%
GSP/ GRJ	20%	18%	16%	18%	-10%
Santiago	17%	12%	13%	17%	0%
Mexico City	24%	23%	20%	18%	-25%
Lima	30%	28%	27%	26%	-13%

Aún así, el fútbol continúa siendo el deporte más practicado en estas ciudades. Exceptuando Buenos Aires, la población de las demás ciudades practicó en promedio 2 deportes a lo largo de 12 meses, siendo que el segundo deporte más común es caminata y voleibol.

OTROS DEPORTES PRATICADOS					
	GBA	GSP/ GRJ	Santiago	Mexico City	Lima
Fútbol	9%	18%	17%	18%	26%
Nº Medio	1,6	2,2	1,9	1,8	2,1

En la TV existe unanimidad con relación al primer deporte visto: Fútbol. Sin embargo, el segundo lugar es ocupado por deportes distintos en cada país. En São Paulo/Rio, la televisión tiene un buen público para: voleibol (32%), carreras de automóviles (25%), natación (24%), gimnástica olímpica (22%), atletismo (20%) y basquetbol (14%). En este caso las ciudades brasileñas son las que presentan interés por una mayor variedad de deportes en la televisión. En promedio, cada individuo afirma haber visto 7 deportes en la TV en los últimos 12 meses.

Después del fútbol, en Lima el voleibol (21%), el tenis (15%) y la natación (10%) son los más vistos. En la capital argentina, el tenis (17%) y las carreras de automóviles (11%) aparecen en destaque. En Santiago el tenis es visto por 22% de la población siendo el segundo deporte de interés en la televisión.

OTROS DEPORTES VISTOS EN LA TV					
	GBA	GSP/ GRJ	Santiago	Mexico City	Lima
Fútbol	36%	43%	34%	45%	48%
Carreras de automóviles	11%	25%	6%	7%	9%
Voleibol	2%	32%	3%	4%	21%
Gimnastica olímpica	4%	22%	7%	5%	8%
Basquetbol	9%	14%	4%	7%	9%
Atletismo	4%	20%	6%	5%	9%
Natación	4%	24%	5%	5%	10%
Tenis	17%	11%	22%	5%	15%
Corrida	2%	21%	2%	3%	6%
Nº Medio	4,2	7,1	4,2	4,3	4,6

“Soccer freaks”

Los mismos hábitos conectados al deporte que fueron sondeados en la Copa de 2006 fueron analizados para la caracterizar a los “soccer freaks”:

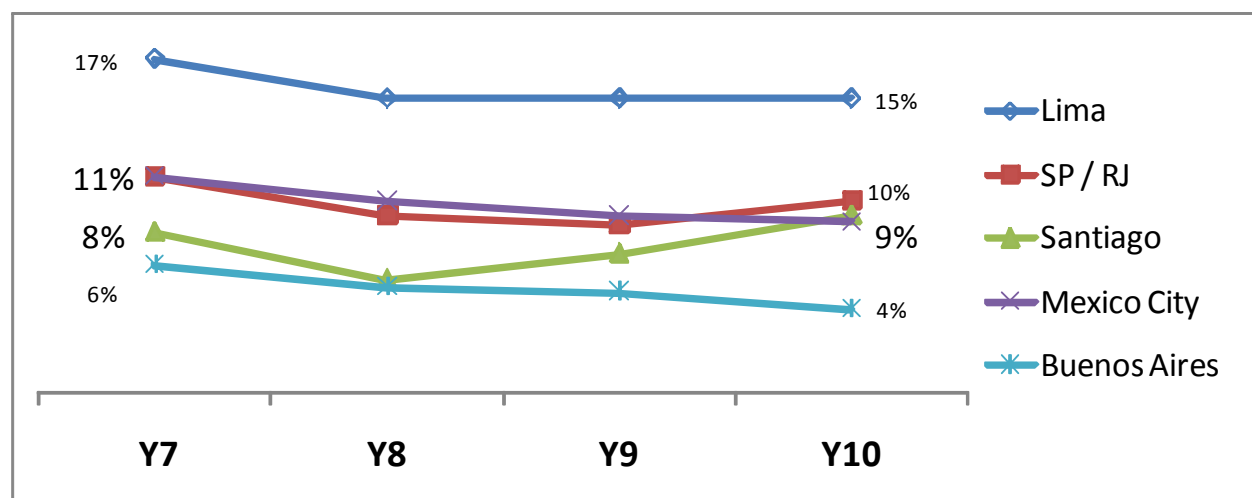
- Ven frecuentemente programas deportivos,
- Ven partidos de fútbol en la TV (últimos 12 meses), o ven partidos de fútbol personalmente (últimos 12 meses),
- Juegan fútbol al menos 2 veces por mes.

Vale aclarar que el “Soccer Freak” es el individuo que vio Fútbol en la TV en los últimos 12 meses **o** vio personalmente fútbol en los últimos 12 meses, **y** ve programas deportivos frecuentemente **y** practica fútbol por lo menos 2 veces por mes.

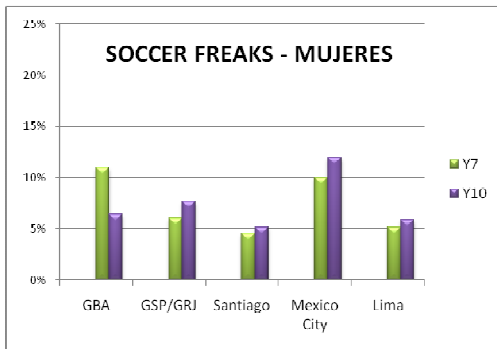
En 2006, cuando hablamos por primera vez de los “soccer freaks”, constatamos que los más fanáticos por fútbol estaban en Lima. Ellos continúan siendo los más interesados por el deporte, sin embargo, la tendencia es que dejen de serlo en breve, pues pasaron de casi 18% de la población para 15%. En el caso de São Paulo/Río, no hubo una variación significativa, oscilando entre 11% para 10% en el período.

En Buenos Aires y en la Ciudad de México, los “soccer freaks” son a cada año un porcentaje menor de la población. Y al contrario de lo que podríamos imaginar, los “soccer freaks” porteños son apenas 4% de la población actual, apareciendo en último lugar en esta comparación.

Evolución de los “Soccer Freaks”



El “Soccer Freak” continúa teniendo perfil muy semejante en los últimos años, presentando así características predominantemente masculinas, y estando concentrados entre la población de 12 y 34 años. La Ciudad de México es en la que encontramos el mayor porcentaje de “soccer freaks” mujeres, con 12%.



¿Lo que ha cambiado?

El interés por el fútbol disminuyó en prácticamente todas las ciudades investigadas, ya sea en lo tocante a la práctica, en el seguimiento en la TV, o personalmente. La excepción está en Santiago donde es notorio el crecimiento de la búsqueda por el deporte, coronada con la clasificación para el mundial de Sudáfrica en 2010. En los últimos años, los “soccer freaks” de Santiago llegan a acercarse a São Paulo/Rio, y a sobrepasar a los mexicanos.

Pensando en la causa de esta pérdida de interés en las otras ciudades, o en la causa de la disminución del tiempo dedicado a tal deporte, intentamos investigar qué es lo que estaría propiciando esta caída. No es posible identificar un fenómeno aislado, y sí un grupo de factores que claramente están tomando más tiempo de la población y limitando el tiempo disponible para la dedicación al fútbol, así como para cualquier otro deporte.

Verificamos entonces que las personas están dedicando más tiempo a una actividad importante en sus vidas: el trabajo. Crece el tiempo dedicado al trabajo y disminuye la práctica de deportes entre aquellos que trabajan.

TRABAJAN 30 HORAS POR SEMANA (000)			
	Y7	Y10	VAR%
GBA	4.112	4.231	3%
GSP/ GRJ	10.431	11.528	11%
Santiago	12.579	13.154	5%
Mexico City	6.167	6.593	7%
Lima	2.868	3.315	16%

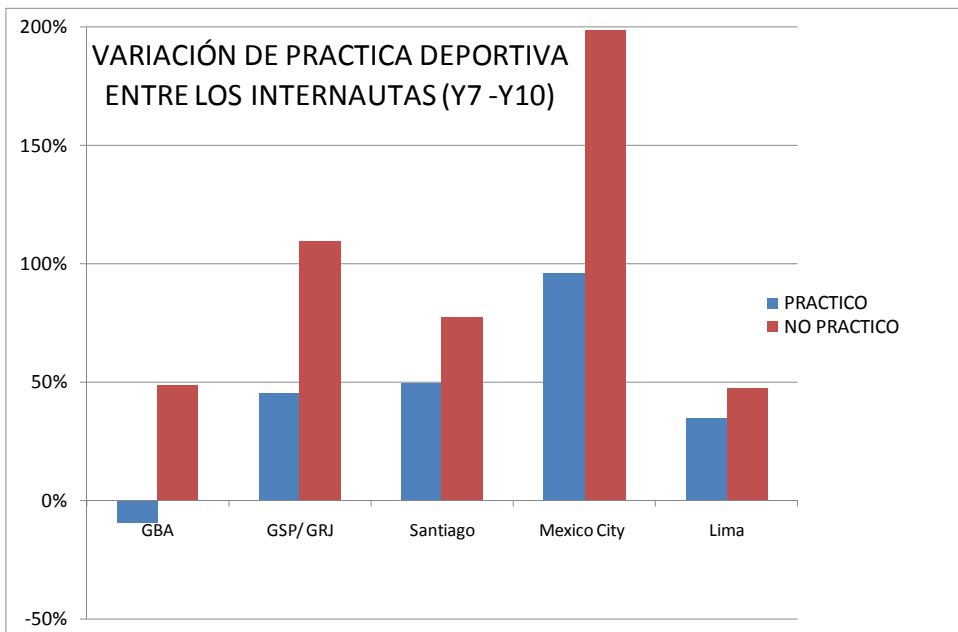
En lo tocante al tiempo dedicado al entretenimiento, encontramos números cada vez mayores de personas que declaran haber visto TV por cable en los últimos 7 días, lo que significa también menos tiempo para la práctica de deportes. Esta tendencia es más clara en São Paulo/Río, Santiago y la Ciudad de México.

ASISTIO TV PAGADA EN LOS ÚLTIMOS 7 DÍAS (000)			
	Y7	Y10	VAR%
GBA	5.420	5.649	4%
GSP/ GRJ	5.173	7.538	46%
Santiago	1.420	2.109	49%
Mexico City	3.624	5.057	40%
Lima	3.419	3.988	17%

El Internet también ocupa un espacio mayor en el cotidiano de las personas. En los últimos 4 años, aumentó en promedio en 60% el número de personas que tuvo acceso el día anterior. El crecimiento fue mayor en la Ciudad de México, São Paulo/Río y Santiago.

USO INTERNET AYER (000)			
	Y7	Y10	VAR%
GBA	1.769	2.205	25%
GSP/ GRJ	1.061	1.740	64%
Santiago	2.338	3.394	45%
Mexico City	1.569	3.756	139%
Lima	1.537	2.142	39%

Al aislar a los que practicaron deportes de los que no los practicaron, las tasas de crecimiento de uso de Internet de ayer son muy diferentes en casi todos los países, excepto para Lima, donde este crecimiento es más tímido.



Conclusiones

- De manera diferente de todos los otros mercados, Santiago presenta un crecimiento de “soccer freaks”, lo cual es posiblemente motivado por la mejora de los equipos chilenos en campeonatos internacionales y la consiguiente clasificación para la Copa Mundial de Sudáfrica.
- El creciente número de personas trabajando más horas está ocupando un espacio que antes podía ser ocupado por otras actividades, como por ejemplo el deporte.
- La disminución del número de fanáticos en los estadios ha sido compensada por una mayor audiencia de los partidos transmitidos en la TV, lo que ha estado creciendo en el período “entre copas”.
- El acceso a Internet ha estado creciendo mucho en esta región y ha estado tomando nuestro tiempo, lo que no es diferente con los deportistas, quienes acaban dedicando menos tiempo a las actividades conectadas al deporte, ayudando así a disminuir el número de “soccer freaks”.
- En contraste al crecimiento del interés por fútbol en Chile, los argentinos de Buenos Aires, con gran tradición futbolística, han estado perdiendo el interés por el deporte. Por problemas económicos y después de una mejora en 2008, la ida a los estadios ha caído mucho, encontrándose hoy en un de los menores niveles de Latinoamérica.
- Brasil, país con gran tradición futbolística, presenta mayor diversidad en la práctica y audiencia de otros deportes, además del fútbol. En São Paulo/Río los brasileños ven en promedio 3 modalidades deportivas más que todos los otros mercados sondeados.