

ANÁLISIS DE PREFERENCIAS DEPORTIVAS

*León, Guanajuato
Enero 2020*



ESOMAR¹⁹
corporate

LAMARCALAB
TUS SOCIOS DE MARKETING



METODOLOGÍA

TAMAÑO DE LA MUESTRA

n 400

Cuestionarios casa por casa en León, Guanajuato

PERFIL DEL ENCUESTADO

Hombres y Mujeres mayores de edad residentes de León, Guanajuato.

Edad: 18 a 60 años



REPRESENTATIVIDAD:

Nivel de confianza: **95%**

Grado de error: **±5%**



TIPO DE LEVANTAMIENTO:

Muestreo aleatorio simple con encuesta cara a cara casa por casa.



FECHA DEL LEVANTAMIENTO:

Febrero:

D	L	M	Mi	J	V	S
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18

CONTENIDO

- 01** DEPORTES PREFERIDOS
- 02** ¿CÓMO ES LA AFICIÓN POR EL SOCCER?
- 03** HALLAZGOS CLAVE
- 04** IMPACTO DEL COVID-19



ESOMAR¹⁹
corporate

LAMARCALAB
TUS SOCIOS DE MARKETING



01

DEPORTES PREFERIDOS



ESOMAR¹⁹
corporate

LAMARCALAB
TUS SOCIOS DE MARKETING



EL FUTBOL ES EL DEPORTE LÍDER

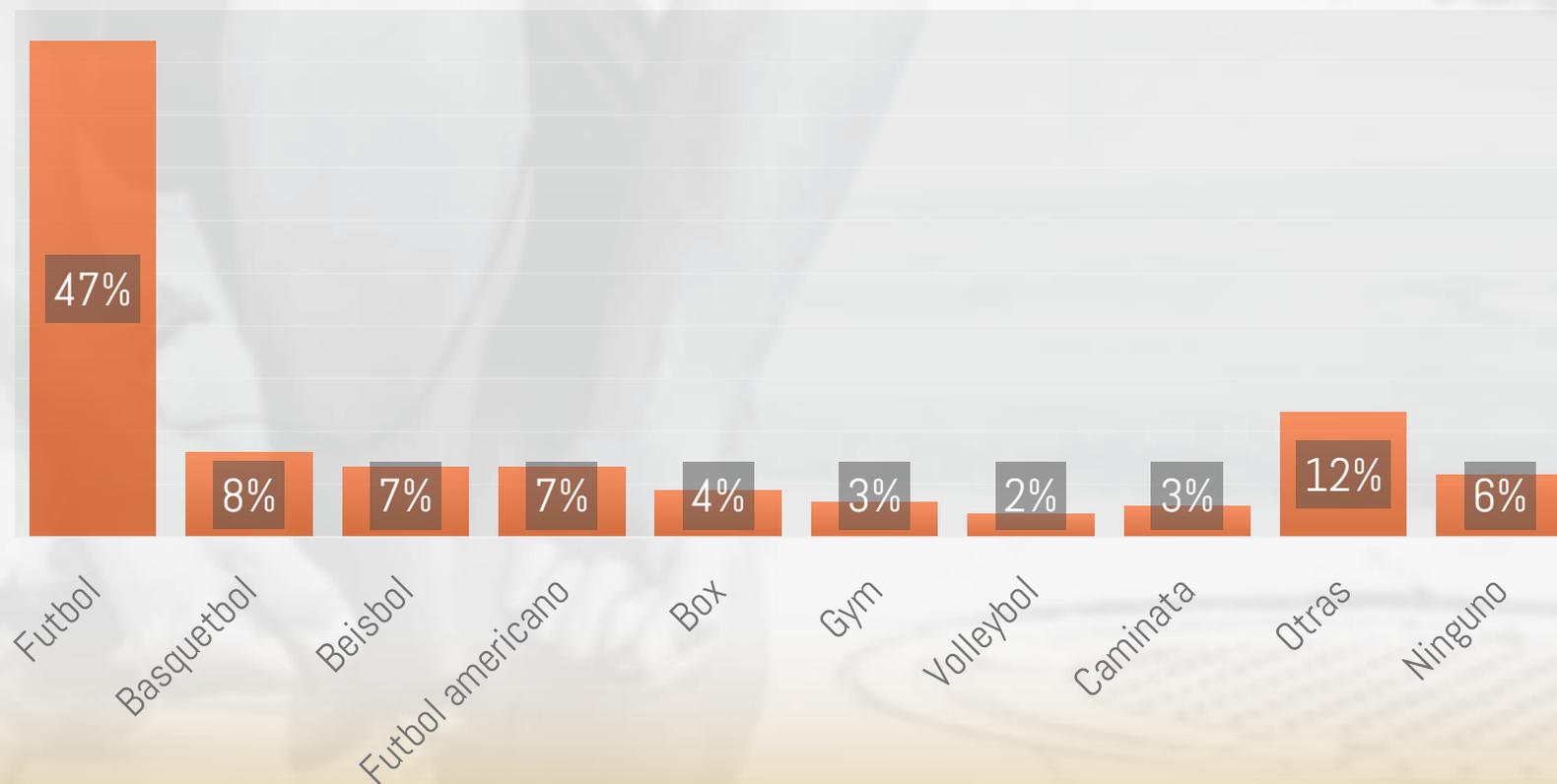
¿Cuál es su deporte favorito?

Al preguntar por su deporte favorito, casi la mitad de los habitantes de León eligieron al Futbol Soccer con una amplia diferencia sobre el resto, dejándolo como el líder indiscutible.

Seguido de él se encuentra el Basquetbol con un 8% de las respuestas. Es decir, por cada aficionado al basquetbol en León, hay casi 6 aficionados al futbol soccer.

Seguidos de estos se encuentran el Beisbol, Futbol americano y Box (con 7%, 7% y 4% respectivamente).

Únicamente un 6% de la población manifestó no tener ningún deporte preferido.

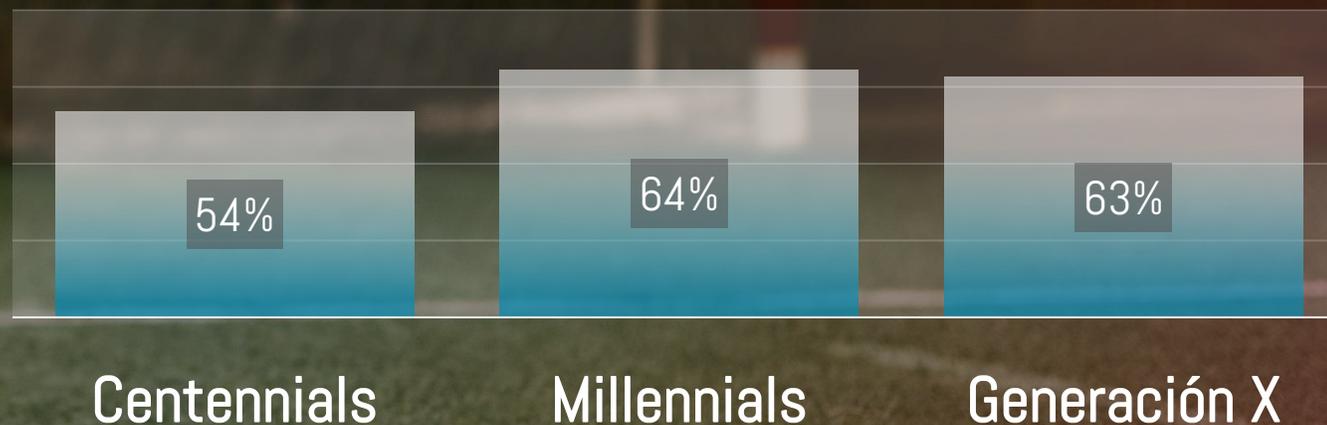


Base total: 400 cuestionarios

¿EL FUTBOL VA EN DECLIVE...?

No hay duda de que el Fútbol es el deporte favorito de la mayoría, siendo incluso el deporte predominante en todos los grupos de edad estudiados. Sin embargo, se observa una considerable caída en su preferencia entre los varones más jóvenes (centennials).

Preferencia por el futbol por grupo generacional en hombres



¿...O SE ESTÁ DIVERSIFICANDO?

Sin embargo, no todo es para alarmarse. Ya que, en el segmento femenino, son precisamente las más jóvenes las más interesadas por este deporte. Si bien el aumento del interés en ellas no iguala al nivel de interés de los varones, es un avance importante para la ruptura del paradigma que aleja a las mujeres de este deporte.

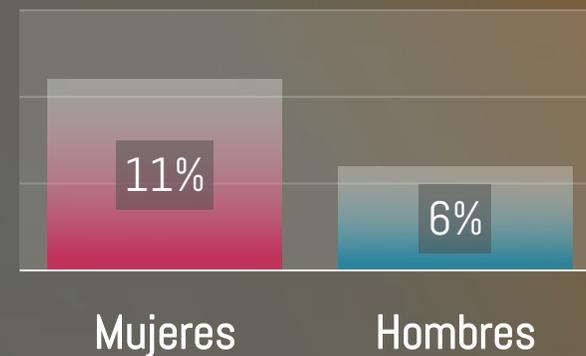
Preferencia por el fútbol por grupo generacional en mujeres



ELLAS SON LAS DUEÑAS DE LAS DUELAS

El basquetbol fue el segundo deporte más popular en León, hecho que se le puede agradecer al segmento femenino, habiendo casi el doble de mujeres que de hombres con preferencia por este deporte.

Preferencia por el basquetbol por sexo



Otra particularidad del basquetbol, es que existe mayor preferencia por él entre los más jóvenes.

Tanto entre Centennials como Millennials, el nivel de preferencia por este deporte fue de un 9%, mientras que, solamente un 6% de los encuestados Generación X lo eligió como su favorito.

EL BALÓN NO ESTÁ SUELTO.

El fútbol americano, es otra de las alternativas que están llamando más la atención de los Centennials que de los Millennials y Generación X. El deporte del empujamiento muestra un crecimiento consistente, siendo el preferido del 4% de los encuestados Generación X, del 7% de los Millennials y el 11% de los Centennials.

Preferencia por el futbol americano por grupo generacional



EL RESURGIMIENTO DEL REY

El béisbol es uno de los pocos deportes en que se observa mayor nivel de preferencia entre los encuestados Generación X, siendo el deporte preferido del 10% de ellos contra un 6% de Centennials y Millennials.

Preferencia por el béisbol por grupo generacional



Sin embargo, al observar solamente a los varones, se vislumbra un repunte entre los Centennials, anunciando un posible resurgimiento del rey de los deportes.

Preferencia por el béisbol por grupo generacional en hombres



02

¿CÓMO ES LA
AFICIÓN POR EL
SOCCER?

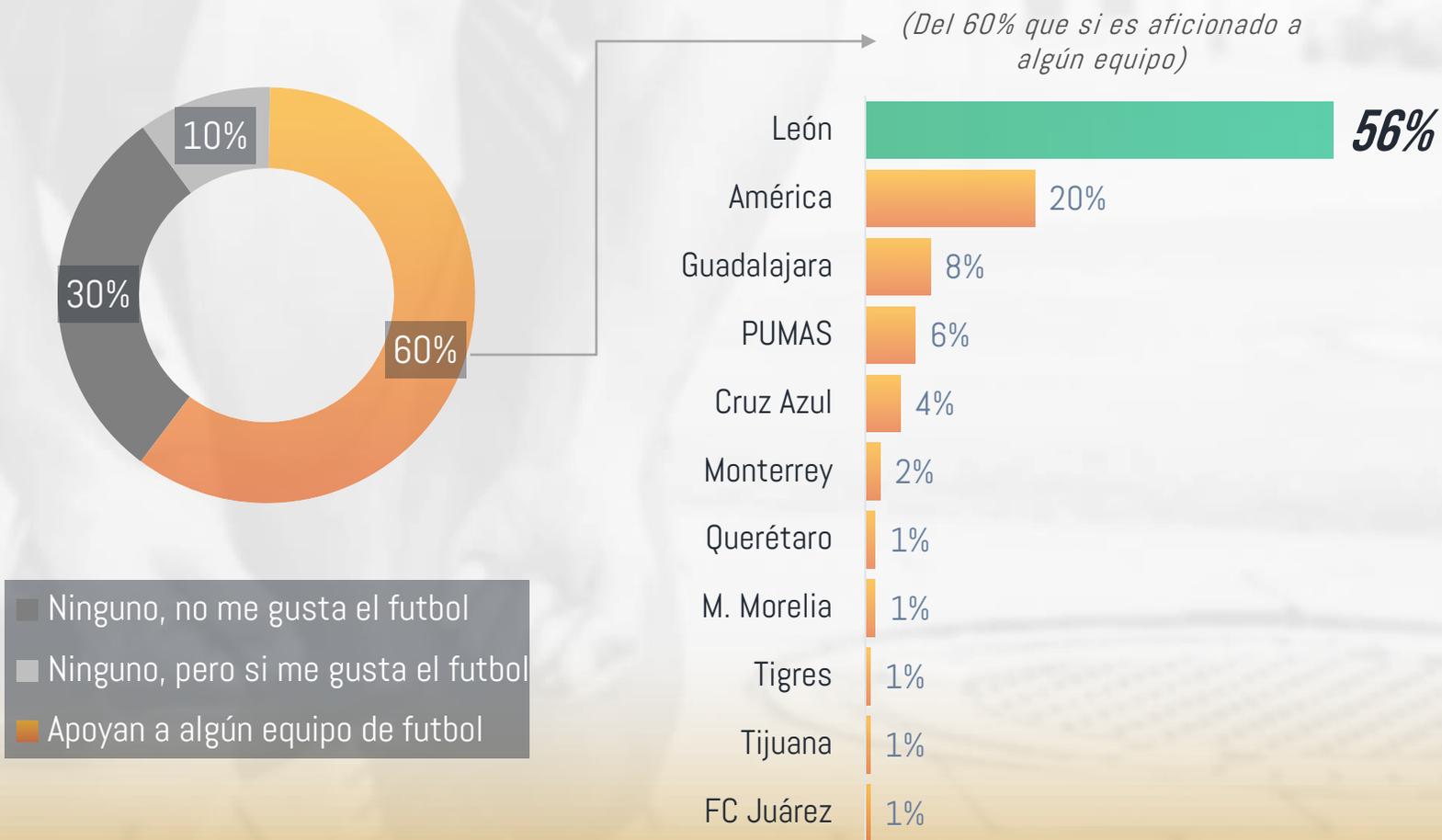
AFICIÓN POR LOS EQUIPOS

¿De cuál equipo de futbol se considera aficionado?

6 de cada 10 leoneses se considera aficionado de algún equipo de futbol, 1 de cada 10 no es aficionado a ningún equipo pero igual le gusta el futbol mientras que a los 3 restantes no les gusta el futbol, por lo que no apoyan a ningún equipo.

Naturalmente los panzas verdes de León, pertenecientes a esta ciudad, son el equipo con mayor afición, captando a poco más de la mitad de los aficionados.

Seguidos de ellos se encuentran los catalogados como "Los 4 grandes del futbol mexicano", encabezados por el Club América con un 20% de la afición. Le siguen el Guadalajara con un 8%, el Pumas con un 6% y el Cruz Azul con 4%.



Base total: 400 cuestionarios

SE PONEN LA CAMISETA

69%

DE LOS AFICIONADOS TIENE LA CAMISETA DE SU EQUIPO

SE HACEN PRESENTES

39%

ASISTIÓ AL MENOS A UN
PARTIDO DE SU EQUIPO

EN PROMEDIO, ESTE 39%
ASISTIÓ A **3.3** PARTIDOS

03

HALLAZGOS CLAVE



HALLAZGOS CLAVE

Si bien el futbol soccer sigue siendo el deporte predominante en León, consiguiendo incluso abrirse paso en el segmento femenino, es evidente la tendencia de los Centennials por buscar una oferta deportiva más diversa, siendo ellos los principales exploradores de otras alternativas deportivas menos populares.

Entre los varones puede observarse cierta nueva inclinación hacia el futbol americano y béisbol, los cuáles se posicionan por encima del básquetbol en nivel de preferencia.

Por su parte las mujeres, además de comenzar a abrirse paso en el soccer, ven como principal alternativa inmediata al basquetbol, siendo ellas las principales promotoras de este deporte.

HALLAZGOS CLAVE

¿Deberían entonces comenzar a preocuparse los involucrados en el futbol soccer?

La respuesta es no. La fragmentación de las preferencias de los consumidores es un proceso natural en todas las categorías, la tarea del soccer ahora es identificar aquellos valores y atributos que lo han llevado a ser el deporte líder y explotarlos en pro de fortalecer la relación existente con los aficionados actuales.

Aún se observa un importante participación de los aficionados del soccer en todo lo que este implica (apoyo a los equipos, compra de camisetas, visitas a los estadios), señales claras de la relevancia que tiene aún este deporte entre los leoneses.

04

IMPACTO DEL COVID-19

ESOMAR¹⁹
corporate



LAMARCALAB
TUS SOCIOS DE MARKETING



IMPACTO DEL COVID-19

¿La pandemia del COVID-19 tendrá impacto sobre estas preferencias deportivas?

Para responder de forma más precisa a esta pregunta, es necesario comprender las 2 acepciones que hoy en día tienen los deportes: (1) **Actividad recreativa y del cuidado de la salud** y (2) **Contenido de entretenimiento**.

Ante la cuarentena, al no poder llevarse a cabo en espacios públicos los deportes más populares (como el fútbol, basquetbol, béisbol, fútbol americano), las personas están buscando alternativas de actividades deportivas que compensen la carga física de estos y se adapten a los espacios de sus hogares. Sin embargo, estas actividades en solitario no pueden compensar un atributo clave de estos deportes: **La experiencia de compartir el deporte con los amigos**.

Viéndolo desde esa perspectiva, estas nuevas maneras de mantenerse en forma, más que volverse una amenaza como sustituto de los deportes más populares, podría convertirse en un complemento de ellos.

IMPACTO DEL COVID-19

¿La pandemia del COVID-19 tendrá impacto sobre estas preferencias deportivas?

Por otro lado, como contenido de entretenimiento, los aficionados del fútbol han manifestado en redes sociales su añoranza por volver a observar un partido de la Liga MX, a lo que los medios de comunicación han respondido con el lanzamiento de la e-LigaMX, alternativa que consiste en transmisiones en vivo de partidos de fútbol en el videojuego FIFA 2020 disputados por mismos integrantes de los clubes mexicanos.

Si bien los e-sports podrían no ser atractivos para una parte importante de la afición a los deportes tradicionales (a pesar de ser ya una categoría millonaria en la industria del entretenimiento), seguramente se verán ampliamente beneficiados en cuanto a captación de nuevos aficionados y apertura de nuevos espacios/plataformas para su consumo.

Las limitantes sobre nuestras actividades ordinarias invariablemente nos llevarán a la búsqueda de alternativas sustitutas, ampliando así el panorama de los consumidores quienes, al finalizar la pandemia, no serán los mismos que cuando esta comenzó.

TUS SOCIOS DE MARKETING

GRACIAS.

Sigamos en contacto

Cualquier aclaración o duda pueden hacer contacto con nosotros.

Contacto

(33) 3656 9063

Email

contacto@lamarcalab.com

Dirección

Edificio MIND
Piso 2, oficina 2L
Avenida Faro 2350
Residencial Victoria,
CP 44550
Guadalajara, Jalisco, México



Redes Sociales



www.lamarcalab.com

