

The background of the slide is a repeating pattern of the AFAB logo. Each logo consists of a shield-shaped emblem with a yellow and green design, and the acronym 'AFAB' in white text on a blue background.

# Pesquisa sobre o perfil do Torcedor de Futebol Americano no Brasil

Julho de 2011

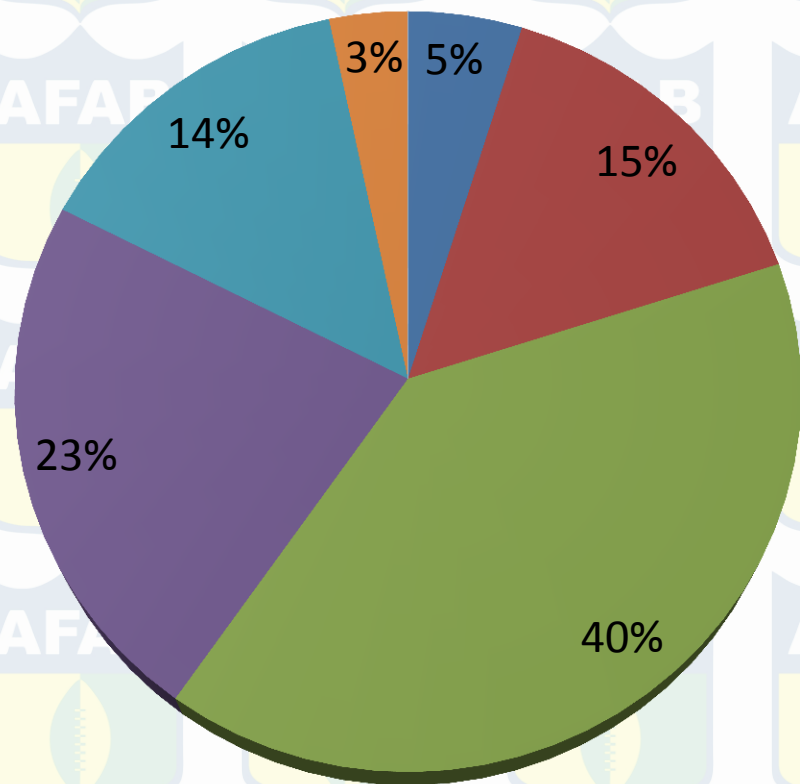
# Aplicação da pesquisa

- A pesquisa foi aplicada entre os dias 15 e 30 de Junho de 2011
- As respostas foram coletadas através da ferramenta SurveyMonkey pela Internet
- Foram coletadas 4.261 respostas
- A divulgação aconteceu pela Internet, com o apoio de vários canais do Futebol Americano no Brasil
- Pesquisa completa no site da AFAB:  
[www.afabonline.com.br](http://www.afabonline.com.br)

## Faixa etária

- O público que acompanha o Futebol Americano no Brasil é predominantemente jovem.
- Entre 16 e 29 anos estão 78% desse público.
- É um público com grande capacidade de influenciar as decisões de consumo de suas famílias.

% por faixa etária



**<15**    **16 a 18**    **19 a 24**  
**25 a 29**    **30 a 39**    **40+**

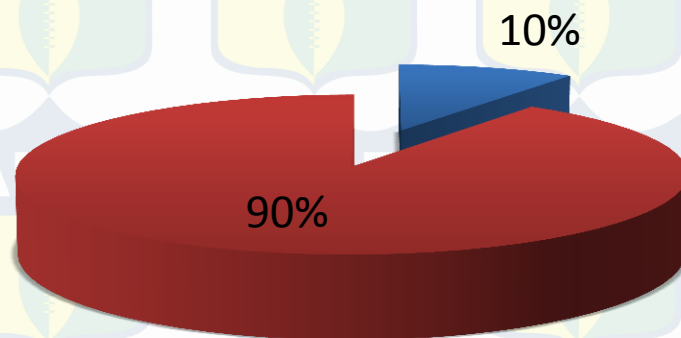
## Sexo

- Como esperado, o público do FA é predominantemente masculino.

- Há que se considerar que o esporte alcança o público feminino formado pelas esposas, namoradas, mães e irmãs, dentre outras, dos torcedores e dos praticantes brasileiros.

- O público feminino atingido é maior do que esse.

## Sexo



■ Masculino ■ Feminino

## Escolaridade

•A grande maioria dos fãs de Futebol Americano possuem nível superior.

•Daqueles que possuem nível médio, 83,7% (1.329 de 1.587) estão em idade de cursarem a faculdade.

•Podemos inferir que o percentual de fãs que já possuem nível superior ou estão cursando é de cerca de 91,7%

Nível	Qtde	%
Básico	97	2,3%
Médio (total)	1.587	37,2%
Médio (até 24 anos)	1.329	31,2%
Médio (+ de 24 anos)	258	6,1%
Superior	2.577	60,5%

## Distribuição geográfica

- O Sudeste concentra a maioria dos fãs de Futebol Americano, com 51,9%, com São Paulo e Rio de Janeiro respondendo, juntos, por 43,6% de todos os torcedores.
- Outros estados que merecem destaque: PR com 9,9%, MT com 8,8% e SC com 7,2%.
- Certamente a participação do Nordeste é maior do que a apontada pela pesquisa, que foi de 9,9%, pois houve pouco envolvimento dos clubes e entidades da região na obtenção das respostas.

<b>SUDESTE</b>	<b>51,9%</b>	<b>NORDESTE</b>	<b>9,9%</b>
SP	31,9%	PE	3,1%
RJ	11,7%	RN	2,0%
MG	6,6%	CE	1,7%
ES	1,7%	BA	1,2%
		PB	1,1%
<b>SUL</b>	<b>22,9%</b>	SE	0,4%
PR	9,9%	AL	0,3%
SC	7,2%	MA	0,1%
RS	5,9%	PI	0,1%
<b>CENTRO OESTE</b>	<b>13,8%</b>	<b>NORTE</b>	<b>1,4%</b>
MT	8,8%	PA	0,4%
DF	2,9%	AM	0,4%
MS	1,1%	RO	0,2%
GO	1,0%	AC	0,2%
		TO	0,1%

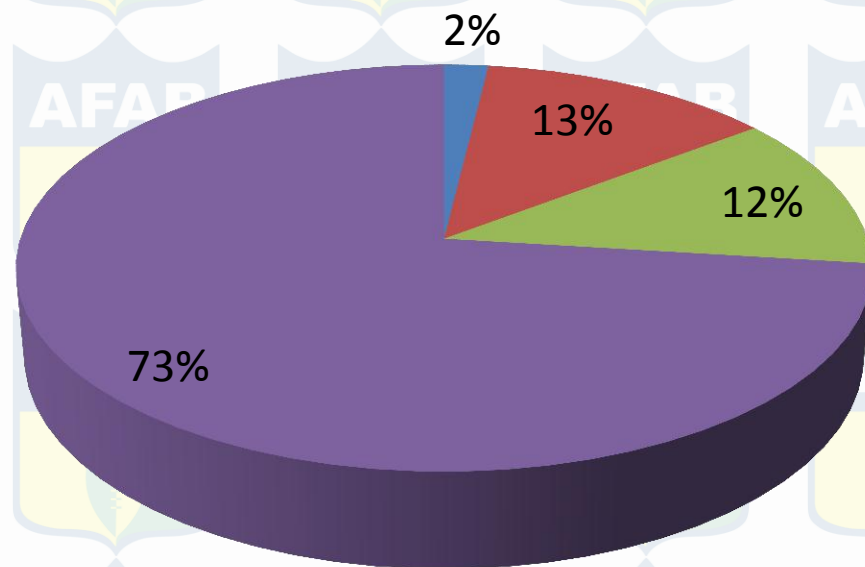
## Relação com a NFL

- Como era esperado, o público que respondeu a pesquisa é formado basicamente por quem já conhece o esporte
- 73% acompanham a liga profissional americana (NFL) e torcem por um time.

### \*Pergunta na pesquisa:

*Qual dessas opções melhor define a sua relação com a NFL (National Football League - a liga de Futebol Americano profissional dos Estados Unidos)?*

## Relação com a NFL\*



■ Não conheço

■ Conheço, mas não acompanho

■ Acompanho, mas não tenho time

■ Acompanho e tenho time

## Relação com o FA no Brasil\*

•39,6% dos respondentes ou não conhecem ou não acompanham o FA praticado no Brasil, o que mostra um enorme potencial de crescimento para o esporte nacional.

•45% dos respondentes estão envolvidos, de alguma maneira, com alguma equipe de FA nacional.

**\*Pergunta na pesquisa:**

*Qual dessas opções melhor define a sua relação com o Futebol Americano no Brasil?*

Não pratica o esporte

66,0%

Não conheço

5,7%

Conheço, mas não acompanho

33,9%

Acompanho e tenho um time

26,4%

Pratica o esporte 34,0%

Jogador 29,8%

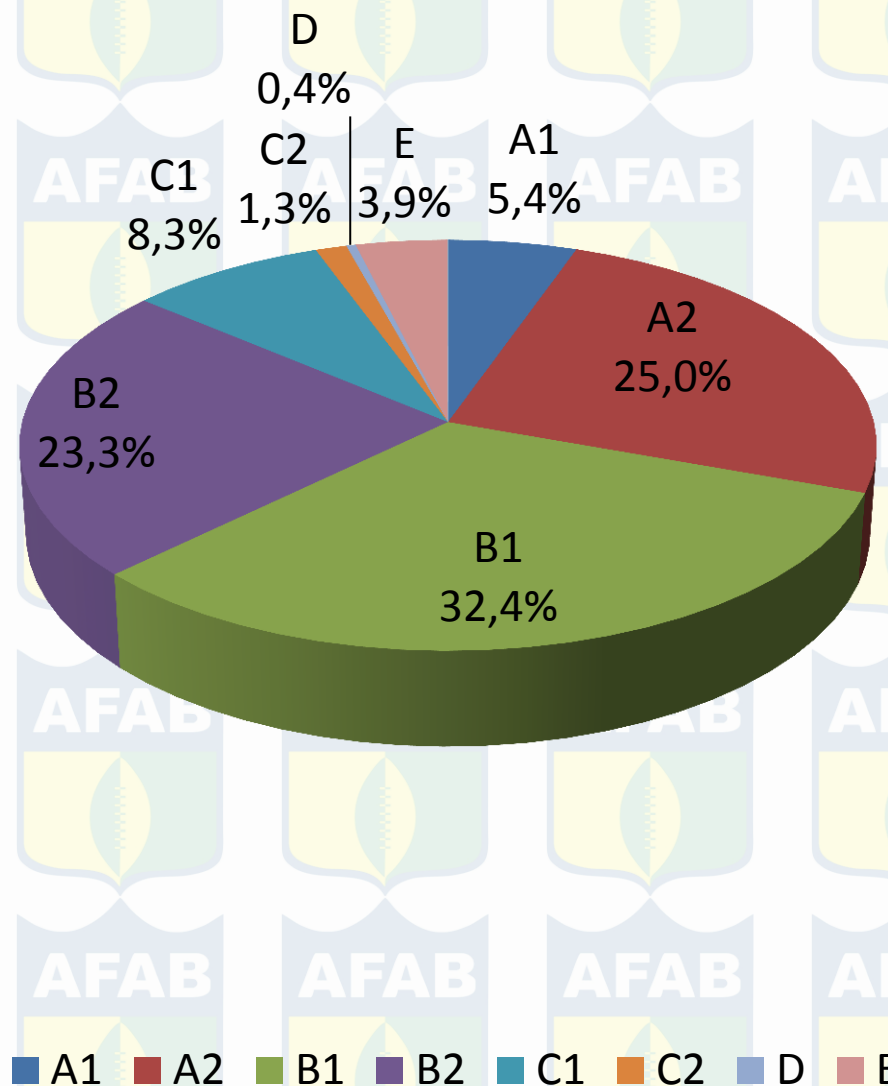
Comissão técnica 1,8%

Dirigente 2,4%

## Classe social

- Com 86,1% do público nas classes A e B, o torcedor de futebol americano no Brasil está localizado nas classes mais altas.
- Isso era esperado, pois o esporte é transmitido apenas por canais pagos.
- É um público jovem, de alto poder aquisitivo e formador de opinião.
- Segundo os critérios do IBGE a renda média mensal dos 86,1% do público que fazem parte das classes A e B é de R\$ 5.640

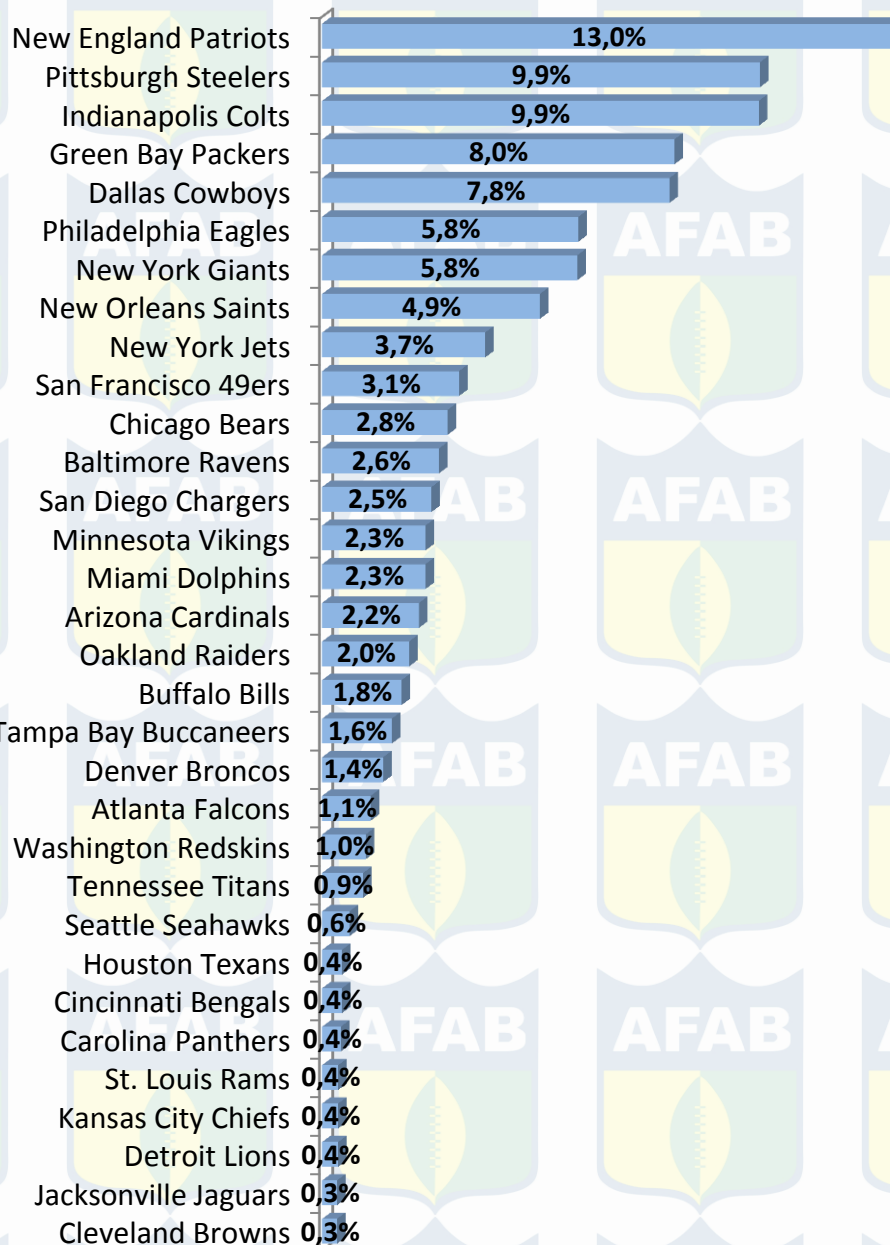
## Classe social



## Time na NFL

• Os títulos dos últimos anos e os astros Tom Brady, Big Ben e Peyton Manning colocaram o Patriots, o Steelers e o Colts como os times preferidos pelos torcedores brasileiros, seguidos logo de perto pelo Green Bay Packers e pelo Dallas Cowboys, o American-Team.

• Os anos sem títulos e de campanha ruim minaram a base de fãs que 49ers e Dolphins conquistaram no país na década de 80, quando o futebol americano era transmitido pela TV Bandeirantes em rede aberta.



## Hábitos em relação à NFL

- 80% do público acompanha os jogos na ESPN e quase 58% na BANDSPORTS.
- 6,6% pagaram quase US\$ 300 por ano para assistir pela Internet (Game Pass) em 2010. Em 2011 com a redução do preço esse número deve aumentar.
- Chamam a atenção os 40,7% de fãs que assistem aos jogos pela Internet em transmissões piratas.
- Cerca de 50% dos fãs, além de assistirem as partidas, acompanham notícias sobre a NFL em sites internacionais e brasileiros.
- 54,7% participam de redes sociais sobre a NFL. 35,5% possuem suvenires da NFL e 6,8% compram isso regularmente.
- 4,9% já assistiram uma partida e 1,0% assistem regularmente partidas da NFL ao vivo.
- Os fãs de MADDEN (54,3%) superam largamente os fãs de FANTASY FOOTBALL (15,0%).

Assiste na ESPN

Assiste na BANDSPORTS

Assina o GAMEPASS

Assiste pela Internet

Acompanha sites americanos

Acompanha sites brasileiros

Participa de redes sociais sobre a NFL

Tem suvenires da NFL

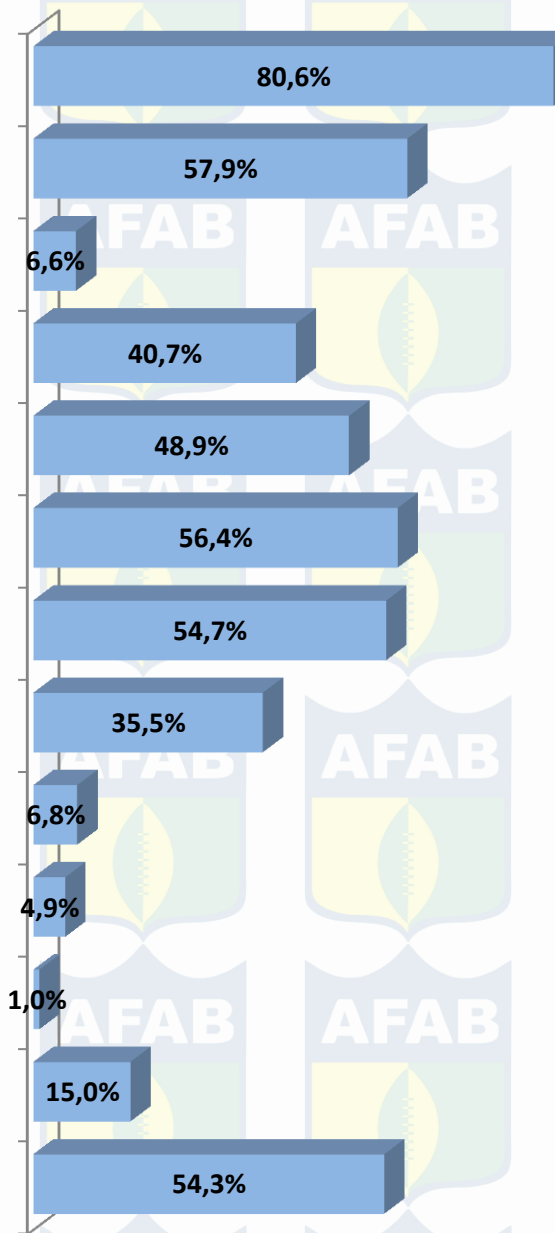
Compra regularmente suvenires da NFL

Já assistiu jogos da NFL no estádio

Assiste regularmente jogos da NFL no estádio

Joga Fantasy Football

Joga Madden



## Quanto você gasta por mês com a NFL?

- 51,1% gastam algum valor mensal com a NFL
- 10,1% gastam mais de R\$ 100 por mês.

Nada

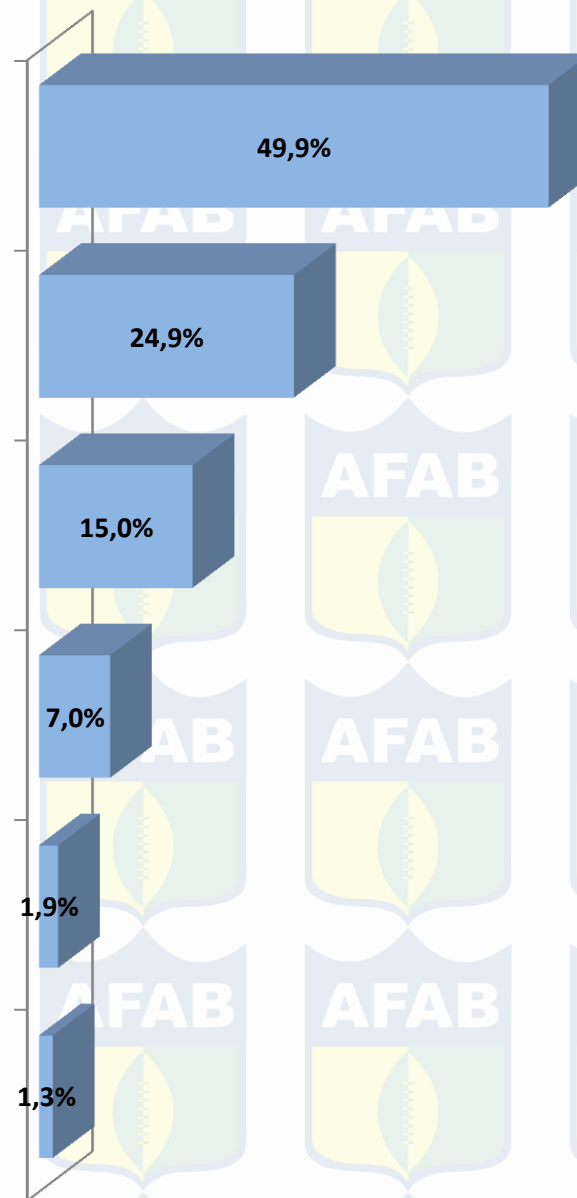
Até R\$ 50

R\$ 51 a R\$ 100

R\$ 101 a R\$ 200

R\$ 201 a R\$ 300

Mais de R\$ 300



## Time no Brasil

•46,6% dos respondentes torcem por equipes da LBFA

•31,6% torcem por equipes do Torneio Touchdown

•7,6% torcem por equipes da LINEFA

•14,1% torcem por outras equipes

*Esses números estão mascarados pelo índice de respostas dos jogadores de cada equipe*

	<b>LBFA</b>	<b>46,6%</b>
Cuiabá Arsenal	12,2%	
Fluminense Imperadores	5,3%	
São Paulo Storm	4,6%	
Minas Locomotiva	4,1%	
Coritiba Crocodiles	3,5%	
Joinville Gladiators	2,9%	
São Paulo Spartans	2,8%	
Santa Cruz do Sul Chacais	2,7%	
Curitiba Brown Spiders	2,4%	
Porto Alegre Pumpkins	2,2%	
	<b>LINEFA</b>	<b>7,6%</b>
Recife Mariners	2,3%	
Natal Scorpions	1,7%	
Recife Pirates	1,1%	
Ceará Cangaceiros	0,8%	
João Pessoa Espectros	0,8%	
Bull Potiguares	0,5%	
Dragões do Mar de Fortaleza	0,4%	

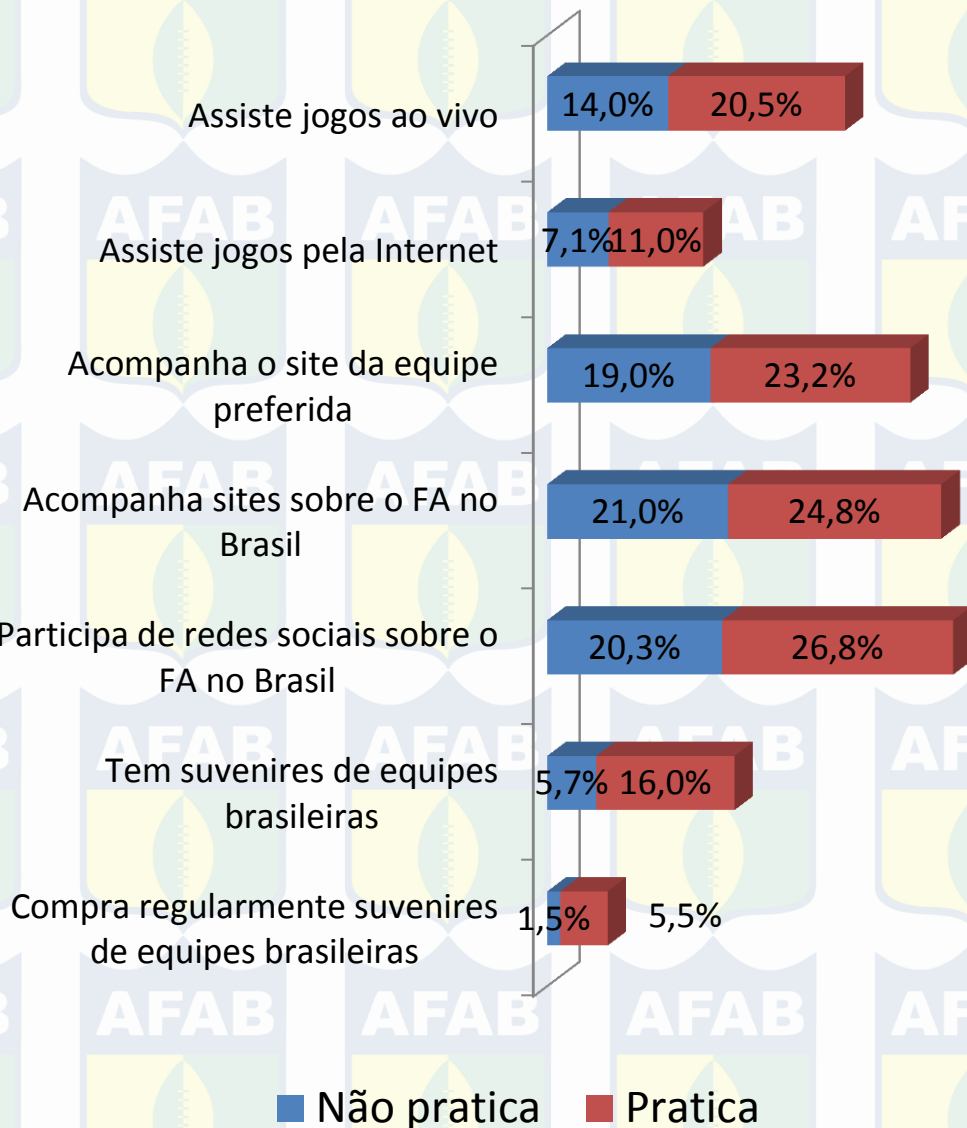
	<b>TT 2011</b>	<b>31,6%</b>
Corinthians Steamrollers	9,4%	
Palmeiras Locomotive	3,6%	
Vasco da Gama Patriotas	3,2%	
Botafogo Mamutes	2,9%	
Santos Tsunami	2,7%	
Tubarões do Cerrado	2,2%	
Ribeirão Preto Challengers	1,6%	
Vila Velha Tritões	1,3%	
Uberlândia Lobos	1,0%	
Curitiba Hurricanes	1,0%	
Timbó Rhinos	0,6%	
Corubá Buffalos	0,6%	
ABC Corsários	0,6%	
Jaraguá Breakers	0,5%	
Ponta Grossa Phantons	0,3%	
Curitiba Predadores	0,1%	
	<b>Outros</b>	<b>14,1%</b>

## Hábitos em relação ao FA praticado no Brasil

•As respostas estão divididas entre aqueles que praticam e os que não praticam o FA no Brasil.

•14,0% não praticam e assistem jogos ao vivo, 7,1% assistem pela Internet, 19,0% acompanham os sites das equipes, 21% acompanham sites que falam sobre o FA brasileiro, 20,3% acompanham as redes sociais sobre o FA nacional, 5,7% têm suvenires e 1,5% compra suvenires regularmente.

•Esses números mostram o potencial de mercado para as equipes nacionais.

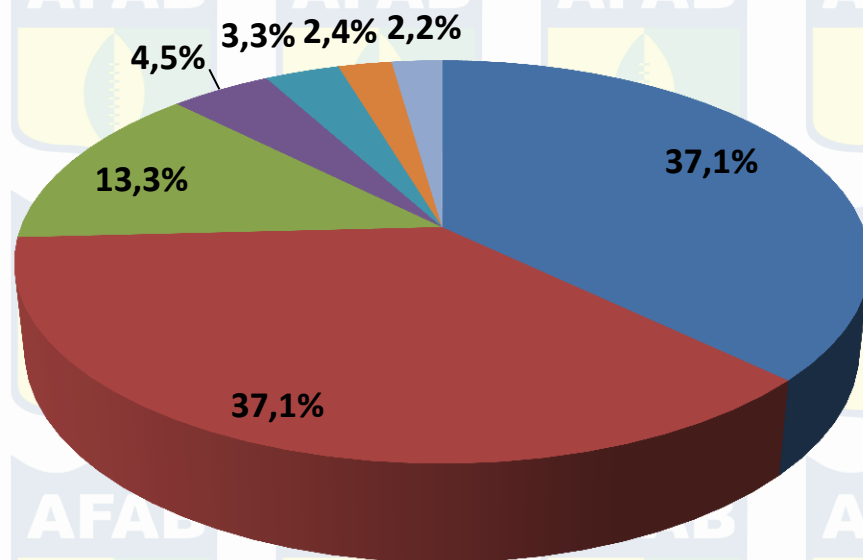


## O que falta para o FA praticado no Brasil?

• Questionados sobre o que acham que falta para o FA no Brasil os fãs indicaram divulgação e patrocínio como as maiores necessidades, empatados com 37,1%.

• O conhecimento das regras também recebeu votação relevante, com 13,3%.

• Importante que a organização das partidas foi pouco lembrada, com apenas 2,4%, sinal de que as partidas no Brasil já atingiram um bom nível de organização ou de que as expectativas não são elevadas nesse item.

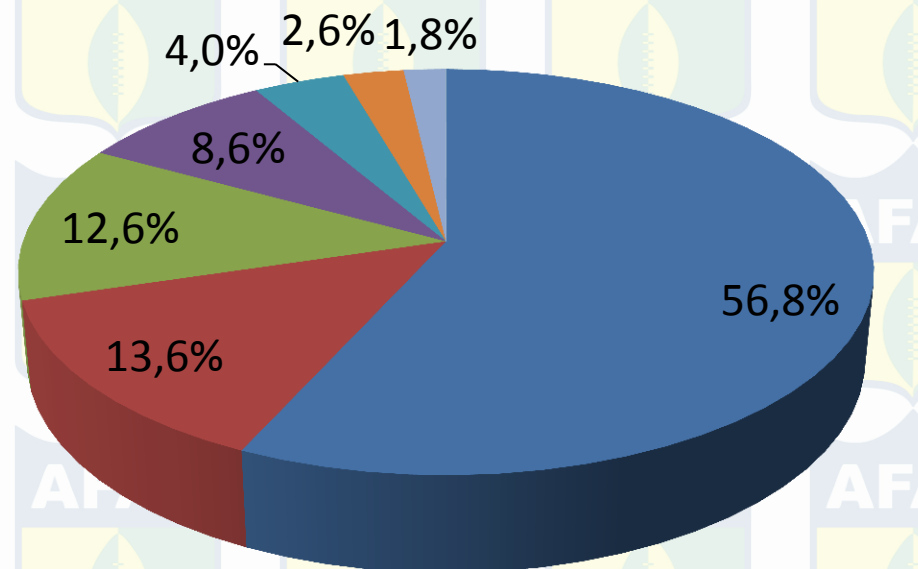


- Divulgação
- Patrocínio
- Conhecimento das regras pelo público
- Outro (diversos)
- Organização das equipes
- Organização das partidas
- Melhor nível da arbitragem

## O que falta para assistir uma partida de FA no Brasil

• Quase 60% do público disse que, para que possam assistir a uma partida da FA no estádio no Brasil, precisam receber as informações sobre as partidas através de uma melhor divulgação.

• Um melhor nível das partidas, com 13,6%, mostra que as equipes precisam evoluir tecnicamente para oferecer um melhor espetáculo.



■ Maior divulgação de cada partida

■ Melhor nível das partidas

■ Outro (diversos)

■ Atrações além da partida, como sorteios e pequenos shows

■ Melhor nível da arbitragem

■ Pontualidade

■ A partida demorar menos para acabar

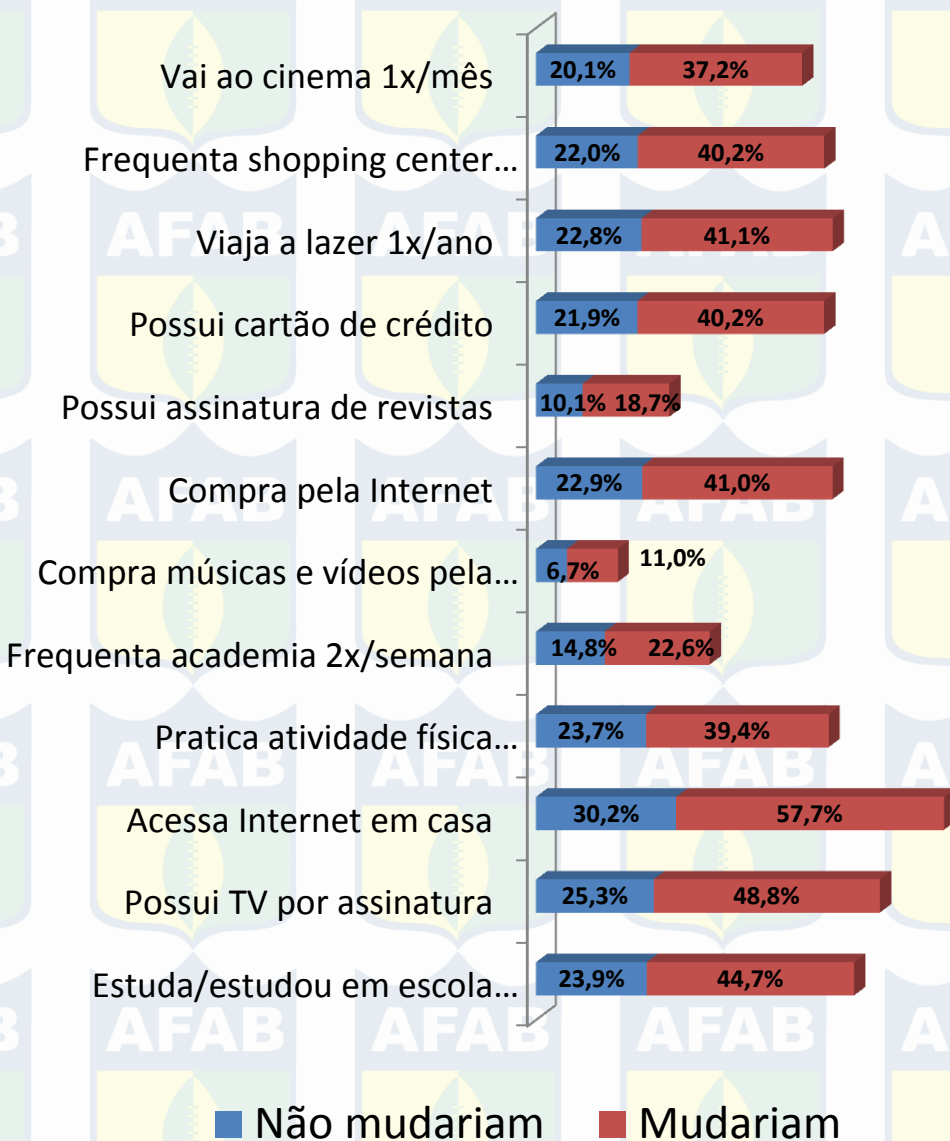
## Hábitos de consumo e disponibilidade em mudar os hábitos

•57,3% dos respondentes têm o hábito de ir ao Cinema e destes 64,9% aceitariam mudar seus hábitos de consumo em favor de alguma marca que patrocinasse o FA no Brasil.

•A mesma leitura se aplica aos demais hábitos.

•Destaque para a baixa penetração de assinaturas de revistas (28,8%), compra de música pela Internet (17,6%) e academia (37,4%).

•Na média 64,1% do público aceitaria mudar os hábitos de consumo em favor de alguma marca que patrocinasse o FA no Brasil.

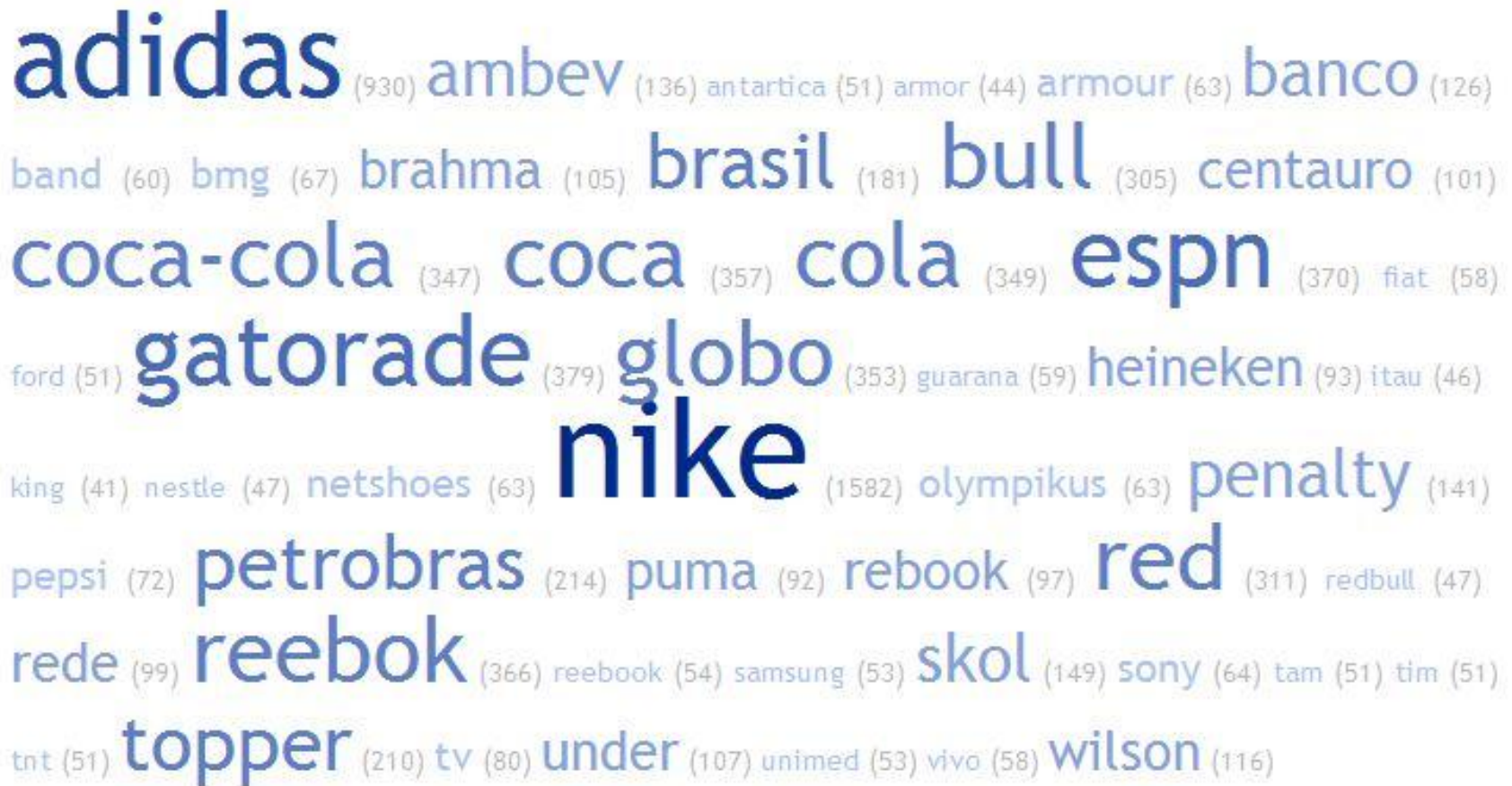


Palavras que o fã relaciona ao Futebol Americano?



Gráfico com as respostas à questão "Quanto você pensa em Futebol Americano, quais palavras melhor representa esse esporte?". O tamanho das letras é proporcional ao número de vezes que a palavra foi mencionada e os números ao lado das palavras mostram quantas vezes ela foi mencionada. Estratégia, Inteligência e Emoção se destacaram.

# Marcas que o fã relaciona ao Futebol Americano



*Grafico com as respostas à questão "Quando você pensa em Futebol Americano, pense em 3 marcas ou empresas que você gostaria de ver associada ao esporte.". Destaque para NIKE e ADIDAS e COCA-COLA. Logo em seguida ESPN, REEBOK e GLOBO.*