

APEIM IBOPE

# ¿QUIÉNES SON LOS FANS DEL MUNDIAL?

Descubre qué revelan los  
datos de IBOPE en 36 países  
sobre los fans del Mundial.



# EL INTERÉS POR EL MUNDIAL VARÍA SEGÚN EL MERCADO

## TOP 3 MERCADOS



## MERCADOS CON MENOR INTERÉS



Japón  
**34º**

EE. UU.  
**35º**

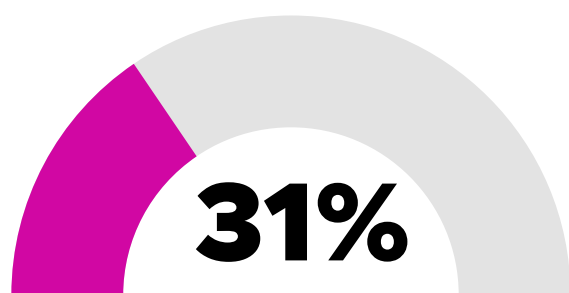
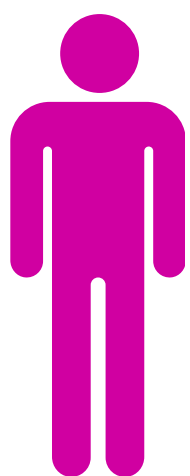
Taiwán  
**36º**

Registra solo  
10% de interés  
en el torneo.

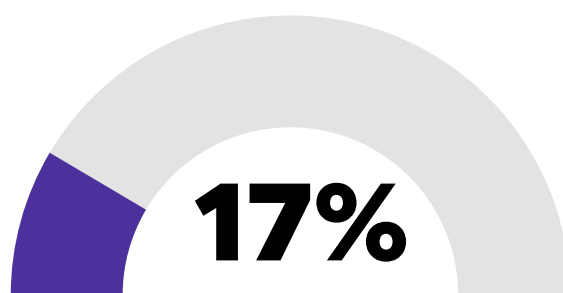
El contexto geográfico influye directamente en la conexión con el evento.



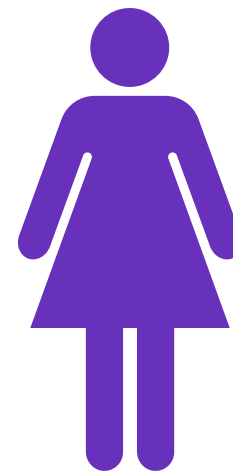
# UNA AUDIENCIA PRINCIPALMENTE MASCULINA



Hombres



Mujeres



**PAÍSES  
CON MAYOR  
PARTICIPACIÓN  
FEMENINA**



Brasil



Sudáfrica



Argentina

La audiencia del Mundial mantiene una composición marcada por diferencias de género que varían según el mercado.



**APEIM**

**IBOPE**



# MÁS FANS CON ALTO PODER ADQUISITIVO



## +75%

probabilidad de pertenecer al top 10% NSE.



India



Filipinas



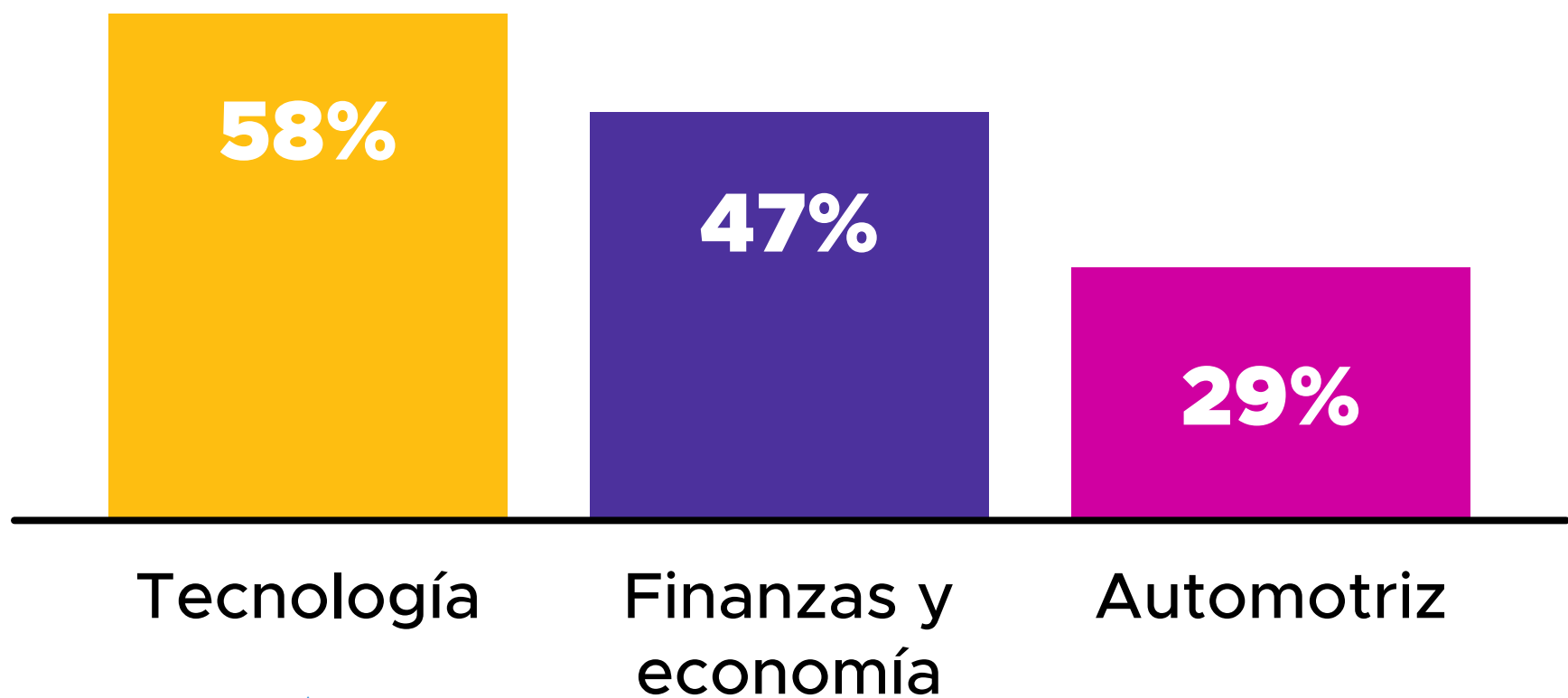
Arabia Saudita

destacan en **consumo de fútbol entre públicos de alto ingreso**, a pesar de que el fútbol no ha sido históricamente muy popular en estos mercados.



# INTERESES Y CONSUMO MÁS ALLÁ DEL FÚTBOL

## TEMAS PRINCIPALES PARA CAPTAR LA ATENCIÓN DE LOS FANS

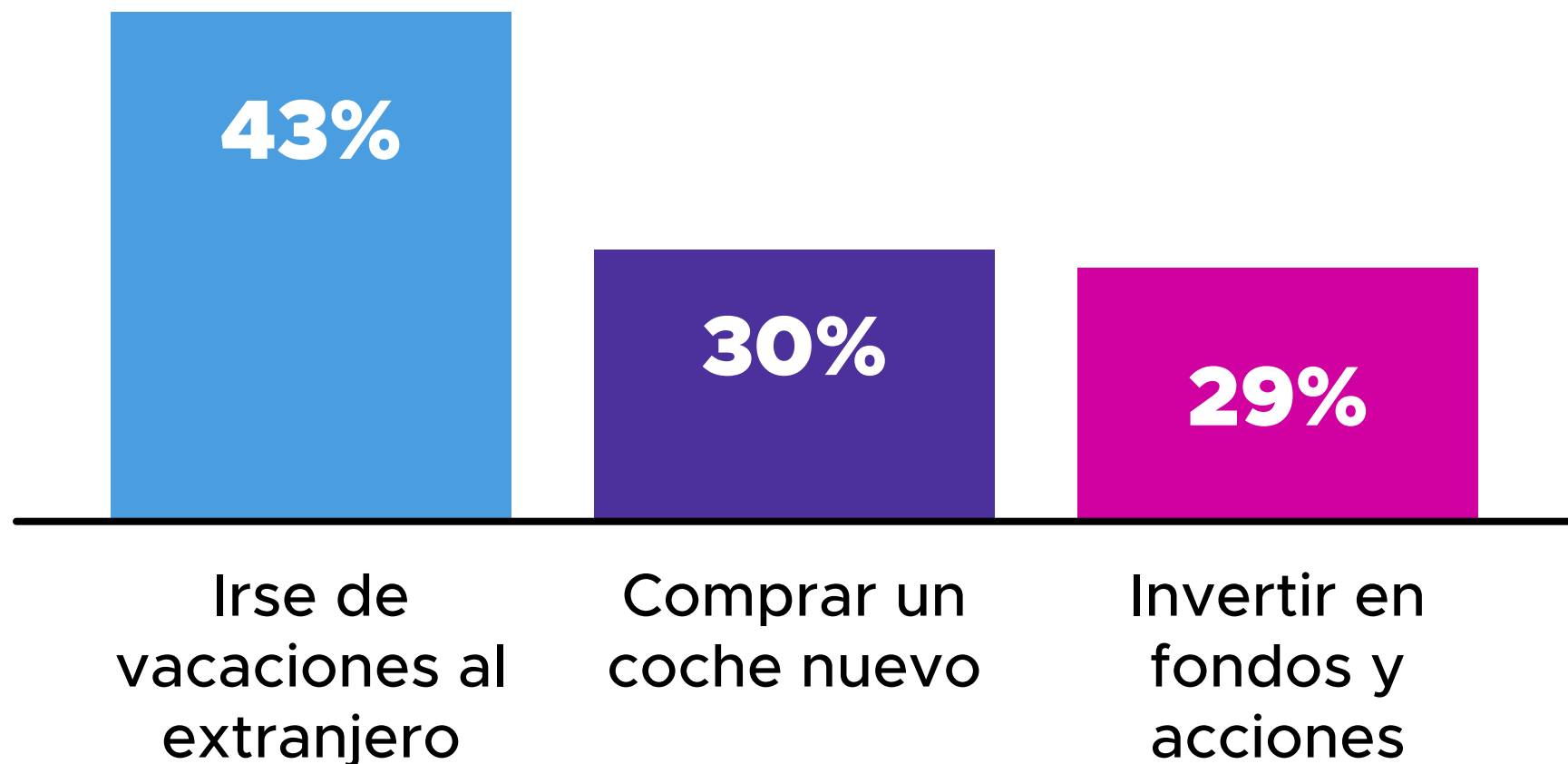


Alta intención de compra en productos de alto valor.

Estos intereses reflejan afinidad de los fans del Mundial con categorías clave de consumo global.



# LOS FANS DEL MUNDIAL SUELEN REALIZAR GRANDES COMPRAS



Fans que planean viajar al extranjero:



El Mundial refleja distintos estilos de vida por región.



APEIM IBOPE

El Mundial representa una oportunidad comercial global

**QUE EXIGE ESTRATEGIAS  
SEGMENTADAS Y  
ADAPTADAS A CADA  
MERCADO**

