

norstat



OFFERWISE



De datos a insights en tiempo real

La voz de los fans del Mundial, visualizada con IA en My Norstat

Objetivo

Global. Ágil. Impulsada por IA

Para entender cómo el Mundial influye en los comportamientos, las emociones y consumo en América Latina y Europa, identificamos similitudes, diferencias y oportunidades para las marcas.



Metodología y perfil de los encuestados

Composición de la muestra

2,846 entrevistas con hombres y mujeres en 13 países clasificados al Mundial, con representatividad nacional.

Recolección de datos

4 días de trabajo de campo con participantes seleccionados del panel Norstat/Offerwise.

norstat Studio

Summariser utiliza IA para transformar tus datos en insights claros y accionables. Tables te permite crear y personalizar tablas cruzadas, y Slides convierte tus datos en presentaciones de PowerPoint listas para usar.



Se recopiló a partir de datos de voz para capturar las expresiones utilizadas por las personas en su vida cotidiana. La IA se utilizó para estructurar esta información.



Principales halazgos

De cara a la Copa Mundial de la FIFA 2026...

85%

De los consumidores tiene interés en seguir el Mundial.



53%

Verá el Mundial por televisión abierta.

48%

De los Latinos se informará por medio de redes sociales.

BR, ES, AR



Son los favoritos para ganar el Mundial.

1 de cada 5

Lo verá en una plataforma streaming de pago.

35%

De los Latinos se informará a través YouTube.

World Cup 2026

(Importado de Norstat Studio Slides)

Choose your template

Default - Norstat slide template ▾



Summariser

Zoom 41%



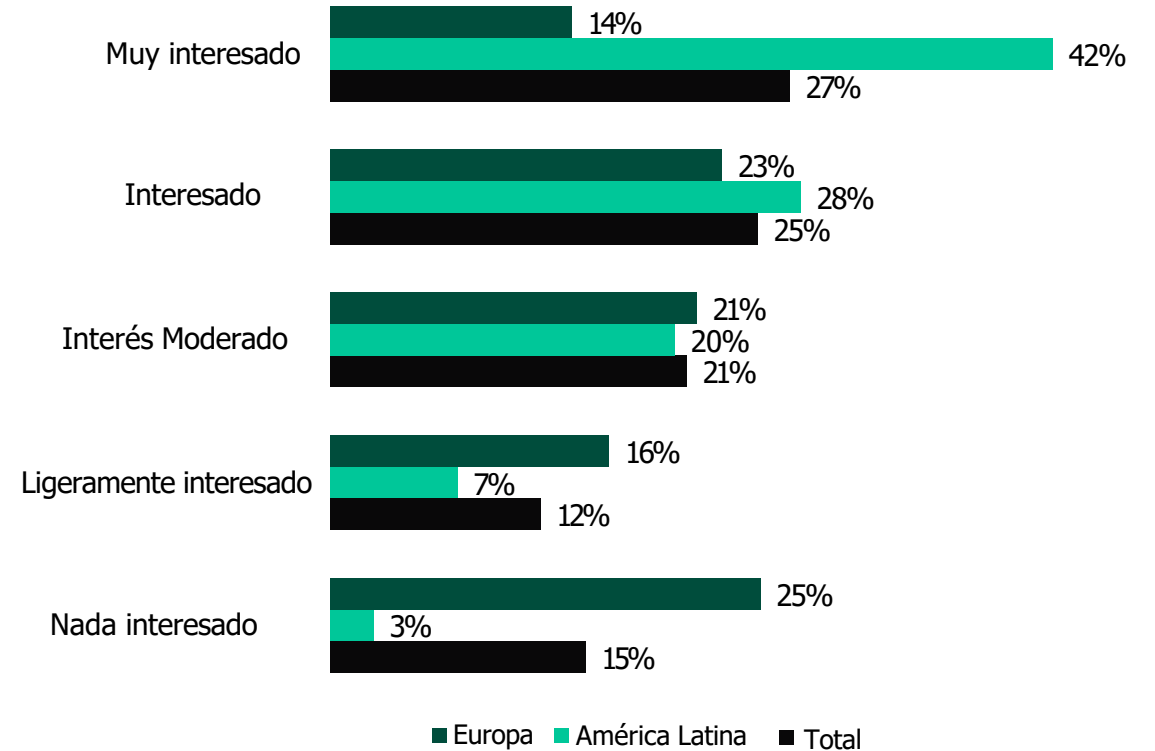
Slideshow ▶

Slide settings ⚙️

El interés por seguir el Mundial está polarizado por región

América Latina muestra interés muy alto en seguir el torneo, mientras que en Europa existe un segmento amplio de personas poco involucradas. Esto indica que el tamaño de la audiencia y el potencial de activación varía según la región.

- El interés alto (muy interesado + interesado) es del 70 % en América Latina frente al 37 % en Europa, lo que indica que América Latina cuenta con una base de fans más comprometida.
- El "nada interesado" en Europa alcanza el 25 % (vs. 3 % en América Latina), lo que sugiere que las campañas en Europa podrían requerir un enfoque más amplio de entretenimiento para llegar más allá de los fans principales.



World Cup 2026

(Importado de Norstat Studio Slides)

Choose your template

Default - Norstat slide template ▾



Summariser



Zoom



41%



▶ Slideshow

Slide settings ⚙️

Favoritos: Argentina y Brasil en América Latina, España en Europa

Los favoritos percibidos del torneo reflejan lealtades regionales: América Latina apoya mayoritariamente a Argentina y Brasil, mientras que en Europa la atención se concentra en España, Francia y Alemania. Esta polarización sugiere que las historias y creatividades localizadas tendrán un impacto distinto según el mercado.

- América Latina favorece abrumadoramente a Argentina (29 %) y Brasil (22 %), lo que indica que la cercanía regional y la trayectoria histórica probablemente influyen en la elección de favoritos.
- En Europa, la principal elección es España (25 %), muy por encima de América Latina (8 %), lo que demuestra que la percepción de los favoritos depende fuertemente de la región y no es uniforme a nivel global.



Análisis profundo

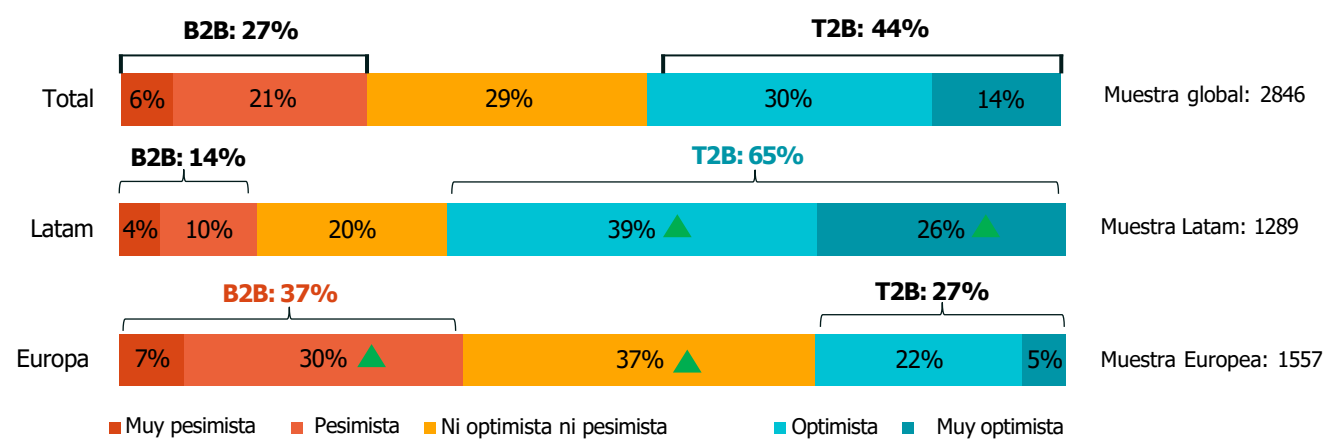
De datos a insights

La voz de los fans del Mundial, visualizada con IA en My Norstat



Sentimiento general para 2026: El optimismo predomina entre los latinoamericanos, mientras que los europeos muestran mayor cautela respecto al futuro.

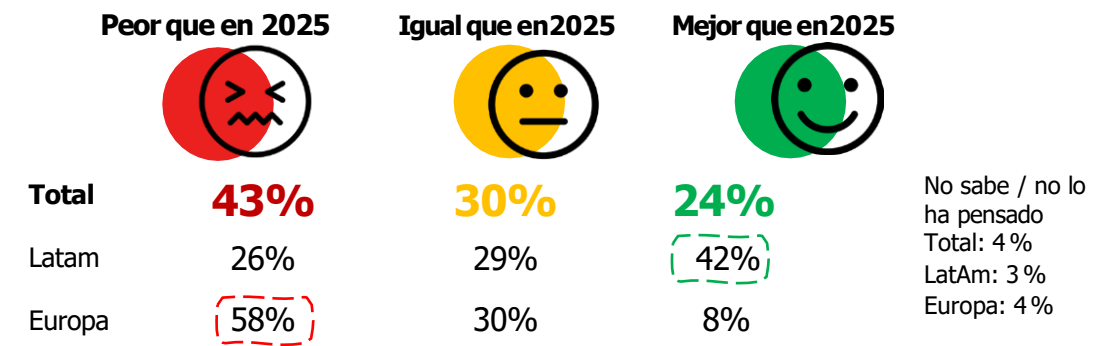
Optimismo sobre el futuro de tu país en 2026 (%)



my norstat

América Latina es mucho más optimista sobre 2026, mientras que Europa se muestra claramente más pesimista: Latinoamérica presenta una perspectiva claramente positiva sobre el futuro del país en 2026, mientras que Europa se concentra en la neutralidad y el pesimismo. Esto es relevante porque el optimismo suele correlacionarse con mayor entusiasmo y participación en eventos.

En tu opinión, la situación económica de tu país en 2026 será...



Al evaluar las expectativas sobre la economía en 2026, los grupos divergen principalmente en su nivel de optimismo o pesimismo: la proporción que espera estabilidad es similar entre latinoamericanos y europeos, pero entre los latinoamericanos predomina la expectativa de mejora, mientras que los europeos tienden a anticipar una caída.

3. ¿Qué tan optimista eres sobre el futuro de tu país en 2026?
En tu opinión, la situación económica de tu país en 2026 será...

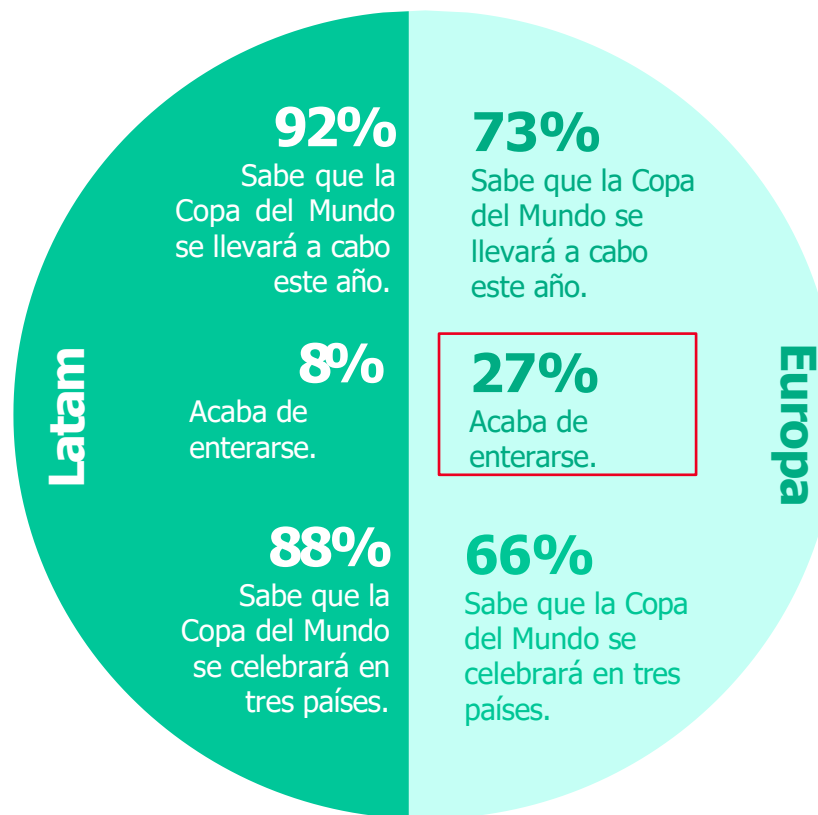
La Copa del Mundo es un evento global, pero el compromiso y sentido de colectividad es mayor entre los latinos.

8 de cada 10 encuestados sabían que la Copa del Mundo se llevará a cabo entre junio y julio de este año.

Sin embargo, entre los Latinos este conocimiento es casi universal. Esto incluye saber que el evento se realizará en tres países. Además, la aprobación del formato de triple sede es el doble de alta entre ellos.

Para los Latinoamericanos, el fútbol forma parte de su identidad cultural: apoyar a la selección nacional es un ritual colectivo que atraviesa generaciones. Con la Copa del Mundo 2026 celebrándose en el continente americano, este sentido de cercanía y pertenencia se intensifica. Entre los europeos, la participación existe, pero tiende a ser más selectiva e individual.

P5. Entre junio y julio de 2026 se llevará a cabo la próxima Copa Mundial de Fútbol Masculino de la FIFA. ¿Ya estabas al tanto de esto? (respuesta única) P6. ¿Sabías que la próxima Copa Mundial de Fútbol Masculino de la FIFA 2026 se celebrará en tres países (Estados Unidos, México y Canadá)? (respuesta única) P7. ¿Cuál es tu opinión sobre que la Copa Mundial de Fútbol Masculino de la FIFA se realice por primera vez en tres países diferentes? (respuesta única)



Sobre el formato de los tres países

27%
De los Europeos lo considera bueno/muy bueno.

75%
De los Latinos lo considera bueno/muy bueno.



El entusiasmo por el formato de la triple sede tiende a ser más intenso entre los jóvenes, mientras que la audiencia de 45 años o más muestra mayor resistencia, manifestada en neutralidad o desaprobación.



49%

De la muestra apoya que se le celebre en tres países.



El interés por la Copa del Mundo 2026 es unánime, pero se manifiesta de manera distinta entre las audiencias



9 de cada 10

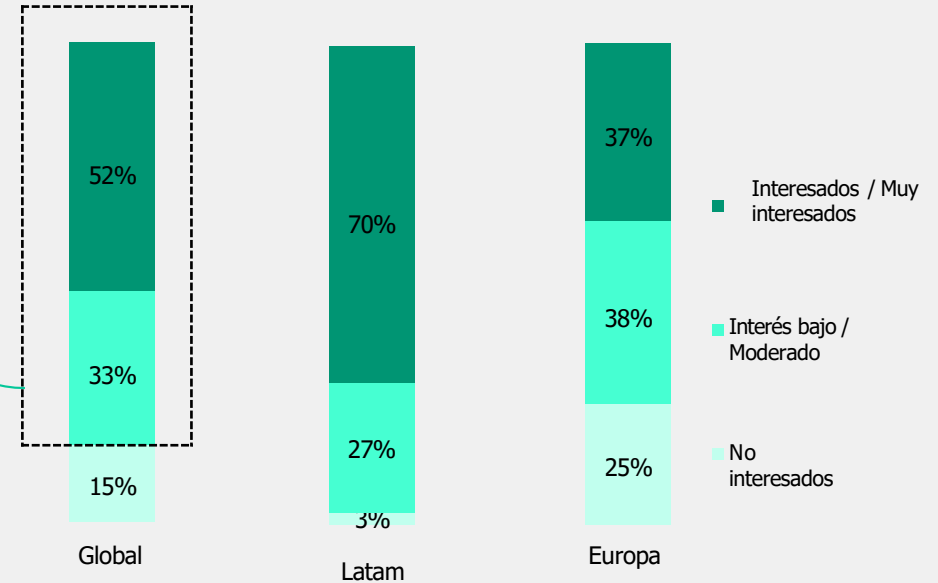
De los encuestados tiene algún nivel de interés en seguir la Copa del Mundo.



Y la Copa del Mundo tiene el poder de despertar curiosidad por el fútbol en general: El 62% de la muestra considera que el interés por el deporte aumenta durante la Copa del Mundo.

Muestra global: 2846
Muestra Latam: 1289
Muestra Europea: 1557

Nivel de interés en seguir la Copa Mundial de Fútbol Masculino FIFA 2026



my norstat

En América Latina, el año de la Copa del Mundo aumenta significativamente el interés por el fútbol, mientras que en Europa muchos dicen que su interés no cambia. Esto sugiere que el evento constituye un punto de inflexión cultural más fuerte en América Latina que en Europa. La mayoría de los latinoamericanos se muestra mucho más interesados (52%), lo que indica que la Copa del Mundo genera una gran oportunidad de impulso para contenidos, patrocinios y activaciones de marca.

my norstat

El interés por seguir la Copa del Mundo 2026 es considerablemente mayor en América Latina, mientras que en Europa existe un segmento más grande de personas poco involucradas. Esto implica expectativas distintas respecto al tamaño de la audiencia y la intensidad de las activaciones en cada región.

7 de cada 10

Tiene intención de ver al menos un partido con amigos, familiares o conocidos.

Base: 2846

¿Dónde tienes la intención de verlo? (%)



En casa

62% Total

69% Latam
57% Europa



Amigos / familia

38% Total

52% Latam
27% Europa



Familia

51% Total

67% Latam
37% Europa



Amigos

41% Total

53% Latam
31% Europa



Bar/ restaurante 17% Europa

23% Total

29% Latam



No he decidido

20% Total

5% Latam
32% Europa



Solo

20% Total

19% Latam
20% Europa

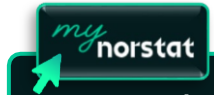


No he decidido

21% Total

5% Latam
33% Europa

¿Dónde tienes la intención de verlo?(%)



Por qué importa: América Latina ofrece más puntos de contacto de "experiencia compartida" (reuniones para ver partidos en grupo, activaciones sociales, segunda pantalla). La mayor incertidumbre y la menor intención de reunirse en Europa sugieren una visualización más fragmentada y, posiblemente, menor amplificación orgánica en redes sociales.

56%

De los Latinos tienen la intención de apostar

Base: 1289

VS.



16%
Europeos

Base: 1557



La experiencia de visualización es predominantemente colectiva, lo que refuerza que apoyar a la selección es, ante todo, un acto social más que individual para los latinoamericanos. Para las marcas, estar presentes en espacios de reunión es tan estratégico como estar en pantalla.

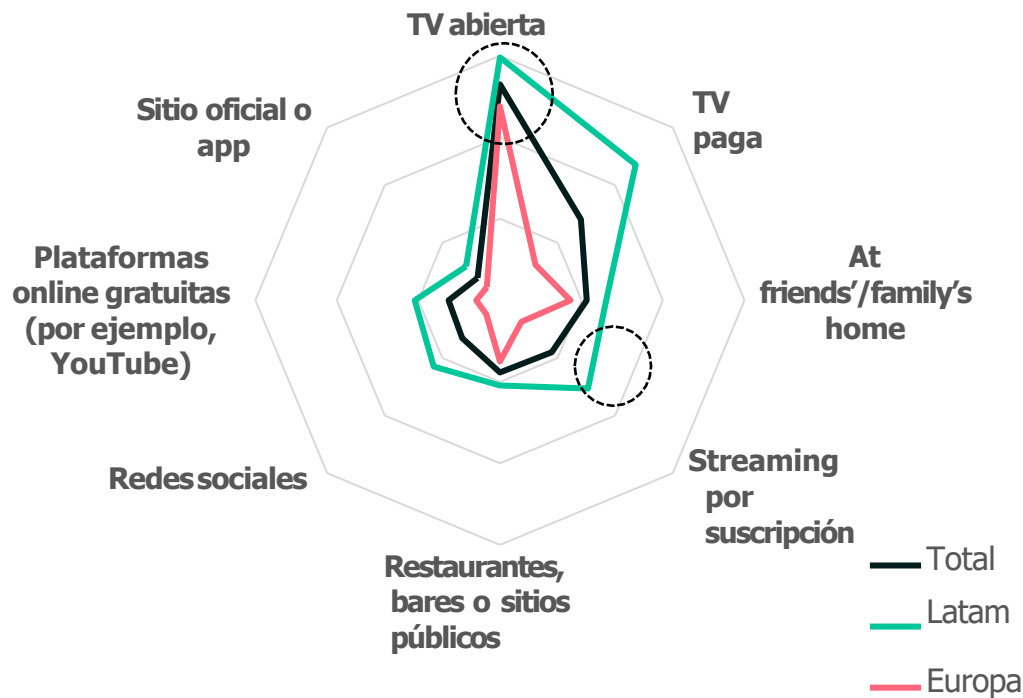


Mientras que América Latina ya tiene sus rituales, Europa aún está definiendo cómo vivirá el Mundial. Este espacio en blanco es su mayor oportunidad para las marcas: quienes logren dar forma a la experiencia de visualización también serán quienes permanezcan en la memoria cuando el partido termine.

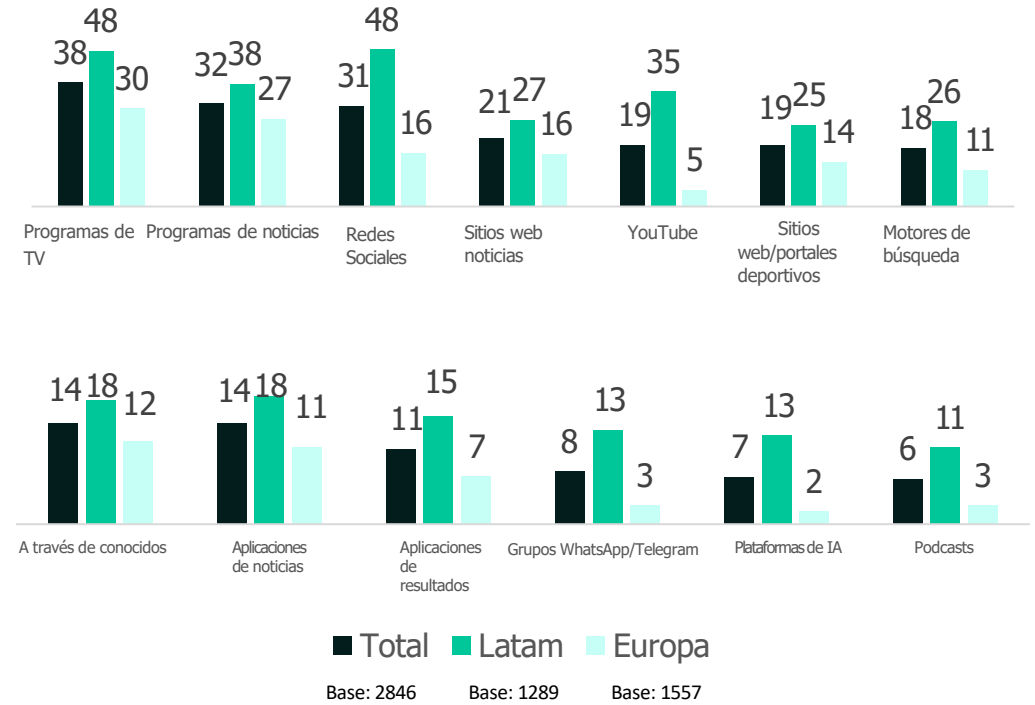
P15. ¿Tienes intención de realizar apuestas deportivas en los partidos de tu selección durante la Copa Mundial de Fútbol Masculino de la FIFA? (respuesta única) P16. ¿Dónde tienes intención de ver los partidos de tu selección durante la Copa Mundial de Fútbol Masculino de la FIFA? (respuesta múltiple – rotar) P17. ¿Con quién tienes intención de ver los partidos durante la Copa Mundial de Fútbol Masculino de la FIFA? (respuesta múltiple – rotar) P18. ¿Con qué frecuencia planeas reunirte con amigos, familiares o conocidos para ver los partidos de tu selección durante la Copa Mundial de la FIFA 2026? (respuesta única)

La TV abierta lidera la audiencia, pero lo digital amplifica la conversación: redes sociales (48%) y YouTube (35%) son clave en América Latina, confirmando que la experiencia del Mundial vive en la combinación entre TV y plataformas digitales.

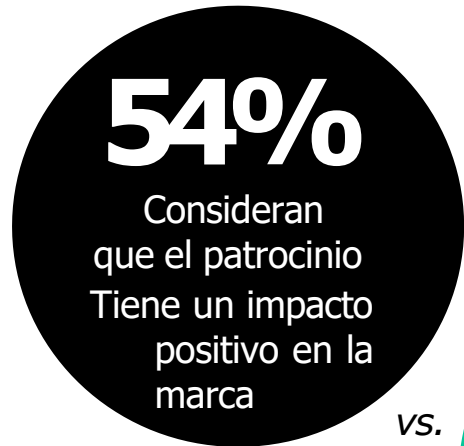
¿Dónde tienes intención de ver los partidos de la Copa Mundial de la FIFA 2026?



¿Dónde te informarás sobre la Copa Mundial de la FIFA 2026?



Un nivel que pocos eventos en el mundo logran alcanzar — y en América Latina es aún mayor.



Base: 2846

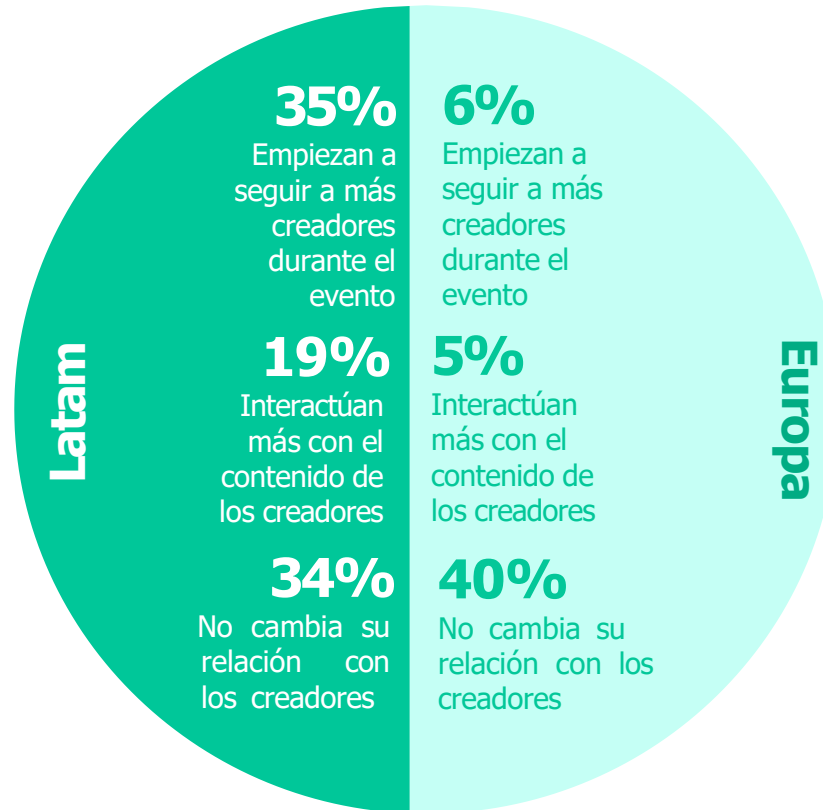
vs.



Base: 1289

my norstat

La Copa del Mundo tiene más probabilidades de cambiar los comportamientos de seguimiento e interacción con creadores en América Latina, mientras que en Europa muchas personas no siguen creadores en absoluto. Esto genera una oportunidad mucho mayor para activaciones con influencers en América Latina.



La influencia de la Copa del Mundo en la relación con los creadores digitales es mucho mayor en América Latina.

P19. Pensando en la imagen de las marcas que patrocinan la Copa Mundial de Fútbol Masculino de la FIFA, ¿consideras que esta asociación con la competencia: (respuesta única) P20. ¿La Copa del Mundo influye en tu relación con los creadores digitales (influencers, streamers, comentaristas online, etc.)? (respuesta única)

Gracias

