

**INFORME DE RESULTADOS**  
**ESTUDIO**  
**ACTITUD HACIA EL**  
**MUNDIAL FUTBOL 2010**

# ACTITUD HACIA EL MUNDIAL DE FUTBOL 2010

## INFORME MUNDIAL

**IBOPE Inteligência y WIN**, red Mundial de Investigación de Mercados, realizaron un estudio para obtener un pulso mundial del próximo Campeonato de Fútbol. Este estudio en 14 países participantes del Mundial de Fútbol 2010. En total se entrevistaron a 14.577 personas.

El estudio a nivel mundial cubrió tres temáticas: Interés general, medios que usarán para seguir el evento y pronósticos generales acerca del país ganador y la posición relativa del propio país.

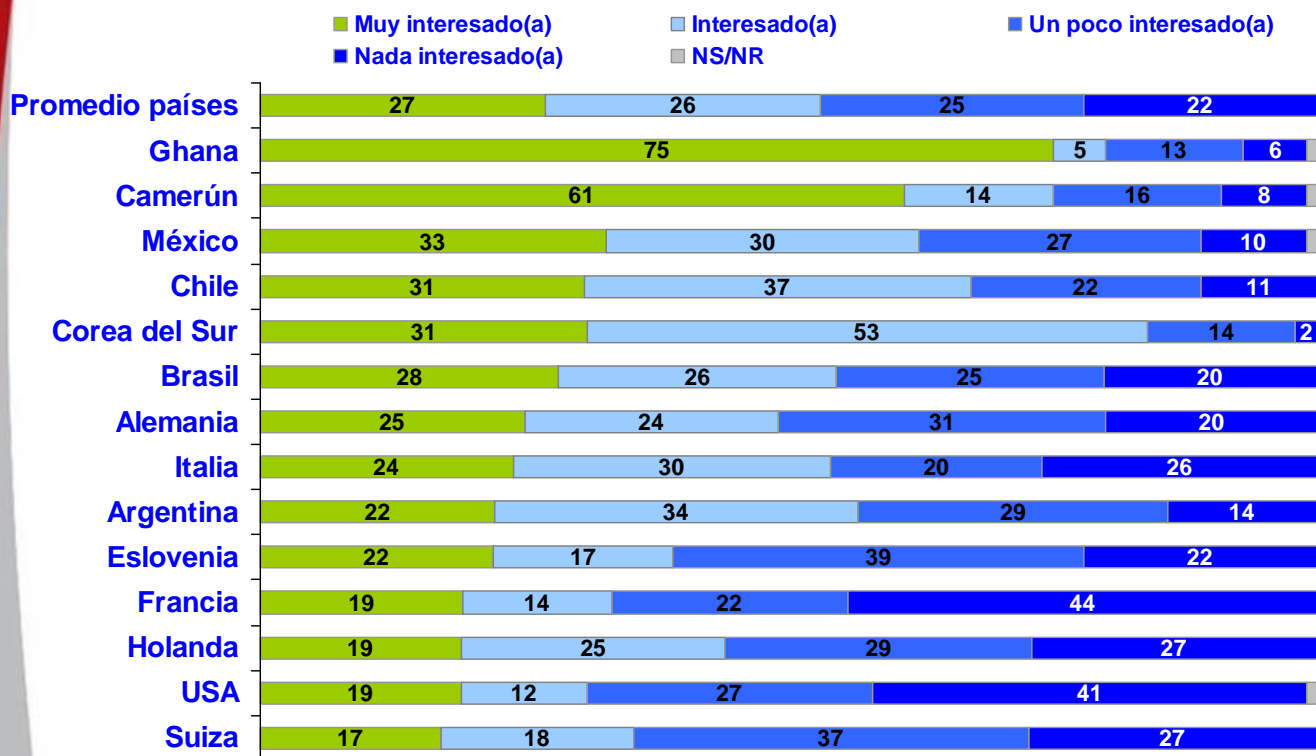
- El trabajo de campo en todo el mundo se realizó entre el 27 de abril y 31 de mayo de 2010.
- En Chile se realizaron 450 entrevistas telefónicas, a hombres y mujeres entre 18 y 50 años de edad, residentes en el Gran Santiago.
- La metodología para cada país participante se diseñó de acuerdo a las características locales.

## Principales Conclusiones a Nivel Mundial

- **Más de la mitad de los** entrevistados, a nivel mundial, se muestra **interesado** en el próximo mundial de Fútbol. Chile exhibe algo más de interés, con un 68% de menciones. Los países africanos, Ghana y Camerún, presentan el mayor interés por la Copa Mundial, con un 80% y 75% respectivamente.
- A nivel total, sólo **el 22%** declaran **no tener interés**. Los países europeos exhiben un nivel de interés claramente menor que el resto, como el caso de Francia, en el que un 44% declara no estar interesados en este evento.
- **Brasil** se percibe como el **favorito para ganar la copa**, mencionado por el 36% de los entrevistados. Este país está muy por delante en el ranking, con una ventaja significativa respecto al equipo que lo sigue, **Alemania, con un 10% de menciones. Italia se posiciona en un tercer lugar**, mencionado por un 9% de los entrevistados.
- Más de dos tercios de los brasileros está seguro que su equipo será el campeón del mundo. Los ciudadanos de Ghana muestran casi la misma certeza en cuanto al rendimiento de su selección nacional, alcanzando un 65% de menciones sobre su propio país como ganador. Un 15% de los chilenos pronostican que nuestro equipo va a ser el ganador.
- Corea del Sur es el país con menos expectativas: el 71% piensa que su equipo no va a llegar a cuartos de finales, seguido por Suiza con un 40 %.

# PRINCIPALES RESULTADOS A NIVEL MUNDIAL

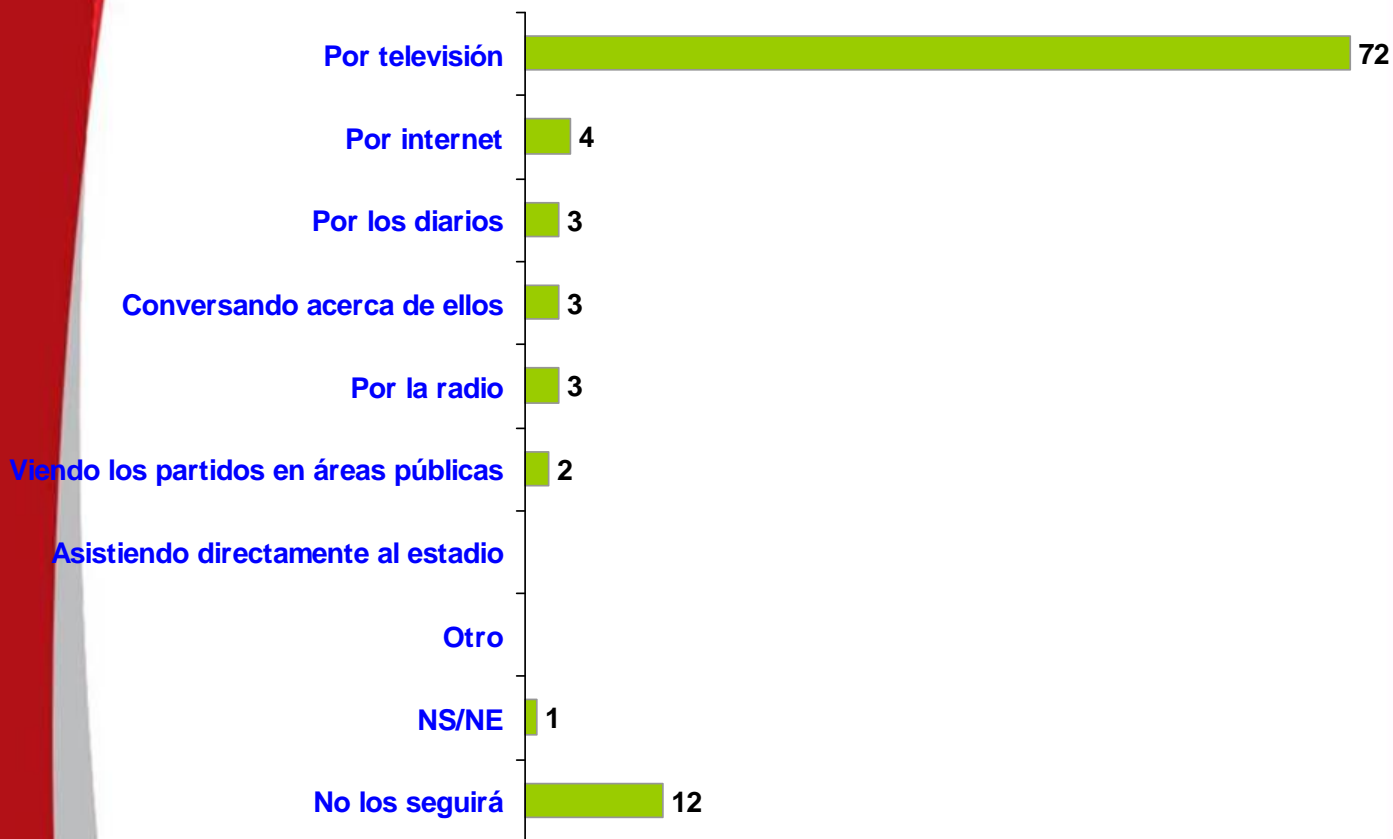
➤ ¿Cuán interesado está en la Copa Mundial de Fútbol que tendrá lugar en Sudáfrica, en junio 2010, usted diría que está muy interesado(a), interesado(a), un poco interesado(a) o nada interesado(a)?



1 de cada 4 entrevistados declara un alto interés en la Copa del Mundo 2010. Los países africanos (Ghana y Camerún) son los más interesados, seguidos por los países de América Latina: Chile, México, Brasil. Los países europeos presentan un interés relativamente menor por este evento.

# PRINCIPALES RESULTADOS A NIVEL MUNDIAL

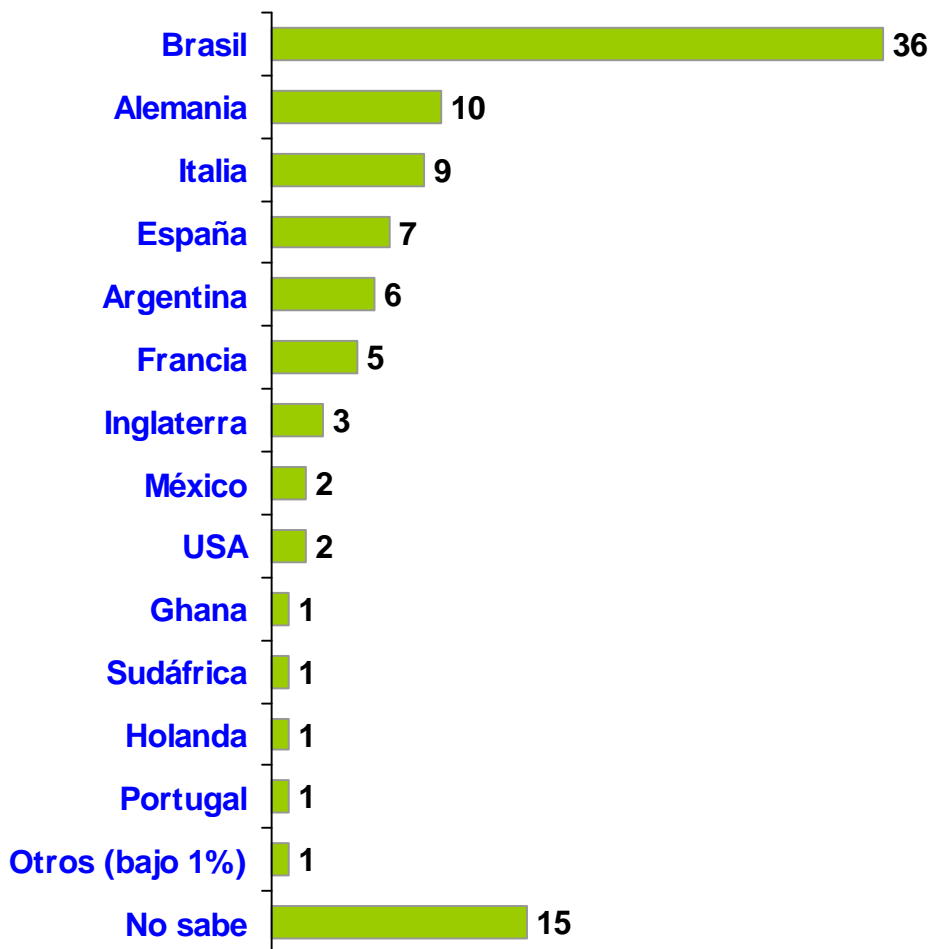
➤ Principalmente, ¿cómo seguirá usted la Copa Mundial del Fútbol?



La TV es la principal fuente de información relativa al Mundial de Fútbol, siendo mencionada por tres cuartos de los entrevistados como el medio más relevante. Otros medios de comunicación no alcanzan más allá del 5%. Los resultados no varían significativamente entre los distintos países.

# PRINCIPALES RESULTADOS A NIVEL MUNDIAL

➤ En su opinión, ¿qué equipo será campeón?

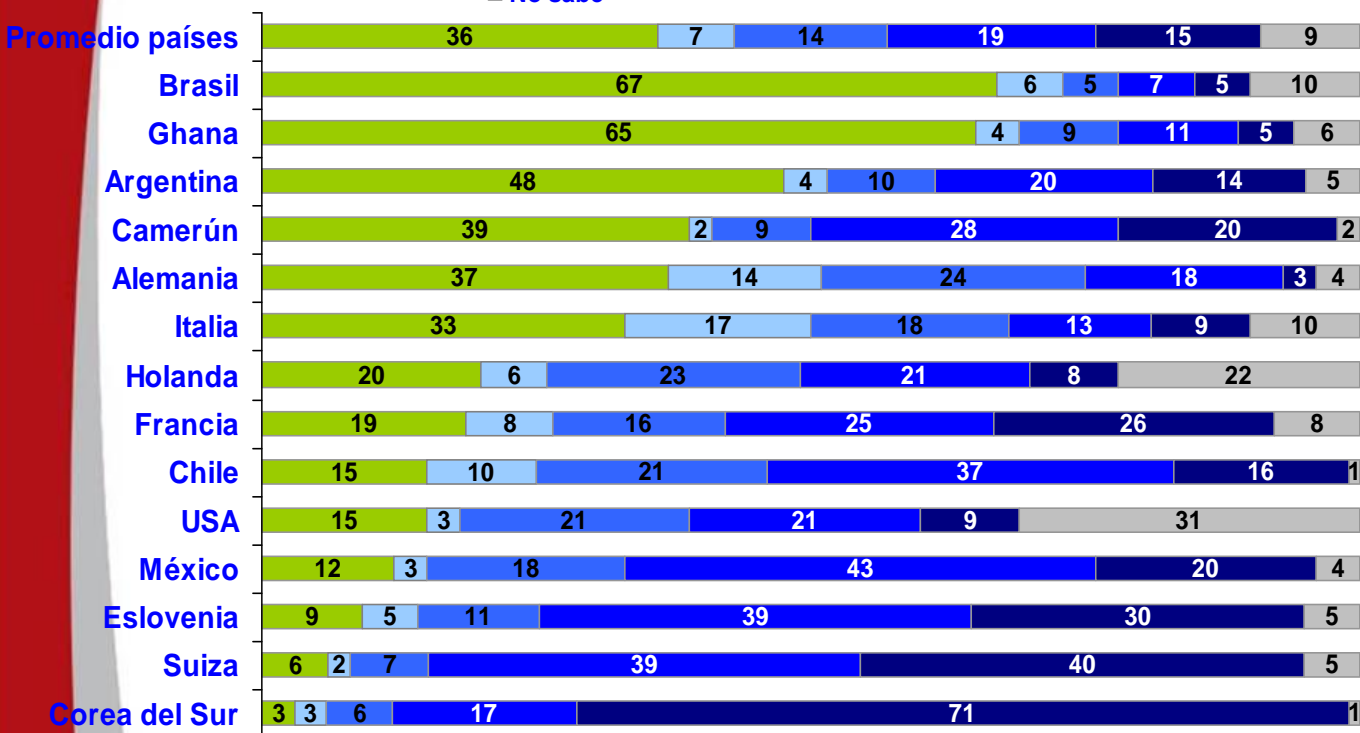


El equipo de Brasil es el gran favorito para ganar la Copa del Mundo 2010, en un lugar significativamente mejor (+26%) con respecto a los equipos mencionados en segundo y tercer lugar en el ranking, Alemania e Italia.

# PRINCIPALES RESULTADOS A NIVEL MUNDIAL

➤ ¿Hasta dónde cree que llegará (su país) en la Copa Mundial de Fútbol 2010?

- Ganará la Copa Mundial de Fútbol y será Campeón del Mundo
- Llegará a la final, pero perderá
- Llegará a semi-finales
- Llegará a cuartos de finales
- No llegará a cuartos de finales
- No sabe



Los brasileños son la nación más segura, cuando se trata de las expectativas de rendimiento de su equipo. Sin embargo, los ciudadanos de Ghana presentan un nivel de confianza bastante similar que Brasil.

# INFORMACIÓN SOBRE EL PROYECTO

PAIS	EMPRESA	METODO ENTREVISTAS	TAMAÑO MUESTRAL	FECHAS
Argentina	IBOPE Inteligencia	Telefónicas	800	Abr 28 - May 7
Brazil	IBOPE Inteligencia	Face to Face	2002	May 14 - May 19
Cameroon	RMS Cameroon	Face to Face	710	Abr 29 - May 4
Chile	IBOPE Inteligencia	Telefónicas	450	May 6 - May 10
France	BVA France	Telefónicas	1065	May 27 - May 31
Germany	Produkt + Markt	Online	502	May 3 - May 10
Ghana	RMS Ghana	Face to Face	3494	Abr 28 - May 16
Italy	Doxa	Telefónicas	1002	Abr 29 - May 2
South Korea	Gallup Korea	Online	600	Abr 30 - May 3
Mexico	IBOPE Inteligencia	Online	529	Abr 27 - May 3
Netherlands	Market Response International	Online	1297	May 24 - May 27
Slovenia	PULS	Telefónicas	625	Abr 26 - April 30
Switzerland	Isopublic	Telefónicas	501	Abr 28 - May 7
USA	TRIG	Online	1000	Abr 28 - May 5

Además de las preguntas que fueron formuladas en todo el mundo, IBOPE Inteligência Chile incorporó una serie de preguntas realizadas sólo a nivel local. Estas se orientaron a diagnosticar *tres ámbitos*: **jugadores (liderazgo y cariño), publicidad ligada al evento (auspicio y comerciales) y relación entre los hitos que más han concentrado pauta en los últimos meses (terremoto y la copa mundial).**

➤ **JUGADORES.** A nivel de liderazgo, hay un trinomio potente, que se dispara significativamente del resto de los jugadores, entre el capitán y las figuras de Suazo y Sánchez. Sin embargo, este último aparece como la figura de mayor peso del equipo nacional a nivel total. Sánchez se perfila más bien en el C3 y en el segmento de menor edad. Suazo es un personaje de percepción homogénea y transversal. El GSE C1 le endosa el liderazgo formal a Bravo (desperfilándose a medida que se desciende de GSE) y con evidente fuerza en los hombres.

➤ El cariño de la hinchada se concentra en la dupla Suazo y Sánchez, son personajes que sobresalen del resto. Bravo pierde potencia, probablemente por su ubicación en el equipo y su bajo perfil comunicacional.

➤ **ROL DE LAS MARCAS.** Hay cierto desconocimiento aún respecto a las marcas auspiciadoras. 3 de cada 10 entrevistados desconoce marcas auspiciando al equipo. Sólo destaca Coca Cola, secundariamente Brooks y en un tercer lugar la marca Entel.

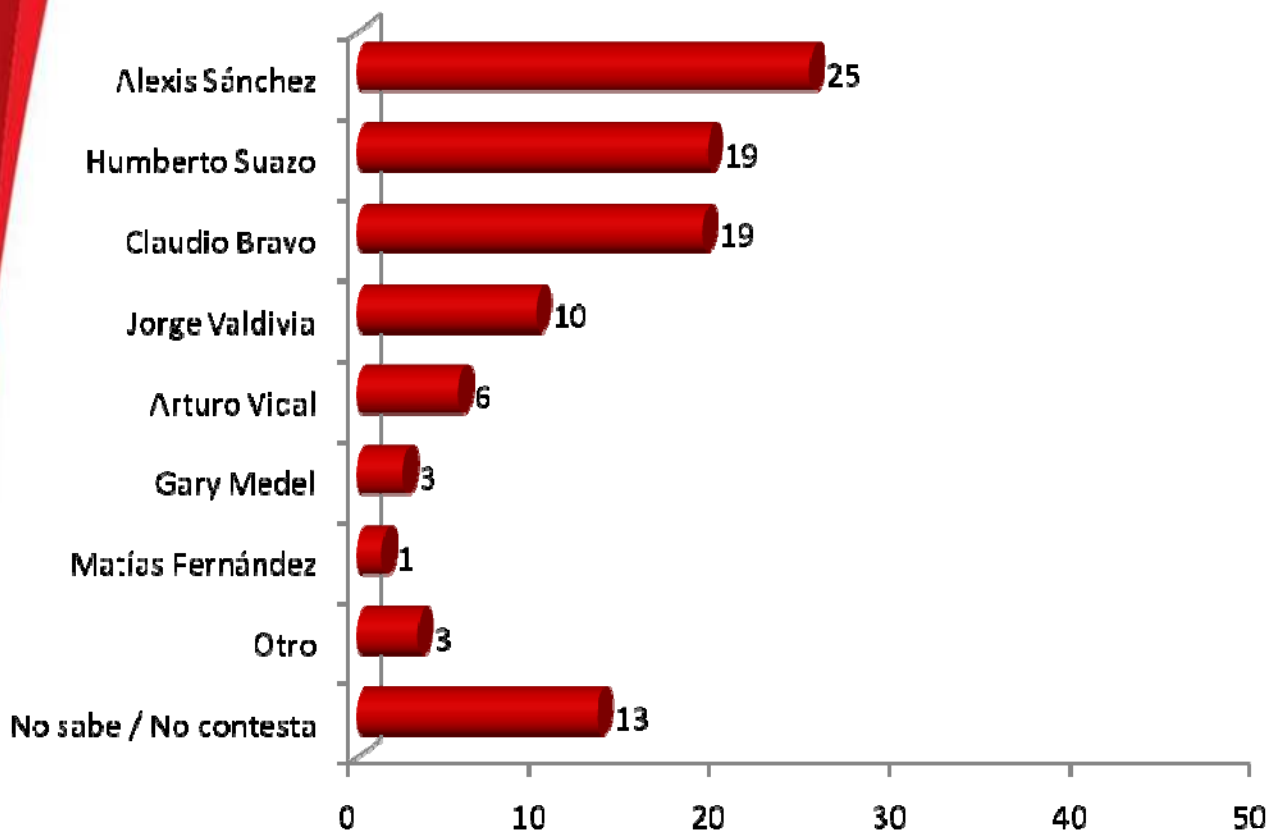
➤ Por otro lado, se percibe baja sensibilidad respecto al recuerdo de marcas con publicidad ad-hoc. Aún cuando destaca Coca Cola, prima un no registro espontáneo de comerciales o frases de radio asociados al evento. Hay cierta saturación temática que impacta en un bajo recuerdo específico.

➤ **RELACIÓN ENTRE MUNDIAL Y TERREMOTO.** El pulso respecto a la crisis del terremoto refleja que la gente ha mejorado su estado de ánimo y se siente más empoderada, recuperando cierta normalidad. Sin embargo, un tercio aún siente coletazos (aunque no muy importantes) respecto a los efectos del fenómeno.

Es indiscutible que la población está **DEPOSITANDO GRANDES ESPERANZAS** en el mundial respecto a que éste pueda revertir la situación generada por el terremoto: un 92% de los entrevistados sostiene que el mundial ayudará a mejorar el estado de ánimo de los chilenos en relación a esta catástrofe. Independiente de si Chile gane o no, es un evento que convocará energías y la población distraerá el discurso y generará un gran interés.

# PRINCIPALES RESULTADOS LOCALES (CHILE)

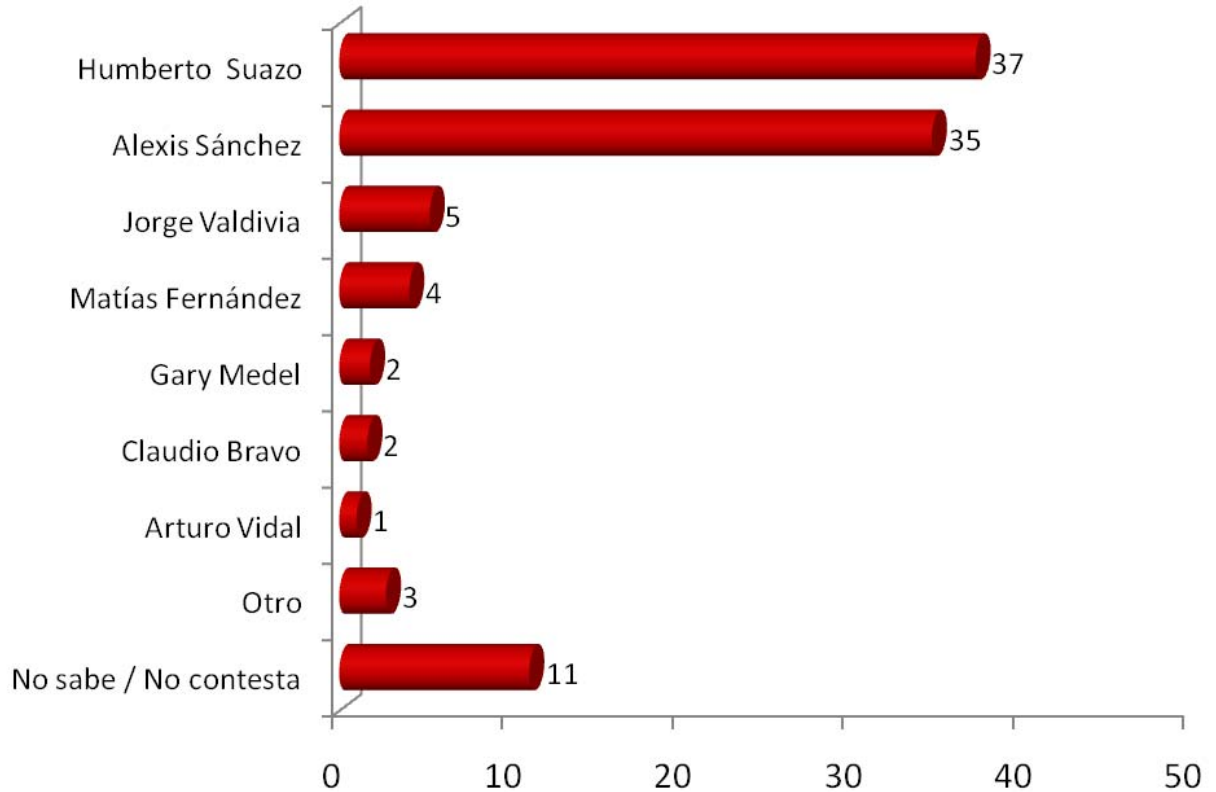
➤ ¿Quién diría Ud. que es el jugador más influyente o líder natural de la selección chilena?



	TOTAL	GSE			SEXO		EDAD	
		ABC1	C2	C3	Masculino	Femenino	18 - 24	25 - 50
	%	%	%	%	%	%	%	%
Alexis Sánchez	25	18	24	29	24	26	32	23
Humberto (chupete) Suazo	19	23	19	18	15	23	20	19
Claudio Bravo	19	26	23	13	30	9	17	20
Jorge Valdivia	10	5	8	14	16	5	13	9
Arturo Vidal	6	3	2	10	2	10	2	7
Gary Medel	3	3	4	1	2	3	2	3
Matías Fernández	1	4	1	0	1	2	3	1
Otro	3	1	4	4	3	4		4
NS/NC	13	17	15	10	7	19	11	14
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

# PRINCIPALES RESULTADOS LOCALES (CHILE)

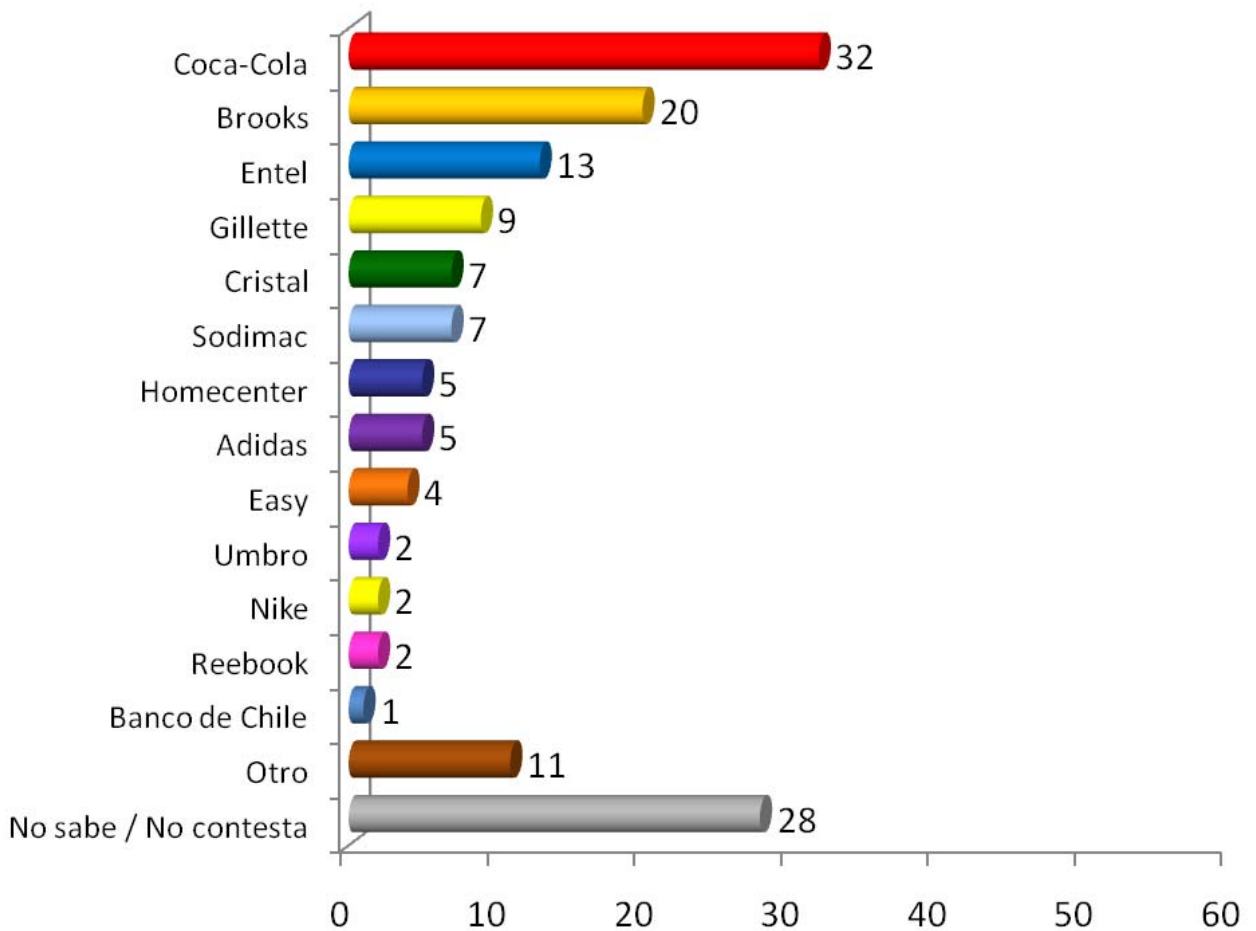
➤ ¿Qué jugador de la selección chilena, diría Ud. que es el más querido por la hinchada?



	TOTAL	GSE			SEXO		EDAD	
		ABC1	C2	C3	Masculino	Femenino	18 - 24	25 - 50
	%	%	%	%	%	%	%	%
Humberto (chupete) Suazo	37	41	35	38	39	36	47	34
Alexis Sánchez	35	27	43	31	37	33	30	36
Jorge Valdivia	5	3	3	8	8	3	1	7
Matias Fernández	4	3	3	6	5	4	6	4
Gary Medel	2	1	2	2	1	3	2	2
Claudio Bravo	2	3	1	2	2	1	3	1
Arturo Vidal	1	2	0	1	0	2	1	1
Otro	3	1	3	3	3	2	1	3
NS/NC	11	19	11	8	6	16	9	12
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

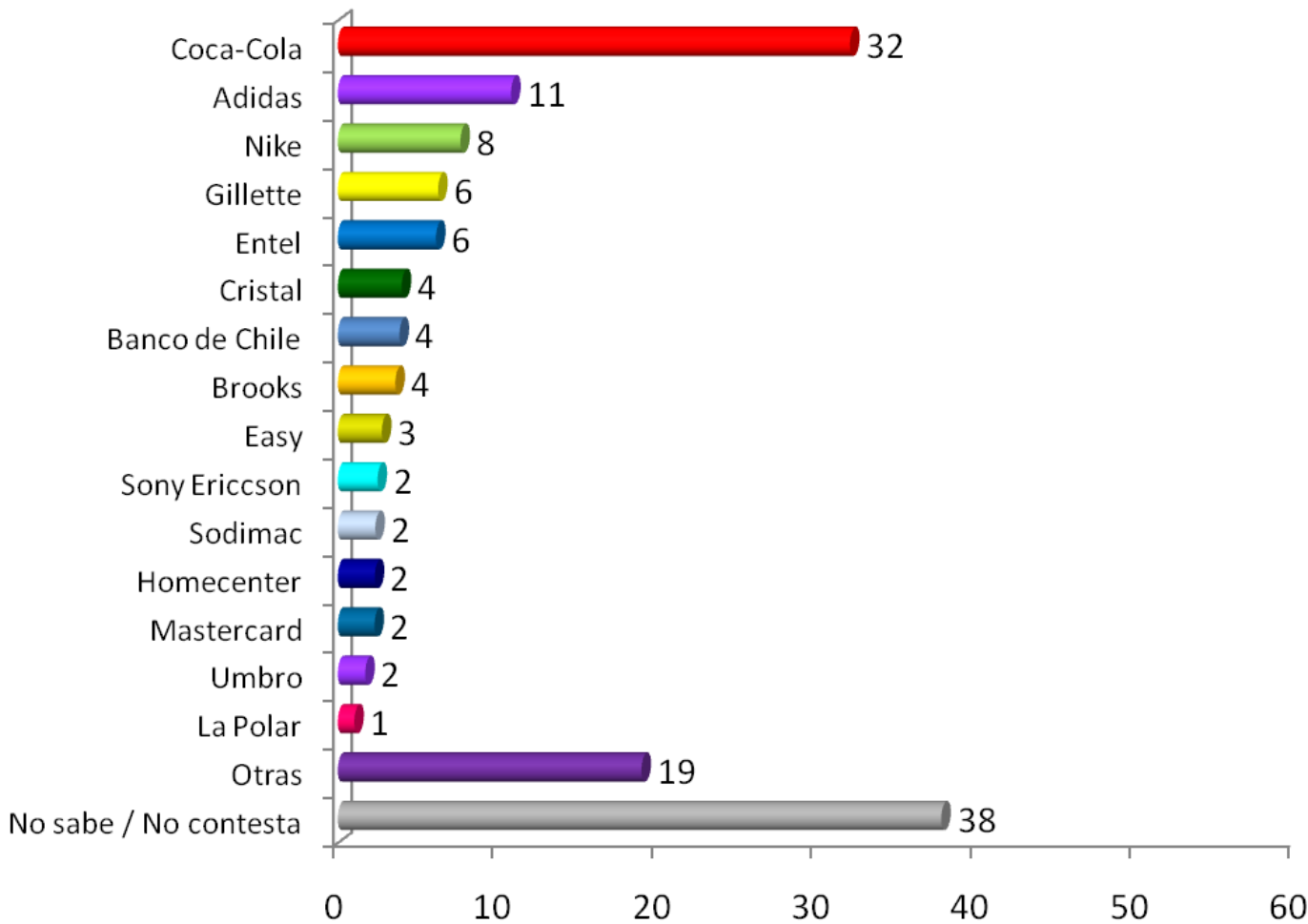
# PRINCIPALES RESULTADOS LOCALES (CHILE)

➤ ¿Qué marcas ha visto Ud. que están auspiciando a la selección chilena en el mundial de Fútbol?



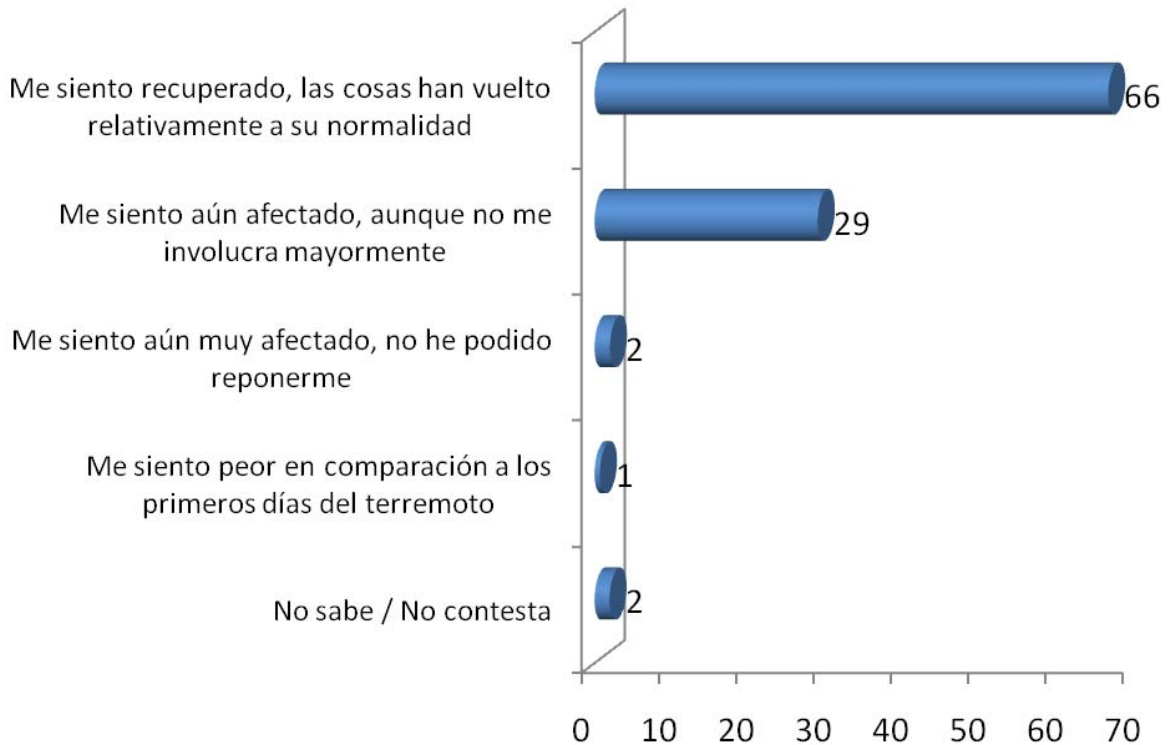
# PRINCIPALES RESULTADOS LOCALES (CHILE)

➤ ¿Para qué marcas ha visto, leído o escuchado publicidad relacionada con el mundial de Fútbol?



# PRINCIPALES RESULTADOS LOCALES (CHILE)

➤ Pensando en el terremoto del 27 de febrero, ¿cuál diría que es su ánimo actual en relación a éste fenómeno?



➤ ¿Usted cree que el Mundial de Fútbol, va a ayudar a mejorar el estado de ánimo de los chilenos en relación al terremoto?

