

# Mundial 2026

## La conversación ya empezó

En la Argentina



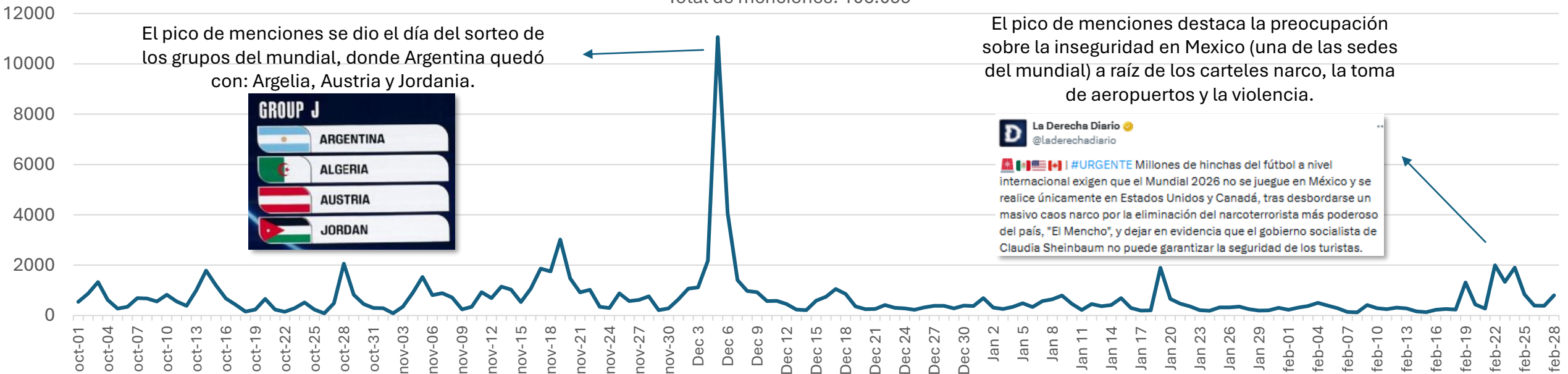
# Aproximadamente 40% de las menciones giraron en torno al sorteo de los grupos, las clasificatorias al mundial y la inseguridad en México.

## Menciones en torno al Mundial 2026.

Términos utilizados: “Mundial 2026”, “Mundial de futbol” y “Copa mundial”.

Evolución de menciones. Octubre 2025 - Enero 2026.

Total de menciones: 106.099



- Se terminan de decidir las selecciones de África y Oriente que clasifican directo.  
- La selección argentina anunció una plantilla con sorpresas para los amistosos de Oct y Nov.  
- Se presentó la Trionda (pelota oficial del mundial 2026).

- Se presentó la camiseta de la selección nacional para el mundial 2026.  
- Termina la fase de grupos de las eliminatorias Europeas.

- El sorteo del mundial se lleva a cabo y se definen los grupos para el mundial.  
- Comentarios sobre que el grupo de Argentina es fácil y un posible cruce con España o Uruguay en el primer enfrentamiento eliminatorio.

- El gobierno argentino confirmó que la tv pública y radio nacional transmitirán los partidos de la selección en el Mundial.  
- Varios jugadores de todo el mundo cambian de equipos en busca de ser convocados por sus selecciones para el Mundial.

- Los incidentes con el narcotráfico en México generan preocupación en los aficionados.  
- TyC Sports perdió los derechos de transmisión del mundial, muchos partidos serán exclusivos de servicios de suscripción como Directv y Dsports.



La mayoría de las personas están interesadas en el mundial y esperan ver principalmente resúmenes de jugadas y entrevistas, además de los partidos en vivo.

61% de las personas están interesadas en el Mundial 2026

23% de las personas muestran indiferencia ante el Mundial 2026

16% de las personas dicen no estar interesadas en el Mundial 2026

¿Que espera ver la que esta interesada el mundial 2026?



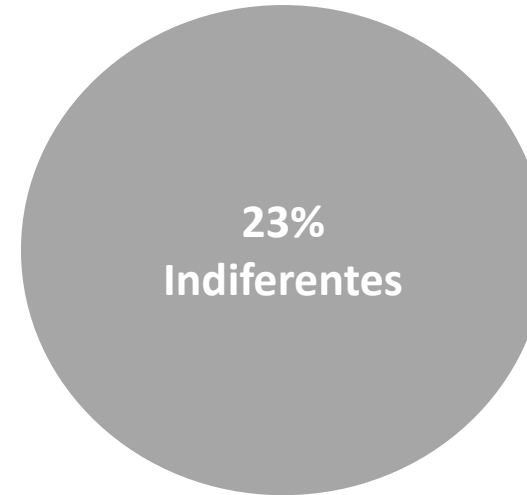
# El nivel de interés en el mundial esta asociado a diferentes segmentos, principalmente de genero y etarios (no tanto por NSE).



Mayormente personas con 25 años o menos

El 20% del total de la población consume canales deportivos donde la mayoría de la audiencia son hombres. Este grupo de interesados al mundial logra mayor participación de las mujeres llegando a ser un 50/50.

El 50% del grupo cree que “La copa del mundo es una oportunidad única para conectar emocionalmente con las marcas, participar en promociones y/o concursos”.



Dentro de este grupo la mayoría son hombres de entre 18 y 35 años

No están tan interesados en consumir los diferentes contenidos asociados al evento además de los partidos como por ejemplo las entrevistas



Mayormente mujeres de entre 35 y 55 años

No están tan de acuerdo con que “La publicidad durante los partidos del mundial puede influir en la percepción que tengo sobre algunas marcas”

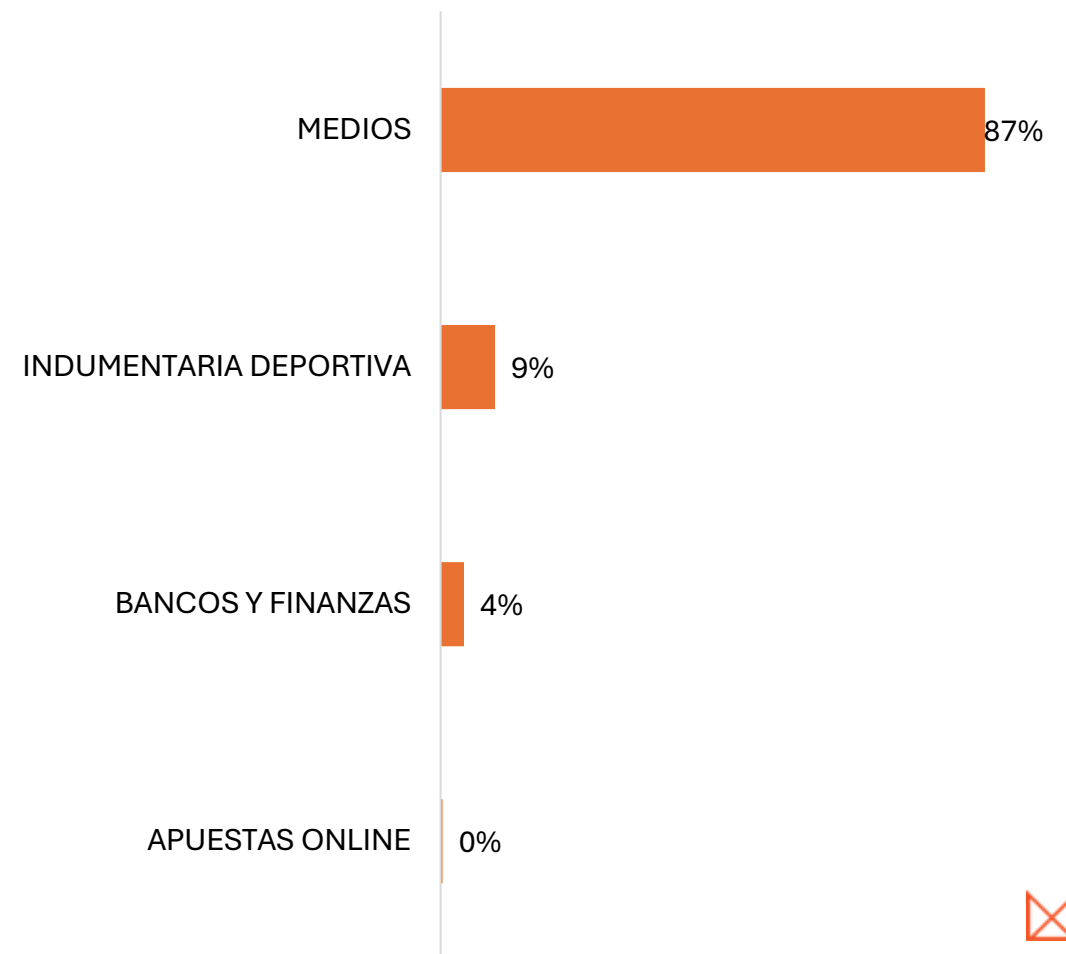




Los sectores que vienen comunicando hasta la fecha con la temática “mundial de futbol” fueron medios, que comunican por donde ver el evento, indumentaria deportiva y bancos/finanzas.

Periodo: Octubre 2025 – Febrero 2026.

Base: Cantidad de anuncios.



# Recomendaciones para las marcas

## Entender que el Mundial ya empezó (aunque falte):

Los momentos pre mundial como las eliminatorias y el sorteo generan gran interés y conversación, aprovechar estos momento.

## Construir emoción, no solo promos:

El 50% de los jóvenes lo ven como oportunidad de conexión emocional con marcas. Tener un storytelling sobre ilusión, cábalas, rituales, recuerdos del 2022 y contenido que acompañe la ansiedad previa.

## Segmentar el mensaje y apropiarse de los distintos territorios:

Los partidos del mundial no son lo único que genera interés, las entrevistas, los resúmenes y contenidos alrededor de futbol también son muy esperados.

