

EDICIÓN ESPECIAL

 taquion

MUN DIA LISTA


¿Qué opinan, piensan y sienten los argentinos en las vísperas de la Copa del Mundo 2022? Nuestra encuesta mensual tradicional en un formato más ágil y dinámico

El grito sagrado

Faltan menos de dos semanas para que comience el Mundial, y si hay algo que sabemos hacer los argentinos es convertir cualquier evento en un momento épico. El fútbol está tan metido dentro que 8 de cada 10 verán la Copa del Mundo Qatar 2022. **Lo laboral y lo personal se unen a la hora de ver los partidos** debido a los horarios de los primeros tres, y **la gente pide flexibilidad en sus lugares de trabajo** para poder disfrutarlos.

Más allá de las **expectativas y sentimientos positivos que despierta esta época**, hay algo que es innegable: la economía sigue siendo el principal indicador del ánimo de los argentinos y muchas veces **la realidad supera la opinión. 9 de cada 10 argentinos preferirían acabar con la inflación por sobre la posibilidad de que “La Scaloneta” se alce con el trofeo máspreciado** y, a pesar del esfuerzo del Gobierno Nacional por incentivar el consumo con el Plan Ahora 30, más de un 70% de la población no tiene pensado adquirir un televisor nuevo en este momento. Las prioridades son del bolsillo, no del corazón.

Alentados por el entusiasmo y la esperanza que se percibirá en la calle durante el Mundial, **quisimos que los argentinos armaran su Selección –política– ideal**. Once jugadores y un director técnico en posiciones claves que, si bien a simple vista pareciera que forman parte de equipos rivales, cada uno de ellos tiene un rol clave en la construcción de un país mejor.



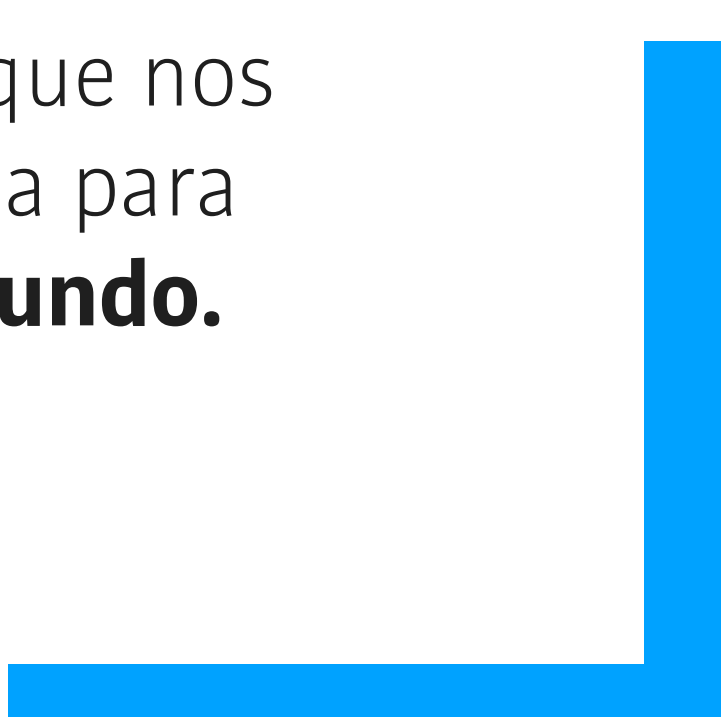
Los delanteros demostraron ser, dentro de la opinión pública, los referentes que **se encuentran en el centro de la escena política**, ya sea por sus declaraciones o su lugar dentro de sus respectivos espacios. Larreta, Bullrich y Milei deberán apelar a los atributos de la posición para poder anotar ese gol que tanto buscan en 2023.

En el mediocampo, aparecen nuevas figuras que comienzan a posicionarse en la cancha electoral, dirigentes que han resuelto cómo convertirse en el nexo entre posiciones que, por momentos, parecen antagónicas. Manes, Vidal y Lousteau acortan la “distancia” en la cancha política y pisan fuerte, disputándose la tenencia de la pelota en el partido de sus vidas.

Bajamos para ver cómo está compuesta **la defensa, un equipo enteramente oficialista**. Siendo la última línea que separa al rival del propio equipo, Massa, Kicillof, De Pedro y Berni son quienes a nivel nacional, y en el distrito más disputado del país a nivel electoral, deben articular funciones para evitar el gol del equipo contrario de cara al año que viene.

Quedan tres posiciones que se destacan por ser completamente estratégicas: **el arquero, el capitán y el director técnico**. El arquero es responsable de proteger el arco propio para evitar el gol del contrario: Cristina Kirchner ocupa este lugar y el doble rol de Capitana del equipo. Por último, el director técnico, que tiene como objetivo tomar las decisiones necesarias para llevar a su equipo al éxito. El expresidente Mauricio Macri se erige en esta función. Habrá que ver si logra disputarle el liderazgo a la capitana de esta Selección.

El Mundial está a la vuelta de la esquina. Se siente en el aire, se respira en cada rincón y se potencia con las publicidades que apelan a ese factor emocional que nos hace olvidar por un rato que vivimos en Argentina para recordarnos que **habitamos el mejor país del mundo**.





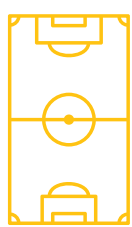
Si tenés
1 minuto

La realidad en tres titulares



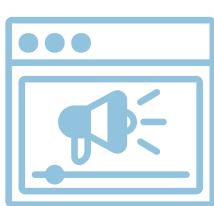
La previa

La cuenta regresiva no para y a pasos del Mundial de Qatar les preguntamos a los argentinos sobre sus hábitos de consumo: ¿van a ver o no los partidos? ¿Lo van a ver en sus casas o en sus lugares de trabajo? Spoiler: el fútbol corre por las venas.



El partido (político)

¿Cómo está compuesto el equipo (político) ideal de los argentinos? Oficialismo y oposición se mezclan en los roles de delanteros, defensores y hasta el DT con 12 jugadores que salen a la cancha para darlo todo.



Espacio publicitario

Hay publicidades que se quedan en la memoria, a pesar de haber salido hace años, y marcas que acompañan la vida de los argentinos en momentos tan especiales como los mundiales. Le preguntamos a la gente qué marcas recuerdan y cómo ven sus estrategias de comunicación.



Si tenés
5 minutos



8 de cada 10

argentinos van a ver el
próximo Mundial de Fútbol
(ya sea todos los partidos o
sólo los de Argentina)

Hablando del próximo Mundial de Fútbol...

¿Tenés pensado verlo?

26,2%



Sí, todos los partidos

56,4%



Sí, pero solo los partidos en los que juegue Argentina

11,6%



No, no voy a verlo

5,8%



Ns/Nr

Desde el minuto 0

Los argentinos tenemos una pasión por el fútbol que no se compara con casi ningún otro país. A la hora de decidir si verán o no el Mundial, casi todos dijeron que sí y la mitad verá solo los partidos de Argentina. La generación Z es la que estará más conectada al evento.

Más allá de si vas a ver o no todos los partidos...

¿Dónde tenés pensado ver el Mundial?

71,5%



En mi casa

7,1%



En la casa de mis amigos/as,
pareja

6,1%



En mi trabajo

1,1%



En un bar

0,5%



En mi lugar de estudios

0,4%



Voy a viajar a Qatar

13,2%



No lo tengo definido aún

Jugar de local

A la hora de decidir la “sede oficial”, los argentinos se inclinan por sus casas. Probablemente, la diferencia horaria y el hecho de que muchos partidos de la Selección se jueguen por la mañana influyen en la decisión para el 71,5% que eligieron esta ubicación.

El Gobierno lanzó un plan para adquirir, entre otras cosas, televisores en 30 cuotas fijas...

¿Tenés pensado comprarte un televisor para mirar el Mundial?

4,7%

■ Sí, seguramente

14,1%

■ Sí, puede ser

3,5%

■ Ya me compré otro televisor este año para mirar el Mundial

73,6%

■ No, no tengo pensado cambiar el televisor

4,2%

■ Ns/Nc

No hay cambio, Sr. Juez

A pesar de las medidas implementadas por el Gobierno Nacional para incentivar el consumo, la situación económica vigente no permite que los argentinos elijan acceder a los planes de financiamiento del “Ahora 30” y 7 de cada 10 manifiestan que no comprarán un nuevo televisor para ver el Mundial.

Pensando en los lugares de trabajo...

¿Qué actitud considerás que debería adoptarse durante el Mundial?

9,3%



Que permitan ver todos los partidos

43,4%



Que permitan ver los partidos de Argentina

7,4%



Que permitan a los empleados hacer home office los días que juega Argentina

3,9%



Que permitan a los empleados ausentarse en los horarios y días que juega Argentina

33,7%



No me parece que tengan que tomar ninguna medida con motivo del Mundial

2,4%



Ns/Nc

Experiencia 360°

El Mundial atraviesa la vida de los argentinos de punta a punta en el plano personal y en el laboral también. Frente a este escenario, 6 de cada 10 argentinos opinan que debería haber algún tipo de permiso para poder ver los partidos en el lugar de trabajo.

Si tuvieses la posibilidad de elegir...

¿Qué preferís?

89,3%



Que no haya más inflación

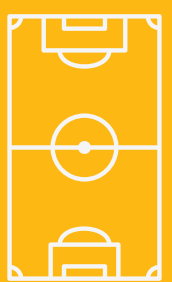
10,7%



Que Argentina gane el Mundial

“Les hablé con el corazón...”

Y los argentinos respondieron con el bolsillo. La situación económica inestable y el deseo de resolver uno de los principales problemas del país prevalece y opaca la mística futbolera de levantar la Copa del Mundo este 2022.



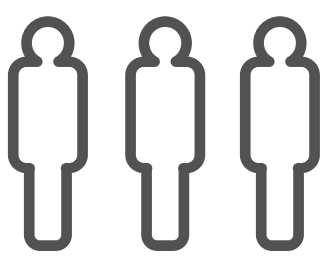
El Partido

(político)

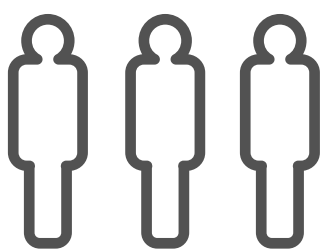
Los argentinos
armaron su equipo
de políticos ideal.

Les pedimos a los argentinos que eligieran, entre un listado de dirigentes políticos, quiénes ocuparían mejor las 12 posiciones de un equipo de fútbol.

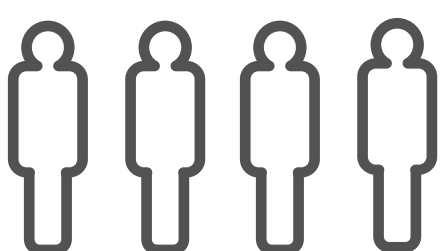
Las respuestas están basadas según la cantidad de jugadores que debían cubrir esa posición:



Delanteros



Mediocampistas



Defensores



Arquero

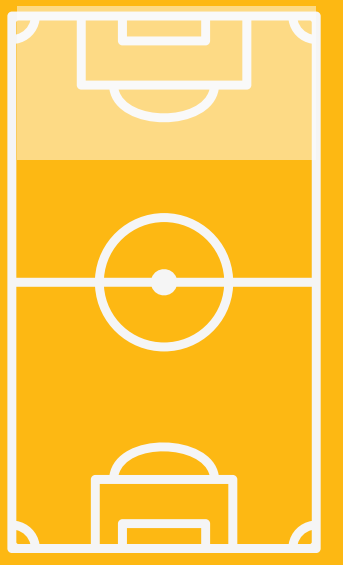


DT



Capitán

¿Cuáles de estos políticos ocuparían la posición de los delanteros?



Delanteros

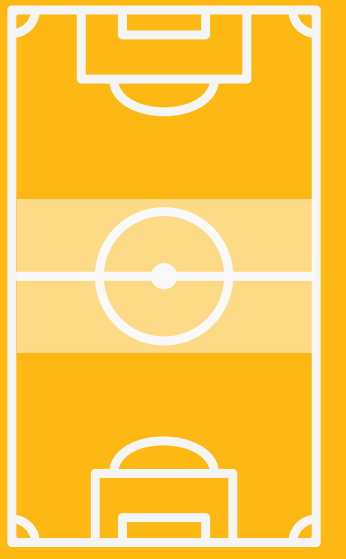
Quien juega en esta posición, en constante relación con el ataque, debe tener capacidad de definición, buscar la mejor ubicación para que no lo anticipen y lidiar con el peso de la defensa.



Respuesta múltiple

(Los 3 más elegidos)

¿Cuáles de estos políticos ocuparían la posición de los mediocampistas?



Mediocampistas

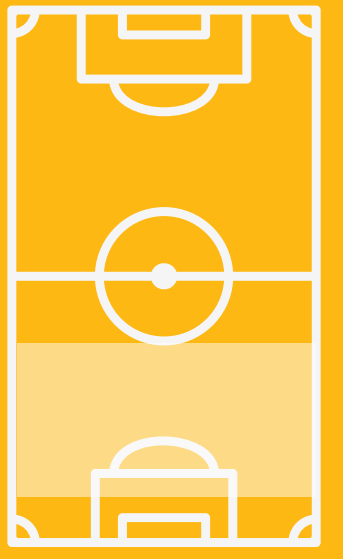
El mediocampista es el encargado de armar el juego, recuperar la pelota y ser la transición entre defensa y ataque. Tiene que ser preciso y saber articular. Es el lugar de la cancha donde se disputa la tenencia de la pelota.



Respuesta múltiple

(Los 3 más elegidos)

¿Cuáles de estos políticos ocuparían la posición de los defensores?



Defensores

Un defensor tiene como función impedir que los adversarios hagan goles. Tiene que saber predecir a los rivales, pero sin cometer faltas graves.



SERGIO MASSA

FRENTE DE TODOS



SERGIO BERNI

FRENTE DE TODOS



AXEL KICILLOF

FRENTE DE TODOS



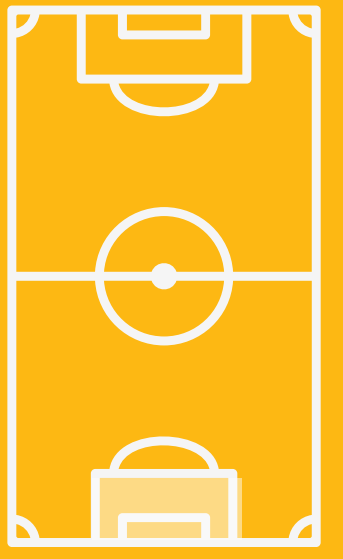
EDUARDO "WADO" DE PEDRO

FRENTE DE TODOS

Respuesta múltiple

(Los 3 más elegidos)

¿Cuáles de estos políticos ocuparía la posición del arquero/a?

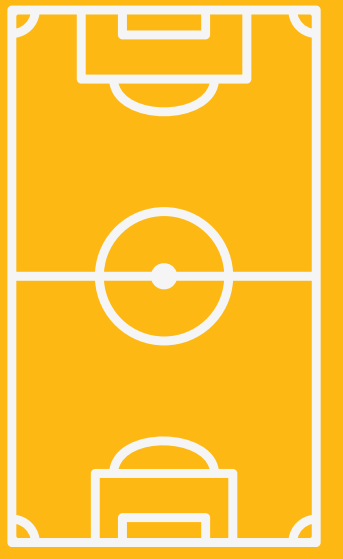


Arquera

La arquera es la última que puede salvar de un gol contrario, tener una buena arquera es decisivo para ganar el partido. También tiene que transmitir tranquilidad a su equipo y ser segura de sí misma.



¿Cuáles de estos políticos ocuparía la posición del Capitán/a?

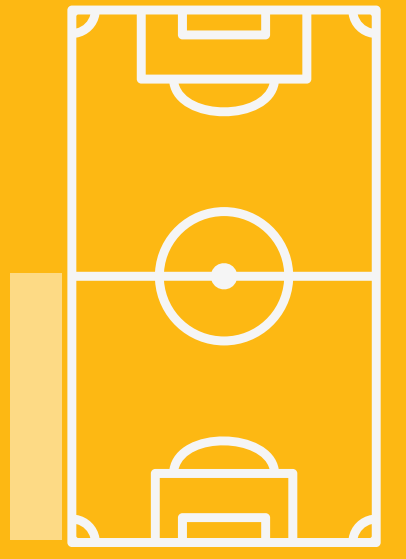


Capitana

El capitán es la cabeza o líder de un equipo o selección, representa dentro del campo de juego a todos sus compañeros y tiene el liderazgo, ejemplo e influencia positiva al interior de su equipo y club.



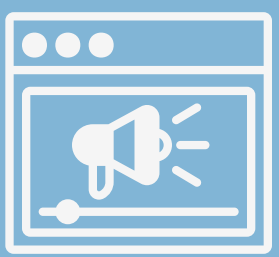
¿Cuáles de estos políticos ocuparía la posición del Director Técnico?



Director técnico

El DT es quien debe tomar las decisiones para llevar el equipo a la victoria. Debe tener visión, metodología y planificación del juego. Además de un gran carisma para generar confianza en sus jugadores.





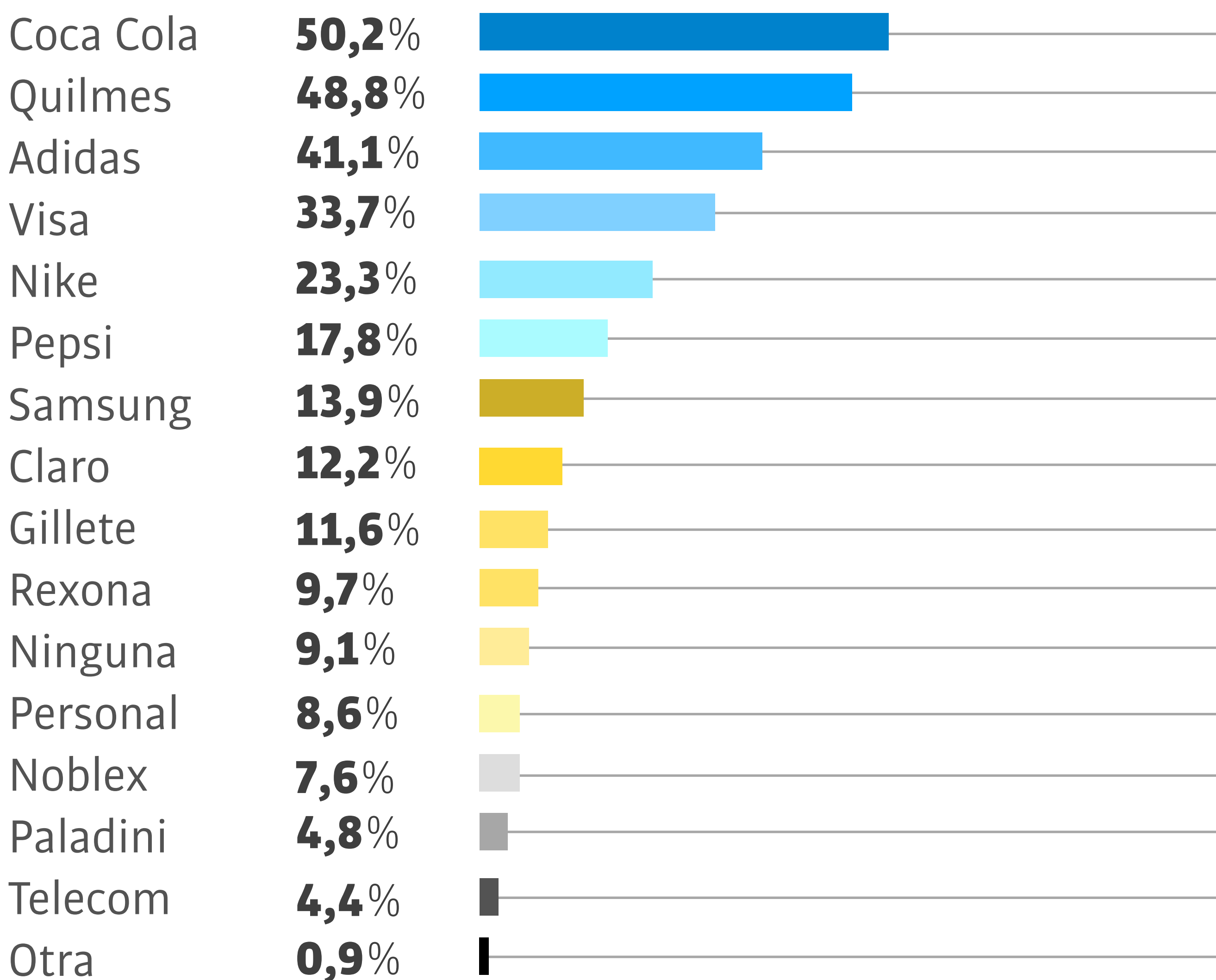
1 de cada 2

argentinos recuerda o asocia
a Quilmes y Coca Cola con
marcas Mundialistas

Pensando en los Mundiales en general...

¿Qué marcas recordás o asociás a publicidades Mundialistas?

(Opción múltiple)



La magia del encuentro

Dos marcas de bebidas se suben al podio de las más recordadas por los argentinos. 1 de cada 2 las asocia directamente con publicidades que hacen referencia a la copa del mundo.

Pensando en los Mundiales en general...

¿Cuál de las siguientes publicidades Mundialistas recordás? (Opción múltiple)

“Eran otros tiempos” 33,6% (Quilmes, Japón 2002)
“Dios” 33,5% (Quilmes, Sudáfrica 2010)
“En tu cabeza hay un gol” 28,2% (Quilmes, Francia 1998)
“La copa de todos” 26,5% (Coca Cola, Brasil 2014)
“Héroes” 15,1% (CTI Movil, Italia 1990)
“Argentinos” 14,3% (TyC Sports, Sudáfrica 2012)
“Papelitos” 13,3% (Personal, Alemania 2006)
“Papa Francisco” 13,1% (TyC Sports, Brasil 2014)
“Juguemos como argentinos” 9,5% (Cablevisión, Brasil 2014)
Otra 0,8%
Ninguna 19,7%

Tanta gloria, tanto fútbol...

Hay publicidades Mundialistas que se instalaron en la cabeza y el corazón de los argentinos, ya sea por el jingle pegadizo o la emoción que nos hicieron sentir. Los centennials, obviamente, recuerdan más aquellas emitidas desde el 2010 en adelante.

A nivel general, crees que en época de Mundiales...

¿Las marcas tienen otras estrategias de comunicación, apelando más bien al factor emocional?

68,1%



Sí, definitivamente

23,2%



Sí, puede ser

4,5%



No, no creo que comuniquen distinto

4,1%



Ns/Nc

Con el corazón en la mano

Es innegable, al menos en la opinión de la gente, que las marcas cambian la manera de comunicar a medida que nos acercamos al Mundial: 9 de cada 10 creen que, en algún punto, las estrategias de comunicación viran hacia lo emocional.

Y considerarás que esos cambios de estrategias de comunicación...

¿Tienen un impacto positivo en las ventas de las marcas?

38,3%

Sí, definitivamente venden más

43,9%

Sí, puede ser

2,4%

No, no creo que tenga un impacto positivo

15,4%

No creo que vendan más, ni tampoco menos

Apuesta ganadora

La respuesta de los argentinos es casi unánime: sí. Para el 82,2% de la gente, el impacto del cambio en la comunicación de marcas en época de Mundial favorece las ventas.



Si tenés

10 minutos

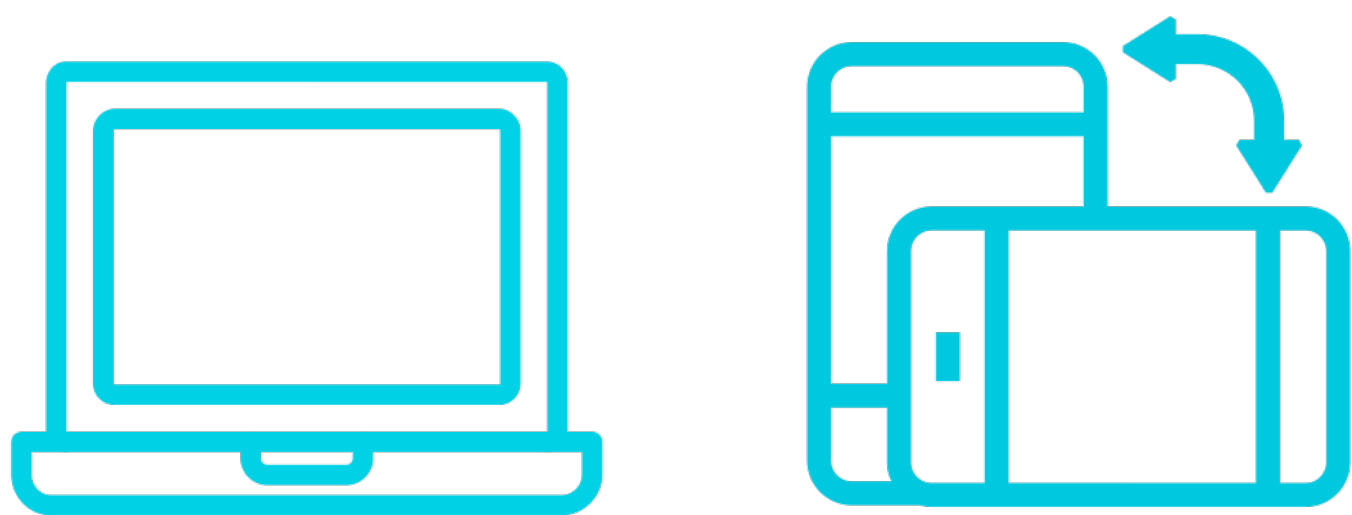
Power BI

La información en tus manos

Una nueva manera de ver nuestros datos:

un dashboard interactivo que te permite recorrer todo el Monitor Nacional de punta a punta.

A través de filtros vas a poder ver los cortes estratégicos y comprender cómo piensan, sienten y opinan los argentinos sobre la actualidad social, económica y política.



Te recomendamos utilizarlo en una computadora o con tu celular horizontal



Ir al Dashboard

Ficha técnica Investigación

Tipo de investigación:

Online

Alcance:

Nacional

Instrumento de recolección de información:

Cuestionario semi estructurado

Sistema:

Los datos ingresan directamente al paquete estadístico SPSS

Población:

Mayores de 18 años con acceso a internet y redes sociales

Error muestral:

(+/-) 1,7%

Tamaño de la muestra:

2550 casos efectivos

Fecha de realización:

21 al 26 de octubre de 2022