



SERÁ QUE O BRASILEIRO VAI ENTRAR EM CAMPO?

☉ brasileiro está demorando mais para entrar no clima de Copa:

Temas como **Mercado de trabalho**, **Falta de dinheiro** e **Política** são as principais **preocupações**.

Apenas **18%**

dos entrevistados estão pensando em Copa do Mundo

Desanimados tanto pela situação econômica e política, como pelo desempenho da seleção em 2014



e...

44%

está mais desanimado do que estava em 2014

MAS...

entre os 56% animados ou mais animados

é grande a esperança no HEXA



Eles afirmam ter **confiança** nessa seleção. E querem se **reunir**, **socializar**, ver bons jogos e esquecer dos problemas

A Copa do Mundo ainda é um evento que reúne, emociona e transfere otimismo à população



74%

A Copa do Mundo é um momento em que a **família/ amigos se reúnem**

60%

Na Copa do Mundo todos ficam **mais otimistas**

60%

A Copa do Mundo é um momento em que **todos se emocionam**

49%

Quando acontece uma Copa do Mundo me sinto **mais brasileiro**

Então tudo leva a crer que o clima ainda pode esquentar



E essa Copa será um evento para curtir em casa (na própria ou de amigos)

apenas **1** em cada **4** pessoas afirma que vai curtir em bares e restaurantes

9 em cada 10

entrevistados pretendem assistir aos jogos da Copa

E essa comemoração caseira faz com que a copa combine com

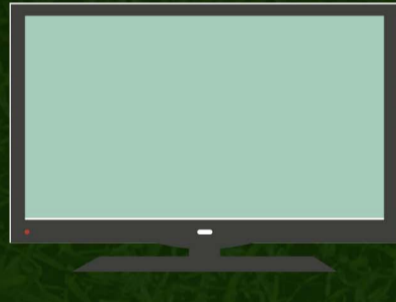
TV + Bandeira

+ Churrasco

+ Cerveja



Níveis de envolvimento e motivações são **diferentes**, mas os jogos estarão no radar da **maioria**



73% dos entrevistados afirmam que vão assistir aos jogos pela **TV aberta** e **48%** pela **fechada**

Mas, para **57%** será uma **Copa Multitelas (TV, celular, computador)**

ESPONTANEAMENTE,

31% ainda não lembra de **nenhuma** marca relacionada com a Copa

Mas algumas empresas alcançam **bom awareness**

Awareness Copa do Mundo 2018

Marcas com menções superiores a 10%



44%

Coca-Cola é destaque, tendo o dobro de lembrança que a segunda colocada.

Itaú é Top of Mind entre as marcas nacionais

espontâneo



22%



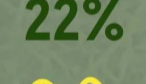
19%



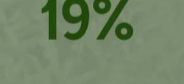
18%



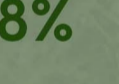
15%



11%



11%



11%

Não sabe responder: **31%**

Base:1239

10) Qual ou quais empresas/marcas são patrocinadoras, parceiras ou apoiadoras da Copa do Mundo de Futebol que irá ocorrer esse ano, em 2018? (RM- espontâneo)

Estimulando **60** marcas, o awareness sobe e aparecem outras marcas relevantes

Marcas com alguma relação com a Copa

Marcas com menções iguais ou superiores a 40% da base total



75%

Ao estimular as marcas, **Coca-Cola** permanece como a marca mais relacionada ao evento.

Contudo, **Vivo** se equipara com **Itaú** como marca nacional melhor posicionada

estimulado



58%



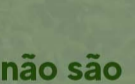
57%



56%



56%



49%



48%



46%



43%



43%



41%



40%



40%

Base:1239

105) Quais das seguintes marcas/empresas abaixo você acredita ter algum tipo de envolvimento com a Copa do Mundo de 2018 seja como parceiro, patrocinador ou apoiador (RM- estimulado)

O brasileiro e o futebol **caminham juntos** e as marcas estão nessa partida



Amendo-a ou odiando-a, esta Copa pode **levantar a torcida neste momento** onde, no Brasil, há muito em jogo

Acompanhe esse placar!

Aguarde nossa pesquisa Pós Copa e veja como o brasileiro estará no fim desta partida

Coleta de dados: de 10 a 16 de maio de 2018. Perfil da amostra: 1239 pessoas de ambos os sexos, das classes A, B, C e D, maiores de 18 anos. Abrangência: território nacional.

www.institutoqualibest.com.br



INSTITUTO QualiBest