

IBOPE

Quem são os fãs da Copa do Mundo?

Descubra quem vai acompanhar o campeonato

A Copa do Mundo de futebol é, de longe, o evento mais popular do esporte, representando o maior espetáculo de audiência do mundo.

Aqui, usamos dados do [Target Group Index Global Quick View](#) - que oferecem uma visão harmonizada de consumidores conectados em 36 países - para revelar cinco insights-chave sobre os fãs da Copa ao redor do mundo.

Os resultados mostram oportunidades importantes para que profissionais de marketing compreendam e alcancem os fãs da Copa do Mundo globalmente.



Os Estados Unidos, um dos países-sede, apresenta um dos níveis mais baixos de interesse na competição

% que dizem acompanhar a Copa do Mundo da FIFA

Top 3 mercados



Bottom 3 mercados



Fonte: Target Group Index Global Quick View 2026 Base: Adultos conectados

Dos três países com maior proporção de fãs, Brasil e Argentina têm uma tradição relevante no futebol, enquanto a África do Sul foi sede da Copa do Mundo relativamente recentemente.

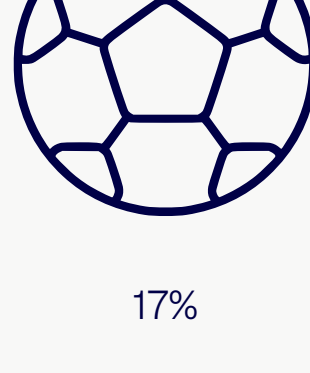
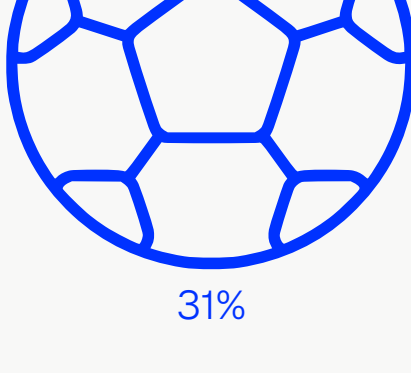
Na outra ponta, entre os 36 países analisados no Target Group Index Global Quick View, estão os EUA, onde apenas 10% acompanham a Copa do Mundo.

Apesar de o torneio ser realizado em grande parte nos Estados Unidos, isso não se traduz em um alto nível de engajamento com a competição.

Entre fãs da Copa do Mundo, homens são maioria...

% de cada gênero que acompanha a Copa do Mundo

● Homens ● Mulheres

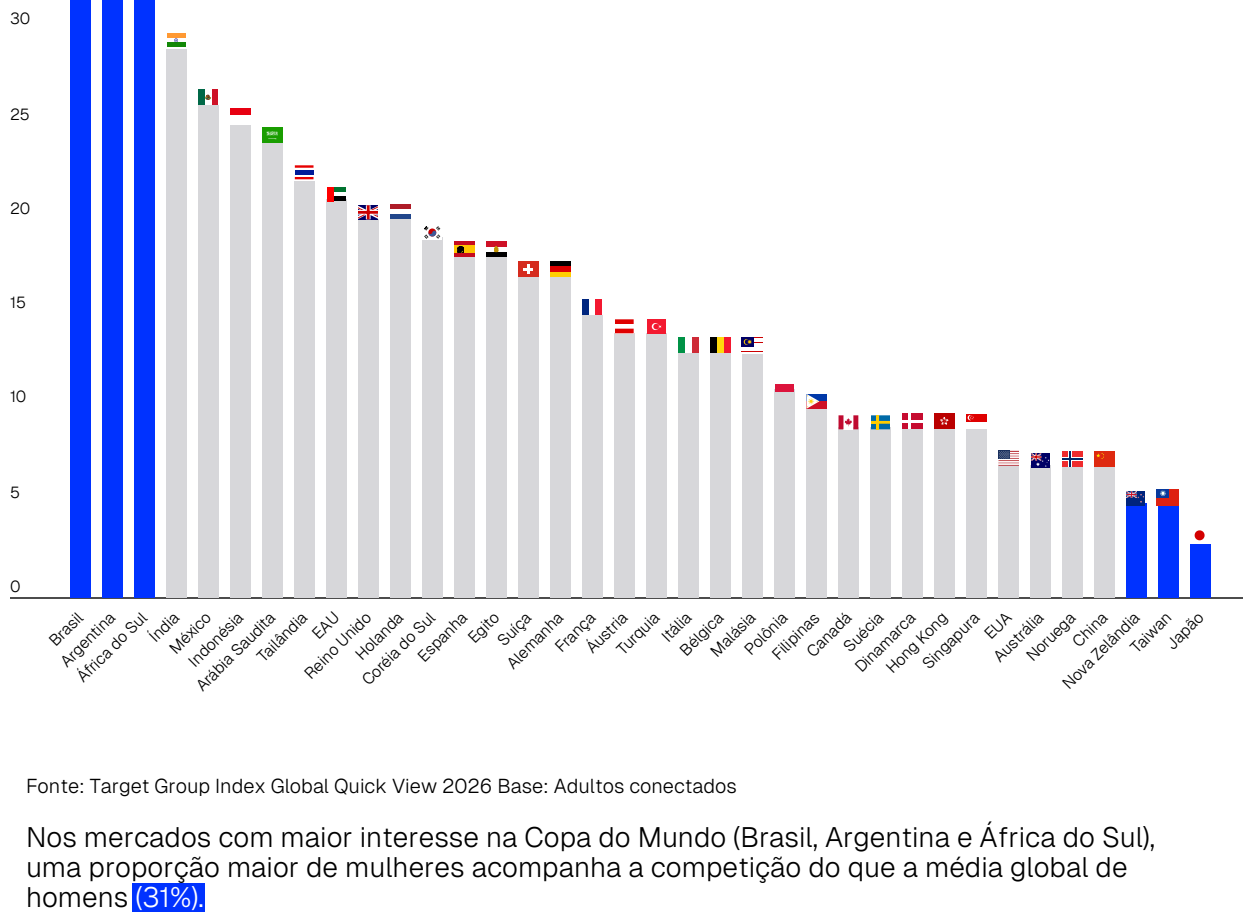


Fonte: Target Group Index Global Quick View 2026 Base: Adultos conectados

Globalmente, **dois terços** dos fãs da Copa do Mundo são homens, o mesmo índice observado na Copa anterior. Mas essa tendência global esconde grandes diferenças localmente...

mas, em alguns mercados, mulheres acompanham mais que a média global de homens

% de mulheres em cada país que são fãs da Copa do Mundo



Fonte: Target Group Index Global Quick View 2026 Base: Adultos conectados

Nos mercados com maior interesse na Copa do Mundo (Brasil, Argentina e África do Sul), uma proporção maior de mulheres acompanha a competição do que a média global de homens (**31%**).

No entanto, em outros mercados, o interesse feminino está bem abaixo da média global, incluindo grandes mercados como China e o país-sede, Estados Unidos.

Fãs da Copa do Mundo tendem a ter alto valor de consumo...

% no nível socioeconômico (NSE) 1 (top 10% dos consumidores)



Todos os adultos



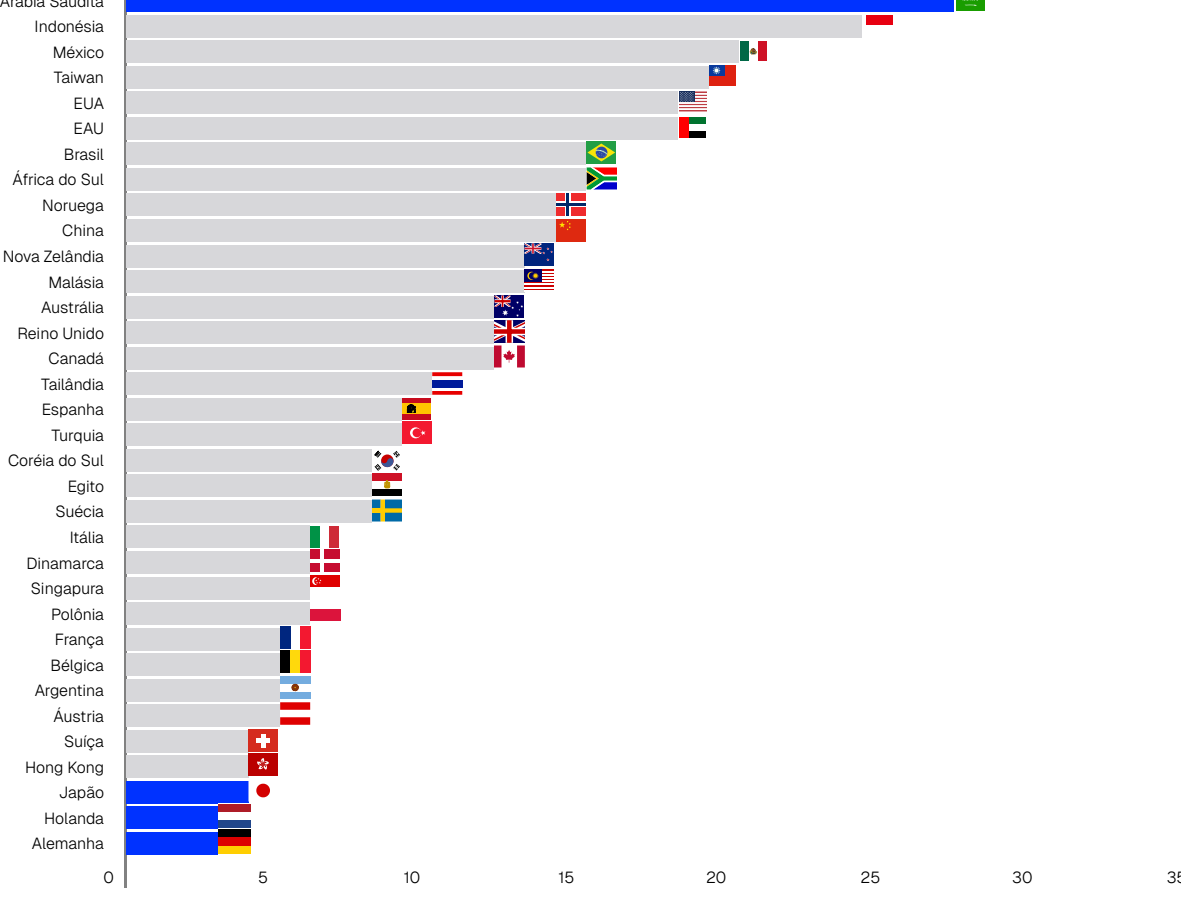
Fãs da Copa do Mundo

Fonte: Target Group Index Global Quick View 2026 Base: Adultos conectados

Os fãs da Copa do Mundo têm três vezes mais probabilidade de estar entre os top **10%** adultos conectados em nível socioeconômico, o que os torna particularmente valiosos para os profissionais de marketing.

...mas isso é concentrado em poucos mercados populosos

% de fãs da Copa do Mundo em cada país que estão no grupo NSE 1 (top 10%)



Fonte: Target Group Index Global Quick View 2026 Base: Adultos conectados

Alguns dos mercados mais populosos, incluindo Índia, Indonésia e Filipinas, têm maior probabilidade de concentrar fãs da Copa do Mundo no topo do nível socioeconômico (top 10%).

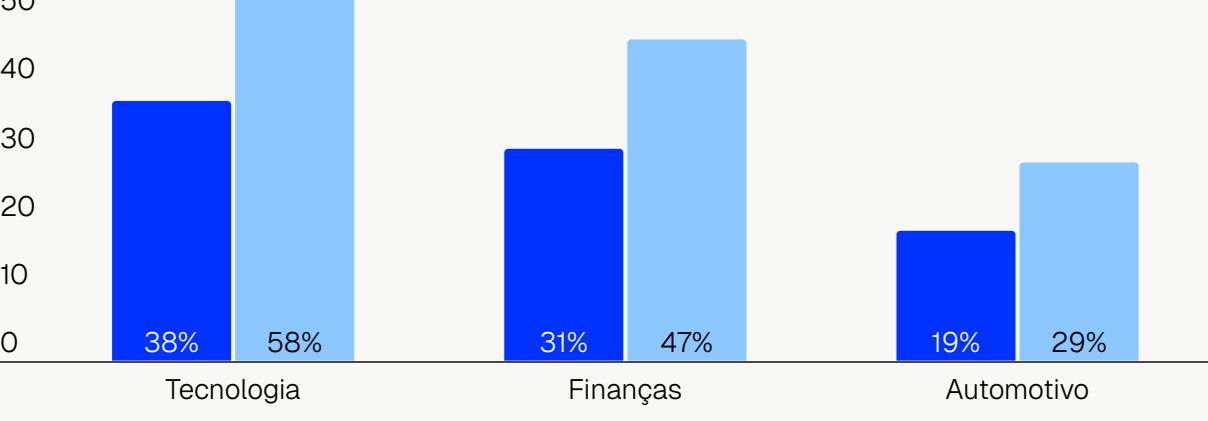
Diferentemente da Europa e da América do Sul, o futebol nesses mercados não foi historicamente tão popular, mas vem ganhando espaço entre consumidores mais escolarizados e de maior renda.

O alto valor desses fãs em mercados em rápido desenvolvimento os torna um público especialmente estratégico para as marcas, tanto durante quanto após o torneio.

Tecnologia, finanças e automotivo são os principais temas para atrair a atenção dos fãs da Copa do Mundo

% de interessados no tema

■ Todos os adultos ■ Fãs da Copa do Mundo



Fonte: Target Group Index Global Quick View 2026 Base: Adultos conectados

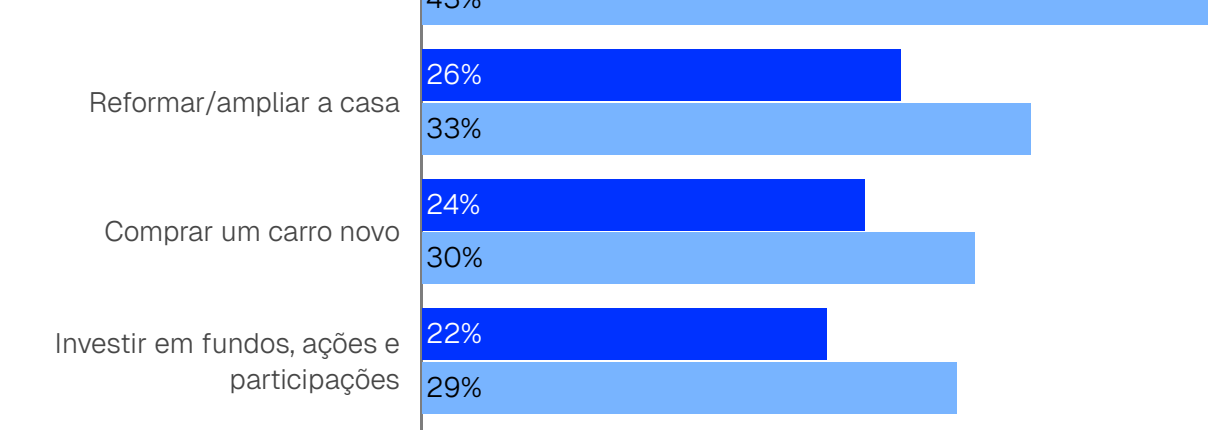
Certos temas são de interesse especial para os fãs da Copa do Mundo globalmente, em comparação com outros adultos conectados, incluindo **tecnologia, finanças e automotivo**.

Ao abordar especificamente esses temas, os profissionais de marketing podem construir uma base mais sólida para suas campanhas.

Fãs da Copa do Mundo tendem a fazer grandes compras...

% que planejam gastar dinheiro com isso nos próximos 12 meses

● Todos os adultos ● Fãs da Copa do Mundo



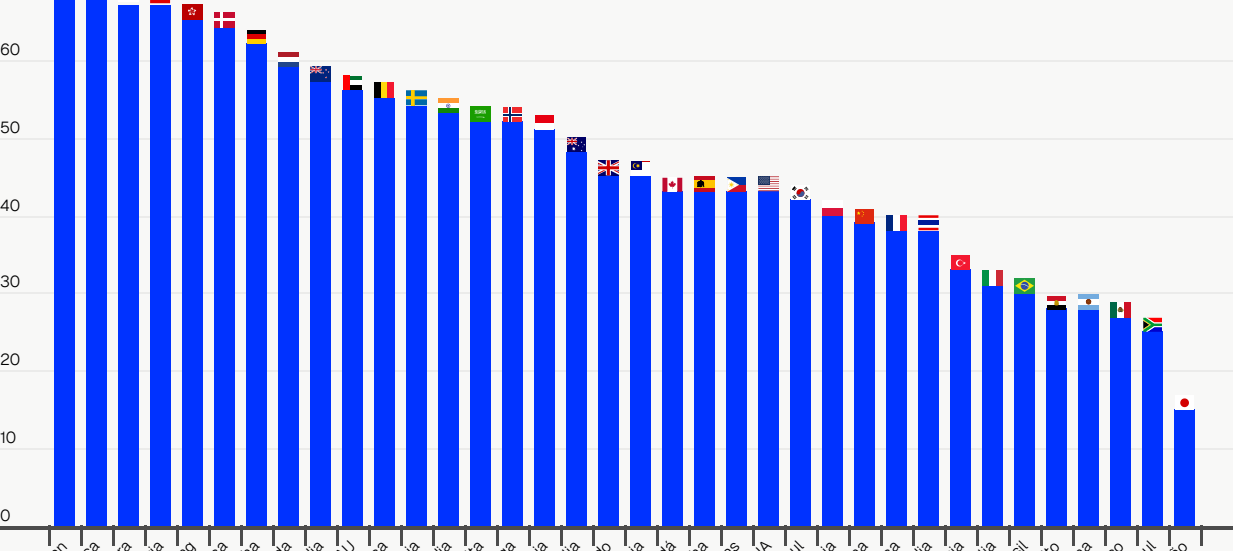
Fonte: Target Group Index Global Quick View 2026 Base: Adultos conectados

Já vimos que os fãs da Copa do Mundo tendem a estar entre os níveis socioeconômicos mais altos.

Isso se reflete na maior probabilidade de planejarem gastar com uma variedade de produtos, serviços e experiências de alto valor.

...mas até mercados da mesma região podem ter planos de gastos muito diferentes

% de fãs da Copa do Mundo que planejam viagens internacionais nos próximos 12 meses



Fonte: Target Group Index Global Quick View 2026 Base: Adultos conectados

Viajar ao exterior é um dos principais destinos de gasto dos fãs da Copa do Mundo, mas isso pode variar entre os mercados.

Mesmo mercados na mesma região podem apresentar diferenças extremas, reforçando a necessidade de os profissionais de marketing adaptarem campanhas localmente.

Por exemplo, **15%** dos fãs da Copa do Mundo no Japão planejam gastar com viagens internacionais, já em Singapura esse número chega a dois terços do total e, em Taiwan, a 75%.

IBOPE

Descubra mais!

Saiba mais sobre os fãs da Copa do Mundo, e outros targets, através da abrangência e profundidade do Target Group Index.

tgisupport@fifty5blue.com

ibope.com