
Investigación Nacional

Julio 2026

Si tenés 1 minuto



Lo que tenés que saber en 4 datos

01. La saturación ya es parte de la experiencia mundialista

Casi la mitad de los argentinos considera excesiva la cantidad de publicidades alrededor del Mundial y la Selección.

02. La Selección vende, pero también satura

Los jugadores son el principal recurso de recordación para varias marcas, aunque más de 1 de cada 3 espectadores dice que la repetición de figuras en distintas publicidades genera confusión.

03. 67% no compró ningún producto impulsado por una publicidad mundialista.

Solo 1 de cada 3 lo tradujo en adquisición.

04. Las apuestas ganaron presencia, pero no legitimidad

Son la categoría publicitaria con mayor crecimiento de este Mundial, sin embargo, en la conversación digital casi 9 de cada 10 menciones fueron negativas.

