



Pesquisa 2022

COPA DO MUNDO 2022: EXPECTATIVAS E CONSUMO DOS CONSUMIDORES

out/22



A PESQUISA

Objetivo:

Identificar oportunidades e desafios para os pequenos negócios paulistas relacionados a esse evento segundo os consumidores.

Universo:

- Pessoas físicas do Estado de São Paulo

Amostra:

- 1.000 Pessoas físicas do Estado de São Paulo

EXPECTATIVAS

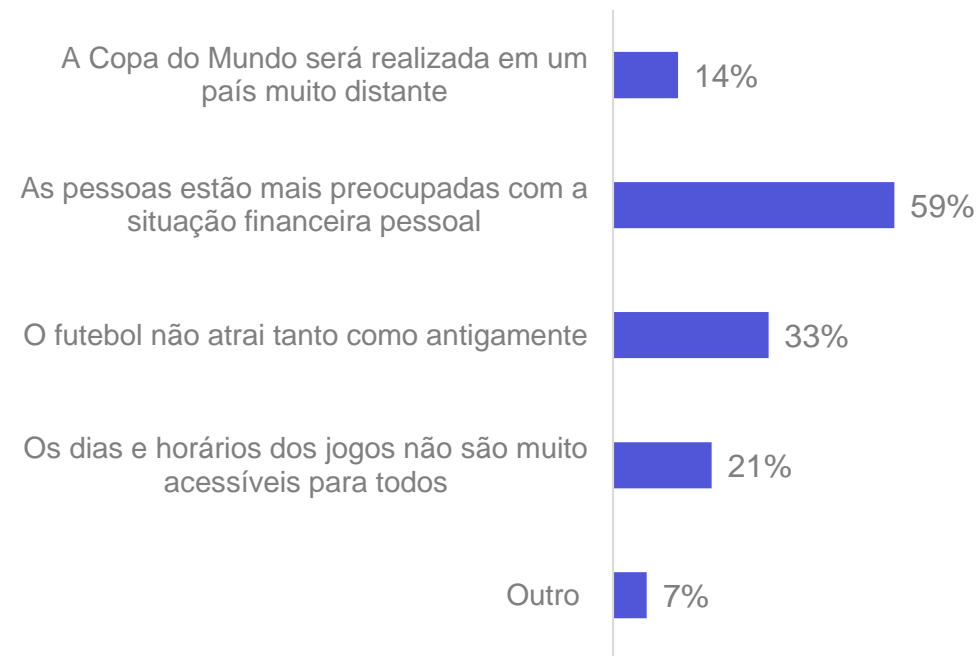
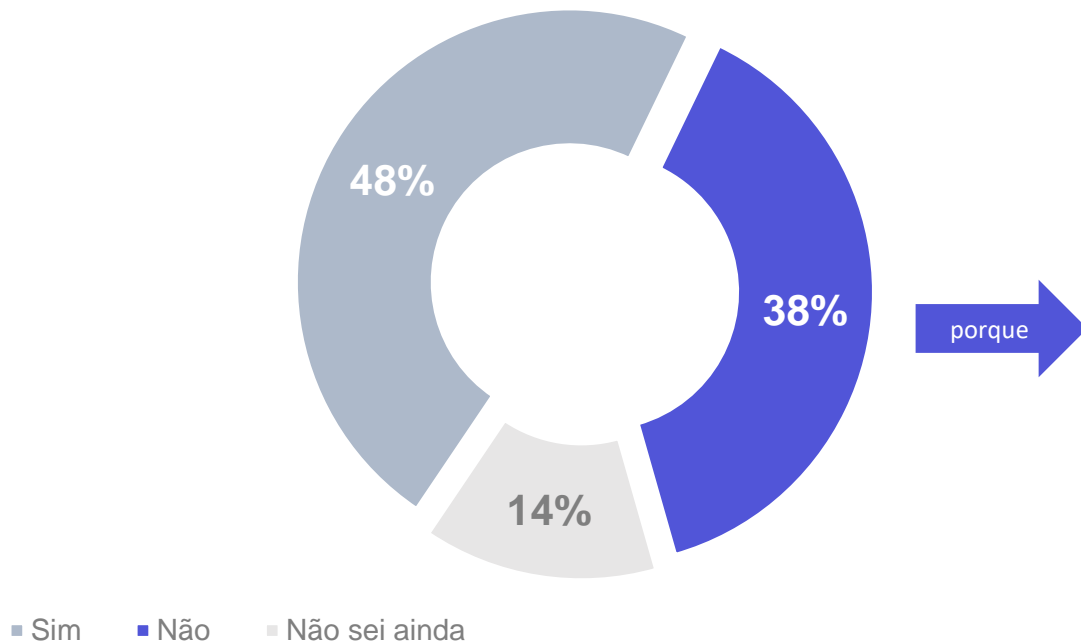


Destques

- ✓ **48%** acreditam que a Copa do Mundo **impactará a vida das pessoas no Brasil** e a grande maioria **(95%)** afirma que será de **forma positiva**.
- ✓ 14% ainda não sabem e **38%** acreditam que **não haverá impacto**, sendo o principal motivo o fato das pessoas estarem mais **preocupadas com a situação financeira (59%)**.

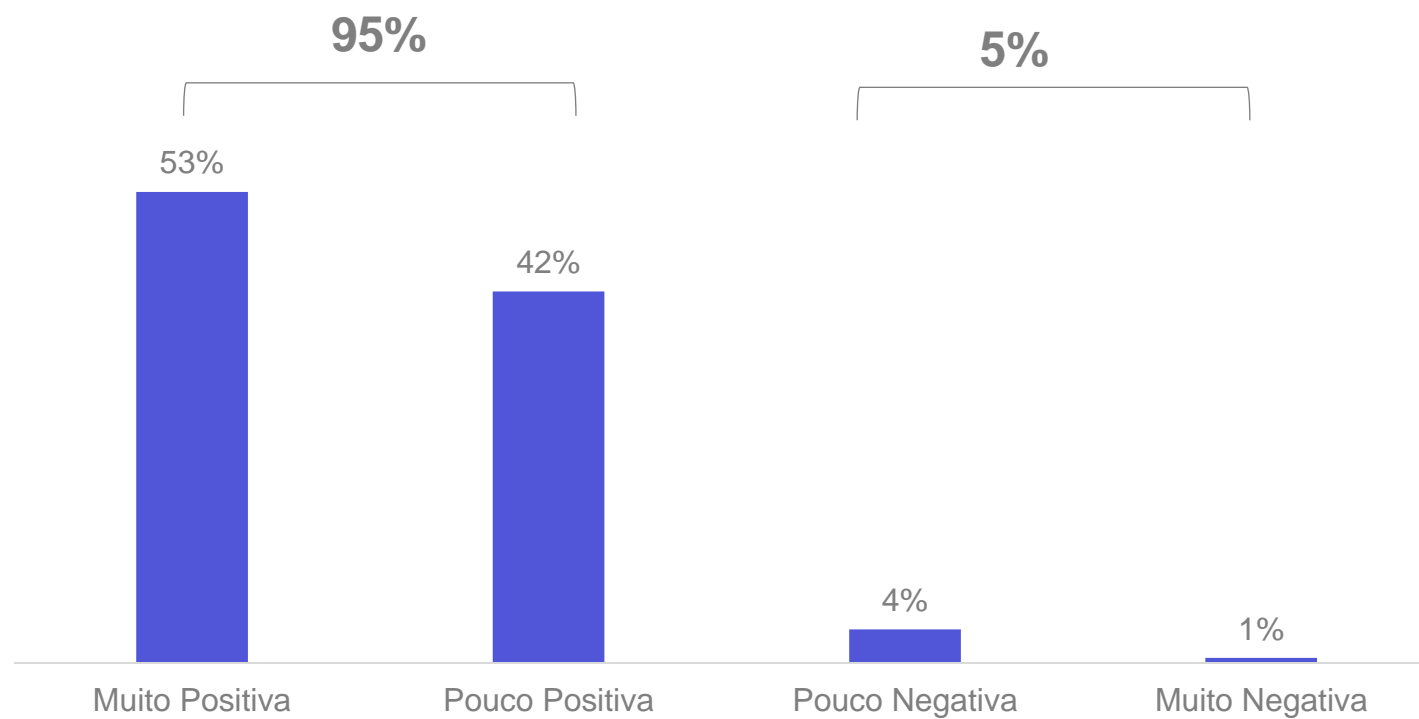
A COPA DO MUNDO IMPACTARÁ A VIDA DAS PESSOAS NO BRASIL

A copa do mundo não impactará



Base: 1.250

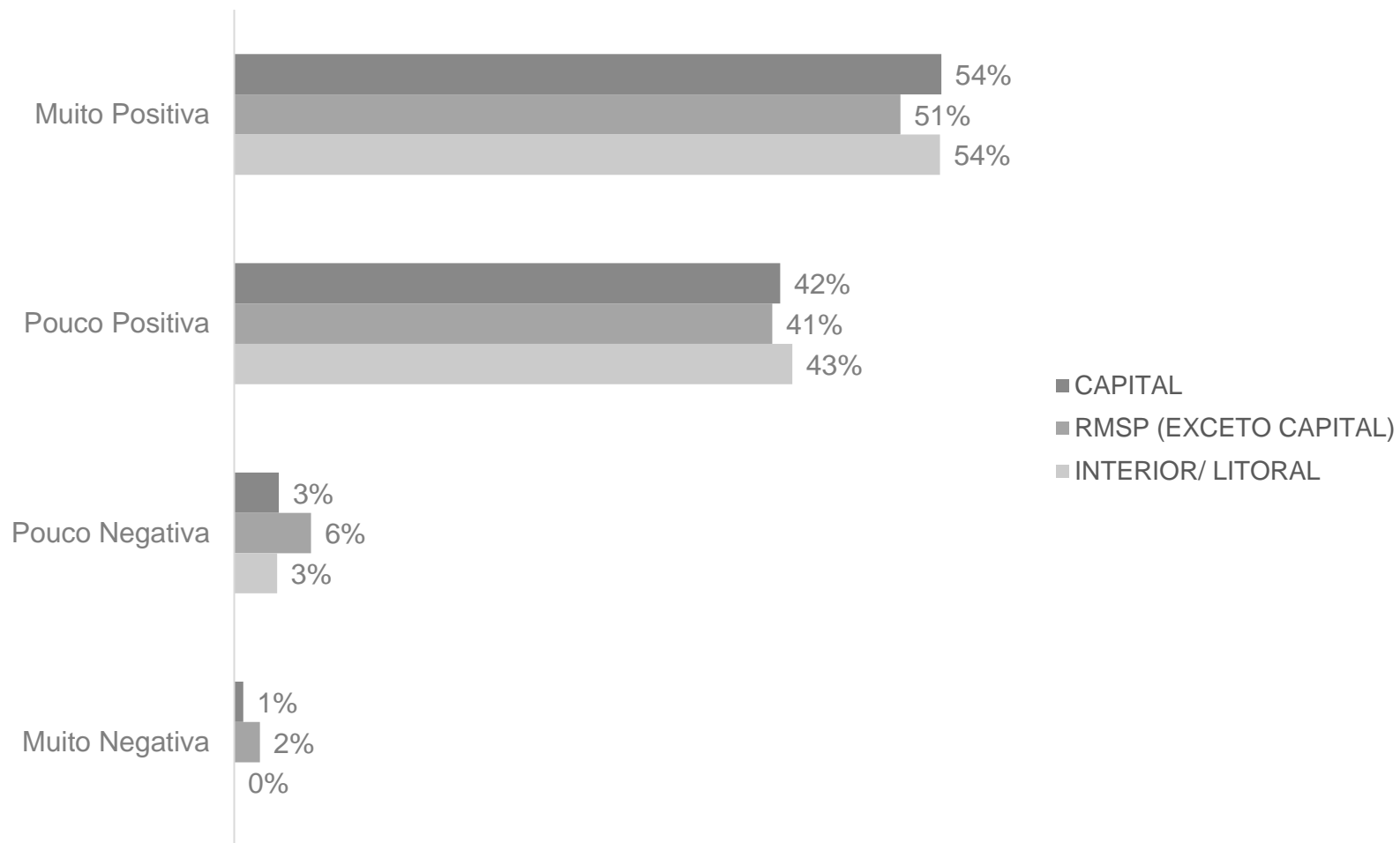
IMPACTARÁ DE QUE FORMA?



Base: 522

IMPACTARÁ DE QUE FORMA?

Região



Base: 522

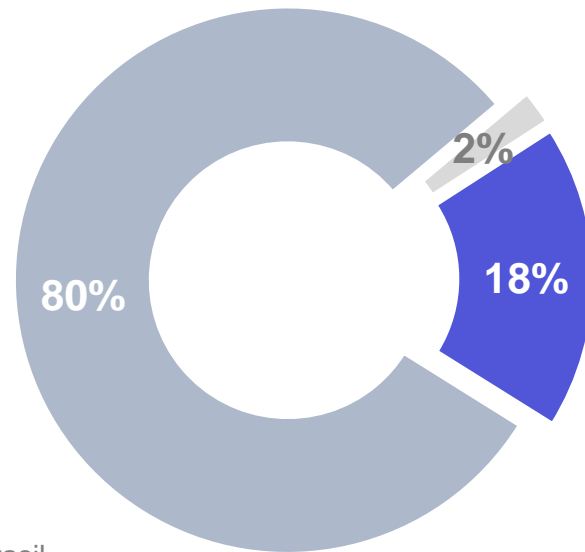
A green-tinted photograph of a crowd of people in a bar or pub. They are holding up glasses and pointing towards a television screen in the background. The screen shows a live broadcast of a soccer game. The word "LIVE" is visible on the screen. The overall atmosphere is one of excitement and celebration.

ASSISTINDO OS JOGOS

Destaques

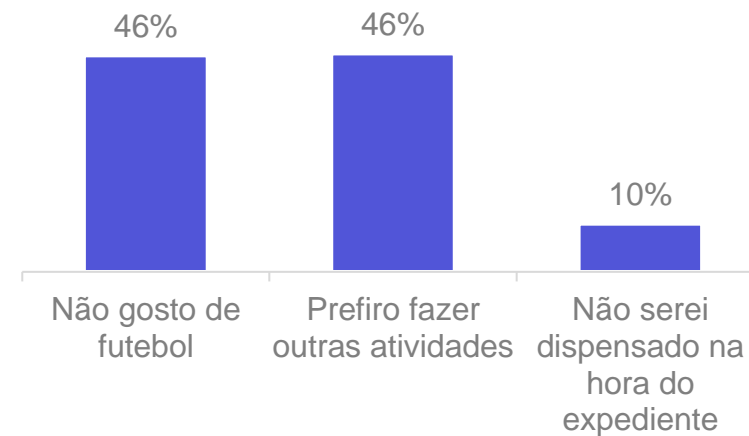
- ✓ **80% pretendem assistir** aos jogos da Copa.
- ✓ **24% acreditam que a empresa em que trabalha irá liberar os funcionários** para assistir aos jogos da Copa.
- ✓ A maioria das pessoas pretendem **assistir em casa (74%)** e cerca de 17% na casa de familiares, na casa de amigos (17%).
- ✓ 23% gostariam de **comprar uma TV** e 59% já compraram para assistir aos jogos com amigos e família.

PRETENDE ASSISTIR AOS JOGOS DA COPA DO MUNDO



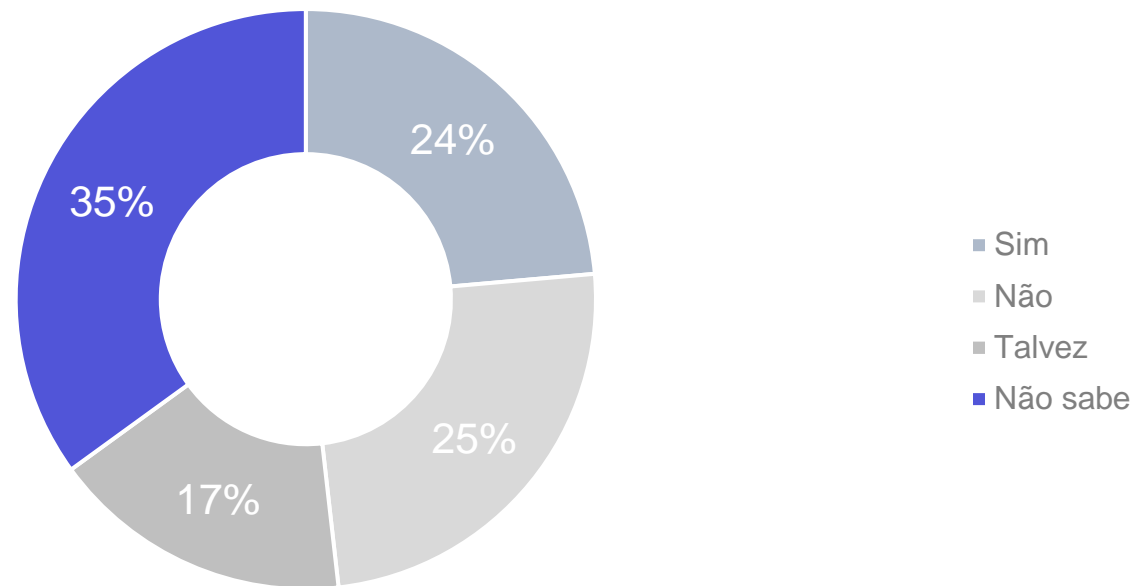
- Sim, vou assistir no Brasil
- Sim, vou assistir nos estádios de Qatar
- Não vai assistir

Por que não pretende assistir



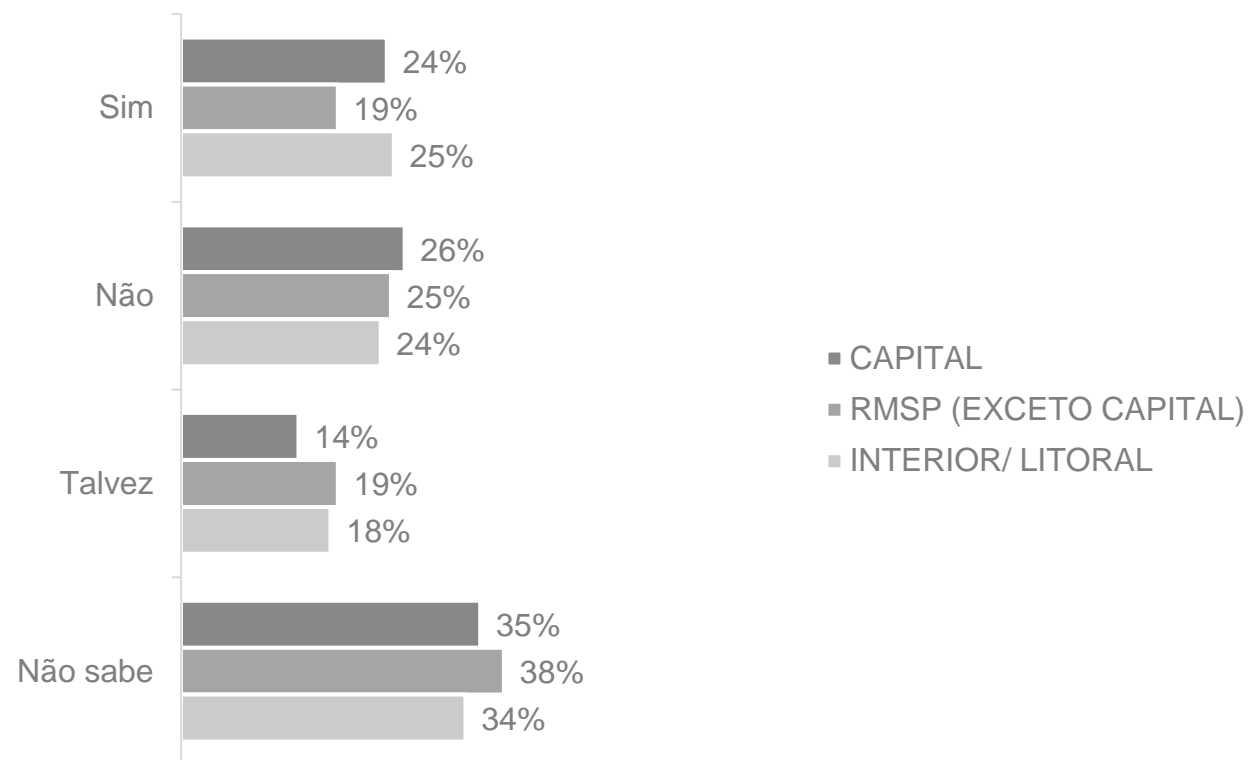
Base: 1.250

A EMPRESA EM QUE TRABALHA VAI LIBERAR OS FUNCIONÁRIOS PARA ASSISTIR AOS JOGOS DA COPA



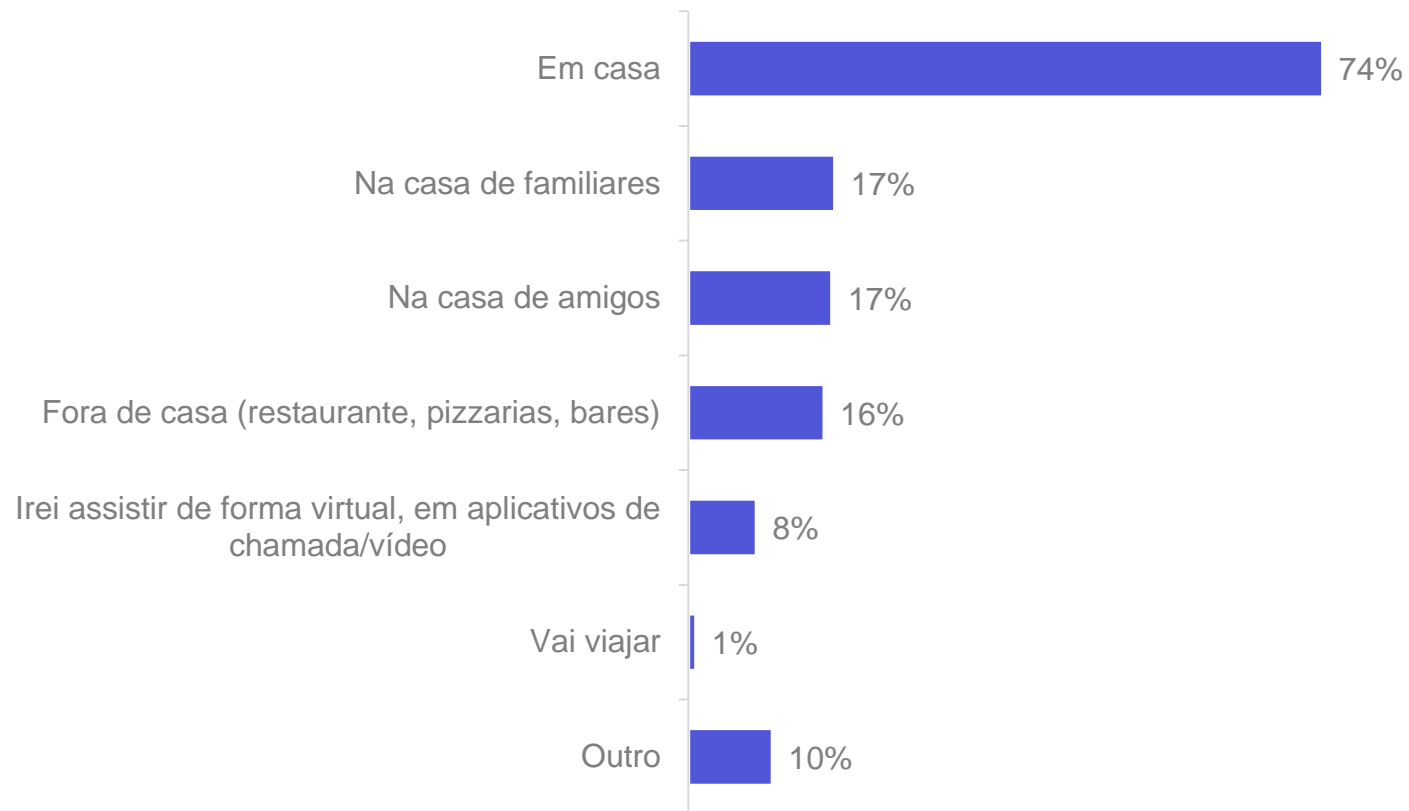
Base: 1.000

A EMPRESA EM QUE TRABALHA VAI LIBERAR OS FUNCIONÁRIOS PARA ASSISTIR AOS JOGOS DA COPA



Base: 1.000

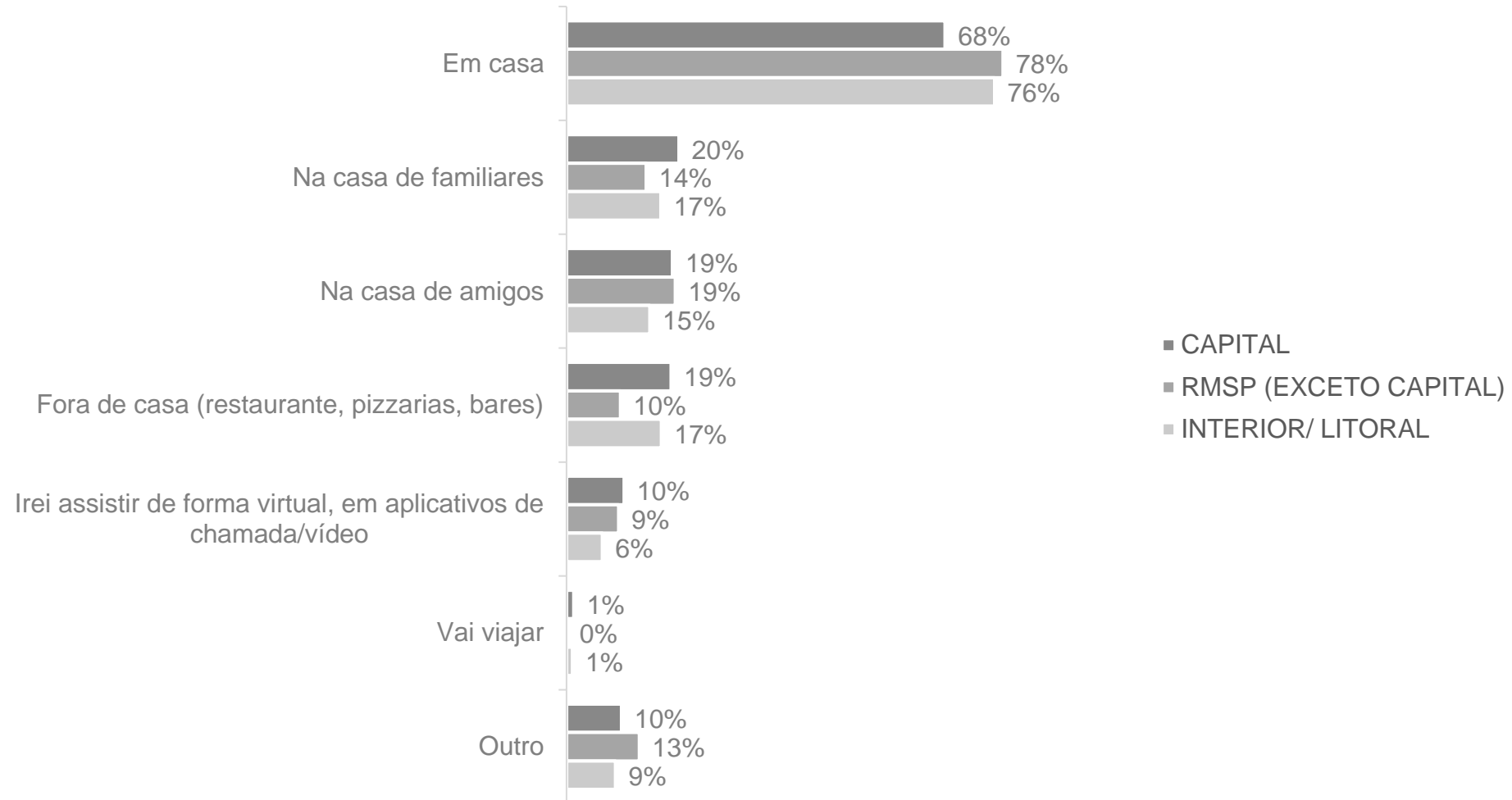
ONDE ASSISTIRÁ AOS JOGOS DA COPA DO MUNDO



Base: 1.000

ONDE ASSISTIRÁ AOS JOGOS DA COPA DO MUNDO

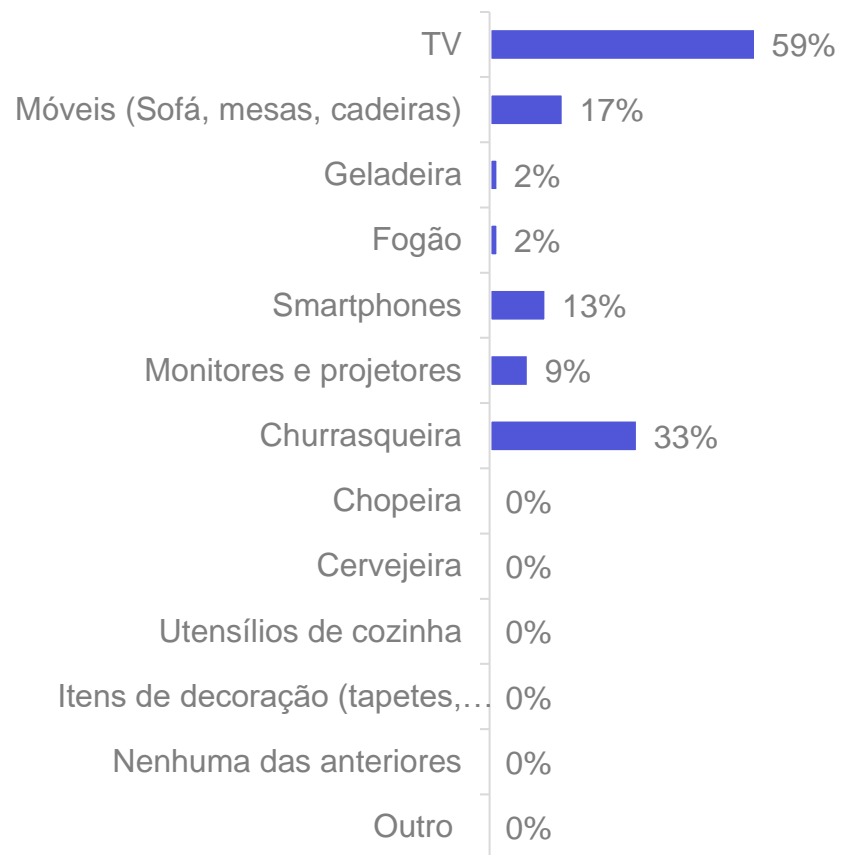
Região



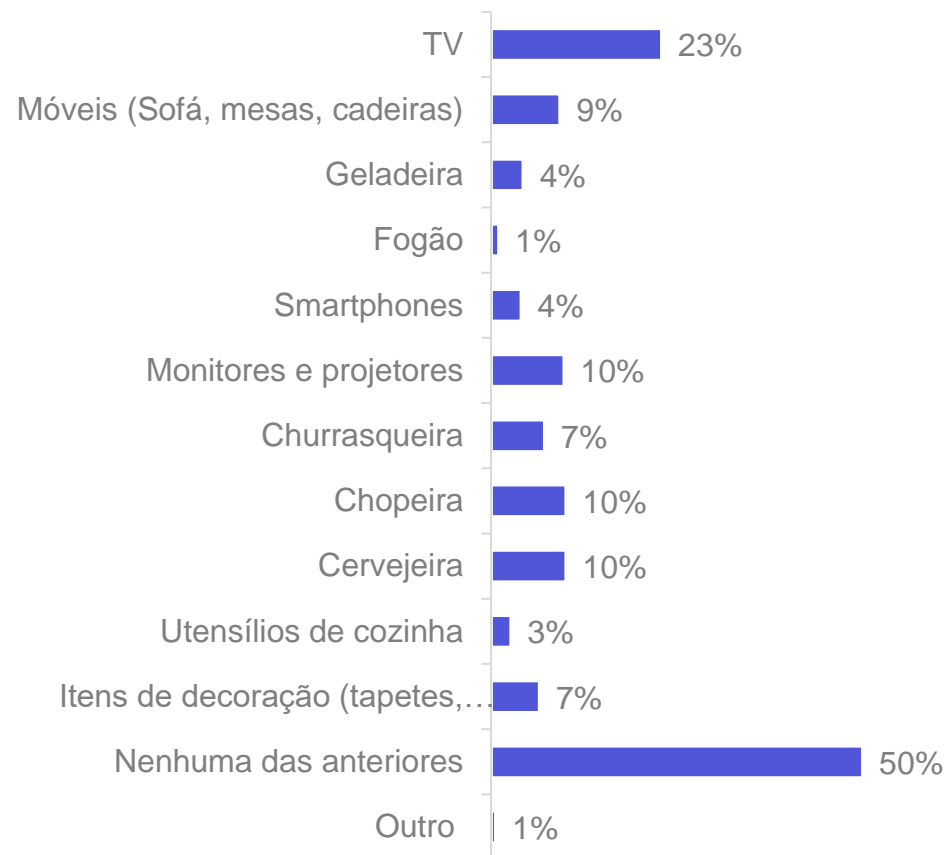
Base: 1.000

PARA ASSISTIR AOS JOGOS COM OS AMIGOS E FAMÍLIA

O QUE COMPROU



O QUE GOSTARIA DE COMPRAR



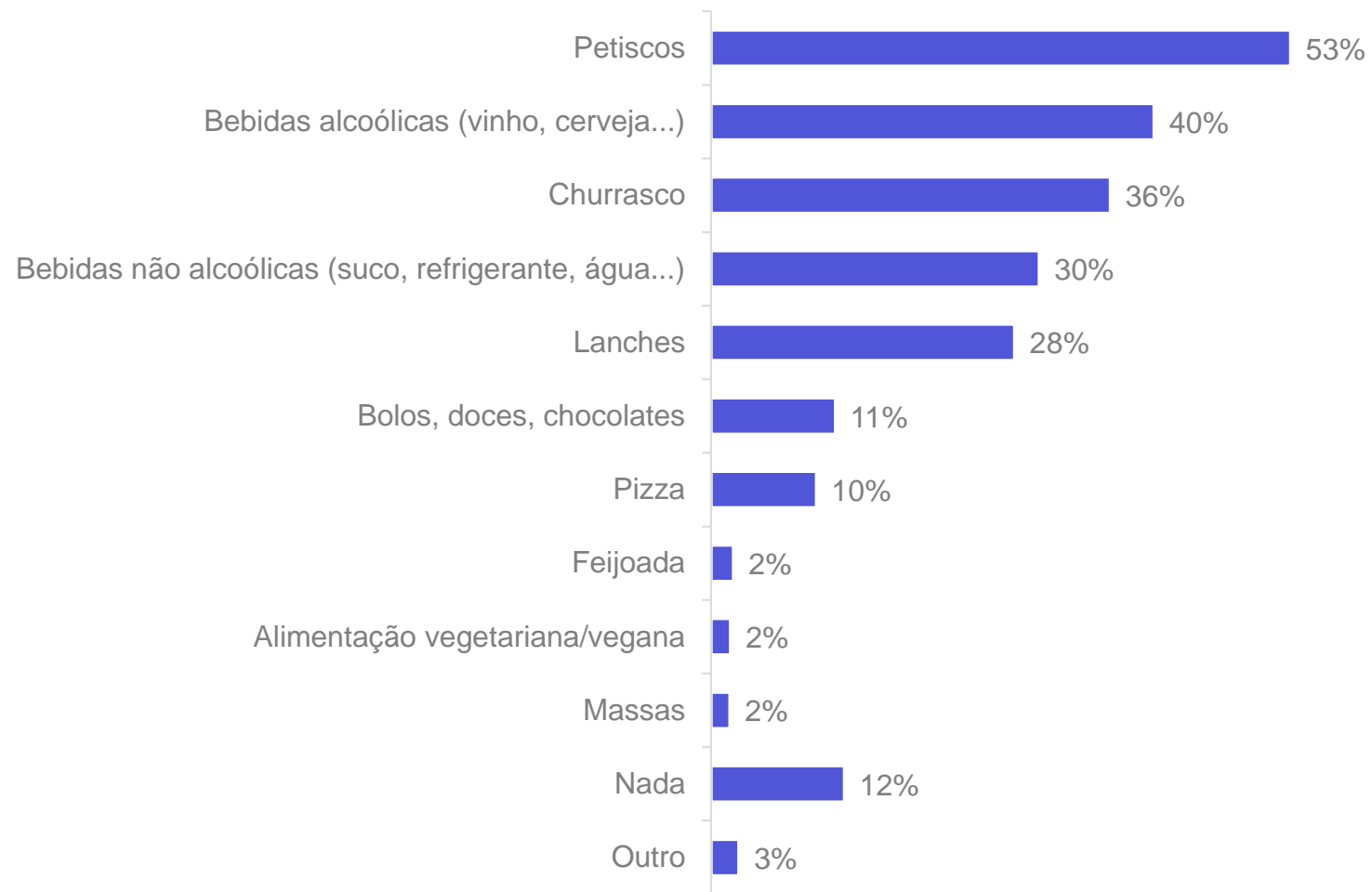
A green-tinted photograph of a crowd of people at a bar or pub. Many people have their arms raised, some holding glasses of beer. In the background, there are several television screens displaying sports content, with the word "LIVE" visible on some of them. The overall atmosphere is one of excitement and social gathering.

O QUE VAI CONSUMIR DURANTE A COPA

Destques

- ✓ Enquanto assistem, pretendem **consumir petiscos (53%), bebidas alcoólicas (40%), bebidas não alcoólicas (30%), churrasco (36%) e lanches (28%)**. E gastarão na faixa de R\$ 51,00 a R\$ 100,00 (34%)
- ✓ Quanto a outros itens, 33% pretende comprar vestuários em geral (**camiseta, calça, vestido**) e 8% pretende comprar **adornos em geral, como bijuterias e chapéus**. Esses gastos devem variar de R\$ 51,00 a R\$ 100,00.

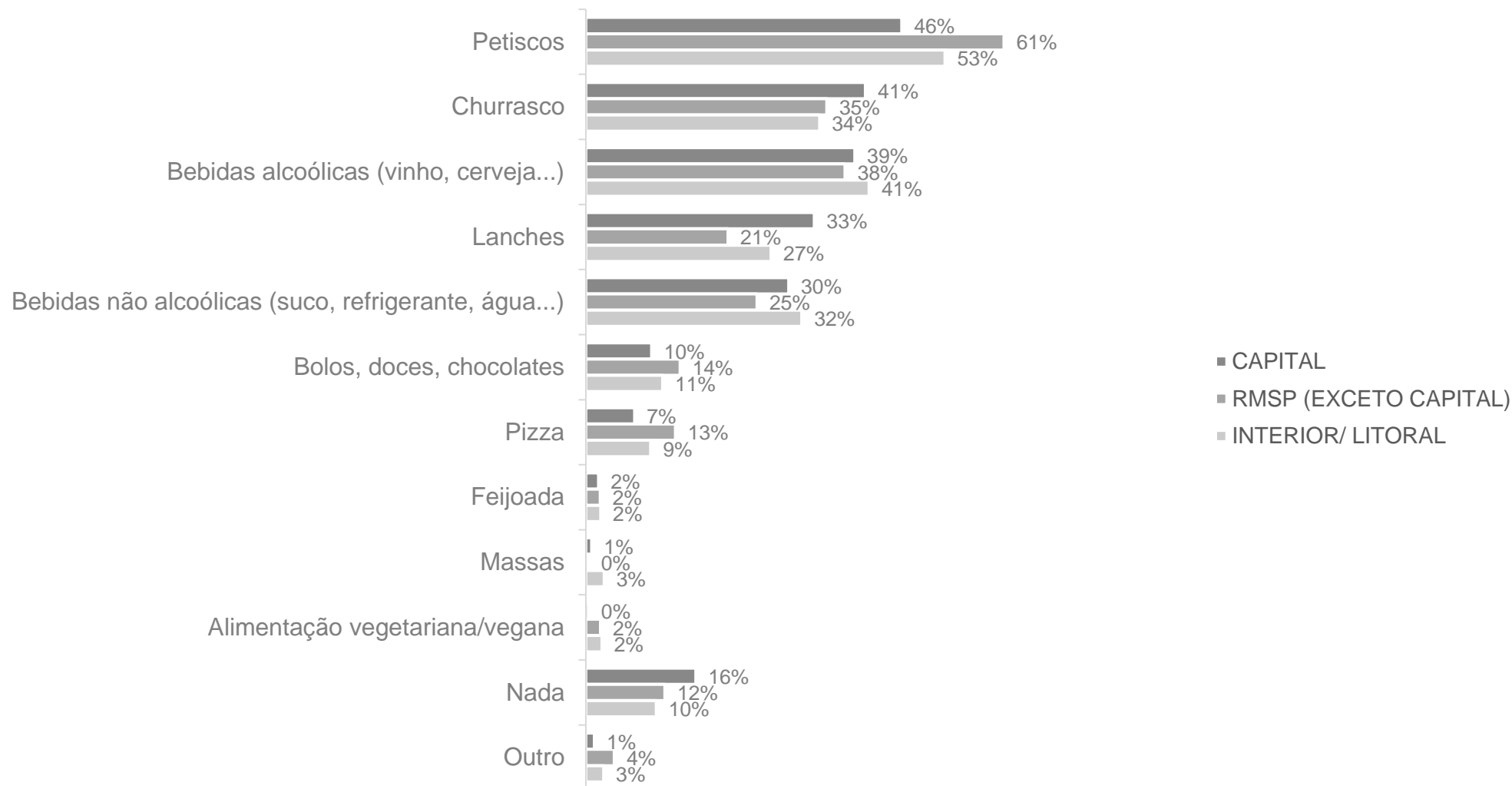
TIPOS DE ALIMENTAÇÃO PRETENDE CONSUMIR NA HORA DOS JOGOS



Base: 1.000

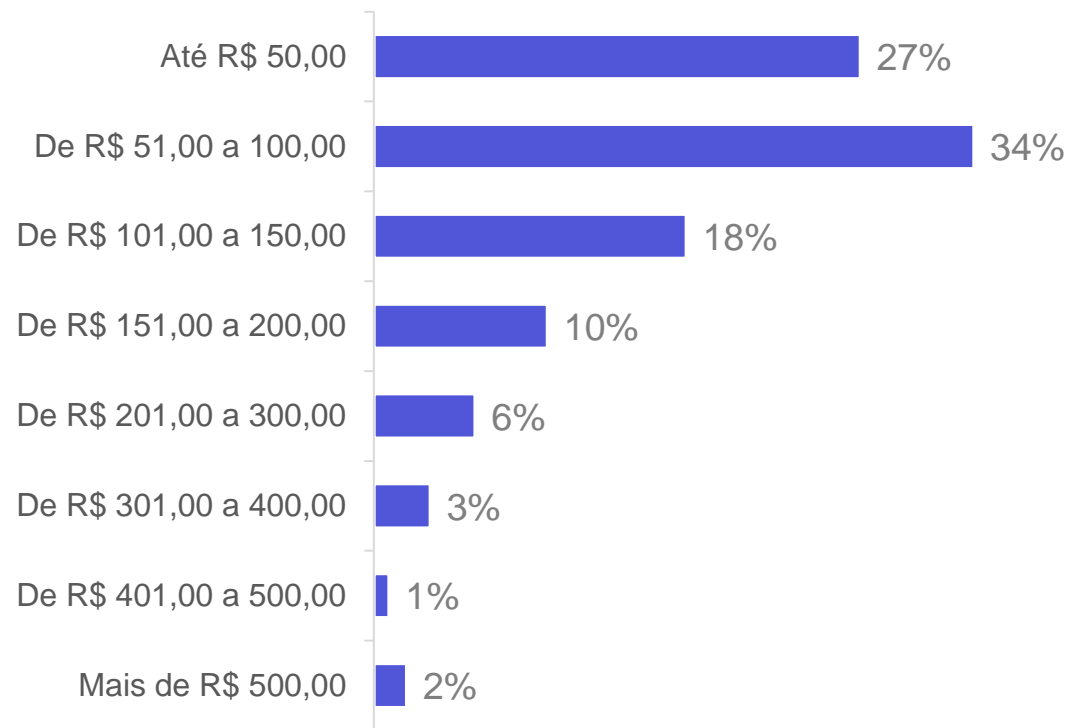
TIPOS DE ALIMENTAÇÃO PRETENDE CONSUMIR NA HORA DOS JOGOS

Região



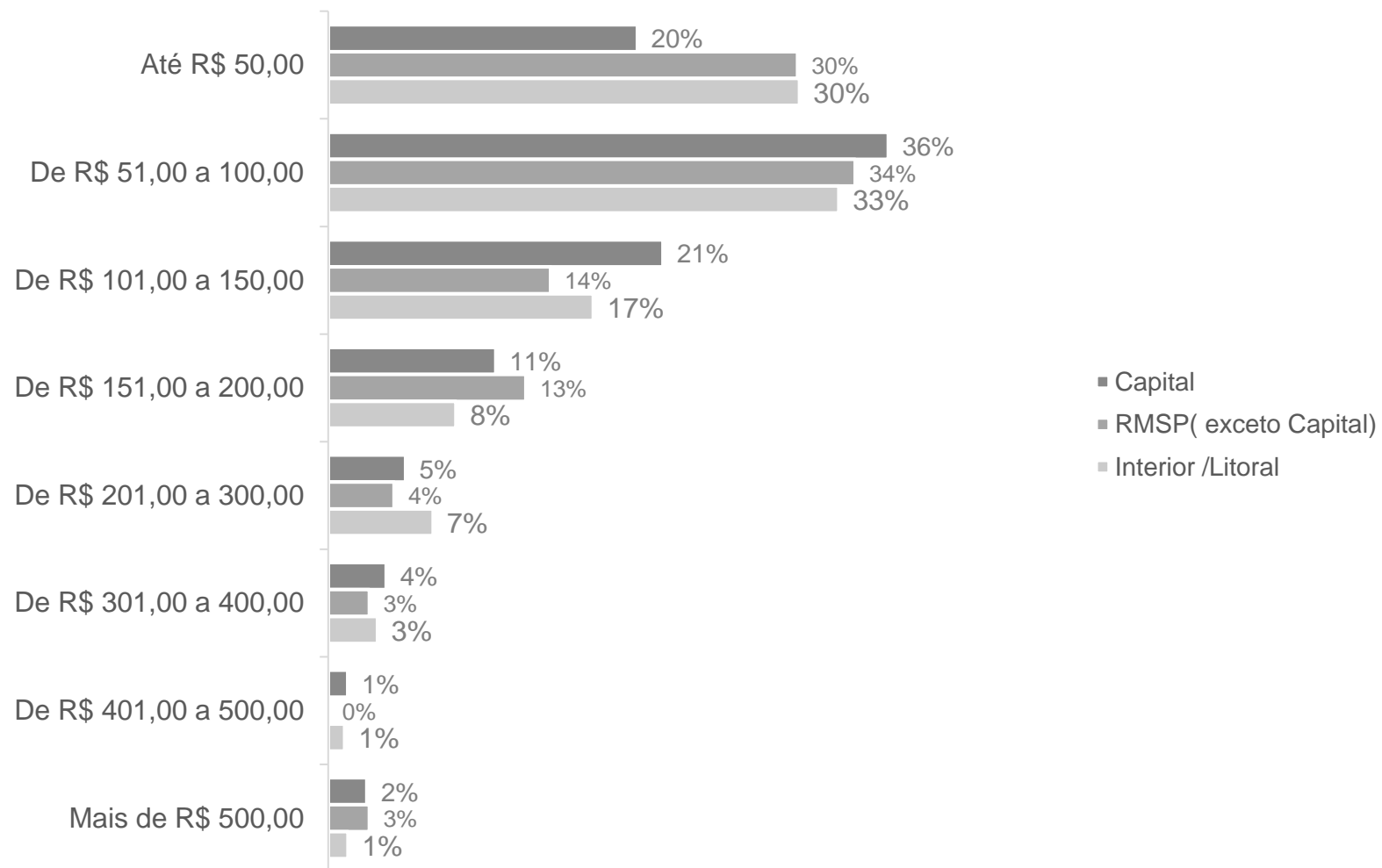
Base: 1.000

QUANTO PRETENDE GASTAR, EM MÉDIA, COM ALIMENTOS E BEBIDAS



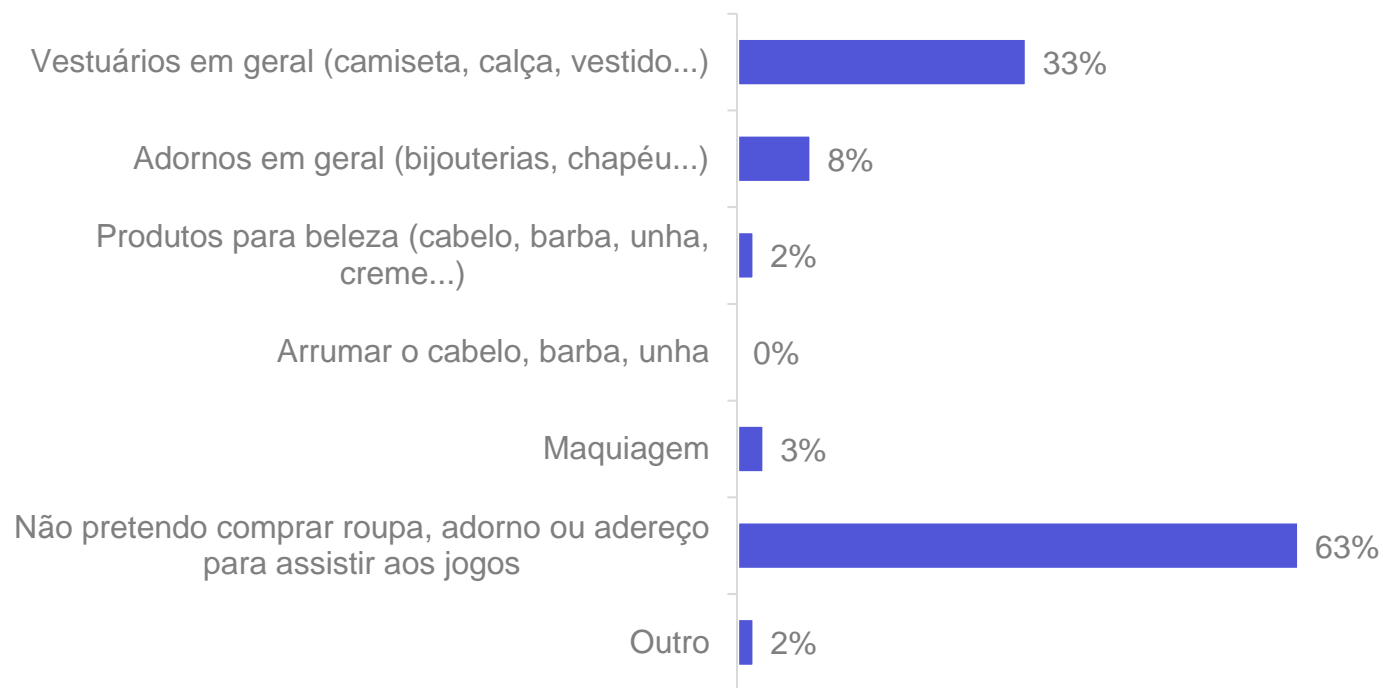
Base: 911

QUANTO PRETENDE GASTAR, EM MÉDIA, COM ALIMENTOS E BEBIDAS



Base: 911

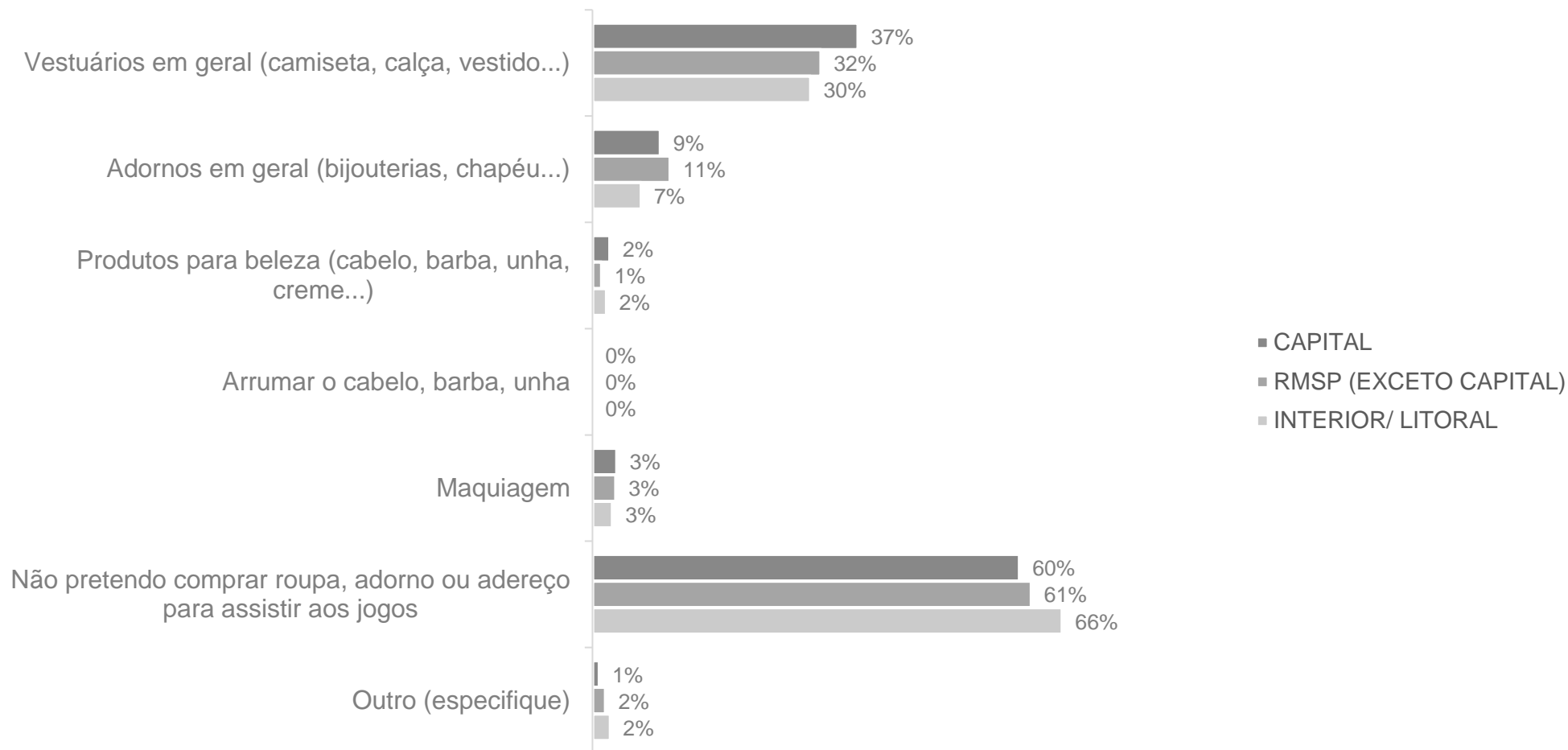
O QUE PRETENDE COMPRAR PARA SE ARRUMAR OU USAR DURANTE OS JOGOS DA COPA 2022



Base: 1.000

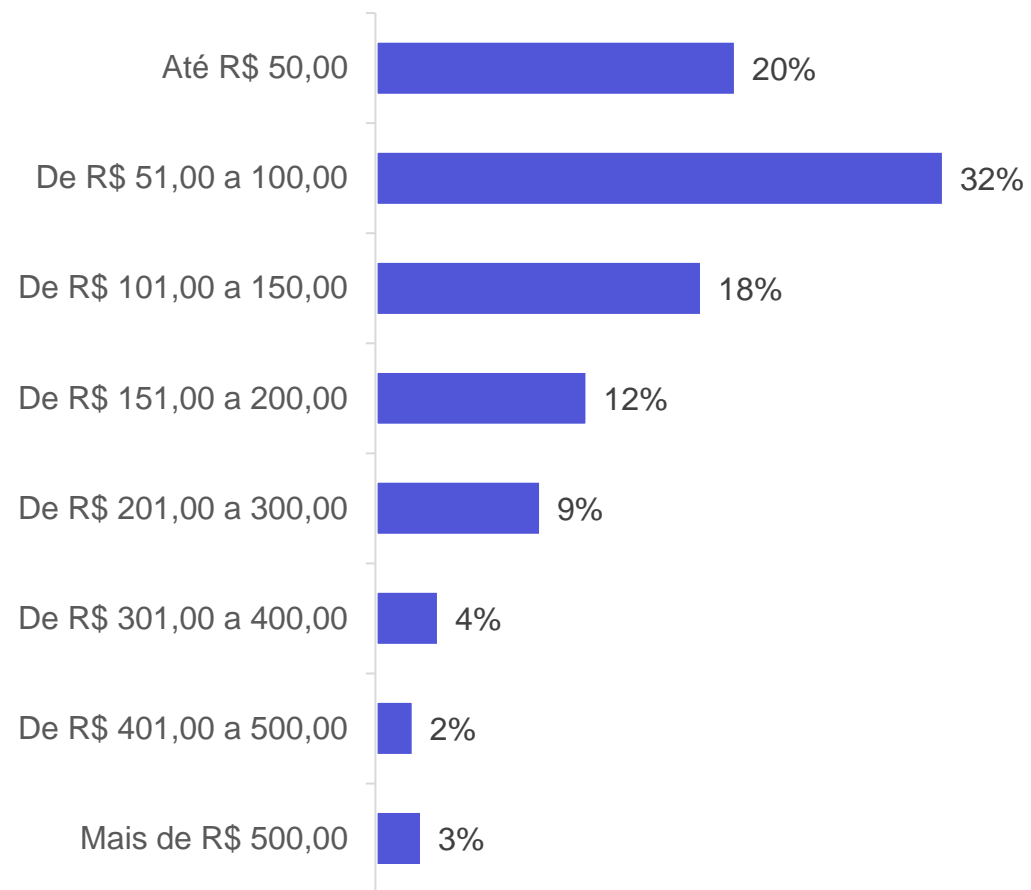
O QUE PRETENDE COMPRAR PARA SE ARRUMAR OU USAR DURANTE OS JOGOS DA COPA 2022

Região



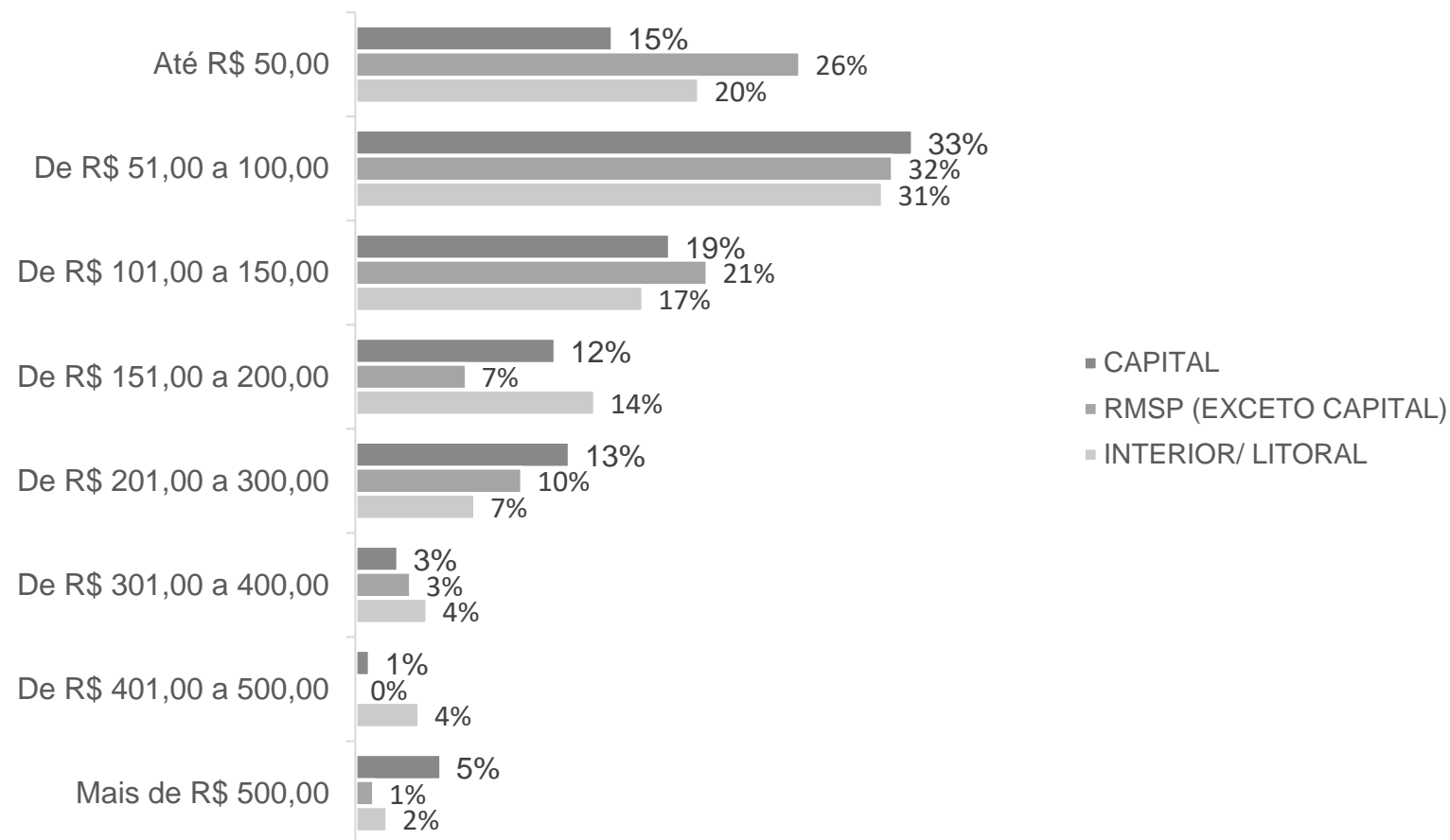
Base: 1.000

QUANTO PRETENDE GASTAR, EM MÉDIA, COM ESSA PRODUÇÃO VISUAL



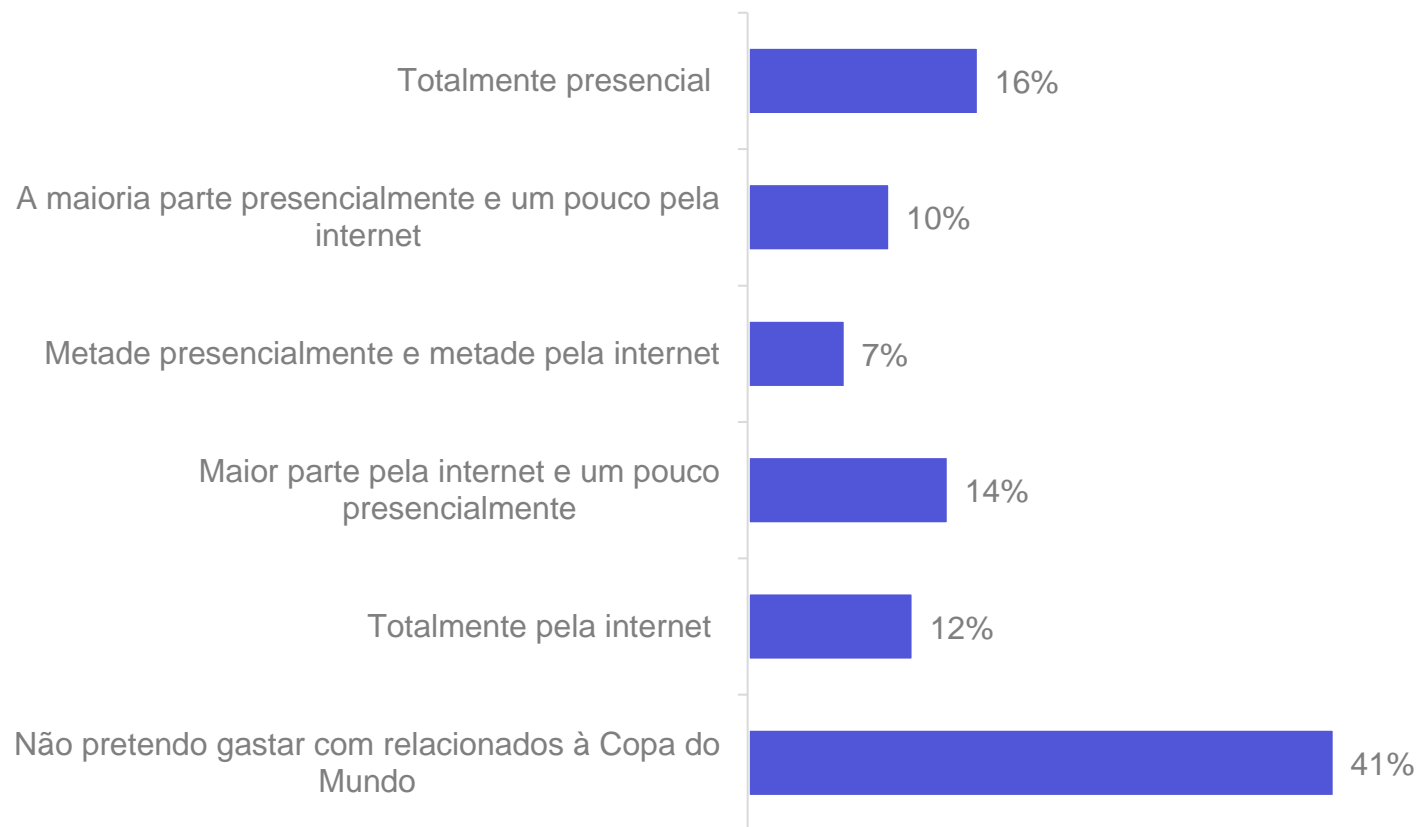
Base: 1.000

QUANTO PRETENDE GASTAR, EM MÉDIA, COM ESSA PRODUÇÃO VISUAL



Base: 1.000

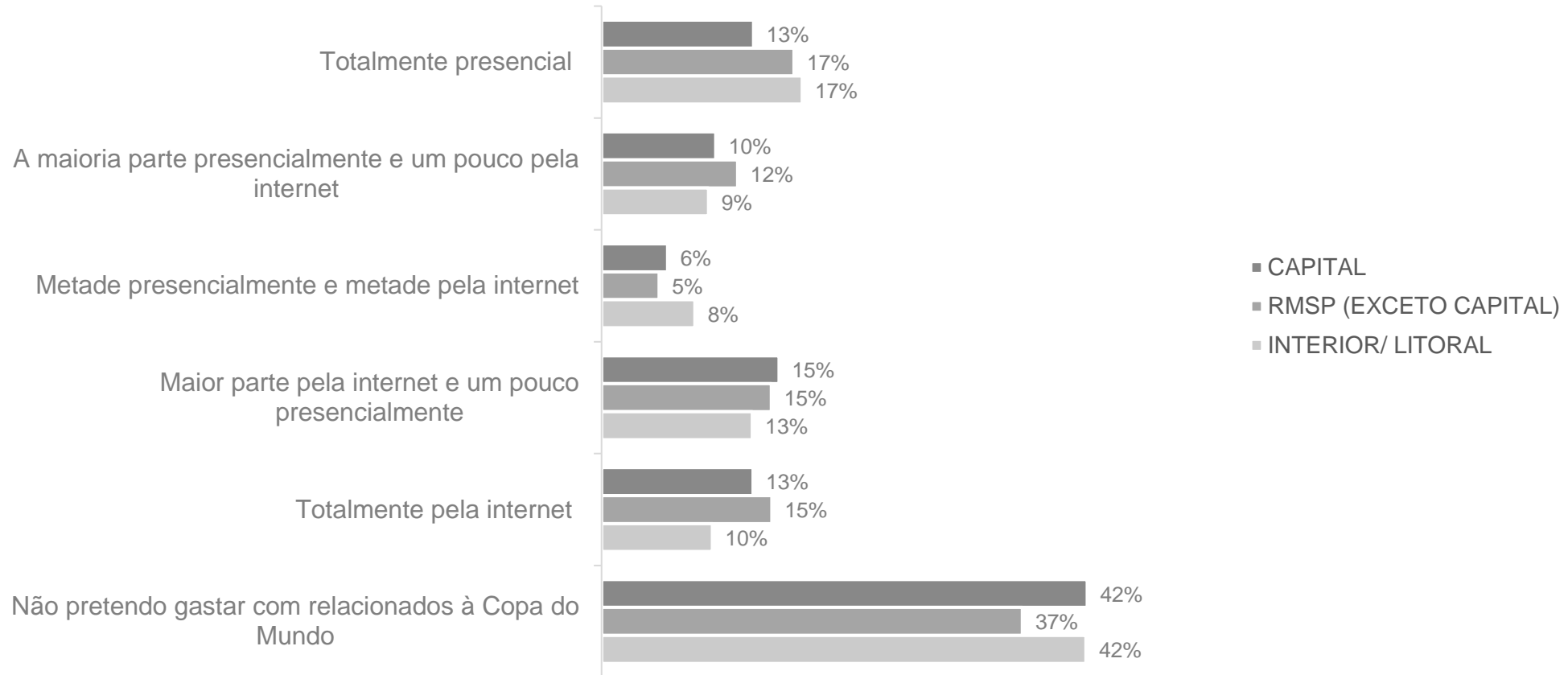
COMO PRETENDE FAZER AS SUAS COMPRAS



Base: 1.000

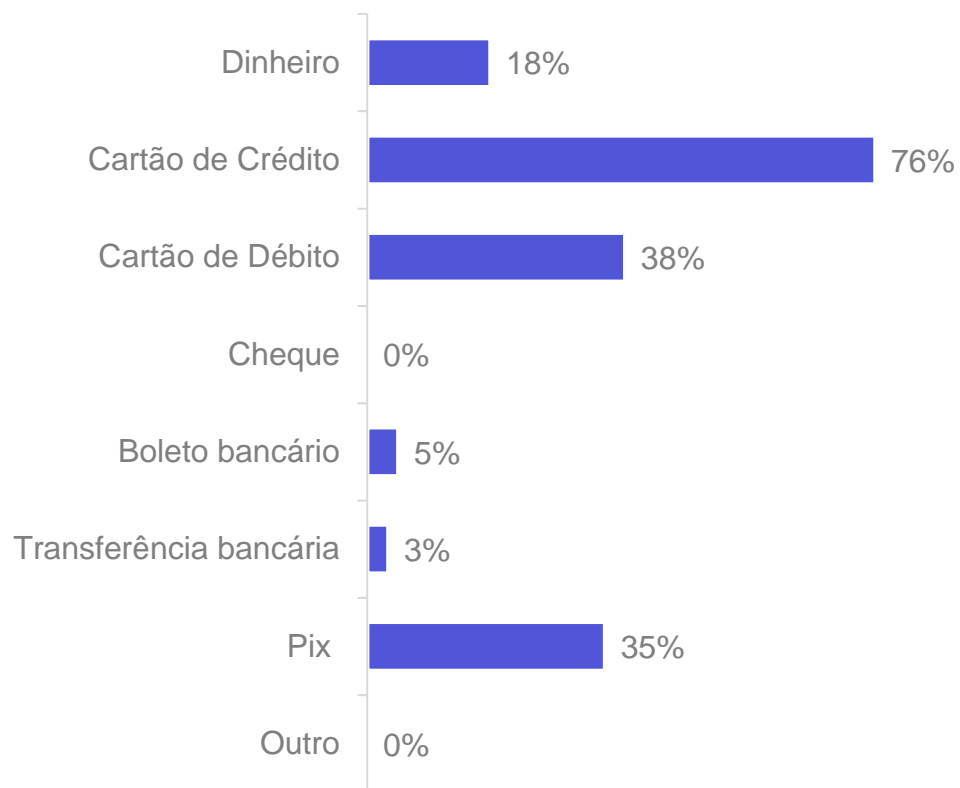
COMO PRETENDE FAZER AS SUAS COMPRAS

Região

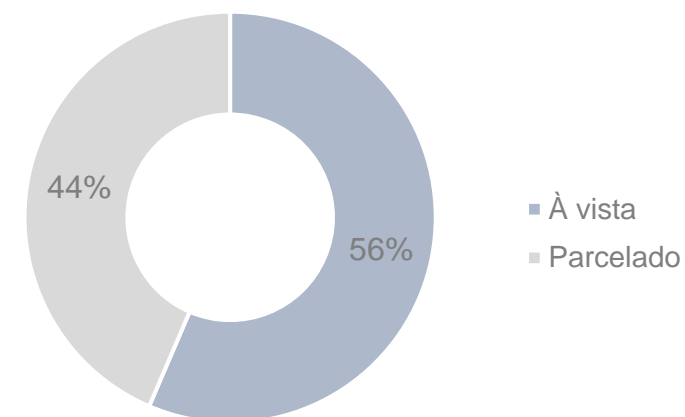


Base: 1.000

COMO PRETENDE FAZER AS SUAS COMPRAS

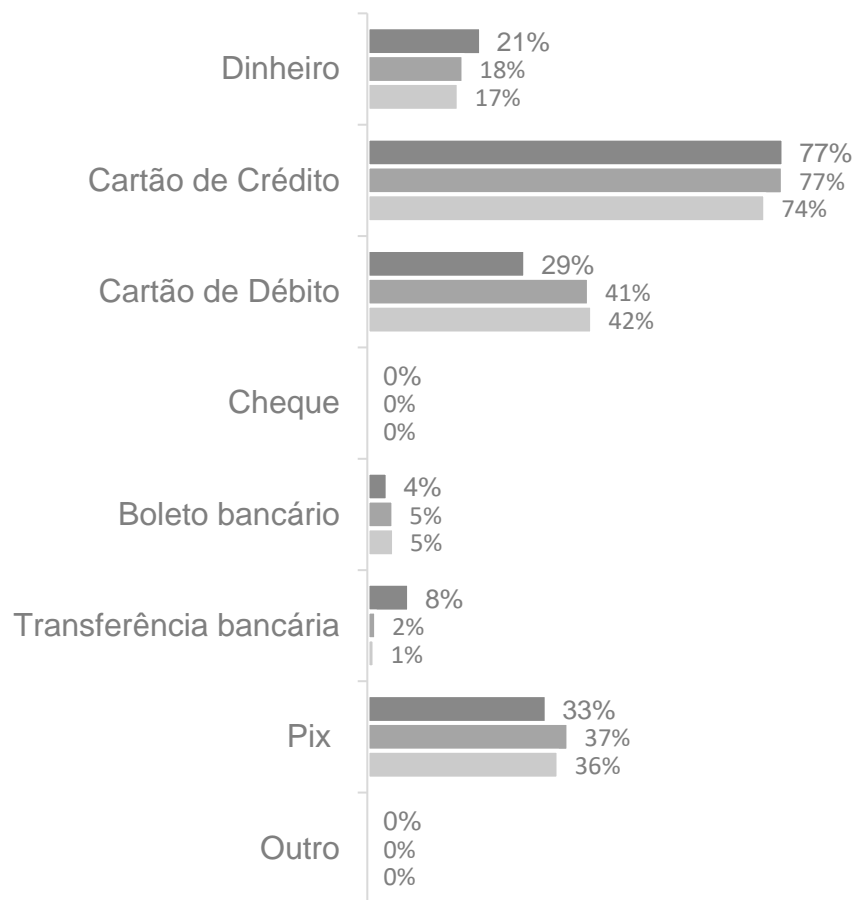


FORMA DE PAGAMENTO COSTUMA USAR



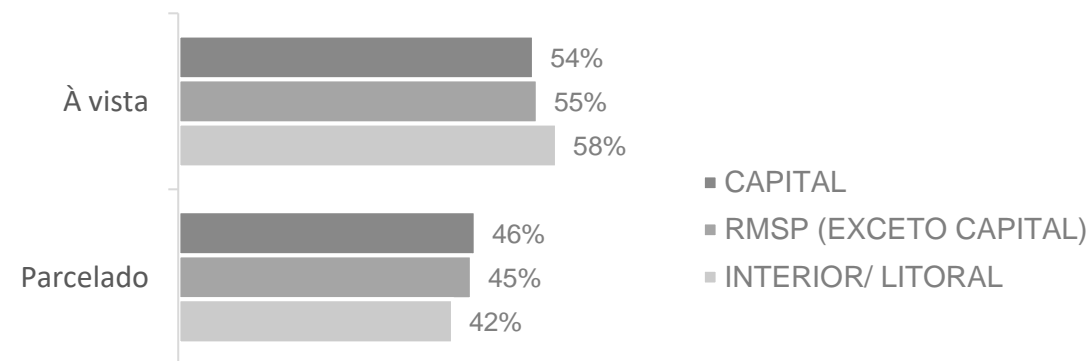
Base: 1.000

COMO PRETENDE FAZER AS SUAS COMPRAS




FORMA DE PAGAMENTO COSTUMA USAR

Região



Base: 1.000

The background image shows a crowd of people in a stadium or arena, viewed from behind. They are all looking towards a large screen displaying a soccer match. Many people have their arms raised, some holding up their phones to record. The scene is filled with excitement. The entire image has a green color overlay.

OPINIÃO SOBRE A COPA DO MUNDO 2022

Destaque

- ✓ **88%** concorda que **“O futebol é um esporte praticado tanto por homens quanto por mulheres”**.
- ✓ A grande maioria (**85%**) concorda que **“Quer que o Brasil seja campeão do mundo”**.
- ✓ **77%** das pessoas concordam que o **“futebol une as pessoas de idades, sexos e origens sociais e culturais diferentes”**.
- ✓ **55%** concorda que **“Está com uma grande expectativa para os jogos da Copa do Mundo.**

NÍVEL DE CONCORDÂNCIA

Total

	Concorda Totalmente/ Concorda	Não concorda, nem discorda	Discorda/ Discorda Totalmente
O futebol une as pessoas de idades, sexos e origens sociais e culturais diferentes	77%	16%	7%
A Copa do mundo é muito importante para mim	41%	32%	27%
O Futebol deixou de ser uma paixão nacional	29%	30%	41%
Bom mesmo é ter um horário reservado na semana para jogar bola com os amigos!	46%	36%	18%
O futebol é um esporte praticado tanto por homens quanto por mulheres.	88%	8%	4%
Estou com uma grande expectativa para os jogos da Copa do Mundo	55%	27%	18%
Quero que o Brasil seja campeão do mundo	85%	11%	4%

Base:1.000

NÍVEL DE CONCORDÂNCIA

	Concorda Totalmente/ Concorda	Não concorda, nem discorda	Discorda/ Discorda Totalmente
O futebol une as pessoas de idades, sexos e origens sociais e culturais diferentes	82%	12%	6%
A Copa do mundo é muito importante para mim	41%	35%	24%
O Futebol deixou de ser uma paixão nacional	29%	30%	41%
Bom mesmo é ter um horário reservado na semana para jogar bola com os amigos!	47%	34%	19%
O futebol é um esporte praticado tanto por homens quanto por mulheres.	91%	6%	3%
Estou com uma grande expectativa para os jogos da Copa do Mundo	58%	24%	18%
Quero que o Brasil seja campeão do mundo	87%	9%	4%

Base:1.000

NÍVEL DE CONCORDÂNCIA

Região
Metropolitana

	Concorda Totalmente/ Concorda	Não concorda, nem discorda	Discorda/ Discorda Totalmente
O futebol une as pessoas de idades, sexos e origens sociais e culturais diferentes	76%	17 %	7%
A Copa do mundo é muito importante para mim	39%	32%	29%
O Futebol deixou de ser uma paixão nacional	26%	37%	37%
Bom mesmo é ter um horário reservado na semana para jogar bola com os amigos!	46%	37%	17%
O futebol é um esporte praticado tanto por homens quanto por mulheres.	90%	8%	2%
Estou com uma grande expectativa para os jogos da Copa do Mundo	53%	28%	19%
Quero que o Brasil seja campeão do mundo	86%	9%	5%

Base:1.000

NÍVEL DE CONCORDÂNCIA

	Concorda Totalmente/ Concorda	Não concorda, nem discorda	Discorda/ Discorda Totalmente
O futebol une as pessoas de idades, sexos e origens sociais e culturais diferentes	76%	17%	7%
A Copa do mundo é muito importante para mim	41%	30%	29%
O Futebol deixou de ser uma paixão nacional	30%	27%	43%
Bom mesmo é ter um horário reservado na semana para jogar bola com os amigos!	46%	37%	17%
O futebol é um esporte praticado tanto por homens quanto por mulheres.	86%	9%	5%
Estou com uma grande expectativa para os jogos da Copa do Mundo	55%	28%	17%
Quero que o Brasil seja campeão do mundo	84%	13%	3%

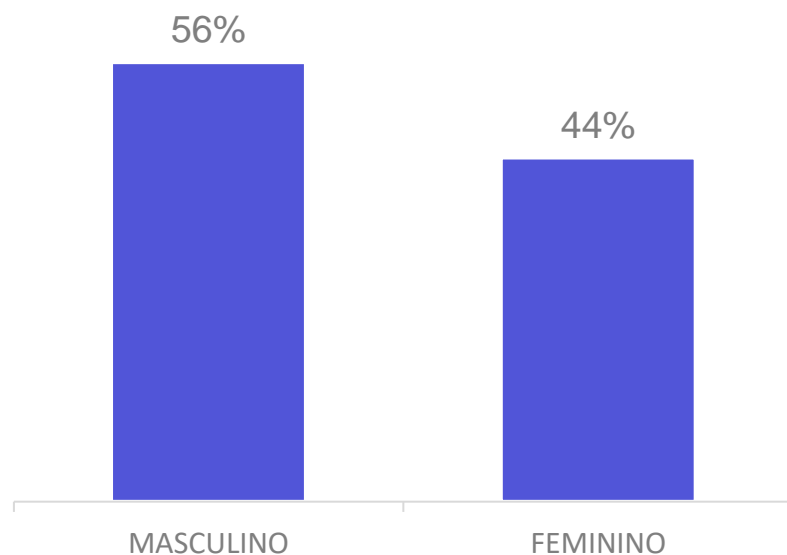
Base:1.000

PERFIL DOS RESPONDENTES

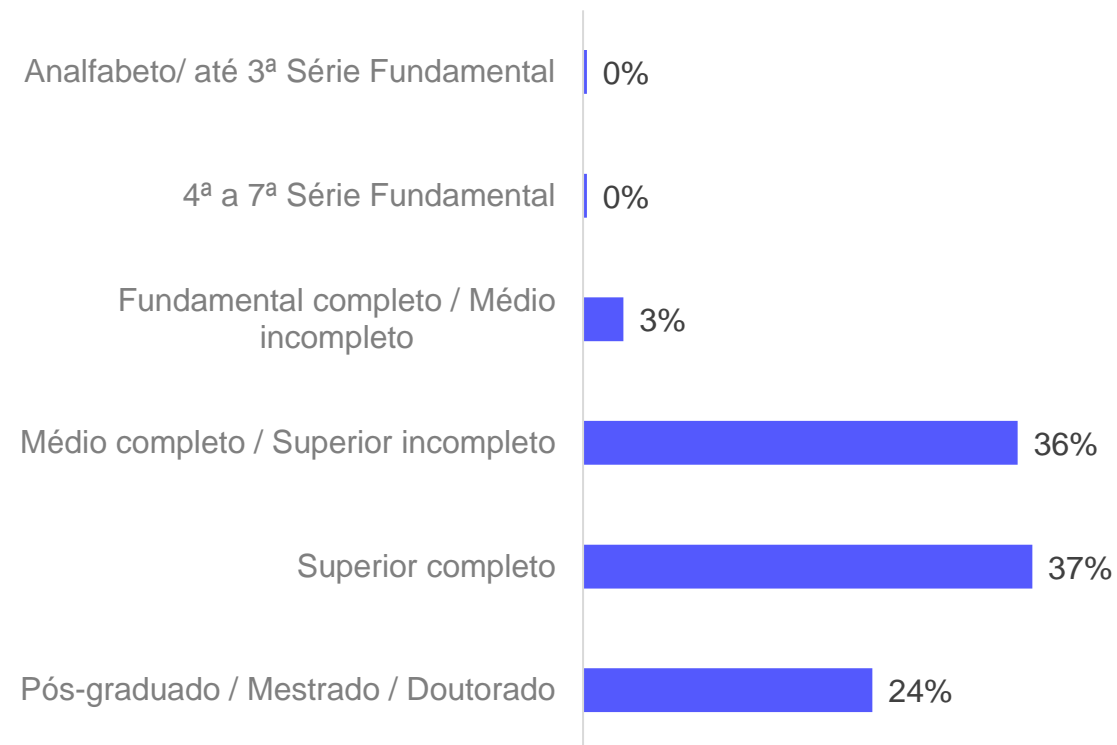


PERFIL DOS CONSUMIDORES

Gênero



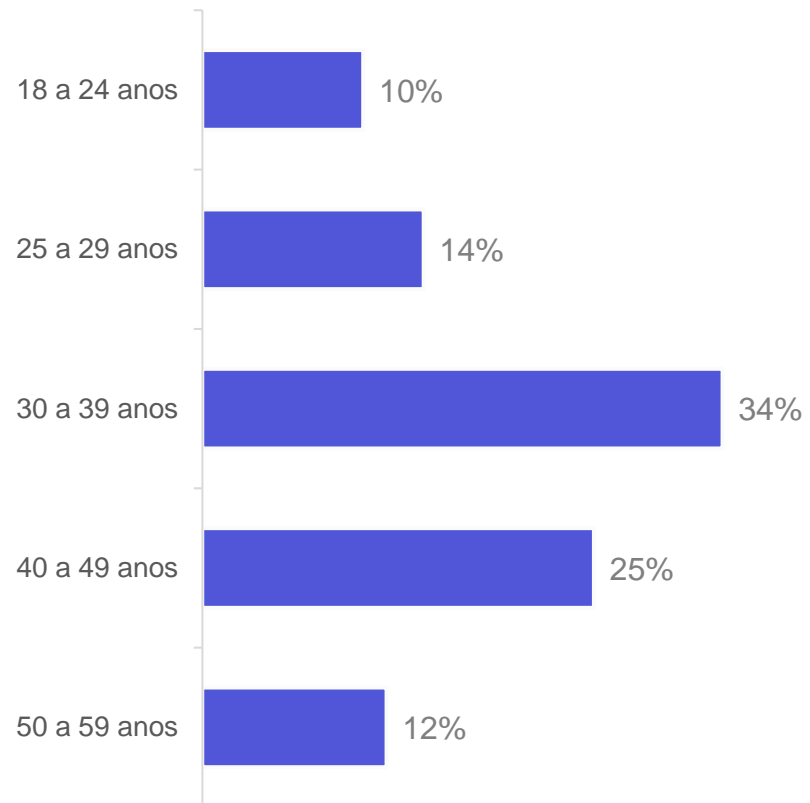
Escolaridade



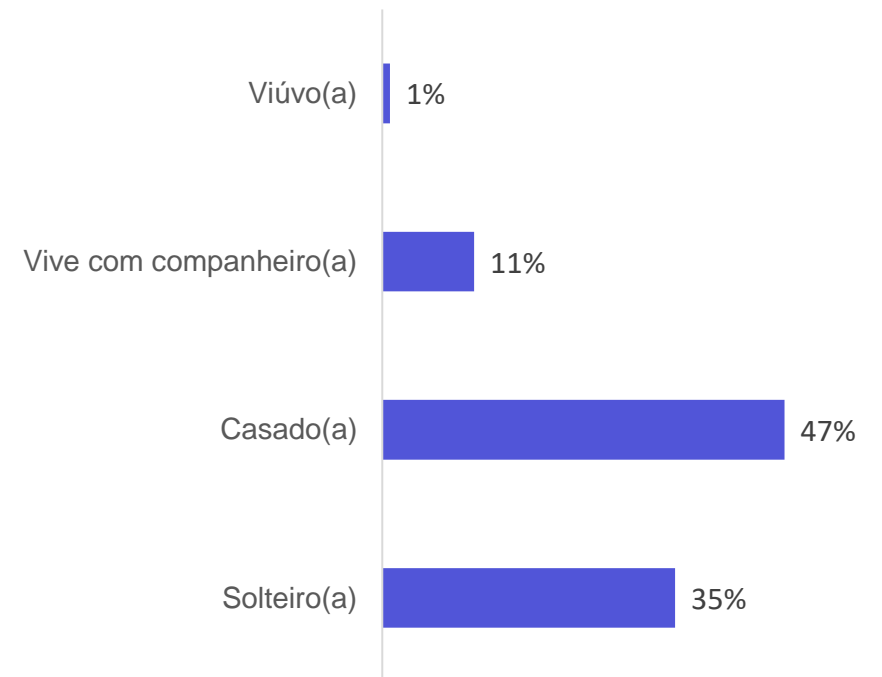
Base: 1.000

PERFIL DOS CONSUMIDORES

Faixa Etária

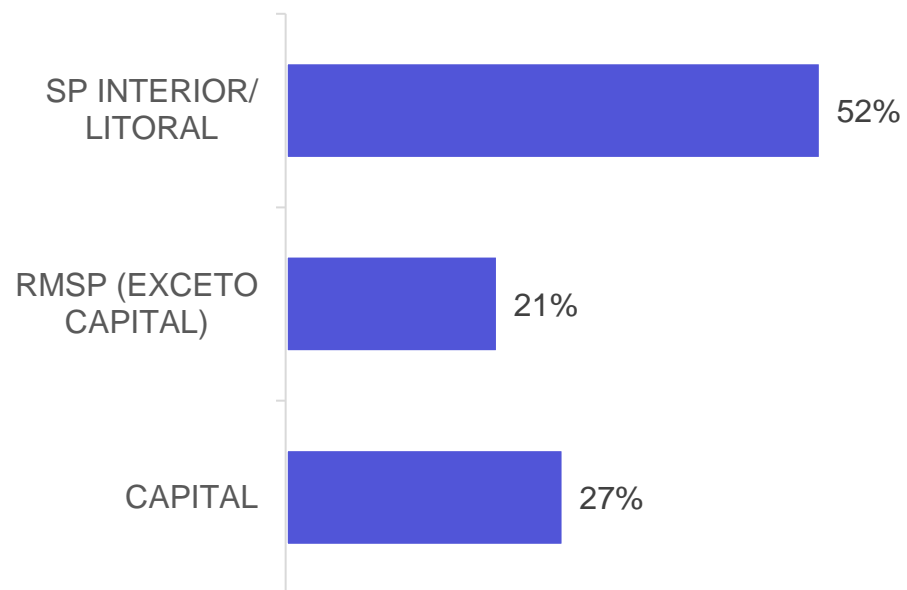


Estado Civil

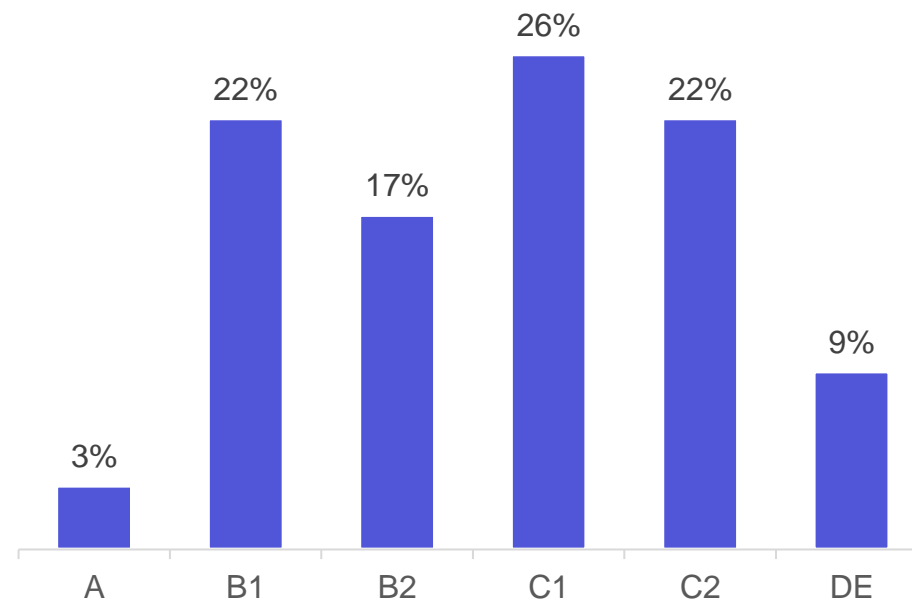


Base: 1.000

Região



Classe Econômica



Base: 1.000



Ficha Técnica

Objetivo: identificar potenciais oportunidades e desafios para os pequenos negócios paulistas relacionados a Copa do Mundo, segundo os consumidores.

Universo:

- Pessoas físicas do Estado de São Paulo

Amostra:

- 1.000 Pessoas físicas do Estado de São Paulo (Público 2)

Metodologia: quantitativa - via e-mail. O público consumidores foi entrevistado em uma única onda (23 a 29 de setembro de 2022). Sendo os resultados ponderados pela população por localidade (Município de São Paulo, demais municípios da Região Metropolitana de São Paulo e interior), faixa etária, considerando as projeções de população do IBGE para 2020, e por classe de consumo, conforme o IPC Maps 2020 (IPC Marketing Editora)

Unidade Gestão Estratégica

Gerente: Carlos Alexandre Nascimento

Coordenação: Carolina Fabris Ferreira

Equipe Técnica : Alexandre Sousa Nascimento, Anderson Nunes, Bianca Concelles, Eduardo Borba, Felipe Ferreira de Barros, Giovanna Raminelli, Márcia S. Kikuchi, Nicollas Poletto e Pedro João Gonçalves.

R. Vergueiro, 1117 - Paraíso
CEP: 01504-001 - São Paulo - SP
Homepage: www.sebraesp.com.br

Informações sobre produtos e serviços do SEBRAE-SP: 0800 570 0800