

PRESENTACIÓN FINAL DE RESULTADOS

monitor celeste

RUSIA 2018

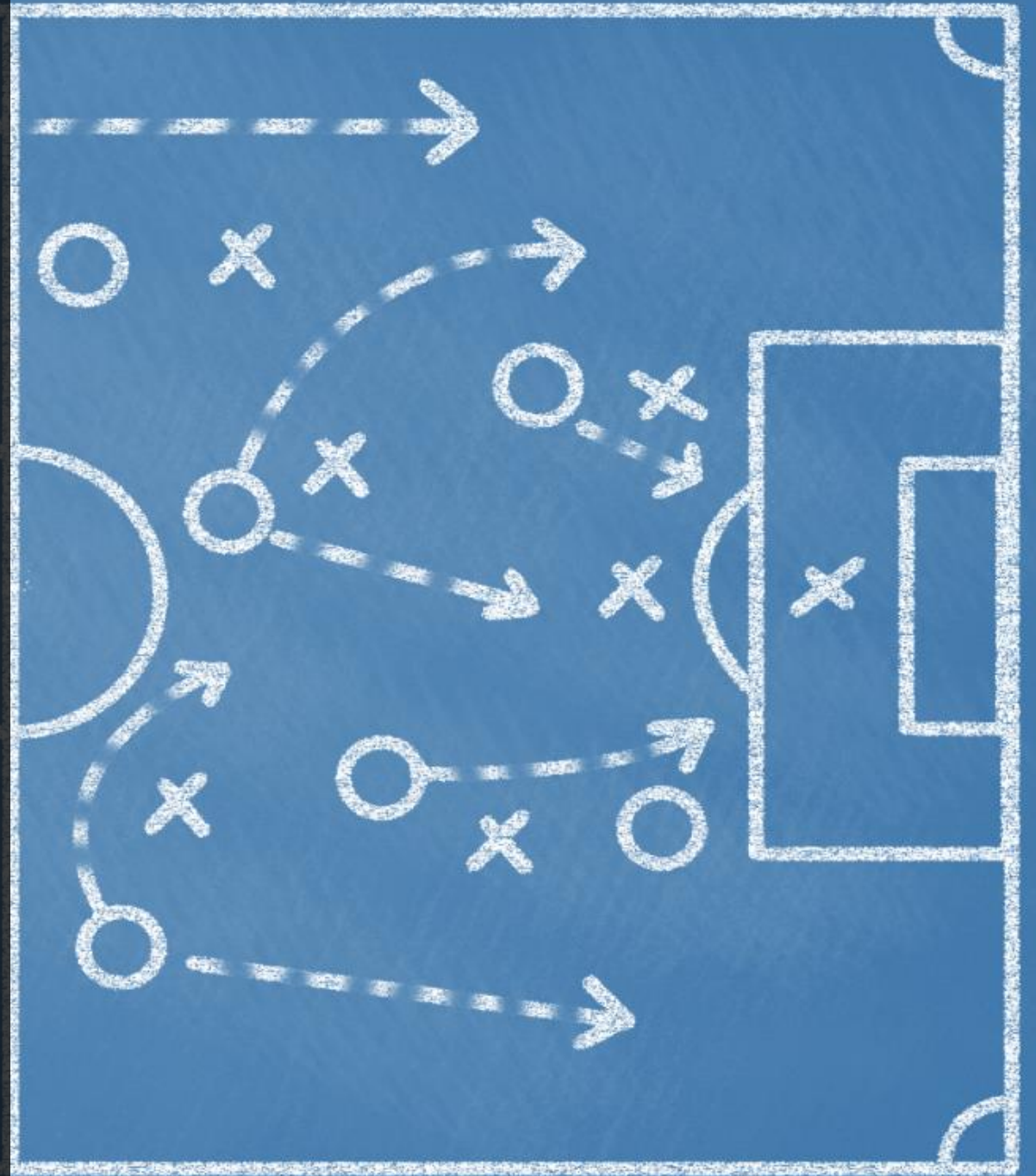


objetivo

Analizar las actitudes de los hinchas hacia La Celeste, y comprender sus hábitos de seguimiento y comportamiento de consumo y trabajo durante los partidos que jugó Uruguay en el Mundial de Rusia 2018

Encuestas online realizadas en las 24 hs. inmediatas a cada partido, a mayores de 18 años residentes en todo el país que hayan seguido el partido por cualquier medio.

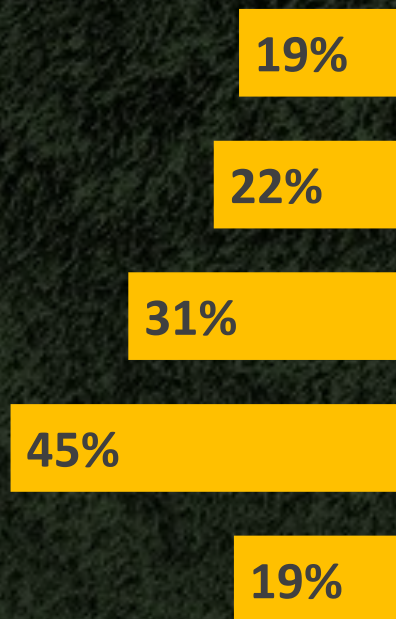
técnica





percepción de nivel competitivo

URUGUAY ES UNA DE LAS DOS MEJORES DEL MUNDO



PREVIA ENCUESTA
MAYO NACIONAL
2018 FACTUM

1x0 EGI
VIE 15/6
9:00 hs



1x0 ASA
MIE 20/6
12:00 hs



3x0 RUS
LUN 25/6
11:00 hs



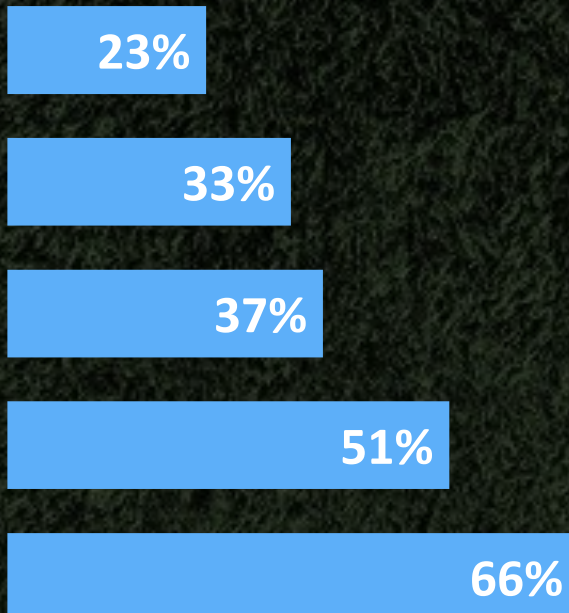
2x1 POR
SAB 30/6
15:00 hs



0x2 FRA
VIE 6/7
11:00 hs



URUGUAY LLEGA A LA FINAL



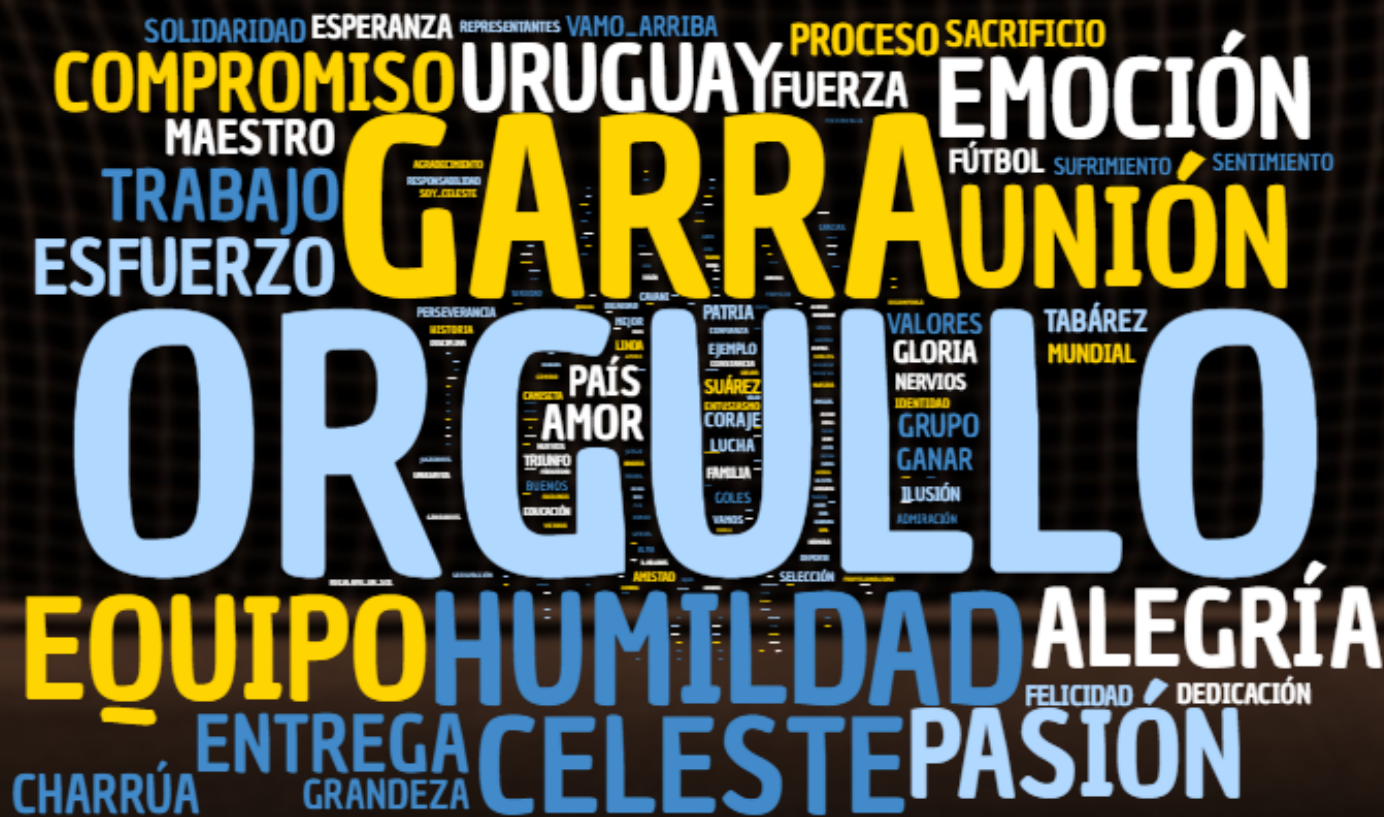
Uruguay es percibida como una selección de élite

La percepción de competitividad de la selección aumentó a medida que se produjeron resultados positivos.

Las expectativas de llegar a la final siempre fueron superiores a la percepción de la posición competitiva general de la selección, demostrando que la mística de la garra charrúa sigue viva.



asociaciones con la selección



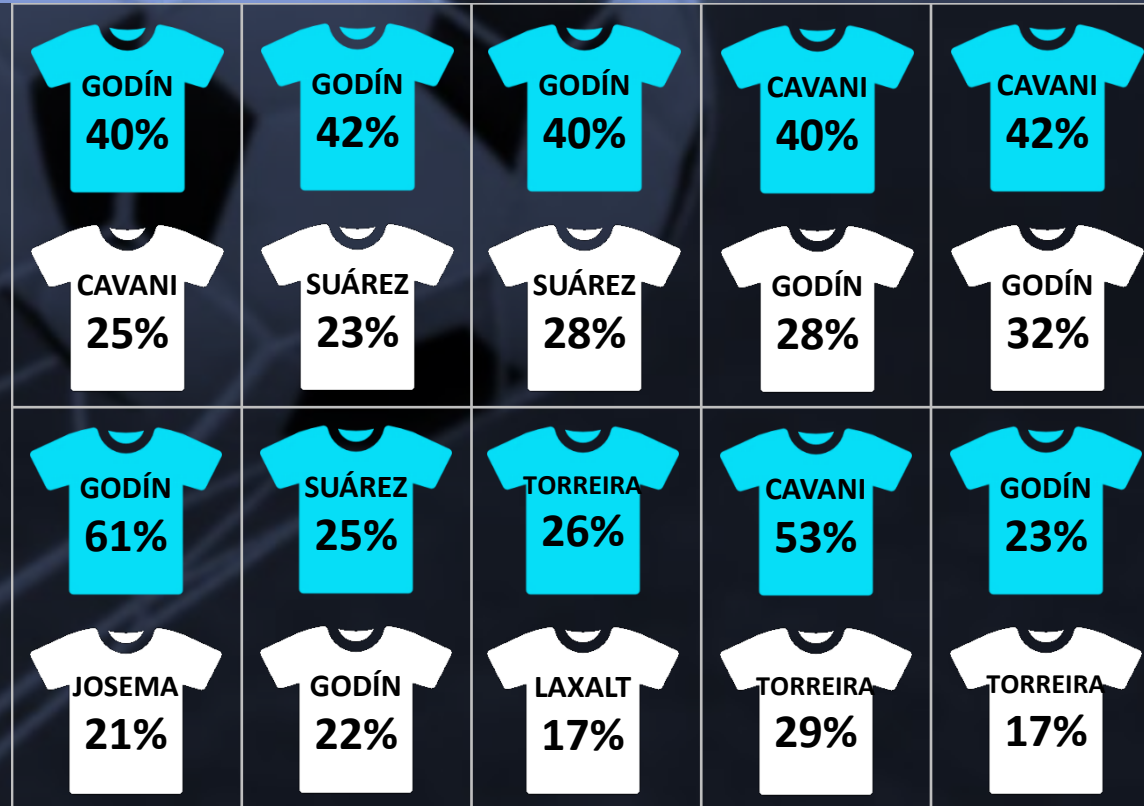
Identificación con valores positivos

Las asociaciones libres con la selección muestran un panorama de apropiación e identificación de los hinchas, no sólo con el equipo, sino también con un conjunto de valores que los jugadores y el técnico han comunicado con su propio ejemplo.

Los viejos valores siguen presentes, pero la garra y el esfuerzo ya no aparecen tan asociados al sufrimiento, como lo están a la alegría, la pasión y el agradecimiento de los hinchas.

los mejores jugadores

EL MEJOR DE LA SELECCIÓN



EL MEJOR DEL PARTIDO



1x0 EGI
VIE 15/6
9:00 hs



1x0 ASA
MIE 20/6
12:00 hs



3x0 RUS
LUN 25/6
11:00 hs



2x1 POR
SAB 30/6
15:00 hs



0x2 FRA
VIE 6/7
11:00 hs

**Sólidos referentes,
recambio prometedor**

Godín, Cavani y Suárez aparecen como los jugadores mejor valorados de la selección, más allá de su rendimiento en cada partido.

Entre otros nuevos jugadores de la selección, **Torreira y Laxalt fueron muy bien evaluados en sus rendimientos puntuales**, renovando el aprecio y la identificación de los hinchas con una nueva generación de jugadores.

las notas del maestro

APROBACIÓN DE LA
GESTIÓN DE
TABÁREZ AL FRENTE
DE LA SELECCIÓN

89%

91%

88%

94%

91%

93%

EVALUACIÓN
POSITIVA DEL
PLANTEO TÁCTICO
EN CADA PARTIDO

80%

63%

96%

95%

60%

EVALUACIÓN POSITIVA
DE LOS CAMBIOS
REALIZADOS EN CADA
PARTIDO

89%

75%

89%

86%

68%

ENCUESTA
NACIONAL
FACTUM

PREVIA
MAYO 2018



1x0 EGI
VIE 15/6
9:00 hs



1x0 ASA
MIE 20/6
12:00 hs



3x0 RUS
LUN 25/6
11:00 hs



2x1 POR
SAB 30/6
15:00 hs



0x2 FRA
VIE 6/7
11:00 hs

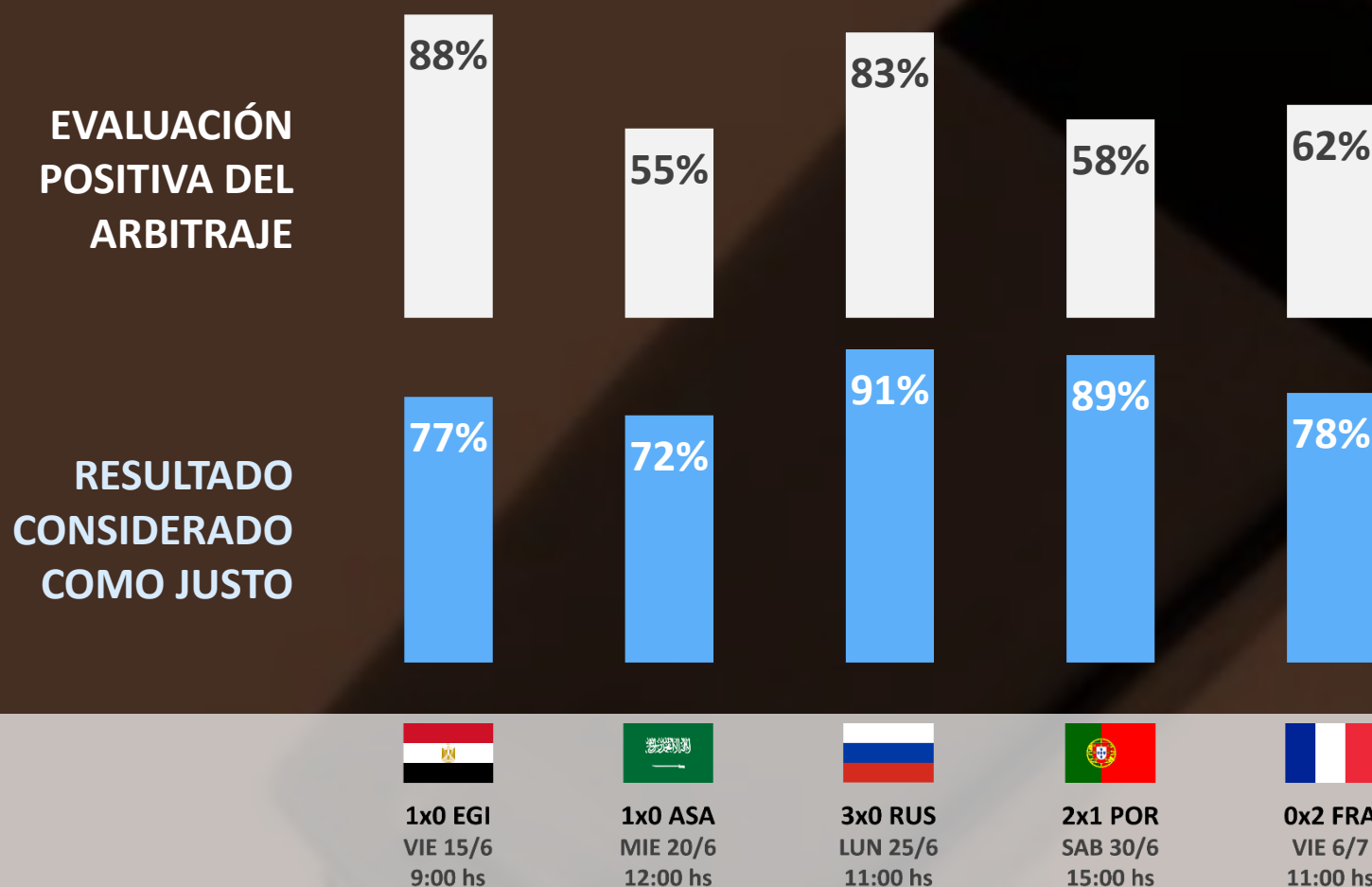
Muy Bueno Sote

El nivel de aprobación de la gestión de Tabárez es el más alto registrado por Factum para un DT de la selección, y permaneció incambiado tras la eliminación.

El punto más bajo de evaluación se registró en el único partido no ganado, perdido con el campeón. La segunda peor evaluación, tuvo lugar tras una victoria no suficientemente abultada para las altas expectativas que tienen los hinchas de la selección de Tabárez.



ecuanimidad y merecimientos



Arbitrajes positivos, justicia en el resultado

La evaluación de los arbitrajes fue en general positiva, aunque despereja, y no dependió del resultado. Lo mismo ocurrió con la sensación de justicia en los resultados.

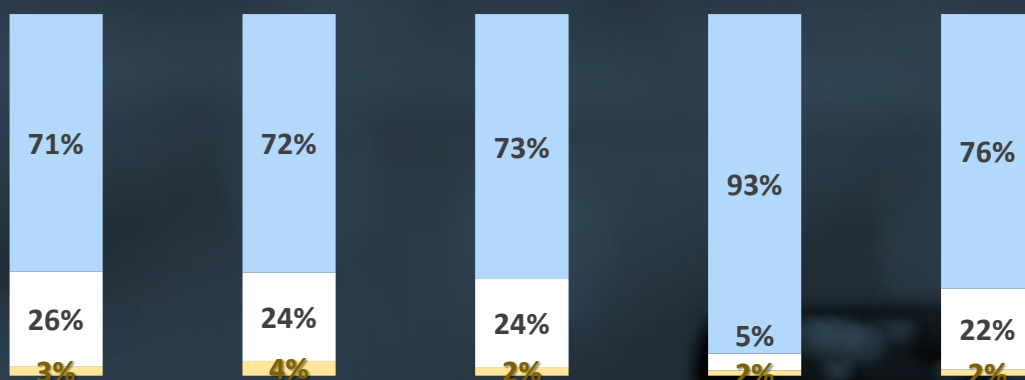
La entrega del equipo, el muy buen nivel deportivo percibido por los hinchas, y su identificación con La Celeste, parecen facilitar la **aceptación de los justos merecimientos, tanto en la victoria como en la derrota.**



hábitos de seguimiento de los partidos de Uruguay

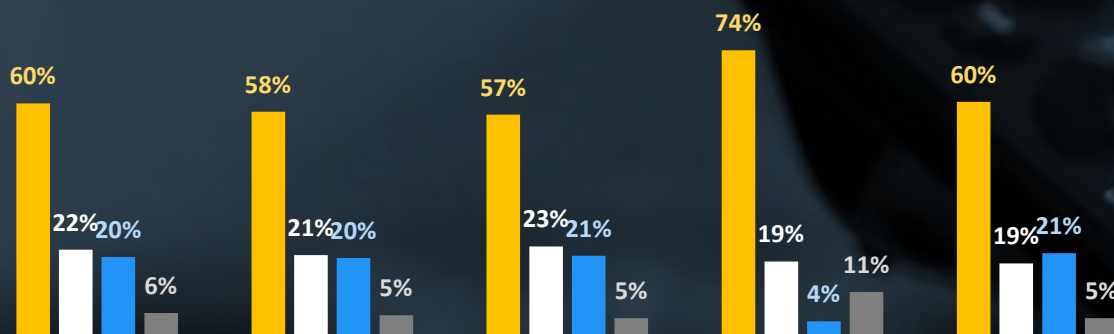
LUGAR

- Casa
- Trabajo
- Otro lugar



ACOMPAÑANTES

- Familiares
- Solo
- Compañeros de trabajo
- Amigos



1x0 EGI
VIE 15/6
9:00 hs



1x0 ASA
MIE 20/6
12:00 hs



3x0 RUS
LUN 25/6
11:00 hs



2x1 POR
SAB 30/6
15:00 hs



0x2 FRA
VIE 6/7
11:00 hs

Hinchando desde casa

A pesar de que casi todos los partidos se jugaron en los horarios de mayor actividad laboral y estudiantil, la tradición pudo más y una muy alta proporción de hinchas lo siguieron desde la casa, con familiares.

hábitos de compra y consumo durante los partidos de Uruguay



EN
CASA

3

Promedio de hinchas



EN EL
TRABAJO

11

Realizaron consumos durante el partido

88%

Lo consumido se compró para la ocasión

45%

Fueron responsables de compra

57%

Fueron responsables de pago

74%

Monto medio por responsable de pago

\$ 217

\$ 363

92%

29%

87%

84%

Innovación forzada

Los horarios atípicos rompieron con la tradición de las grandes juntadas familiares, y llevaron a consumos realizados entre pocas personas, en gran parte de productos acopiados en el hogar, y con una alta dispersión de la responsabilidad de compra y pago

En los lugares de trabajo, la menor responsabilidad de compra y pago indican el **despliegue de estrategias de compra para la ocasión por parte de algunas empresas.**



Consumos realizados durante los partidos de Uruguay



Oportunidades de posicionamiento

Los horarios también incidieron en los consumos: en general, demasiado temprano para el almuerzo, los hinchas estiraron el mate de la mañana y acompañaron principalmente con comidas de preparación casera.

Lo tradicional y casero del consumo pone en evidencia que existen oportunidades para el **despliegue de estrategias de innovación en el posicionamiento de productos para el consumo durante el partido** por parte de las marcas de consumo masivo y puntos de venta.

56%

Mate

50%

14%

Refrescos o jugos

21%

13%

Café o Té

14%

10%

Agua

10%

5%

Bebidas con alcohol

0,5%

29%

Comida casera

22%

9%

Snacks salados

12%

3%

Comida comprada preparada

13%

3%

Snacks dulces

2%

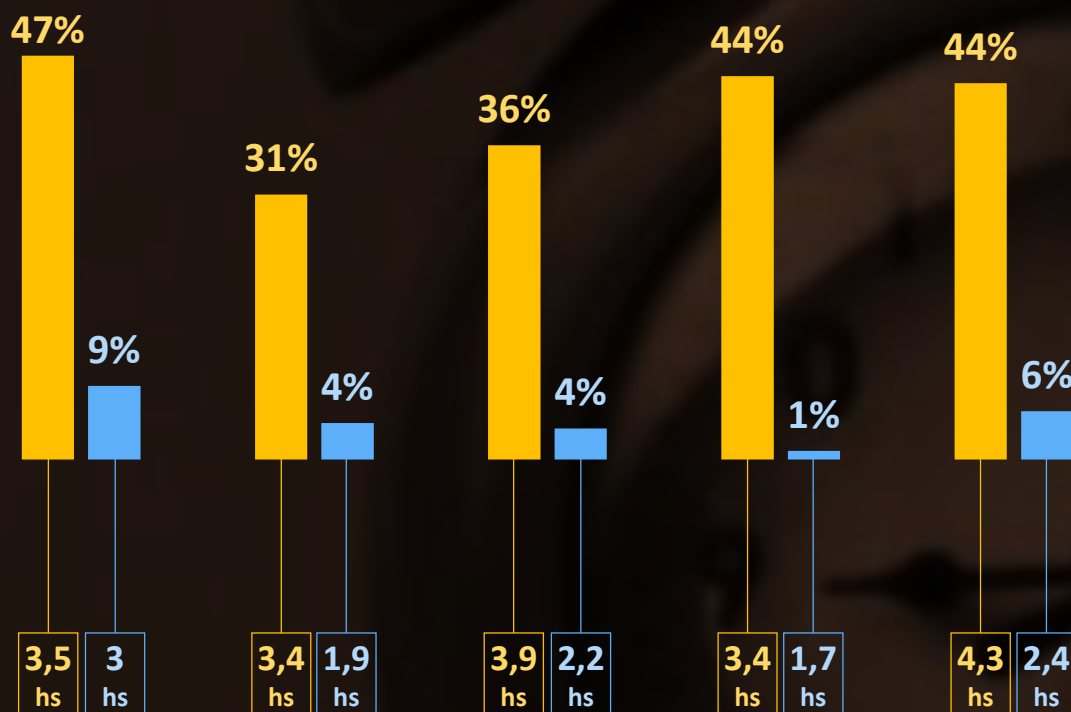
impacto de los partidos de Uruguay en las horas trabajadas

PORCENTAJE DE TRABAJADORES QUE

- Dedicaron horas, sin reponerlas
- Repusieron horas

PROMEDIO DE HORAS

- Dedicadas sin reponer
- Repuestas



1x0 EGI
VIE 15/6
9:00 hs



1x0 ASA
MIE 20/6
12:00 hs



3x0 RUS
LUN 25/6
11:00 hs



2x1 POR
SAB 30/6
15:00 hs



0x2 FRA
VIE 6/7
11:00 hs

Reponer o perder

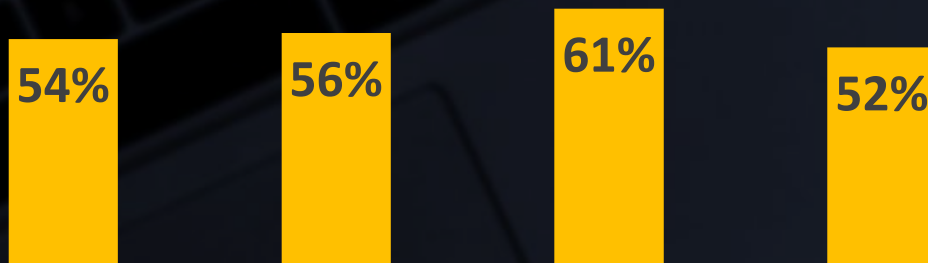
Los partidos de Uruguay impactaron en las horas trabajadas por entre 35% y 56% de los trabajadores, dependiendo del día y hora del partido.

El uso del tiempo para seguir los partidos de la selección es muy distinto según la estrategia consista en perder o en reponer horas de trabajo: **cuando la opción es no reponer horas, se dedican en promedio 1,5 horas más del horario laboral para seguir cada partido (casi un partido adicional).**

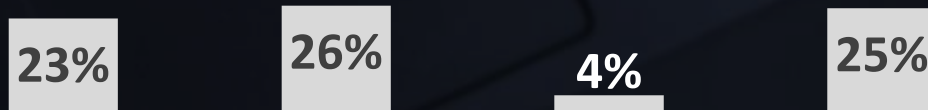


partidos de otras selecciones en el lugar de trabajo

Trabajadores que le asignan a partidos de otras selecciones al menos la misma importancia que a sus obligaciones

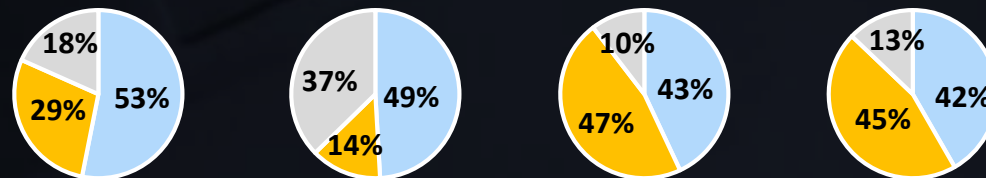


Siguieron desde el lugar de trabajo partidos de otras selecciones en la jornada mundialista anterior



Medios usados para otros partidos en el lugar de trabajo

■ Internet
■ TV
■ Radio



1x0 ASA
MIE 20/6
12:00 hs



3x0 RUS
LUN 25/6
11:00 hs



2x1 POR
SAB 30/6
15:00 hs



0x2 FRA
VIE 6/7
11:00 hs

Efectos subestimados


Para más de la mitad de los hinchas celestes que trabajan, todos los partidos del mundial son al menos tan importantes como sus obligaciones, y uno de cada cuatro siguió otros partidos entre semana, principalmente a través de Internet, aunque también por medios tradicionales.

Estos resultados ponen sobre la mesa la pregunta sobre la **necesidad de establecer estrategias a nivel de las organizaciones para internalizar el efecto de otros partidos en el lugar de trabajo.**



investigación de mercados Factum

 Juan D. Jackson 1126

 (+598) 2412 1818*

 www.factum.uy

 factum@factum.uy

 @FactumUy

 /FactumUy

 FACTUM UY

CAMPO PROFESIONAL

Excelencia en técnicas de muestreo y selección de entrevistados, relevadores profesionales, tecnología y big data, y completa trazabilidad de la información.

INFORMACIÓN CLARA Y ÚTIL

Informes concisos, presentados con claridad, con resúmenes ejecutivos y recomendaciones de activación, orientados a la toma de decisiones en base a los objetivos de investigación.



Objetivos

Relevamiento

Análisis

Presentación

SOCIOS EN EL CONOCIMIENTO

Trabajamos con nuestros clientes como socios de investigación, conocemos sus desafíos de negocios, y comprometemos toda nuestra capacidad técnica al servicio de sus objetivos.

INNOVACIÓN ANALÍTICA

Orientación a objetivos, segmentaciones innovadoras, e interpretación de hábitos y necesidades de consumo en el marco de la vida cotidiana.