



JALISCO ANTE EL MUNDIAL



UNA LECTURA CLARA DEL SENTIR DE LOS
JALISCIENSES ANTE EL IMPACTO DEL
MUNDIAL DE FÚTBOL 2026.





INTRODUCCIÓN

El Mundial de Fútbol 2026 llegará a Guadalajara y, más allá del espectáculo deportivo, plantea una pregunta clave: **¿CÓMO LO VIVEN Y QUÉ ESPERAN DE ÉL LOS JALISCIENSES?** Este estudio busca capturar ese sentir, explorando si el evento es percibido como una oportunidad, una indiferencia o un posible impacto negativo en su vida cotidiana.

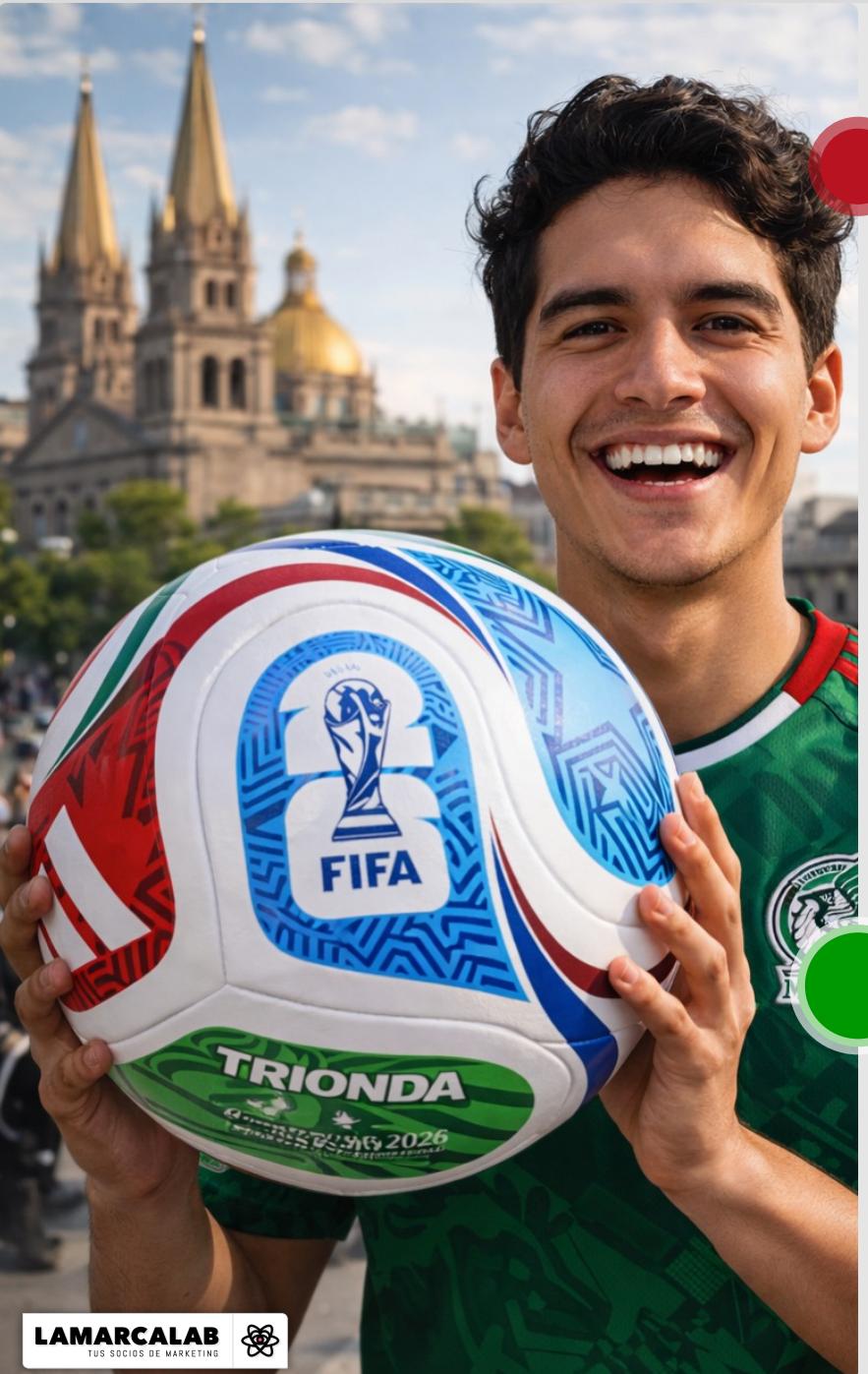
Para lograrlo, se realizaron **1,600 entrevistas cara a cara en todo el estado de Jalisco**, con una muestra distribuida proporcionalmente por sexo y grupos de edad según la pirámide poblacional.

El estudio alcanza un **nivel de confianza del 95%** y un **margen de error de ±2.5%**, ofreciendo una lectura clara, accesible y estratégica del ánimo social rumbo a 2026.



La gran pregunta es...

**¿QUÉ IMPACTO CREEES QUE
TENGA EN TU MUNICIPIO QUE
EL MUNDIAL DE FUTBOL 2026
SE LLEVE A CABO EN MÉXICO?**



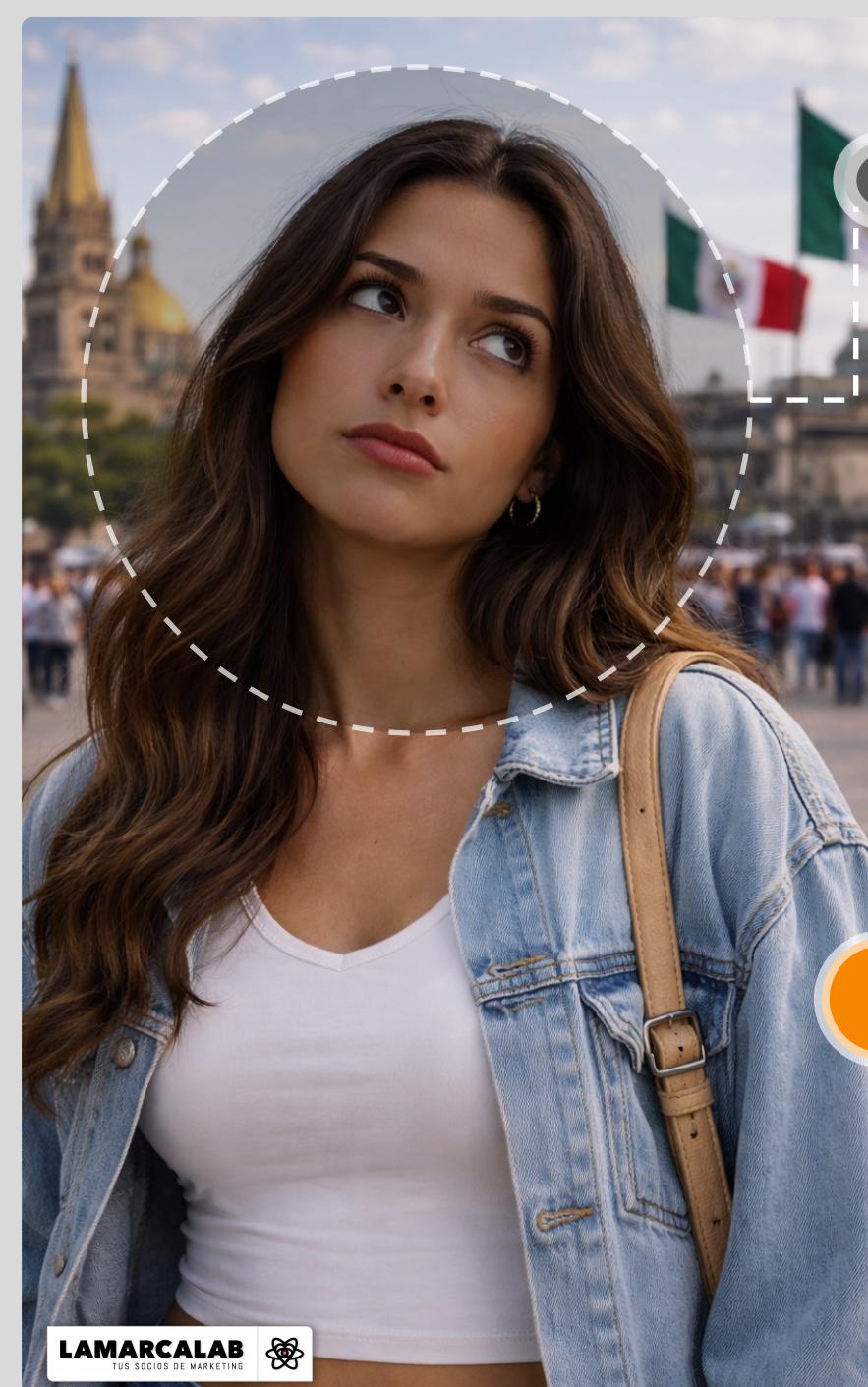
JALISCO ILUSIONADO POR EL MUNDIAL Y SU IMPACTO

52% DE LOS JALISCIENSES CREE QUE EL
MUNDIAL SERÁ BENÉFICO PARA LA CIUDAD.

El Mundial 2026 genera una expectativa mayoritariamente positiva entre los jaliscienses. **52%** considera que el evento será benéfico para la ciudad, lo que confirma que, para más de la mitad de la población, el Mundial representa una oportunidad y no solo un espectáculo deportivo.

Este nivel de optimismo refleja un terreno fértil para activar narrativas de orgullo, proyección internacional y beneficios urbanos, posicionando al Mundial como un catalizador emocional y social para Jalisco.

FUENTE: 1600 cuestionarios cara a cara con jaliscienses mayores de 18 años, distribuidas por grupos generacionales y sexo. El método del levantamiento fue casa por casa.



HAY UN SECTOR INCRÉDULO DEL BENEFICIO DEL MUNDIAL

32% DE LOS JALISCIENSES CREE QUE EL
MUNDIAL NO AFECTARÁ EN NADA

A pesar del entusiasmo general, existe un segmento relevante que observa el Mundial con distancia. **32%** de los jaliscienses considera que el evento no afectará en nada su vida cotidiana, lo que evidencia una percepción de desconexión frente a los posibles beneficios.

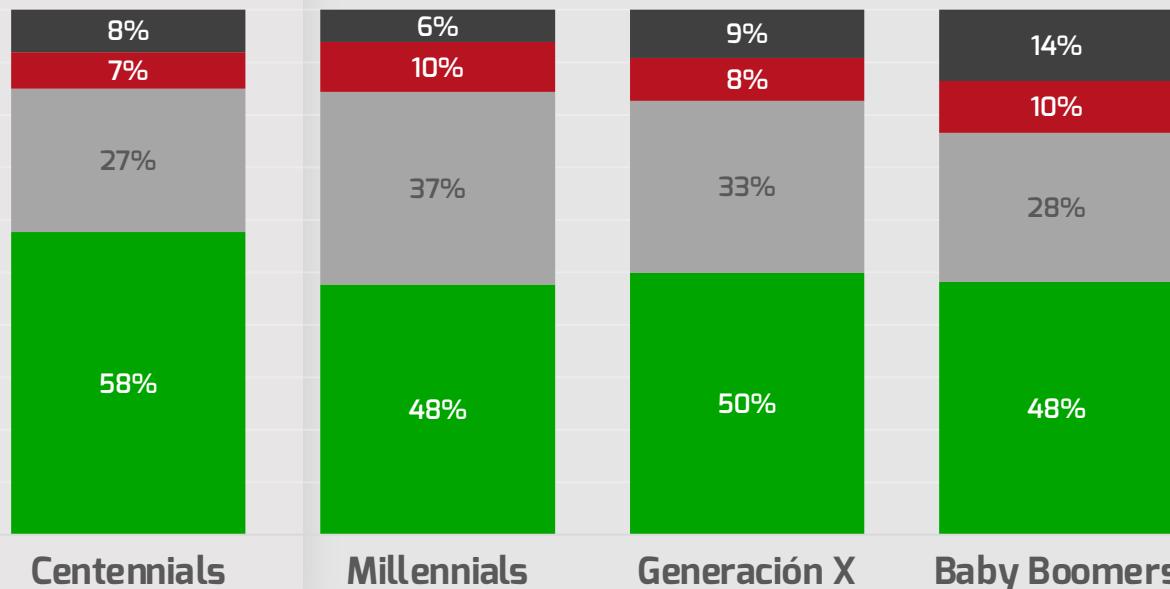
Este dato señala un reto estratégico clave: transformar la neutralidad en interés, haciendo visibles impactos concretos y cercanos que permitan a este grupo sentirse incluido en la experiencia mundialista.

FUENTE: 1600 cuestionarios cara a cara con jaliscienses mayores de 18 años, distribuidas por grupos generacionales y sexo. El método del levantamiento fue casa por casa.

LOS CENTENNIALS SON LOS MÁS OPTIMISTAS POR EL MUNDIAL

PERCEPCIÓN DE IMPACTO DEL MUNDIAL PARA SU MUNICIPIO

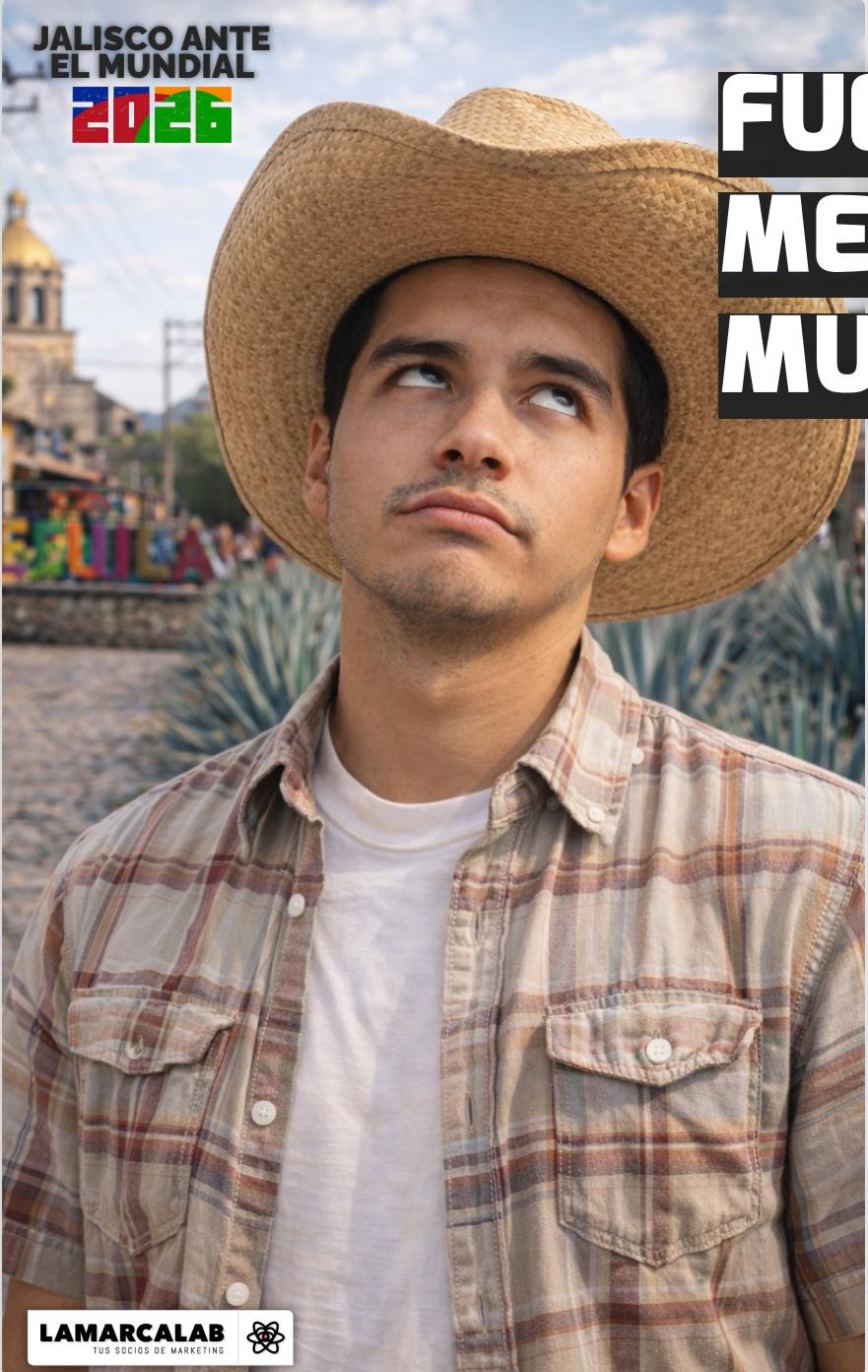
¿Qué impacto crees que tenga en tu municipio que el **mundial de futbol 2026** se lleve a cabo en México?



El entusiasmo frente al Mundial 2026 es claramente generacional. Los Centennials destacan como el grupo más optimista, con una mayoría que percibe el evento como algo benéfico, superando incluso a Millennials y Generación X. A medida que aumenta la edad, el optimismo se diluye y crece la percepción de neutralidad, particularmente entre Baby Boomers, quienes muestran una expectativa más cautelosa.

- No sé
- Será malo
- No afectará en nada
- Será bueno

Estratégicamente, esto posiciona a los jóvenes como el principal motor emocional del Mundial, y sugiere que las narrativas aspiracionales, de experiencia y participación social encontrarán mayor eco en las generaciones más jóvenes.



FUERA DEL AMG ESPERAN MENOR IMPACTO POR EL MUNDIAL

La percepción del impacto del Mundial 2026 cambia de forma clara según la zona del estado. En el **Área Metropolitana de Guadalajara**, **53%** de las personas considera que el Mundial será benéfico, mientras que **30%** cree que no afectará en nada su vida cotidiana.

Fuera del AMG, el optimismo disminuye: solo **50%** espera un impacto positivo y **34%** considera que el evento no tendrá ningún efecto, además de registrar una ligera mayor proporción de percepciones negativas.

Estos datos evidencian una brecha territorial en la expectativa de beneficios, donde el Mundial se percibe más cercano y relevante en la capital que en el resto del estado. Estratégicamente, el reto está en **descentralizar la promesa del evento**, ampliando el relato de impacto para que el Mundial no sea visto como una experiencia exclusiva del AMG.



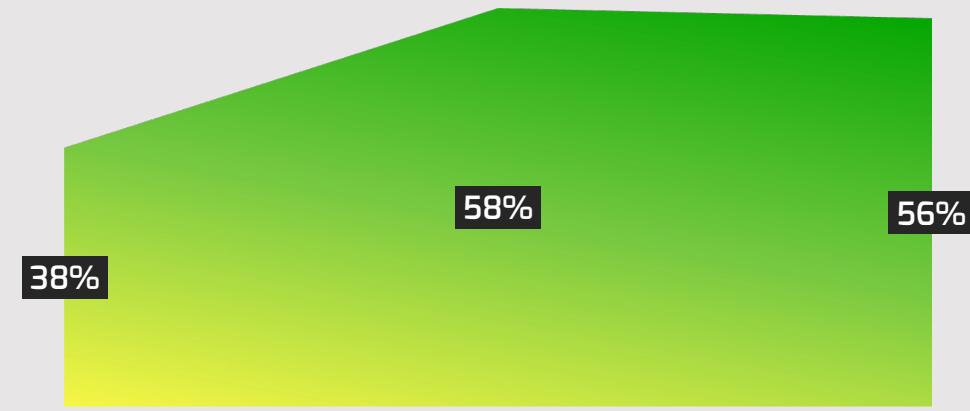
A MENOR NIVEL DE INGRESO, MENOR ENTUSIASMO

La expectativa frente al Mundial 2026 está fuertemente atravesada por el nivel de ingreso. Entre los segmentos de menores recursos predomina una mirada más escéptica: son quienes menos creen que el evento traerá beneficios y quienes con mayor frecuencia anticipan que no cambiará su realidad cotidiana, o incluso que podría afectarla negativamente. En los niveles medio y medio alto, en cambio, la percepción se inclina con mayor claridad hacia la oportunidad y el impacto positivo. Este contraste sugiere que el optimismo no depende solo del evento en sí, sino de la posibilidad real de sentirse parte de él.

Desde una lectura estratégica, el reto es hacer visible cómo el Mundial puede traducirse en beneficios concretos e incluyentes, especialmente para quienes hoy no se reconocen como protagonistas de la experiencia mundialista.

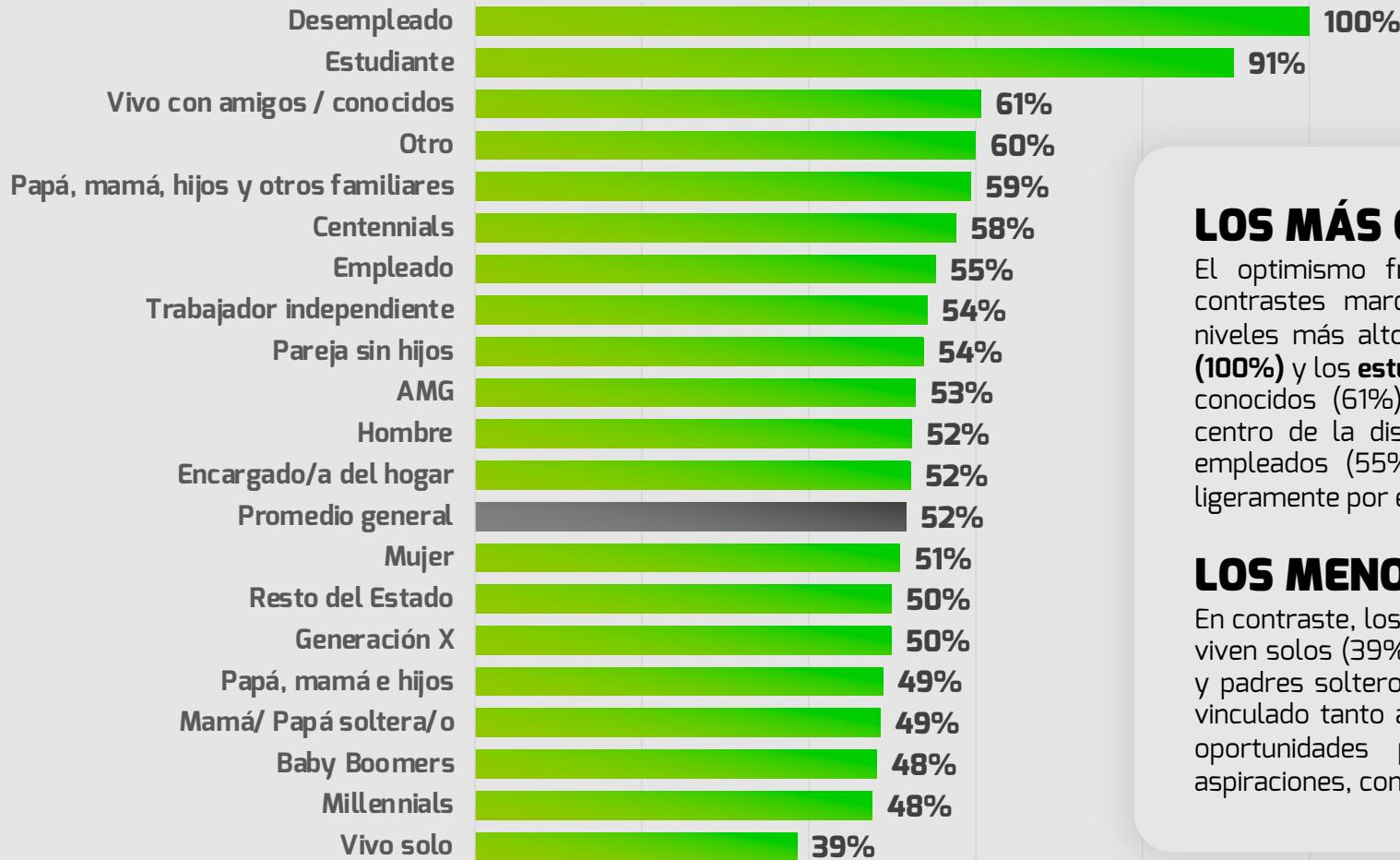
OPTIMISMO POR EL MUNDIAL SEGÚN NIVEL DE INGRESO

Porcentaje de la población de considera que el mundial “Será Bueno” para su municipio.



FUENTE: 1600 cuestionarios cara a cara con jaliscienses mayores de 18 años, distribuidas por grupos generacionales y sexo. El método del levantamiento fue casa por casa.

OPTIMISMO POR SEGMENTOS POBLACIONALES



LOS MÁS OPTIMISTAS

El optimismo frente al Mundial 2026 no es uniforme y muestra contrastes marcados entre segmentos poblacionales. Destacan con niveles más altos de expectativa positiva las personas **desempleadas** (100%) y los **estudiantes** (91%), seguidos por quienes viven con amigos o conocidos (61%) y hogares familiares tradicionales (59-60%). En el centro de la distribución se ubican perfiles como centennials (58%), empleados (55%) y trabajadores independientes (54%), alineados o ligeramente por encima del **promedio general** (52%).

LOS MENOS OPTIMISTAS

En contraste, los niveles más bajos de optimismo aparecen entre quienes viven solos (39%), Millennials y Baby Boomers (48%), así como madres y padres solteros (49%). Estos datos sugieren que el entusiasmo está vinculado tanto a etapa de vida como a situación personal, lo que abre oportunidades para segmentar el discurso del Mundial según aspiraciones, contexto económico y estructura del hogar.

EL MUNDIAL ES UN FENÓMENO SOCIAL, NO INDIVIDUAL

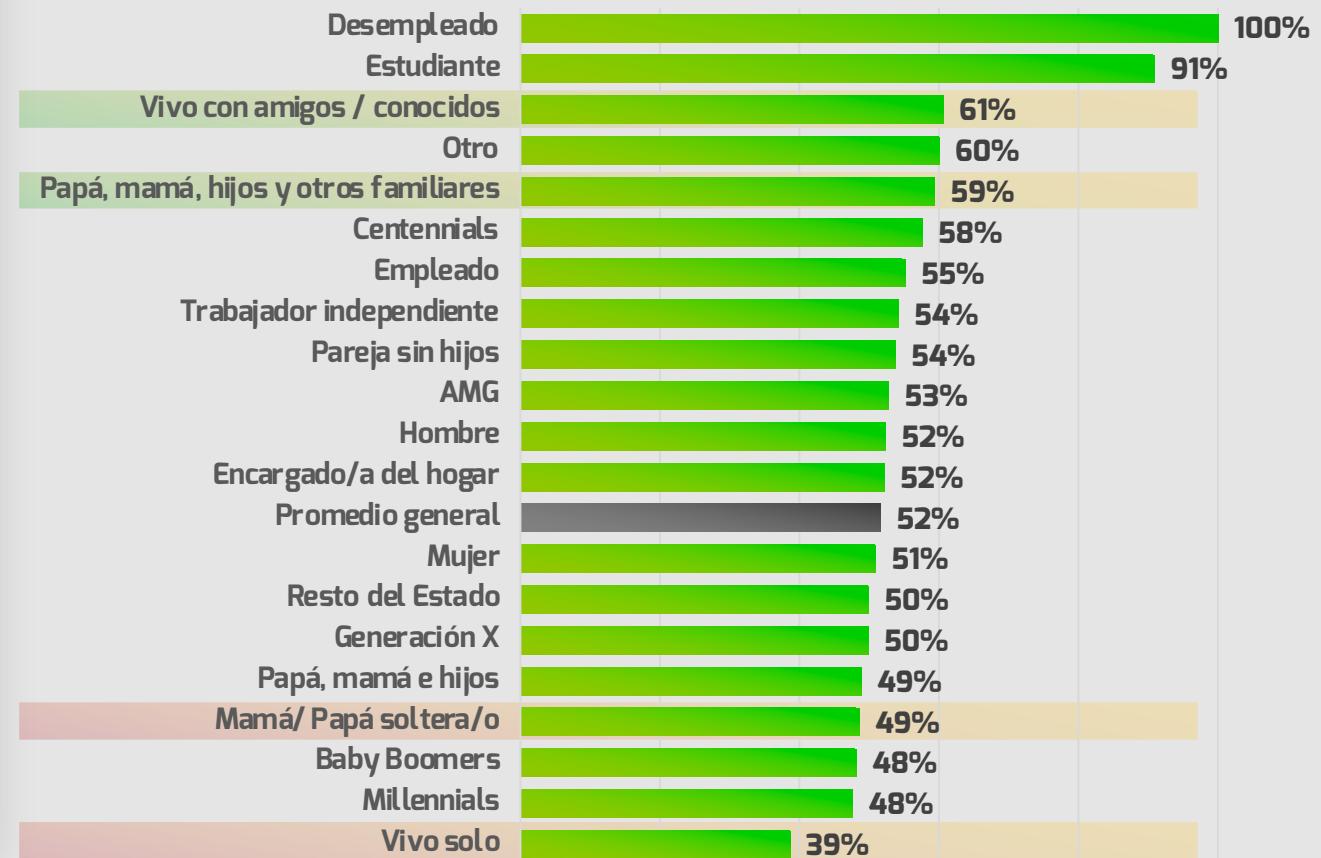


El gráfico sugiere que el entusiasmo por el Mundial 2026 no solo depende de variables demográficas, sino del **entorno relacional en el que se vive**.

Los niveles de optimismo aumentan entre quienes habitan espacios más comunitarios o compartidos —como quienes viven con amigos o conocidos (61%) y hogares familiares amplios (59–60%)— mientras que disminuyen de forma notable entre quienes viven solos (39%) o en esquemas monoparentales (49%).

Esta diferencia indica que el Mundial se percibe más como una experiencia colectiva que individual: cuando hay red, convivencia y vida compartida, el evento se amplifica emocionalmente; cuando la vida cotidiana es más solitaria o más demandante, el entusiasmo se reduce.

Esto sugiere que el Mundial funciona como un fenómeno socializador, y que las narrativas que apelen a comunidad, reunión y celebración compartida tendrán mayor capacidad de resonar.





¿QUÉ ROL JUEGA EL MUNDIAL 2026 PARA LOS JALISCIENSES?

01 UN CATALIZADOR EMOCIONAL

Para una mayoría relativa (52%), el Mundial representa ilusión, orgullo y expectativa positiva; sin embargo, no es un proyecto que hoy convoque de forma transversal a toda la población.

02 UNA OPORTUNIDAD PERCIBIDA DE MANERA DESIGUAL.

El impacto del Mundial se siente con mayor fuerza entre jóvenes, habitantes del AMG y segmentos de ingresos medios y altos, mientras que fuera de estos grupos predomina una lectura más distante o neutral.

03 UN EVENTO QUE SE OBSERVA MÁS DE LO QUE SE APROPIA.

Un 32% de los jaliscienses no espera ningún impacto en su vida cotidiana, lo que indica que el Mundial aún no se traduce, para muchos, en beneficios claros y cercanos.

04 UN MOTOR ASPIRACIONAL PARA ALGUNOS, AJENO PARA OTROS.

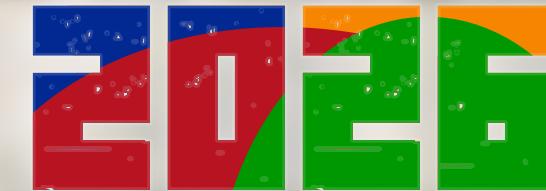
El entusiasmo crece entre quienes se perciben con mayor capacidad de participar o beneficiarse del evento, y disminuye entre quienes enfrentan mayores limitaciones económicas o territoriales.

05 UN ACTIVO ESTRATÉGICO EN CONSTRUCCIÓN.

El rol del Mundial no está cerrado: puede consolidarse como un proyecto compartido o quedarse como un evento concentrado y excluyente. Su impacto final dependerá de la capacidad de comunicar, distribuir y materializar beneficios de forma más amplia.



JALISCO ANTE EL MUNDIAL



UNA LECTURA CLARA DEL SENTIR DE LOS JALISCIENSES
ANTE EL IMPACTO DEL **MUNDIAL DE FÚTBOL 2026**.

LAMARCALAB
TUS SOCIOS DE MARKETING



TUS SOCIOS DE MARKETING



LAMARCALAB
TUS SOCIOS DE MARKETING

