



UNIVERSIDAD DE  
COSTA RICA

EE

Escuela de  
Estadística

USES

Unidad de  
Servicios Estadísticos



## Aficionados ticos y la Copa Mundial de Fútbol

### Brasil 2014

Investigador:

**Johnny Madrigal Pana. M.Sc.**

[johnny.madrigal@ucr.ac.cr](mailto:johnny.madrigal@ucr.ac.cr)

Setiembre del 2014

## AFICIONADOS TICOS Y LA COPA MUNDIAL DE FÚTBOL BRASIL 2014

### RESUMEN

En agosto del 2014 la Escuela de Estadística de la Universidad de Costa Rica incluyó un módulo de preguntas en la Encuesta del Consumidor para conocer aspectos relacionados con la participación de la Selección de Costa Rica en el mundial Brasil 2014. Se realizaron 687 entrevistas a costarricenses que tienen el rol de ser el principal sostén económico del hogar. Los resultados muestran que los aficionados habituales al fútbol constituyen el 56,0%, monto que se incrementó a 76,0%, cuando se integró el grupo de aficionados temporales. A este aumento de aficionados se sumaron principalmente mujeres (56,5% y 43,5% de hombres). El seguimiento que dieron al evento fue amplio, pues el 72,1% de los aficionados se enteró todos los días o casi todos los días del mundial, utilizando principalmente la televisión (95,4%). Tanto Brasil (23,9%) como Alemania (23,5%) eran consideradas como las selecciones favoritas y tanto España (30,7%) como Brasil (30,5%) fueron las que más decepcionaron. En lo que respecta a la Selección de Costa Rica, el 77,3% de los aficionados vio o escuchó los cinco partidos que jugó, principalmente en la casa donde vive (89,1%) y compartiendo mayoritariamente con familiares (82,1%). Para celebrar durante los partidos de Costa Rica, en total, el 67,1% reportó que habían comprado bebidas, comidas, vestimenta y otros artículos. Además, el 29,6% participó en celebraciones públicas, las que eran realizadas después de los partidos. Para el 63,3% de los aficionados, el portero Keylor Navas fue el mejor jugador de Costa Rica y el 51,8% opinó que Pinto debía seguir como entrenador. El papel que desarrolló el equipo en el mundial superó las expectativas que tenían los aficionados al principio de la competición, pues el 94,0% aceptó que Costa Rica avanzó más de lo esperado.

<b>La Confianza del Consumidor. Encuesta N° 43. Agosto, 2014</b> <b>Módulo de la Selección de Costa Rica en el Mundial Brasil 2014</b>	
Trabajo de campo:	Unidad de Servicios Estadísticos (USES) de la Escuela de Estadística. Coordinador: Fernando Ramírez
Revisión del documento:	Fernando Ramírez Hernández, Director Escuela de Estadística Juan Antonio Rodríguez Alvarez, Profesor Escuela de Estadística Gerald Mora Muñoz, Colaborador Estadístico.
Coordinadora de trabajo de campo:	Yorlene Quirós Díaz. Unidad de Servicios Estadísticos (USES)
Supervisoras:	Pedro Ceciliano Badilla y Gracia Mora Padilla
Fecha de la encuesta:	del 4 al 14 de agosto del 2014
Población de interés:	Hogares con teléfono fijo (residencial) en todo el territorio nacional (65%)
Tamaño de la muestra:	687 costarricenses
Informante:	Principal sostén económico del hogar (99%) o, en su defecto, después de tres intentos por localizarlo, una persona adulta informada de la situación económica del hogar.
Muestreo de teléfonos:	Estratificado, probabilístico (Técnica de Waksberg).

## 1. INTRODUCCIÓN

Para la mayoría del pueblo costarricense, la Copa Mundial de Fútbol Brasil 2014 quedará grabada como uno de los recuerdos más preciados del fútbol nacional. La razón ya es conocida: contra todos los pronósticos, la Selección de Costa Rica logró la hazaña histórica de avanzar hasta cuartos de final, revelándose como una de las grandes selecciones en el máximo torneo del balompié mundial.

El asunto no fue para menos. En el sorteo por grupos, Costa Rica quedó en el denominado “grupo de la muerte”, al tener que enfrentarse a tres selecciones excampeonas del mundo (Uruguay, Italia e Inglaterra). Esto hizo que la prensa deportiva mundial calificara nuestro país como el equipo más débil y accesible del Grupo D, y no fueron pocos quienes pensaron que “Los Ticos” prácticamente irían a hacer turismo a Brasil. La difícil situación que enfrentaría la tricolor fue tema de los comentaristas deportivos en diversas partes del mundo.

Una vez iniciado el certamen, y para sorpresa de muchos, Costa Rica invalidó las predicciones, clasificando en el primer lugar de su grupo, por encima de Uruguay (3-1), Italia (1-0) e Inglaterra (0-0). Evidentemente, después de estos resultados, las opiniones cambiaron y al avanzar a octavos de final, la Selección de Costa Rica se perfiló como candidata a la gran revelación de la Copa Mundial de la FIFA Brasil 2014. Los comentarios acerca de la débil y accesible “Selección Tica” se transformaron y dieron lugar a otras denominaciones muy diferentes, como “el mata gigantes de CONCACAF”, “el gigante del grupo de la muerte”, “el David que mató a Goliat” y muchos otros más. Como bien lo dijo Bryan Ruiz, capitán de la Selección, “En el grupo de la muerte, ahora los muertos son otros”.

Pero el tema no acabó ahí. En los octavos de final y con la etiqueta de "favorito", Costa Rica venció a Grecia (1-1 en 120 minutos, 5-3 en penales) y, superando la hazaña de Italia 90, avanzó a cuartos de final. Aunque en esta siguiente etapa Costa Rica fue eliminada por otro gigante, el hasta ese momento subcampeón mundial Holanda (0-0 en 120 minutos, 4-3 en tiros de penal), lo cierto es que finalmente alcanzó una posición de privilegio, octava de 32 selecciones, algo nunca antes logrado por nuestro país.

Durante el mundial, los triunfos de Costa Rica hicieron que el júbilo de los ticos se manifestara a lo largo y ancho del país. Las celebraciones se realizaron en casas, barrios, calles, centros educativos, lugares de trabajo, negocios y muchos otros más. Los aficionados vestían camisetas rojas o sombreros alusivos a los colores patrios, pitos y cornetas fueron escuchados en todo lugar, los cantos también fueron comunes (“¡oé-oé-oé-oé, ticos, ticooooo!”), las banderitas tricolores adornaron las ventanas de casas y vehículos de todo tipo, y la música y el baile muchas veces acompañaron las fiestas.

Todas estas festividades culminaron el martes 8 de julio, cuando en horas de la tarde arribó al Aeropuerto Internacional Juan Santamaría el vuelo LR 7644 (Airbus A320) que trajo de regreso a la Selección al territorio nacional. Nuevamente, los ojos de los ticos fueron dirigidos a los protagonistas del mundial y en una fiesta multitudinaria miles de orgullosos aficionados abarrotaron las carreteras para saludar a sus ídolos, quienes fueron transportados en una carroza desde el aeropuerto hasta la estatua de León Cortés en el Paseo Colón (Centro de San José), sitio elegido para la fiesta masiva que se prolongó por varias horas y en la que futbolistas y aficionados celebraron a lo grande, en una merecida fiesta de bienvenida.

Poco tiempo después de estos acontecimientos, la Escuela de Estadística de la Universidad de Costa Rica inició a principios de agosto la Encuesta de Confianza del Consumidor N° 43, la que incluyó un

módulo de preguntas dirigidas al mundial Brasil 2014, para conocer sobre el suceso. Por esta razón, se preparó el presente informe, en el que después de algunas aclaraciones metodológicas necesarias para interpretar los datos, se muestran los resultados ordenados en cinco secciones. La primera cuantifica los aficionados habituales al fútbol y aquellos que se sumaron a ver el mundial, a quienes se les denominó aficionados temporales. En la segunda sección se revela el seguimiento que dieron los aficionados al mundial Brasil 2014 y, en la tercera, se presentan las selecciones favoritas y las decepciones. Las siguientes dos secciones muestran los resultados del seguimiento que dieron los aficionados a Costa Rica, la participación en celebraciones, la opinión sobre el mejor jugador y sobre el entrenador. Se considera que este tipo de información contribuirá a proporcionar cifras de interés general para revelar aspectos vividos por los aficionados costarricenses durante el evento mundialista.

## **2. SÍNTESIS METODOLÓGICA**

Para interpretar adecuadamente los datos recolectados es importante aclarar al menos cuatro detalles metodológicos de la encuesta. En primer lugar debe mencionarse que la Encuesta de Confianza del Consumidor es trimestral y se realiza en febrero, mayo, agosto y noviembre de cada año. Esto se menciona porque el final del mundial y la cercanía con el mes de agosto fue lo que motivó la inclusión del módulo de preguntas sobre el tema (Ver módulo en Anexo). Más concretamente, mientras el mundial en Brasil se efectuó entre el jueves 12 de junio y el domingo 13 de julio, las entrevistas de la encuesta iniciaron el 4 de agosto y finalizaron el 14 del mismo mes. Esto significa que las entrevistas fueron realizadas, aproximadamente, tres semanas después de concluido el mundial, por lo que las preguntas podían ser respondidas sin dificultad de recordar lo sucedido.

En segundo lugar hay que aclarar que se trata de una encuesta dirigida a hogares con teléfono fijo (residencial) en todo el territorio nacional. Esto se menciona porque los resultados de la encuesta no son generalizables a todo el país, sino a los hogares del país con teléfono fijo.

En tercer lugar es importante saber que, debido a la temática que aborda la Encuesta de Confianza del Consumidor, la entrevista se realiza al principal sostén económico del hogar. Esto significa que la información recolectada representa las opiniones y comportamientos de las personas que aportan más dinero a la manutención de las familias. Por esta razón, bajo ninguna circunstancia debe interpretarse que los resultados son válidos para la población general (de 18 años y más). Pese a esto, se considera que la información recabada es valiosa porque proporciona una guía de lo que experimentaron los aficionados en el mundial. Debe tenerse en mente que el principal sostén económico, por el papel que desempeña, tiene una influencia importante dentro del hogar y, en el mejor de los casos, constituye una figura que como padre, madre, hermano o hermana, promueve un modelo de opiniones y comportamientos a seguir entre los demás miembros de su hogar, particularmente, entre sus hijos e hijas.

El cuarto detalle metodológico es que las preguntas incluyeron únicamente a costarricenses. Concretamente, las entrevistas fueron realizadas a 687 costarricenses que desarrollan la función de ser el principal sostén económico del hogar. La encuesta revela que casi la mitad son hombres y la otra mitad mujeres (51,1% y 48,9%, respectivamente). Por edades, el 14,8% es menor de 35 años, 28,7% tiene de 35 a 49 años y 56,4% tiene 50 años o más. Además, 35,1% tiene educación primaria o menos, 25,6% algún nivel de secundaria y 39,3% universitaria.

### 3. RESULTADOS

#### 3.1 Aficionados habituales y temporales

Considerando únicamente a los costarricenses que desarrollan el papel de ser el principal sostén económico del hogar, el módulo inició con dos preguntas complementarias, cuyas respuestas eran sí o no. La primera fue: *¿Se considera Usted una persona que por lo general ha sido aficionada al fútbol?* Y seguidamente se preguntó: *Hablando del mundial de fútbol en Brasil ¿vio o escuchó alguno de los partidos del mundial?* Ambas fueron realizadas para cuantificar los aficionados habituales que dieron seguimiento al mundial y, además, a las personas que sin ser aficionadas al fútbol, vieron o escucharon partidos del mundial, a quienes se les denominó como aficionados temporales. Con esto se propuso aproximar el total de aficionados que dio seguimiento al mundial y, de ellos, saber cuántos se sumaron temporalmente.

Los resultados muestran que la magnitud de aficionados habituales, es decir, aficionados al fútbol que vieron o escucharon alguno de los partidos del mundial, alcanzó al 56,0% de la población (Cuadro 1). A esta cifra hay que sumarle un 20% de aficionados temporales, quienes sin ser seguidores del fútbol vieron o escucharon alguno de los partidos del mundial. Esto significa que durante la Copa Mundial, los seguidores al fútbol se incrementaron significativamente, llegando a sumar un 76,0% de aficionados.

**Cuadro 1**  
**Aficionados costarricenses al fútbol según vieron o escucharon partidos del mundial**  
**(Porcentajes sobre un muestra de 687 costarricenses)**

¿Se considera una persona que por lo general ha sido aficionada al fútbol?	¿Vio o escuchó alguno de los partidos del mundial?		
	Sí	No	Total
Sí	56,0	0,9	56,9
No	20,0	23,1	43,1
<b>Total</b>	<b>76,0</b>	<b>24,0</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Escuela de Estadística. Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 43. Módulo de la Selección de Costa Rica en el Mundial Brasil 2014. Agosto del 2014.

El análisis del total de aficionados (habituales y temporales) de acuerdo con algunas características sociodemográficas indica que más hombres (83,5%) que mujeres (68,2%) dieron seguimiento al mundial (Gráfico 1). Por edades no existen diferencias y el porcentaje se incrementa levemente con el nivel educativo (de 72,6% en primaria o menos a 79,3% en universitaria).

Un detalle importante de analizar son las características de los aficionados temporales, quienes fueron los que se sumaron a ver o escuchar partidos del mundial. En otras palabras, con esto se desea averiguar quiénes fueron las personas que incrementaron la cantidad de aficionados al fútbol durante el evento mundialista.

Aunque entre los aficionados habituales existen más hombres (60,7%) que mujeres (39,3%), lo cierto es que más mujeres (56,5%) que hombres (43,5%) se sumaron como aficionados temporales al mundial (Cuadro 2). Esto significa que, aunque las mujeres son menos aficionadas, el mundial las incentivó más que a los hombres a integrarse y disfrutar del fútbol.

La comparación por tipo de aficionado no muestra diferencias según grupos de edad. Esto significa que los aficionados temporales que se integraron a darle seguimiento al mundial lo hicieron en magnitudes similares a las que presentan los habituales.

**Gráfico 1**  
**Porcentaje de aficionados costarricenses que dio seguimiento al mundial según características sociodemográficas**



Nota: muestra de 522 aficionados costarricenses.

Fuente: Escuela de Estadística. Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 43. Módulo de la Selección de Costa Rica en el Mundial Brasil 2014. Agosto del 2014.

**Cuadro 2**  
**Distribución porcentual de aficionados costarricenses habituales y temporales durante el mundial según características sociodemográficas**

Características	Aficionados(as)		Total
	Habituales	Temporales	
<b>Total</b>	100	100	100
<b>Sexo</b>			
Hombre	60,7	43,5	56,1
Mujer	39,3	56,5	43,9
<b>Edad</b>			
34 o menos	13,4	19,6	15,0
35 a 49	30,4	27,5	29,7
50 y más	56,2	52,9	55,3
<b>Educación</b>			
Primaria o menos	37,8	21,7	33,5
Secundaria	25,5	25,4	25,5
Universitaria	36,7	52,9	41,0

Nota: muestra de 522 aficionados costarricenses.

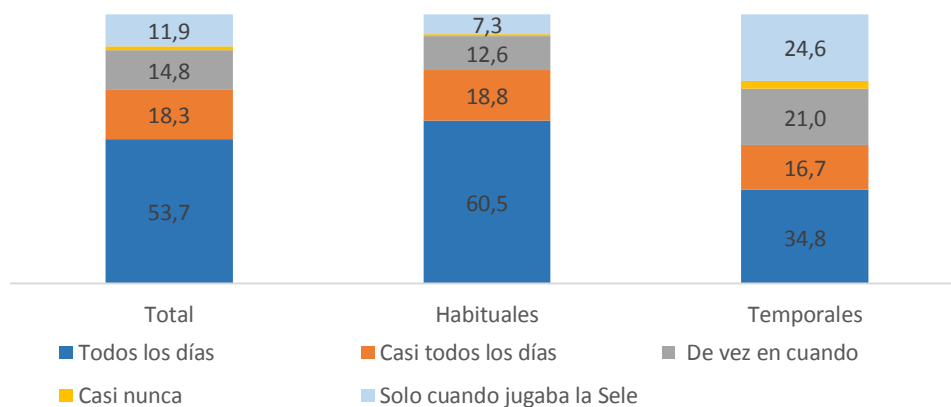
Fuente: Escuela de Estadística. Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 43. Módulo de la Selección de Costa Rica en el Mundial Brasil 2014. Agosto del 2014.

Algo diferente se obtiene por escolaridad. En primaria o menos, la magnitud de aficionados temporales (21,7%) fue menor que la de los habituales (37,8%). Es decir, este nivel de educación fue el que menos aportó en términos relativos a los aficionados temporales. En secundaria las magnitudes son similares, lo que indica que este grupo de aficionados temporales se incorporó en una magnitud relativa similar a los habituales. Los aficionados con nivel universitario fueron quienes más se integraron temporalmente al mundial. Esto se afirma porque entre los aficionados habituales el 36,7% tiene educación universitaria, magnitud que llegó a 52,9% en los temporales.

### 3.2 Seguimiento al mundial

Incluyendo a todos los aficionados (habituales y temporales) se consultó por la frecuencia con que se enteraron de lo que sucedía en el mundial. Este resultado muestra que el 72,1% se enteró todos los días o casi todos los días y si se le suma a quienes se enteraron únicamente cuando jugó Costa Rica (14,8%), la cifra se eleva casi a 84% (Gráfico 2). Estos datos no presentaron diferencias por sexo, edad o educación. No obstante, cuando se consideró a los aficionados habituales, el 79,3% dijo haberse enterado todos o casi todos los días, mientras que los temporales reportaron una magnitud de 34,8%. Por esta razón, los aficionados temporales se enteraron con una frecuencia mayor solo cuando jugó la Selección (24,6% y 7,3% los habituales).

**Gráfico 2**  
Frecuencia con que los aficionados se enteraron de lo que sucedía en el mundial según tipo de aficionado (porcentajes)



Nota: muestra de 522 aficionados costarricenses.

Fuente: Escuela de Estadística. Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores.

Encuesta N° 43. Módulo de la Selección de Costa Rica en el Mundial Brasil 2014. Agosto del 2014.

El medio por el que más se enteró de lo que sucedía en el mundial fue la televisión (95,4%), seguido por la prensa escrita (41,0%), la televisión extranjera (39,5%), la radio (36,4%), las redes sociales (36,2%) y las noticias digitales por internet (27,8%) (Cuadro 3). Las diferencias por sexo se dan en el caso de la televisión extranjera, pues fueron más hombres (45,1%) que mujeres (32,3%) quienes la consultaron (12,7 puntos porcentuales de diferencia entre hombres y mujeres). Igual sucedió con la radio (43,3% hombres y 27,5% mujeres, para una diferencia de 15,8 puntos porcentuales entre hombres y mujeres).

Por edad, los aficionados menores de 35 años se enteraron más por la televisión extranjera (15,4 puntos de diferencia entre los menores de 35 años y los de 50 o más), pero principalmente por las noticias digitales en internet (19,9 puntos porcentuales) y particularmente en el caso de las redes sociales (34 puntos porcentuales de diferencia).

Por escolaridad, las mayores diferencias las presentan los aficionados universitarios, quienes consultaron más la prensa escrita (20,6 puntos porcentuales si se compara con primaria o menos), la televisión extranjera (27,6 puntos porcentuales), las noticias digitales por internet (39,4 puntos porcentuales) y principalmente las redes sociales (42,5 puntos porcentuales).

Por tipo de aficionado no se encontraron diferencias. Cabe destacar que, en general, las mayores diferencias se registraron en el caso de las noticias digitales por internet y en las redes sociales, principalmente porque fueron más accedidas por aficionados menores de 35 años y con nivel universitario.

**Cuadro 3**  
**Medios por los que los aficionados costarricenses se enteraron de lo que sucedía en el mundial según características sociodemográficas (Porcentajes)**

<b>Características</b>	<b>Televisión nacional</b>	<b>Prensa escrita</b>	<b>Televisión extranjera</b>	<b>Radio</b>	<b>Redes sociales</b>	<b>Noticias digitales por internet</b>
<b>Total</b>	95,4	41,0	39,5	36,4	36,2	27,8
<b>Sexo</b>						
Hombre	96,6	44,7	45,1	43,3	37,9	30,0
Mujer	93,9	36,2	32,3	27,5	34,1	24,9
Dif (H-M)	(2,7)	(8,5)	(12,7)	(15,8)	(3,8)	(5,1)
<b>Edad</b>						
34 o menos	93,6	39,7	47,4	42,3	56,4	39,7
35 a 49	96,1	44,2	49,4	40,9	52,6	37,0
50 y más	95,5	40,1	32,1	32,8	22,3	19,9
Dif (34-50)	(-1,9)	(-,3)	(15,4)	(9,6)	(34,1)	(19,9)
<b>Educación</b>						
Primaria o menos	96,6	30,3	25,7	34,3	13,1	6,9
Secundaria	94,0	39,1	35,3	34,6	35,3	25,6
Universitaria	95,3	50,9	53,3	39,3	55,6	46,3
Dif (U-P)	(-1,2)	(20,6)	(27,6)	(5,0)	(42,5)	(39,4)
<b>Tipo de aficionado</b>						
Habitual	95,8	43,5	41,4	38,8	33,9	28,4
Temporal	94,2	34,1	34,1	29,7	42,8	26,1
Dif (H-T)	(1,6)	(9,4)	(7,3)	(9,1)	(-8,9)	(2,3)

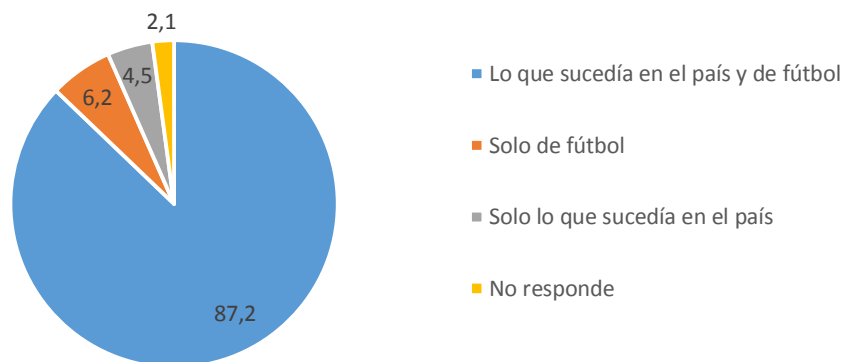
Nota: muestra de 522 aficionados costarricenses.

Fuente: Escuela de Estadística. Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 43. Módulo de la Selección de Costa Rica en el Mundial Brasil 2014. Agosto del 2014.

El seguimiento que dieron los aficionados al mundial por diferentes medios se resume al saber que el 87,2% dijo que el tipo de noticias que vio o escuchó durante el mundial incluyó lo que sucedía en el país y también en torno al fútbol (Gráfico 3). Incluso, el 6,2% respondió que solamente vio o escuchó noticias relacionadas con el fútbol y fueron pocos quienes solamente siguieron las noticias de lo que sucedía en el país (4,5%).



**Gráfico 3**  
**Tipo de noticias que vieron o escucharon los aficionados por diferentes medios durante el mundial**  
**(Distribución porcentual)**



Nota: muestra de 522 aficionados costarricenses.

Fuente: Escuela de Estadística. Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 43. Módulo de la Selección de Costa Rica en el Mundial Brasil 2014. Agosto del 2014.

### 3.3 Favoritos y decepciones del mundial

Sin incluir a la Selección de Costa Rica, se preguntó por la selección favorita en el mundial. Este resultado muestra que Brasil (23,9%) y Alemania (23,5%) eran consideradas las selecciones favoritas para ganar el evento (Cuadro 4). También Holanda (10,1%), Argentina (8,4%) y España (6,0%) tenían sus seguidores, aunque en magnitudes menores.

Estas cifras mostraron algunas diferencias por sexo, edad y tipo de aficionado. En las mujeres, la ausencia de una selección favorita fue más frecuente (25,1% respondió ninguna), aunque magnitudes importantes apoyaban a Brasil (22,0%) y a Alemania (20,3%). En los hombres, la ausencia de una selección favorita fue bastante menor que en las mujeres (11,8% dijo ninguna) y apoyaban más a Brasil y a Alemania en magnitudes similares (una cuarta parte).

Por edad, los aficionados menores de 35 años apoyaban más a Alemania (31,2%) que a Brasil (20,5%), pero los aficionados de 50 años y más tuvieron a Brasil como favorita (29,7%), seguida por "ninguna" (21,2%) y luego Alemania (17,3%). En el tipo de aficionado destaca que los temporales no tuvieron una selección favorita (29,9%), pero en los habituales fueron Brasil (25,0%) y Alemania (26,1%).

Por otra parte, las selecciones que más decepcionaron a los aficionados costarricenses fueron España (30,7%) y Brasil (30,5%) (Cuadro 5). Otras selecciones lo hicieron en proporciones menores. Por sexo, hombres y mujeres siguen el patrón general, aunque con intensidades menores en las mujeres. Por edades, las diferencias son más visibles. En los aficionados menores de 35 años, España fue la que más decepcionó (40,3%) y después de los 50 años fue Brasil (31,1%). Los aficionados habituales y temporales siguen el mismo patrón general, con intensidades menores en los temporales, pues la respuesta "ninguna" (17,2%) presenta una magnitud importante.

**Cuadro 4**  
**Selección favorita de los aficionados costarricenses en el mundial (sin tomar en cuenta la**  
**Selección de Costa Rica) según algunas características sociodemográficas**  
**(Distribuciones porcentuales)**

Selección favorita	Sexo		Edad			Tipo de aficionado		Total
	Hombre	Mujer	34 o menos	35 a 49	50 y más	Habituales	Temporales	
<b>Total</b>	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Brasil	25,4	22,0	10,4	20,5	29,7	25,0	20,9	23,9
Alemania	26,1	20,3	31,2	31,1	17,3	26,1	16,4	23,5
Holanda	10,5	9,7	14,3	11,9	8,1	10,5	9,0	10,1
Argentina	10,5	5,7	14,3	7,3	7,1	8,9	6,7	8,4
España	7,3	4,4	5,2	7,3	5,7	5,8	6,7	6,0
Otra	7,0	9,7	7,8	7,3	8,8	8,7	6,7	8,2
Ninguna	11,8	25,1	14,3	12,6	21,2	13,4	29,9	17,7
No responde	1,4	3,1	2,6	2,0	2,1	1,6	3,7	2,1

Nota: muestra de 514 aficionados(as) costarricenses que vieron partidos de la Selección de Costa Rica.

Fuente: Escuela de Estadística. Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 43. Módulo de la Selección de Costa Rica en el Mundial Brasil 2014. Agosto del 2014.

**Cuadro 5**  
**Selección que más decepción causó a los aficionados costarricenses en el mundial según**  
**algunas características sociodemográficas**  
**(Distribuciones porcentuales)**

Selección que decepcionó	Sexo		Edad			Tipo de aficionado		Total
	Hombre	Mujer	34 o menos	35 a 49	50 y más	Habituales	Temporales	
<b>Total</b>	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
España	33,8	26,9	40,3	35,8	25,4	32,9	24,6	30,7
Brasil	35,5	24,2	26,0	32,5	31,1	31,8	26,9	30,5
Argentina	2,8	5,7	2,6	4,0	4,6	4,7	2,2	4,1
Italia	4,2	3,5	3,9	2,6	4,6	3,4	5,2	3,9
Ninguna	6,3	13,2	7,8	4,6	12,4	6,6	17,2	9,3
Otra	13,6	12,8	15,6	14,6	12,0	14,2	10,4	13,2
No responde	3,8	13,7	3,9	6,0	9,9	6,3	13,4	8,2

Nota: incluye 514 aficionados(as) costarricenses que vieron partidos de la Selección de Costa Rica.

Fuente: Escuela de Estadística. Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 43. Módulo de la Selección de Costa Rica en el Mundial Brasil 2014. Agosto del 2014.

El que la Selección de Alemania resultara como el justo ganador de la copa mundial de fútbol es compartido por el 79,4% de los aficionados costarricenses, principalmente por hombres (82,9%), por aficionados menores de 50 años (86% en promedio) y con nivel de secundaria y universitaria (84% en promedio) (Gráfico 4). El tipo de aficionado no mostró diferencias.

**Gráfico 4**  
**Porcentaje de aficionados costarricenses que considera a Alemania**  
**como el justo ganador de la copa mundial de fútbol**



Nota: muestra de 514 aficionados(as) costarricenses que vieron partidos de la Selección de Costa Rica.  
 Fuente: Escuela de Estadística. Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 43. Módulo de la Selección de Costa Rica en el Mundial Brasil 2014. Agosto del 2014.

### 3.4 Seguimiento de la Selección Nacional y celebraciones

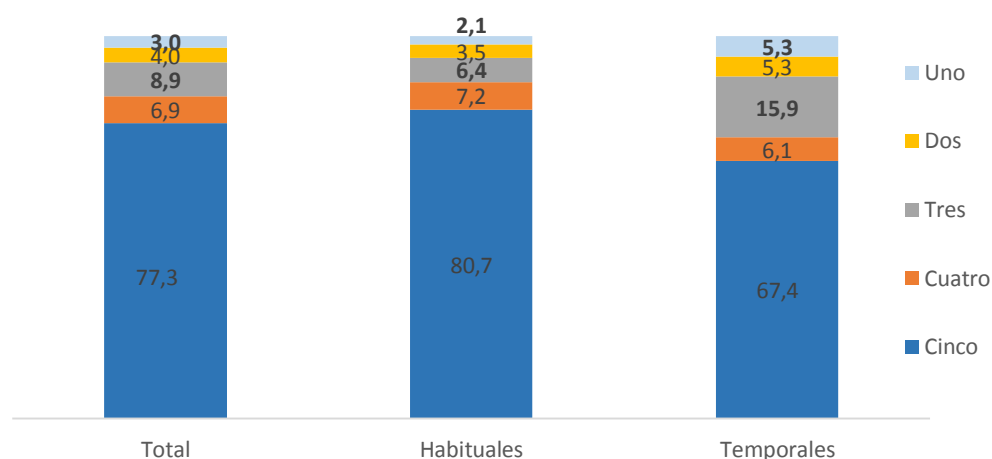
El 98,5% de los aficionados vio o escuchó al menos un partido de la Selección Nacional (información no mostrada en cuadros). Quienes no lo hicieron (8 personas entrevistadas) argumentaron motivos de trabajo (5 personas), por enfermedad (1) y otras razones (2).

Del total de aficionados, 77,3% vio o escuchó los cinco partidos en los que jugó Costa Rica (Gráfico 5). Las características sociodemográficas no revelaron diferencias, salvo por tipo de aficionado, pues entre los habituales 80,7% vio o escuchó cinco, pero entre los temporales esa magnitud fue menor (67,4%). Más bien, estos últimos dijeron con mayor frecuencia que vieron tres partidos (15,9%), cifra que fue menor a la reportada por los habituales (6,4%).

El sitio o lugar en el que más vieron los partidos en los que jugó Costa Rica fue la casa donde vive (89,1%), muy por encima del lugar de trabajo o de estudio (25,5%), otra casa (13,4%), negocio (9,9%), sitio público (6,4%) u otro lugar (3,3%) (Cuadro 6). Por sexo o tipo de aficionado no se encontraron diferencias. Recuérdese que de los cinco partidos solo dos fueron jugados entre semana, por lo que parece razonable que la casa donde vive saliera en primer lugar.

Cuando se analizaron los datos por edad y educación aparecieron algunas diferencias. En el primer caso, la casa donde vive fue el principal lugar en el que los aficionados mayores de 34 años dieron seguimiento a los partidos (91% en promedio) y los menores de 35 años lo hicieron con una frecuencia menor (75,3%, lo que produce una diferencia de -17,3 puntos porcentuales). Es probable que esto explique por qué los aficionados menores de 35 años siguieron más los partidos de Costa Rica en el lugar de trabajo o estudio (40,3%), en magnitudes muy superiores a las personas de 50 años y más (14,5%). Lo mismo sucedió con la asistencia a los negocios (bares, restaurantes, etc.) pues los aficionados menores de 35 años (22,1%) asistieron en porcentajes mayores a las personas de 50 años y más (4,2%).

**Gráfico 5**  
**Número de partidos que vieron o escucharon los aficionados**  
**costarricenses de la Selección Nacional**  
**(Distribuciones porcentuales)**



Nota: incluye 514 aficionados(as) costarricenses que vieron partidos de la Selección de Costa Rica.  
Fuente: Escuela de Estadística. Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores.  
Encuesta N° 43. Módulo de la Selección de Costa Rica en el Mundial Brasil 2014. Agosto del 2014.

**Cuadro 6**  
**Lugar en el que los aficionados costarricenses vieron o escucharon los partidos de la Selección**  
**Nacional durante el mundial según características sociodemográficas**  
**(Porcentajes)**

Características	En su casa	En el trabajo, donde estudia	En otra casa	En un negocio (bar, rest)	En un sitio público (calle, parqueo)	Otro lugar
<b>Total</b>	89,1	25,5	13,4	9,9	6,4	3,3
<b>Sexo</b>						
Hombre	90,6	26,5	11,5	12,2	6,3	3,1
Mujer	87,2	24,2	15,9	7,0	6,6	3,5
Dif (H-M)	(3,4)	(2,3)	(-4,4)	(5,1)	(-0,3)	(-0,4)
<b>Edad</b>						
34 o menos	75,3	40,3	13,0	22,1	11,7	7,8
35 a 49	90,1	39,1	16,6	13,9	8,6	2,6
50 y más	92,6	14,5	11,7	4,2	3,9	2,5
Dif (34-50)	(-17,3)	(25,8)	(1,3)	(17,8)	(7,8)	(5,3)
<b>Educación</b>						
Primaria o menos	92,5	13,3	9,2	5,2	4,0	2,3
Secundaria	90,8	23,7	13,7	6,9	6,1	3,1
Universitaria	85,2	36,7	16,7	15,7	8,6	4,3
Dif (U-P)	(-7,2)	(23,4)	(7,4)	(10,5)	(4,5)	(2,0)
<b>Tipo de aficionado</b>						
Habitual	89,7	26,3	12,1	10,8	6,8	4,2
Temporal	87,3	23,1	17,2	7,5	5,2	0,7
Dif (H-T)	(2,4)	(3,2)	(-5,1)	(3,3)	(1,6)	(3,5)

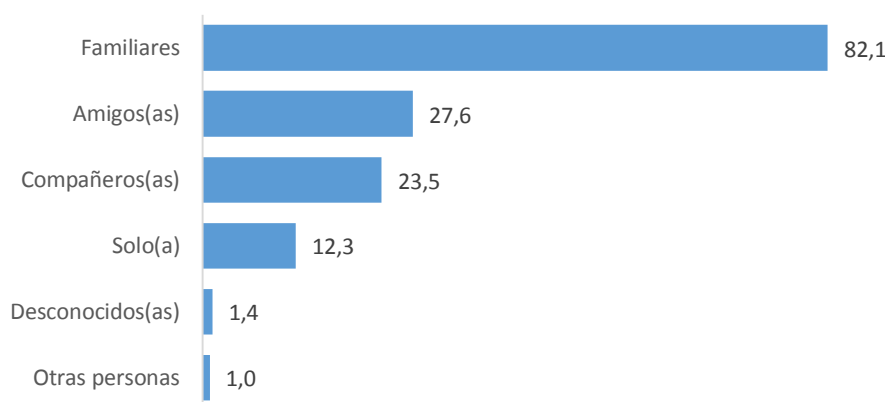
Nota: muestra de 514 aficionados costarricenses. Los datos no suman 100% porque los aficionados podían mencionar varios lugares.

Fuente: Escuela de Estadística. Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 43. Módulo de la Selección de Costa Rica en el Mundial Brasil 2014. Agosto del 2014.

Por educación, quienes siguieron los partidos de Costa Rica en el lugar de trabajo fueron más de nivel universitario (36,7%) que los de primaria o menos (13,3%, con una diferencia de 23,4 puntos porcentuales). Igual sucedió con la asistencia a negocios (bares, restaurantes, etc.) (15,7% de asistencia por universitarios y 5,2% por los aficionados de primaria o menos).

Dado el resultado anterior, en el sentido de que la casa donde vive fue el lugar en el que más vio o escuchó los partidos de Costa Rica, era de esperar que las personas con las que más compartió sean en su mayoría familiares (82,1%) (Gráfico 6). A los familiares le siguen los amigos y amigas (27,6%), los compañeros de trabajo o estudio (23,5%) y 12,3% dijo que los vio o escuchó solo.

**Gráfico 6**  
**Personas con las que compartieron los aficionados costarricenses los partidos de la Selección durante el mundial (Porcentajes)**



Nota: muestra de 514 aficionados(as) costarricenses que vieron partidos de la Selección de Costa Rica. Los datos no suman 100% porque los aficionados podían nombrar más de una persona.

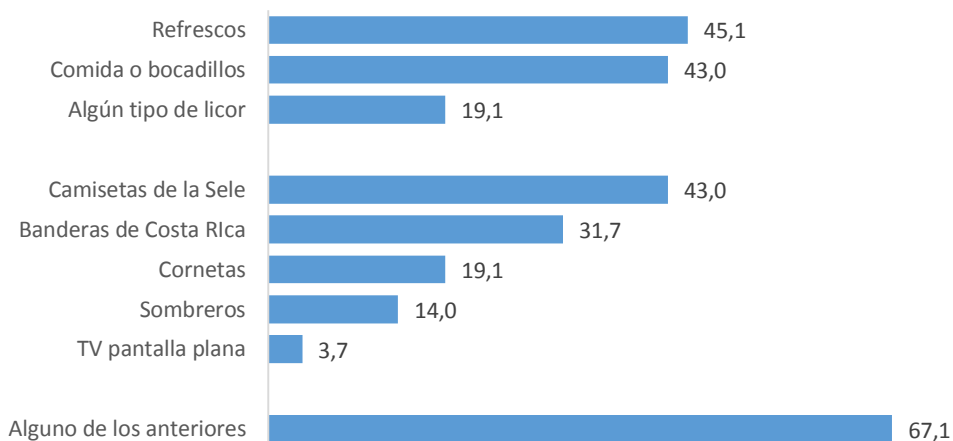
Fuente: Escuela de Estadística. Univesidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 43. Módulo de la Selección de Costa Rica en el Mundial Brasil 2014. Agosto del 2014.

En este caso se encontraron algunas diferencias por edad y educación que son producto del lugar en el que dio seguimiento a la Selección. Aunque no se muestran en los datos expuestos, las personas menores de 35 años fueron quienes más compartieron con amigos (40,3%) y con compañeros de trabajo o de estudio (36,4%). Los aficionados universitarios lo hicieron en magnitudes similares.

Otro de los temas indagados fue si el aficionado o las personas que lo acompañaron compraron comidas y artículos diversos para apoyar durante los partidos de Costa Rica. Los refrescos (45,1%) y las comidas o bocadillos (43,0%) fueron los más comprados, cuando se hizo referencia a comidas y bebidas. Además, el 19,1% respondió que habían comprado algún tipo de licor (Gráfico 7).

Por otra parte, las camisetas de la Sele (43,0%) y las banderas tricolores (31,7%) fueron las más compradas, cuando se hizo referencia a vestimenta y utensilios. Magnitudes menores compraron cornetas (19,1%) y sombreros (14,0%). Además, el 3,7% respondió que habían comprado un televisor pantalla plana. En total, el 67,1% reportó que habían comprado bebidas, comidas, vestimenta y otros artículos para celebrar en los partidos de Costa Rica.

**Gráfico 7**  
**Comidas y artículos comprados por los aficionados o las personas acompañantes para apoyar a la Selección Nacional durante los partidos del mundial (Porcentajes)**

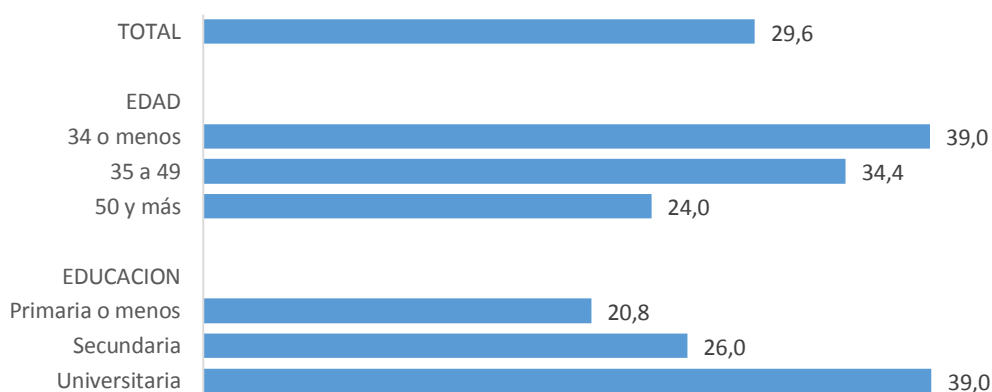


Nota: muestra de 514 aficionados(as) costarricenses que vieron partidos de la Selección de Costa Rica. Los datos no suman 100% porque podían mencionar más de un producto comprado.

Fuente: Escuela de Estadística. Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 43.

La participación en celebraciones públicas (en calles o sitios públicos), las que fueron realizadas después de los triunfos de la Selección, muestra que el 29,6% lo hizo, principalmente entre aficionados menores de 35 años y con niveles de educación universitaria (39,0% en ambos casos) (Gráfico 8). En este caso, ni el sexo ni el tipo de aficionado presentaron diferencias en la participación en celebraciones públicas.

**Gráfico 8**  
**Porcentaje de aficionados costarricenses que participó en celebraciones realizadas en calles o sitios públicos por los triunfos de la Selección Nacional durante el mundial**



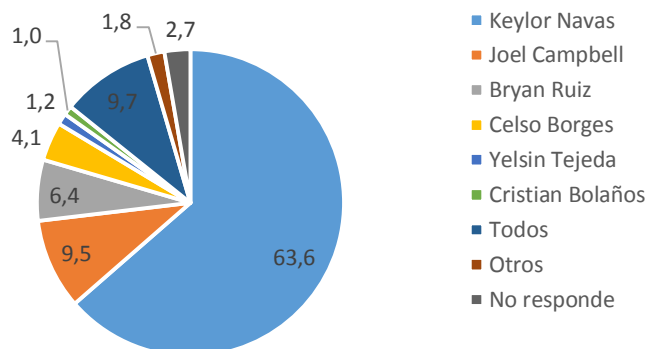
Nota: muestra de 514 aficionados(as) costarricenses que vieron partidos de la Selección de Costa Rica.

Fuente: Escuela de Estadística. Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 43. Módulo de la Selección de Costa Rica en el Mundial Brasil 2014. Agosto del 2014.

### 3.5 Opiniones sobre jugadores y entrenador

A la pregunta sobre el mejor jugador de Costa Rica en el mundial, el 63,6% respondió que fue el portero Keylor Navas, seguido a la distancia por Joel Campbell (9,5%), Bryan Ruiz (6,4%) y Celso Borges (4,1%) (Gráfico 9). La respuesta “todos” fue dada por el 9,7% de los aficionados.

**Gráfico 9**  
Opinión de los aficionados costarricenses sobre el mejor jugador de la Selección Nacional durante el mundial  
(Distribución porcentual)



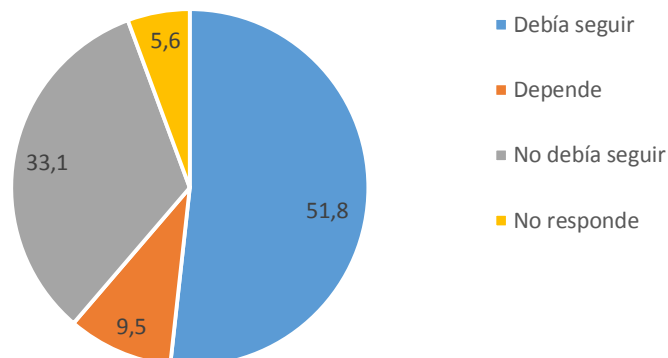
Nota: muestra de 514 aficionados(as) costarricenses que vieron partidos de la Selección de Costa Rica.

Fuente: Escuela de Estadística. Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 43. Módulo de la Selección de Costa Rica en el Mundial Brasil 2014. Agosto del 2014

Estos datos revelan que el portero Navas superó por mucho la preferencia de los aficionados. Ser elegido en tres de los encuentros como el mejor jugador del partido, detener un penal contra Grecia, su postulación al guante de oro (mejor arquero del mundial) y la efervescencia que vivió el país por su contratación con el Real Madrid (martes 5 de agosto) son muestras de la admiración que despertó su participación en el evento mundialista. Sin embargo, debe mencionarse que este resultado no desmerita de ninguna manera el papel que desarrollaron los demás jugadores de Costa Rica, quienes fueron calificados como “héroes” a su llegada al país. Básicamente, el resultado indica que hay coincidencia en el jugador que más despertó el reconocimiento de los aficionados.

Por otra parte, se preguntó la opinión acerca de si Jorge Luis Pinto debía seguir o no debía seguir como entrenador de la Selección Nacional. Las respuestas muestran que el 51,8% opinó que debía seguir y 33,1% dijo que no debía seguir (Gráfico 10). Sobre este tema debe mencionarse que cuando la Federación Costarricense de Fútbol (Fedefútbol) hizo la conferencia de prensa para anunciar que Pinto no continuaría (24 de julio), el técnico expresó las disconformidades que lo llevaron al fracaso de las negociaciones con la Fedefútbol. Esto conmocionó a la afición, particularmente por las razones que expresó el mismo entrenador acerca de su retiro y las declaraciones que en su contra hicieron miembros del cuerpo técnico y algunos jugadores. El resultado muestra que, al menos en agosto, el apoyo hacia Pinto era importante entre los seguidores de la Selección. Estos resultados no mostraron diferencias por sexo, edad, educación o tipo de aficionado.

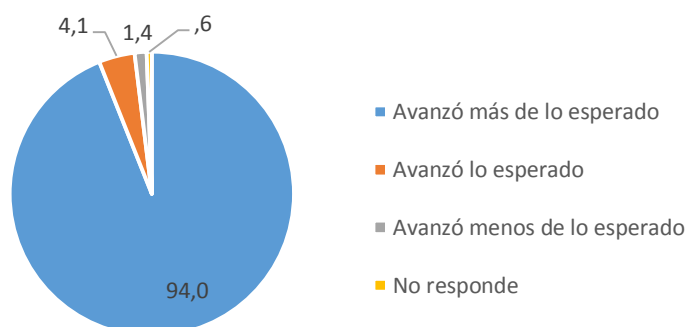
**Gráfico 10**  
**Porcentaje de aficionados costarricenses que considera que Jorge Luis Pinto debía o no debía seguir como entrenador de la Selección Nacional**  
**(Distribución porcentual)**



Nota: muestra de 514 aficionados(as) costarricenses que vieron partidos de la Selección de Costa Rica.  
 Fuente: Escuela de Estadística. Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 43. Módulo de la Selección de Costa Rica en el Mundial Brasil 2014. Agosto del 2014.

Finalmente, se solicitó a los aficionados comparar lo que pensaba antes del mundial y lo que sucedió con Costa Rica durante el evento, para preguntar si la Selección avanzó más o menos de lo esperado. Al respecto, el 94,0% respondió que avanzó más de lo esperado, lo que demuestra que la faena realizada por Costa Rica superó las expectativas que tenían los aficionados al principio de la jornada mundialista (Gráfico 11).

**Gráfico 11**  
**Opinión de los aficionados costarricenses acerca de si la Selección Nacional avanzó más o menos de lo esperado<sup>1</sup> en el mundial**  
**(Distribución porcentual)**



<sup>1</sup> La pregunta concreta fue: Comparando lo que Usted pensaba antes de Imundial y lo que sucedió con la Selección Nacional. ¿Diría que la Sele avanzó más o menos de lo esperado?

Nota: incluye 514 aficionados(as) costarricenses que vieron partidos de la Selección de Costa Rica.  
 Fuente: Escuela de Estadística. Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 43. Módulo de la Selección de Costa Rica en el Mundial Brasil 2014. Agosto del 2014.



#### 4. REFLEXIONES

No hay duda que el mundial de Brasil 2014 motivó de sobremanera a los aficionados costarricenses. El júbilo mostrado se conoce al saber que el 76% de quienes son el principal sostén económico de los hogares dio seguimiento al mundial, magnitud similar se enteró todos los días o casi todos los días de lo que sucedía, una cifra parecida vio o escuchó los cinco partidos que disputó la selección y más del 60% reportó que habían comprado bebidas, comidas, vestimenta y otros artículos para disfrutar los partidos.

Sobre estos resultados existen varios detalles que pueden comentarse. Quizá, el primero que vale mencionar es que la algarabía vivida en la época mundialista se dio posterior a un cambio de gobierno. Esto se menciona porque después de muchos años de alternarse el poder los dos partidos tradicionales del país (el PLN y el PUSC), un candidato prácticamente desconocido a principios de la campaña electoral y perteneciente a uno de los partidos que rompió con el bipartidismo (PAC), Luis Guillermo Solís Rivera, ocupó la silla presidencial en mayo del presente año. Aunque los entretelones de esta situación son de interés desde muchas perspectivas, lo cierto es que esa elección resultó después de una amplia participación ciudadana y los costarricenses en ese momento vieron renovadas sus esperanzas por el país ante la nueva administración. Esto significa que el ánimo de los costarricenses ya era alto previo al mundial y que la motivación se vio reforzada por el inicio del mundial Brasil 2014 (al siguiente mes, en junio) debido a la destacada participación de Costa Rica que culminó con las festividades del martes 8 de julio con el arribo de los seleccionados al país. Por esta razón, puede decirse que gran parte del pueblo costarricense vivió el primer semestre del 2014 celebrando victorias históricas.

Un segundo aspecto a comentar es que buena parte de los aficionados sufrió un impacto inesperado el 24 de julio por la forma en que se produjo la salida del entrenador Jorge Luis Pinto. Las revelaciones que en torno al tema expresó el entrenador y las réplicas que dieron los integrantes del cuerpo técnico de la Selección, así como algunos jugadores, acapararon los medios de comunicación, incluyendo por supuesto las redes sociales. Independientemente de quien haya tenido o no la razón, lo cierto es que probablemente esta situación disminuyó el ánimo de los aficionados de celebración, reflejado en el 55% que en agosto apoyaba la continuación de Pinto en la tricolor.

Un tercer comentario es que, inmediatamente después de la situación que se vivió con Pinto, los aficionados costarricenses volcaron su mirada hacia el portero de la Selección Keylor Navas, quien después de muchos días de espera, finalmente fue contratado por el equipo del Real Madrid de España (5 de agosto). Esto hizo brotar nuevamente la euforia de los aficionados, ante el orgullo de ver a uno de sus seleccionados en uno de los clubes de fútbol más destacados del mundo. Estos dos últimos eventos evocan a lo que sucede en las telenovelas, en las que abunda la alegría y la tristeza, las dolorosas despedidas y los sueños hechos realidad.

De lo anterior, vale retomar un cuarto aspecto a comentar, pues lo cierto es que la Selección Nacional de fútbol conmocionó al país, despertando el patriotismo y el orgullo de ser costarricense. Este tiene que ver con la identificación que expresaron los costarricenses hacia la Selección Nacional y el patriotismo que despertó. Los aficionados lo expresaron en su vestimenta, con camisetas y gorras alusivas a los colores patrios, así como en las celebraciones que se vivieron en todo lugar, donde las banderas, cornetas y otros artículos acompañaron a los aficionados. Todo indica que estas expresiones de patriotismo, que despertaron sin duda el orgullo de ser costarricenses, fueron ampliamente canalizadas por la Selección Nacional.

Un penúltimo comentario es sobre el fútbol en familia, pues debe comentarse que la gran mayoría de los aficionados vio los partidos de la Selección en la casa donde vive, acompañado principalmente de familiares y amigos. Es claro que esto se explica principalmente porque tres de los partidos se jugaron durante el fin de semana y dos en días laborales. Sin embargo, debe tomarse en cuenta que los aficionados tenían la libertad de escoger el sitio y con quiénes ver los partidos de la Sele en el mundial. De todas maneras, esto muestra que el fútbol también invita a compartir con las personas más allegadas en un ambiente de celebración y es probable que el 20% de aficionados temporales que decidieron unirse a seguir los partidos de Costa Rica haya contribuido a una mayor unión familiar en esos días de mundial. No obstante, y aunque la encuesta no lo indagó, debe tomarse en cuenta que también fue evidente que esta misma situación se tornó en agresiones, principalmente contra las mujeres, lo que motivó una campaña conjunta del INAMU, jugadores y miembros de la Fedefútbol a emitir mensajes para prevenir estas situaciones.

Por último, y no por ser menos importante, cabe resaltar el que más mujeres que hombres se sumaron como aficionados temporales al mundial. Si bien es cierto que los hombres son más aficionados tradicionales al fútbol, el que las mujeres se hayan incorporado temporalmente en magnitudes importantes a darle seguimiento al evento mundialista significa que ellas también compartieron la euforia y la algarabía que despertó la participación de Costa Rica, sumándose además a la identificación con los colores patrios y al orgullo de ser costarricenses.

**ANEXO: BRASIL 2014**

SD30	¿Es Usted costarricense? <i>SI DICE "NO" PREGUNTE LA NACIONALIDAD</i>	1. SI	2. NO, NICARAGUENSE	3. NO, COLOMBIANO(A)	4. NO, CUBANO(A)	8. OTRA	<b>PASE A RM2</b>
FT1	Ahora un tema diferente. ¿Se considera Usted una persona que por lo general ha sido aficionada al fútbol?	1. SI	2. NO				
FT2	Hablando del mundial de fútbol en Brasil. ¿Vio o escuchó alguno de los partidos del mundial?	1. SI	2. NO ( <b>PASE A RM2</b> )				
FT3	En general ¿Con qué frecuencia se enteró de lo que sucedía en el mundial de fútbol? ¿Diría que se enteró ( <b>LEA ALTERNATIVAS</b> )	1. Todos los días 2. Casi todos los días 3. De vez en cuando 4. Casi nunca 5. Solo cuando jugaba la Sele					

	¿Se enteró de lo que sucedía en el mundial por medio de...	SI	NO	NR
FT4	...la radio?	1	2	9
FT5	...la prensa escrita?	1	2	9
FT6	...canales de televisión nacional?	1	2	9
FT7	...canales de televisión extranjeros?	1	2	9
FT8	...las redes sociales (Facebook, Twitter)?	1	2	9
FT9	...periódicos o noticias digitales por internet?	1	2	9

FT10	¿Vio o escuchó alguno de los partidos de la Selección Nacional?	1. SI ( <b>PASE A FT12</b> )	2. NO			
FT11	¿Por qué no escuchó ni vio los partidos de la Sele?	1. POR TRABAJO 2. POR ENFERMEDAD 3. NO ME GUSTA FÚTBOL 8. OTRO (ESPECIFIQUE):_____ 9. NR <b>PASE A RM2 CON CUALQUIER RESPUESTA</b>				
FT12	De los partidos que jugó la Sele ¿cuántos vio o escuchó?	<b># DE PARTIDOS</b>				<b>9=NO RECUERDA</b>
FT13	¿Dónde vio o escuchó los partidos de la Sele? ( <b>INDAGUE Y PUEDE MARCAR VARIAS</b> )	1. EN SU CASA 2. EN OTRA CASA 3. EN EL TRABAJO/DONDE ESTUDIA 4. EN UN NEGOCIO (BAR, REST) 5. EN SITIO PÚBLICO (CALLE, PARQUE, ETC) 8. OTRO (ESPECIFIQUE):_____ 9. NR				
FT14	¿Con quién compartió los partidos de la Sele? ( <b>INDAGUE Y PUEDE MARCAR VARIAS</b> )	1. SOLO 2. FAMILIARES 3. AMIGOS(AS) 4. COMPAÑEROS(AS) DE ESTUDIO O TRABAJO 5. DESCONOCIDOS 8. OTRO (ESPECIFIQUE)_____ 9. NR				

	¿Usted y las personas que lo(a) acompañaron ¿qué productos compraron para apoyar en los partidos de la Sele?	SI	NO	NR
FT15	¿Camisetas de la Sele?	1	2	9
FT16	¿Banderas de Costa Rica?	1	2	9
FT17	¿Cornetas?	1	2	9
FT18	¿Sombreros?	1	2	9
FT19	¿Comida o bocadillos?	1	2	9
FT20	¿Refrescos?	1	2	9
FT21	¿Algún tipo de licor?	1	2	9
FT22	¿Compraron en su casa algún televisor pantalla plana para ver los partidos de la Sele?	1	2	9

FT23	Sin tomar en cuenta a la Selección de Costa Rica ¿cuál era su selección favorita en el mundial?	1. ALEMANIA 2. ESPAÑA 3. HOLANDA	4. ITALIA 5. FRANCIA 6. BRASIL	7. ARGENTINA 8. CHILE 9. COLOMBIA 88. OTRA (ESPECIFIQUE) _____	98. NINGUNA 99. NR
FT24	En su opinión ¿cuál fue la selección que más lo(a) decepcionó en el mundial?	1. ESPAÑA 2. ITALIA 3. INGLATERRA	4. FRANCIA 5. BRASIL 6. ARGENTINA	7. PORTUGAL 8. BÉLGICA 88. OTRO (ESPECIFIQUE) _____	98. NINGUNA 99. NR
FT25	¿Cree Usted que la Selección de Alemania fue el justo ganador de la copa mundial?			1. SI                      2. NO                      9. NR	
FT26	Hablando específicamente de la Selección Nacional. Para Usted ¿quién fue el mejor jugador de la Sele en el mundial?	1. KEYLOR NAVAS 2. CELSO BORGES 3. BRYAN RUIZ 4. JOEL CAMPBELL	5. JUNIOR DÍAZ 6. CHRISTIAN BOLAÑOS 7. YELTSIN TEJEDA	8. GIANCARLO GONZÁLEZ 9. MICHAEL UMAÑA 10. CRISTIAN GAMBOA	11. OSCAR DUARTE 88. OTRO (ESPECIFIQUE) 98. TODOS 99. NR
FT27	¿En su opinión Jorge Luis Pinto debía o no debía seguir como entrenador de la Selección Nacional?			1. SI                      2. DEPENDE                      3. NO                      9. NS/NR	
FT28	Comparando lo que Usted pensaba antes del mundial y lo que sucedió con la Selección Nacional. ¿Diría que la Sele avanzó más o menos de lo esperado?				
		1. AVANZÓ MENOS                      2. AVANZÓ LO ESPERADO                      3. AVANZÓ MÁS                      9. NR			
FT29	Debido a los triunfos de la Sele ¿participó en alguna de las celebraciones realizadas en las calles o sitios públicos del país?			1. SI                      2. NO                      9. NR	