El Fútbol en CCA

Especial Mundial Rusia 2018

Proporcionado por SmartBus® CCA

CCA – Caribe y Centro América, Noviembre 2017

© 2017 Ipsos. All rights reserved. Contains Ipsos' Confidential and Proprietary information and may not be disclosed or reproduced without the prior written consent of Ipsos.

Fútbol: a calentar el ambiente!

Presentamos en esta edición los resultados de la cuarta Ola del SmartBus, el primer proyecto regional que **se realiza de forma *online***, en simultáneo en 8 países en Caribe y Centro América. Esta vez incluimos un set de preguntas dedicadas al tema que nos tuvo en vilo hace unos pocos días, y que seguramente detendrá por todo un mes el ritmo habitual de nuestras actividades.

Destaca Panamá con fuerte afición hacia el fútbol confirmando esto cuatro de cada cinco entrevistados. Luego aparecen los fanáticos de El Salvador y Honduras y en cuarto lugar, al mismo nivel de Guatemala, los hinchas de Costa Rica. Consecuentemente con lo aquí expresado, el hincha panameño, quien verá por primera vez a su selección en el Mundial, confirma sensaciones positivas hacia su selección (esperanza, orgullo, alegría). No sucede lo mismo con el hincha Tico, que confiesa tener **sentimientos encontrados** (e incluso indiferencia). Sin embargo, vivieron muchas alegrías en el pasado certamen y confían (bastante por encima de los panameños) que su equipo logrará pasar a la segunda ronda.

FICHA TÉCNICA

Ipsos Public Affairs

Metodología

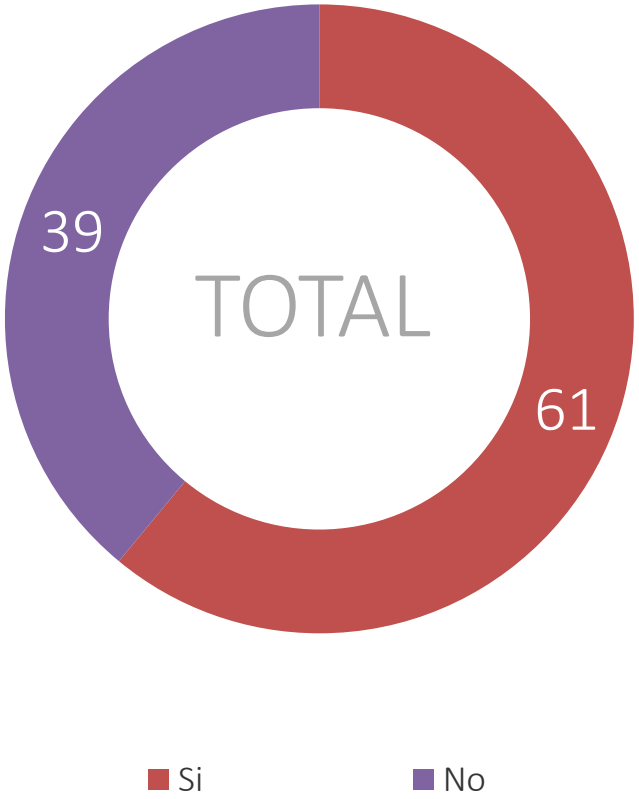
SmartBus® es un estudio compartido en el que los participantes reciben sus preguntas de forma confidencial, en concordancia con las normas de ética del código de CCI-ESOMAR. Se aplica simultáneamente y de forma online en los siguientes países de Caribe y Centro América – CCA: Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Panamá, Puerto Rico y República Dominicana.

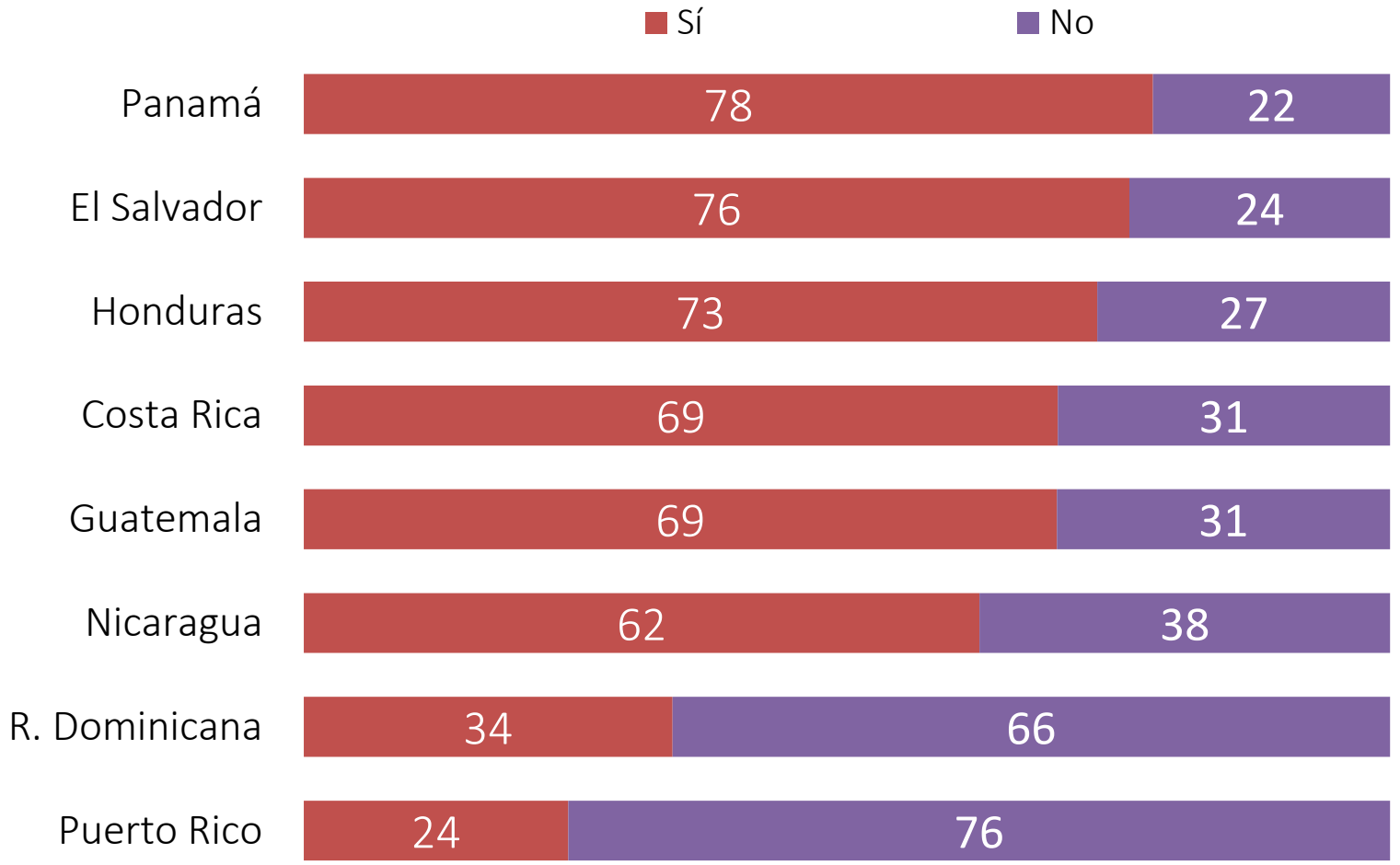
- Universo: Compuesto por personas que usaron internet en los pasados 6 meses, individuos mayores de 18 años de ambos géneros y todas las clases sociales.
- Muestra: *Ipsos Interactive Services – IIS* es nuestro socio en este proyecto y cuenta con paneles de usuarios de internet en todos los países incluidos en el proyecto.
- **Tamaño de la muestra:** Se plantearon 200 casos por país. La muestra se completó en todos ellos salvo en Puerto Rico, en donde prevalecen las dificultades en la provisión de servicios básicos. Al final se obtuvieron 1,508 entrevistas que se realizaron de forma *online*. La muestra fue aleatoria y probabilística.
- **Margen de error:** El margen de error para los resultados totales es de ± 2.5%, considerando un nivel de confianza del 95% y la máxima dispersión de los resultados (p/q = 1).
- Ponderación de resultados: Se ponderaron los resultados para garantizar la adecuada representación a nivel país, según población, género y edad.

Afición al fútbol

¿Es usted aficionado al fútbol, o no?

Ipsos Public Affairs





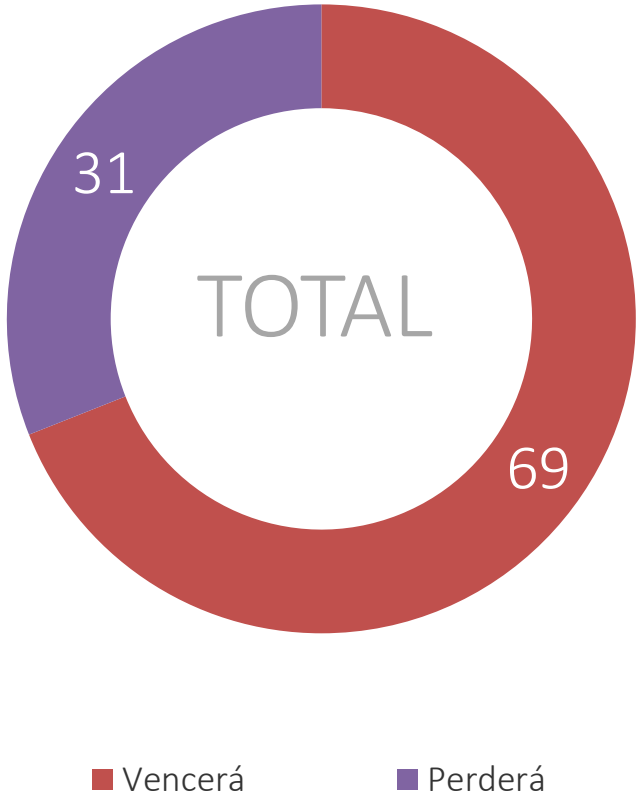
Base: *Costa Rica (200), El Salvador (200), Guatemala (201), Honduras (200), Nicaragua (201), Panamá (200), Puerto Rico (106) y República Dominicana (200)*

Datos en %, ponderados según población, género y edad

Pronóstico antes del repechaje con Australia

Ipsos Public Affairs

¿Cree usted que Honduras vencerá a la selección de Australia en el repechaje e irá al Mundial de Rusia o cree que perderá?



La confianza entre los hondureños no fue absoluta. Sólo 2 de 3 pensaban que podían clasificar. Al final, la tercera parte que dijo que perderían, acertó.

Base: *Honduras (200)*

Datos en %, ponderados según población, género y edad

Expectativas con la selección

Ipsos Public Affairs

¿Cómo cree que le irá a la selección en el Mundial de Rusia 2018?

Pasará la primera ronda?... Mayor es el optimismo entre los Ticos

47%

32%

Base - *Costa Rica (200), Panamá (200)*

Datos en %, ponderados según población, género y edad

Sentimientos que genera la selección

Ipsos Public Affairs

*¿Qué sentimiento le genera en éstos momentos el Fútbol de **Panamá**?*

Esperanza 45%

Orgullo 20%

Alegría 15%

Sentimientos encontrados 14%

***Base -** Panamá (200)*

Datos en %, ponderados según población, género y edad

Sentimientos que genera la selección

Ipsos Public Affairs

*¿Qué sentimiento le genera en éstos momentos el Fútbol de **Costa Rica**?*

Sentimientos encontrados 26%

Espezanza 19%

Indiferencia 16%

Desilusión 15%

***Base -** Costa Rica (200)*

Datos en %, ponderados según población, género y edad

Sentimientos que genera la selección

Ipsos Public Affairs

¿Qué sentimiento le genera en éstos momentos el Fútbol…? ***(en países no clasificados)***

Esperanza
36%
*Honduras**

Desilusión
26%
El Salvador

Desilusión
32%
Guatemala

Esperanza
46%
Nicaragua

Esperanza
26%
Puerto Rico

Esperanza
45%
Dominicana

** - La encuesta se realizó antes del partido con Australia, en que fueron eliminados*

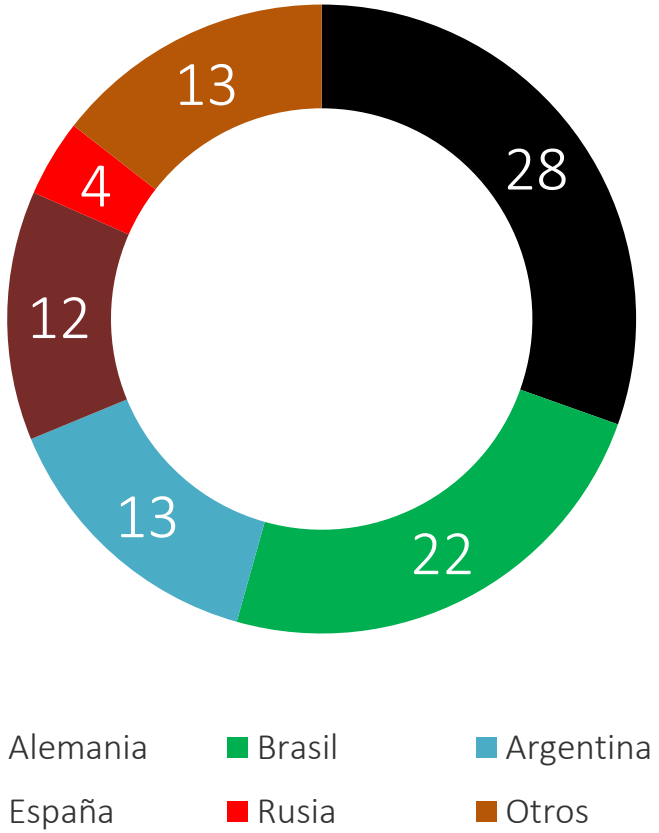
Datos en %, ponderados según población, género y edad

Base: *Costa Rica (200), El Salvador (200), Guatemala (201), Honduras (200), Nicaragua (201), Panamá (200), Puerto Rico (106) y República Dominicana (200)*

¿Quién será el campeón?

Ipsos Public Affairs

¿Qué país cree que ganará el Mundial de fútbol de Rusia 2018?



Base: *Costa Rica (200), El Salvador (200), Guatemala (201), Honduras (200), Nicaragua (201), Panamá (200), Puerto Rico (106) y República Dominicana (200)*

Datos en %, ponderados según población, género y edad

GAME CHANGERS

FIFA WORLD CUP
RUSSIA 2018

CONTACTO:

Luis Garay
CCA Director Public Affairs

luis.garay@ipsos.com
+(507) 370-0100 x 254

ACERCA DE IPSOS

Tercera empresa de investigación de mercados más grande del mundo, Ipsos es una compañía independiente, controlada y administrada por profesionales desde su fundación en Francia en 1975.

Ipsos cuenta con oficinas en 87 países, tiene más de 16,000 empleados fijos y realiza estudios en más de 100 países a través de sus cinco áreas de especialización: publicidad y medios, lealtad y satisfacción, marketing, opinión pública y estudios sindicados.

Ipsos cotiza en la Bolsa de París desde 1999 y tuvo ventas por más de 1,600 millones de Euros en el 2014.

ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP

www.ipsos.com

GAME CHANGERS

En Ipsos somos curiosos apasionados de las personas, los mercados, las marcas y la sociedad.

Hacemos que nuestro mundo cambiante sea más fácil y rápido de navegar e **inspiramos** a nuestros clientes a tomar decisiones más inteligentes.

Evaluamos el potencial del mercado e interpreta sus tendencias. Desarrollamos y construimos marcas. Colaboramos con nuestros clientes para que construyan relaciones a largo plazo con sus usuarios o consumidores. Evaluamos los resultados de los estudios de publicidad y audiencia de diversos medios de comunicación y medimos la opinión pública en todo el mundo.

Gracias a los mejores profesionales de la industria, entregamos seguridad, rapidez, simplicidad y sustancia.

Somos ejecutores del cambio. “GAME CHANGERS” – nuestro lema – resume nuestra ambición.