



La Sele genera identidad, pero también consumo... y empleo

Ya sea por la sensación de vivir con comodidad y algarabía el sentimiento de identidad nacional, o por seguir la norma del consumo que genera una clasificación al mundial: la posible participación de "La Sele" aumenta el consumo y el empleo. Laura Rodríguez Rodríguez

El aumento de las compras, motivado por una eventual clasificación al Mundial, abriría fuentes temporales de trabajo

16 MAY 2022 Economía

¿Por qué impulsan tanto al consumo los buenos resultados que puede tener la Selección Nacional? El docente de la EAN y especialista de [Mercadeo en Contextos Deportivos](#), [Francisco Navarro](#), asegura que hay dos explicaciones desde la teoría: la primera es que la **identidad nacional se ve potenciada por medio del fútbol**, o sea, el sentir que formamos parte de un colectivo que tiene un deseo común: el triunfo de Costa Rica en los partidos que enfrente (sobre todo si es una Copa del Mundo). Es tan poderoso este sentimiento, que **lleva a la gente a adoptar actitudes y hasta sacrificios económicos** para disfrutarlo de la mejor forma posible.

El segundo tiene relación con un comportamiento social: **la norma**. Si la vecina o el compañero de trabajo gastan en un televisor, una transmisión HD o el uniforme oficial para ver los partidos, una persona verá como "normal" el hacer lo mismo. Es **una especie de acción en cadena**.

Navarro explica que en el caso de la Selección aplica el concepto de *Brand Fit* o **cómo calza una marca con el equipo y / o evento que se está patrocinando**. Comenta que algunas marcas tienen productos que calzan más con ese patrocinio y sus eventuales consumidores. Por ejemplo, la marca que patrocina los uniformes de la Federación tiene un *fit* perfecto, porque se asegura que recibirá ganancias sobre la inversión. Otras tal vez no tendrán una relación tan directa, pero igual terminan beneficiándose del consumo de la afición y de los buenos resultados de "La Sele".

Experto Francisco Navarro, investigador de la Escuela de Administración de Negocios: la Selección Nacional como motor de consumo y empleo

Todo lo anterior repercute en una **mayor demanda de productos y servicios ligados a la Selección Nacional** y, por lo tanto, mayor necesidad de contratación de personal en esas empresas o, cuando menos, más dinero para incrementar la planilla y dar una mejor atención al cliente.

Navarro de hecho recordó que para el [Mundial Brasil 2014](#), [un estudio internacional](#) analizó el impacto de ese evento en el descenso del desempleo en varios países del mundo. Los resultados fueron reveladores: **la fiebre mundialista redujo, en promedio, un 5 % el desempleo** en los países analizados durante la competición.

De ese porcentaje, un 4 % volvió a estar desempleado al final del torneo, pero el 1 % **restante logró conservar ese trabajo**. Asegura que no hay manera de saber si ese 1 % hubiera podido conseguir un puesto laboral sin el "Efecto Mundial", pero lo que sí está claro es que el restante 4 % no hubiera podido obtener nunca ese empleo temporal.

Ahora bien, para conseguir estos efectos en la economía nacional es necesario que exista un "megaevento recurrente" (porque tienen una periodicidad definida). Es decir, **una actividad deportiva de gran alcance que la población espere con ansias**, porque genera identificación con la nacionalidad (independientemente si la persona vive dentro o fuera del país) y exposición de Costa Rica a nivel internacional, algo que no suele ocurrir con los partidos amistosos (especialmente si son contra rivales sin mucha calidad).

Todo se resume en **el consumo para aderezar la búsqueda de nuevas felicidades**, culminó Navarro: en el deseo de vivir otro clímax de alegría... a fin revivir recuerdos similares a los del inolvidable [junio de Brasil 2014](#), o [el verano italiano de 1990](#).



[Pablo Mora Vargas](#)
Periodista, Oficina de Divulgación e Información
pablo.moravargas@ucr.ac.cr

Etiquetas: [futbol](#), [mundial](#), [catar 2022](#), [la sele](#), [seleccion nacional](#), [costa rica](#), [empleo](#), [consumo](#), [consumismo](#).