



¿Hinchas de corazón?

Informe sobre el comportamiento de
los aficionados al fútbol en Ecuador

Wilson Nieto Aguilar | Andrés Luna Montalvo | Diego Melo Pérez



**Universidad
Israel**



Periodismo



Créditos

¿Hinchas de Corazón?

Informe sobre el comportamiento de los aficionados al fútbol en Ecuador

Autores

Wilson Nieto Aguilar
Andrés Luna Montalvo
Diego Melo Pérez

Autoridades

- **UNIVERSIDAD ISRAEL**

Rectora: PhD. Norma Molina Prendes

Vicerrectora: PhD. Erika Escobar

Jefe editorial: Msc. Paúl Baldeón Egas

- **CARRERA DE PERIODISMO – UDLA**

Directora: Dra. Yolanda Aguilar

Coordinadora: Msc. Gabriela Pallares

- **FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL – UCE**

Decano: Msc. Dimitri Madrid

Subdecana: Msc. María Eugenia Garcés

Directora de carrera: Msc. Cristina Benavides

- **CARRERA DE COMUNICACIÓN Y PERIODISMO – UTE**

Directora: Mgs. Johanna Naranjo García

Coordinadora de Investigación: Ph.D. Ana Vaca Tapia

ISBN: 978-9942-42-012-1



Diseño y diagramación

Erick Cárdenas Pavón
erick_carp90@icloud.com

Soporte técnico

MKTEC
www.win.com.ec

Los datos proporcionados en este estudio son de responsabilidad de los investigadores.

Índice

Presentación

Conformación de la muestra.....	1
Edad de los encuestados	2
Provincia a la que pertenecen los encuestados	3 - 5
Zona de residencia de los encuestados	6
Grado de formación de los encuestados	7
Tipo de ocupación de los encuestados	8
Ingreso mensual aproximado de los encuestados	9
Club de fútbol al que pertenece	10 - 13
Tipo de relación con el club	14
Razones por las que sigue a un club	15
Cambiaría de equipo de fútbol	16
Partidos de fútbol observados en el año	17 - 18
Calidad de la plantilla de su club	19 - 20
Rendimiento de su equipo	21 - 22
El equipo más antipático	23 - 25
Su segundo equipo	26 - 28
Al fútbol le gusta mirarlo o escucharlo en:	29
Autores	30 - 32

¿HINCHAS DE CORAZÓN?

Hinchas del fútbol en Ecuador: dinámicas de una relación inestable

El fútbol permite la construcción de diversas relaciones entre los hinchas y sus equipos, un tipo de relación que se marca de por vida y se transmite entre generaciones. La identificación y fidelidad con una institución deportiva hace que los seguidores se conviertan en aficionados, hinchas o socios; categorías que se configuran gracias a intereses distintos y diversas formas de apoyo, que se enmarcan desde lo emocional hasta lo económico. A lo largo del tiempo, las dinámicas de estas relaciones se transformaron y la cercanía de los aficionados fue mutando gracias a nuevas formas de conexión afectiva con una camiseta, esa relación simbólica que se hace evidente en la manera en la que los hinchas se vinculan con el “club de sus amores”.

“Se puede cambiar hasta de esposa o esposo, pero no de equipo” es una premisa posicionada en el deporte que buscaba graficar el fuerte vínculo entre una persona y su club. La tradición familiar e influencia de los padres eran las razones más fuertes para determinar los colores a los que se adscribía un aficionado. Sin embargo, hoy en día ya se puede hablar de un escenario distinto donde, pese a que todavía hay hinchas fieles, un grupo de simpatizantes no encuentra motivo de traición en el hecho de seguir a otro equipo. Es decir, hay quienes al “cambiar de camiseta” solo buscan una zona más confortable gracias a elementos como los títulos, por ejemplo.

Presentación

Otra característica del hincha es la rivalidad. No solo se sigue a un club por lo que representa, sino también por aquello a lo que confronta. Hay imaginarios que determinan antipatías, esas que generan antagonismos que muchas veces desenvocan en lo que se conoce como “clásicos”. Hay instituciones que provocan mayor hostilidad en los aficionados de otros equipos por diferentes razones y eso hace que se constituyan en clubes más resistidos. Por otro lado, están los equipos que se alejan de esta pugna y se ven como una posibilidad de acercamiento para aficionados que no encuentran en ellos una amenaza e incluso los miran con simpatía.

El presente estudio ha buscado recopilar información que permita identificar el grado de compromiso y fidelidad de los aficionados de la provincia de Pichincha

con ese club al que dicen seguir y, además, las características de dichas relaciones. Mediante encuestas desarrolladas en los cantones Quito y Rumiñahui, se logró una recopilación de datos que permitieron actualizar información sobre el porcentaje de seguidores que tienen los equipos del fútbol ecuatoriano y definir la manera en la que los apoyan estos “nuevos hinchas”, aquellos que construyen diferentes formas de seguir las competencias en las que participan los clubes; algo que cambió con el tiempo y ya no se establece como una relación que solamente se puede dar en el estadio: ahora entran en juego los medios de comunicación y nuevas posibilidades de consumo en la web.

1

Conformación de la muestra

HOMBRES



1818

57,51%

MUJERES

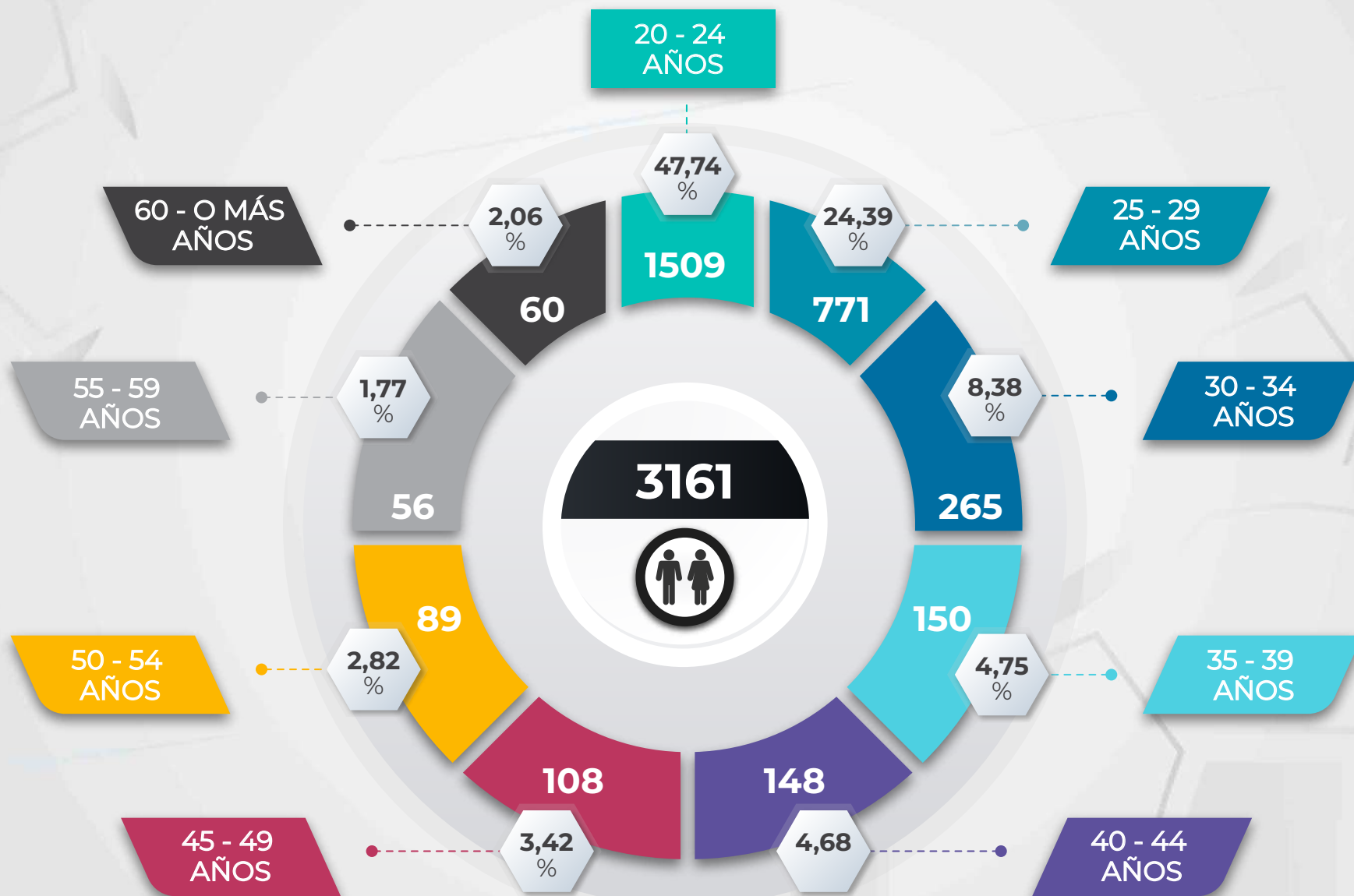


1343

42,49%

3161
PERSONAS

2 Edad de los encuestados



3

Provincia a la que pertenecen los encuestados

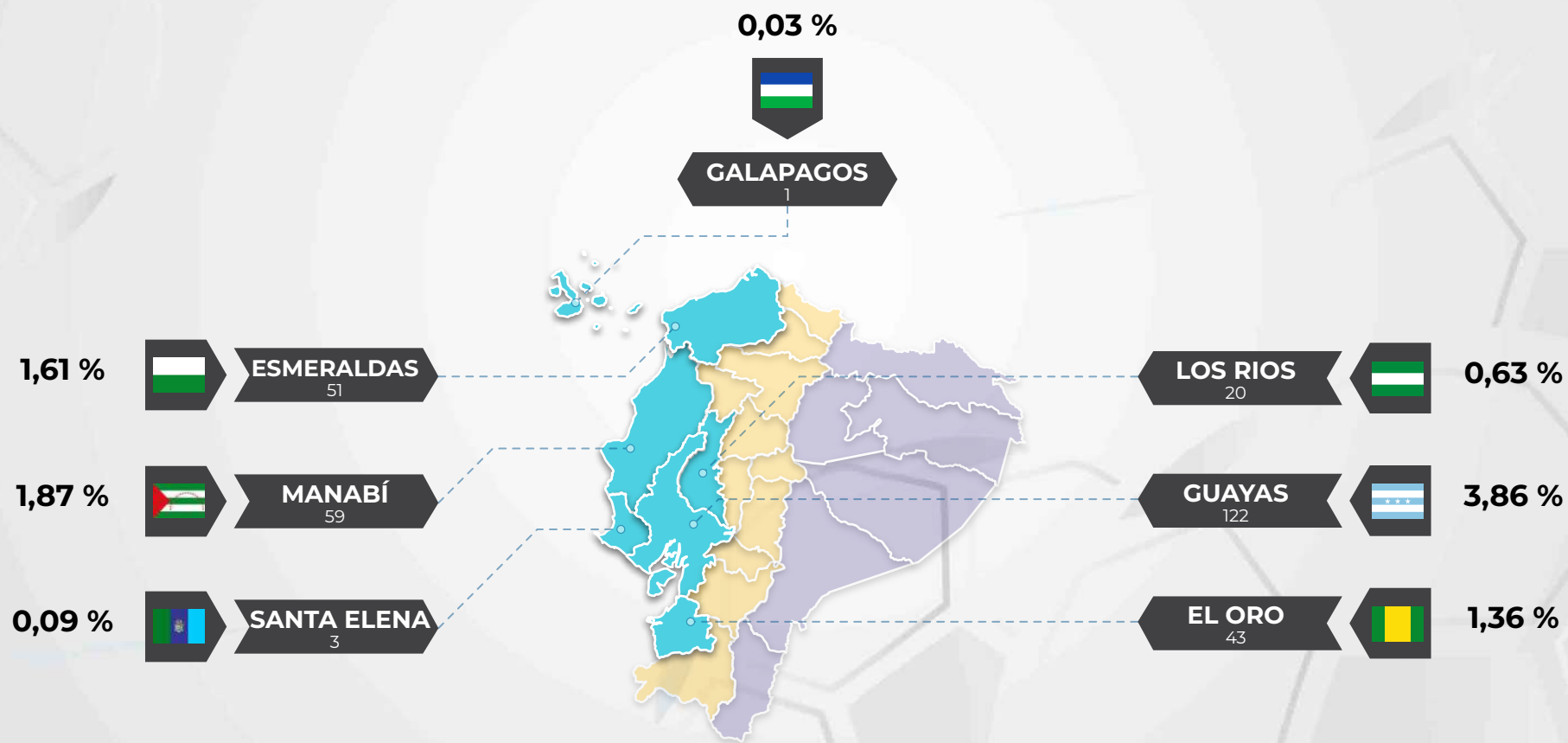
REGIÓN SIERRA



3

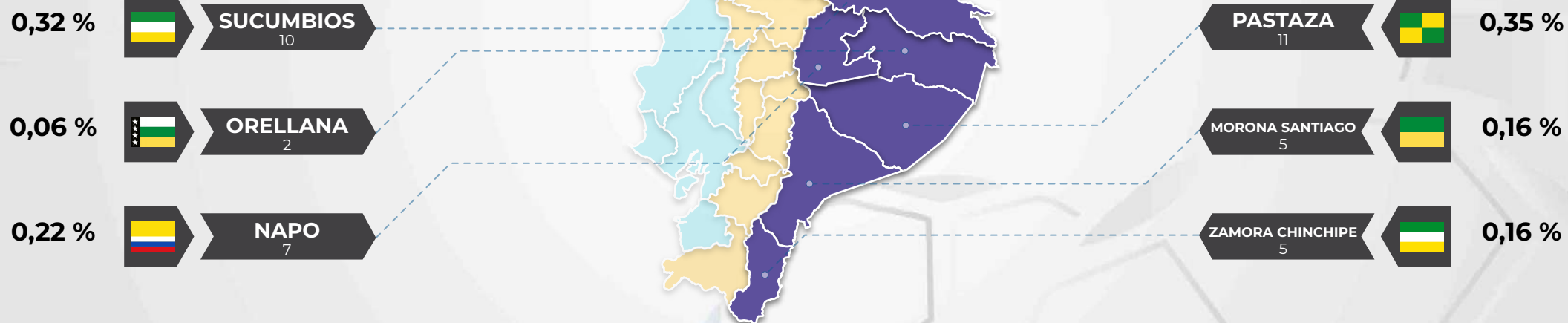
Provincia a la que pertenecen los encuestados

REGIÓN COSTA E INSULAR



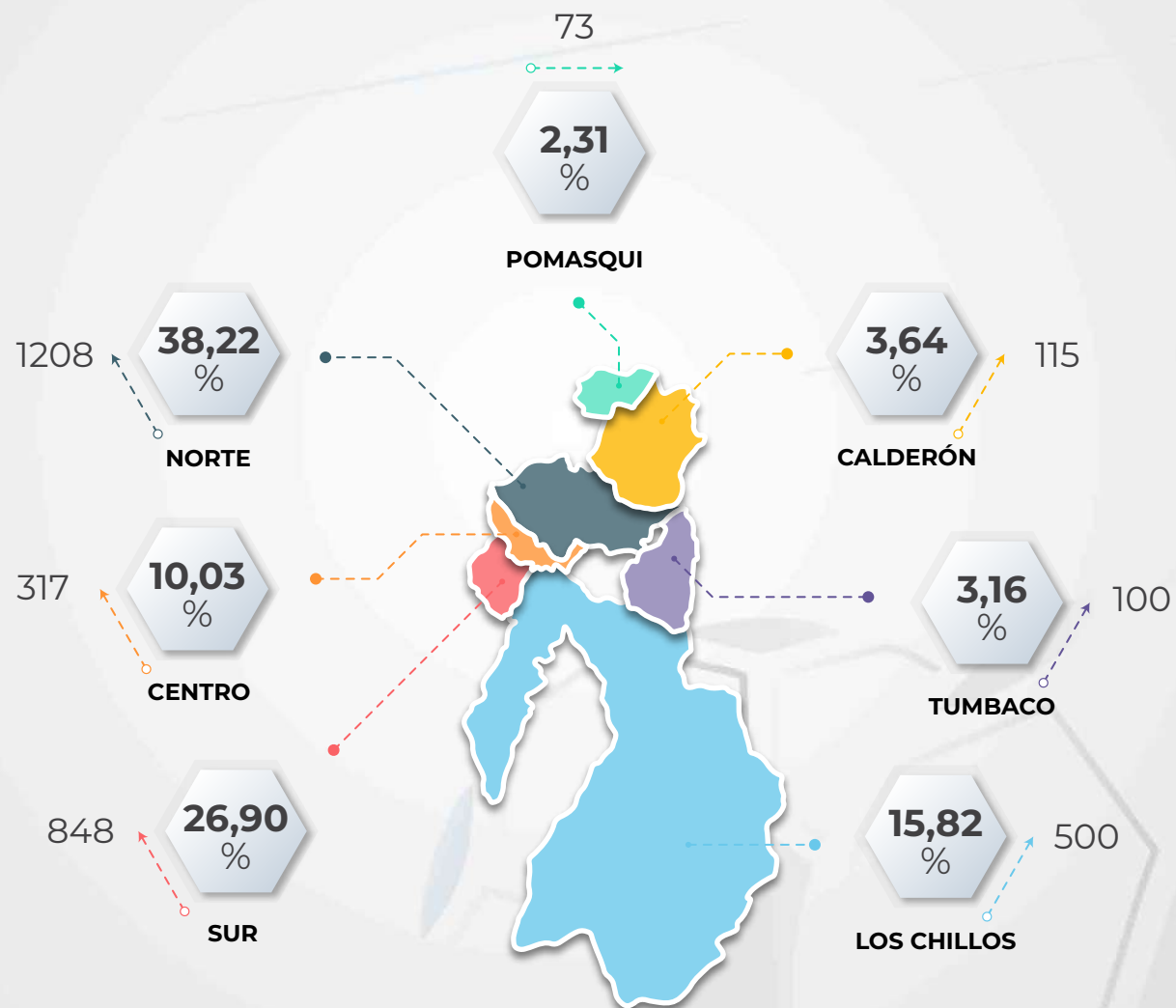
3 Provincia a la que pertenecen los encuestados

REGIÓN AMAZÓNICA



4

Zona de residencia de los encuestados



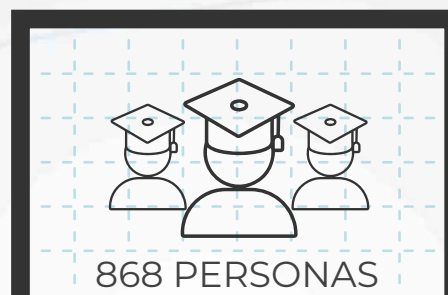
5 Grado de formación de los encuestados

PRIMARIA



2,47%

SECUNDARIA



27,46%

UNIVERSIDAD



66,21%

MAESTRÍA



2,88%

PHD



0,98%

6

Tipo de ocupación de los encuestados

ESTUDIANTE

1514

47,90%**EMPLEADO PRIVADO**

959

30,34%**EMPLEADO PÚBLICO**

329

10,41%**DESEMPLEADO**

138

4,37%**AMA DE CASA**

124

3,92%**FUERZAS ARMADAS Y
POLICIALES**

62

1,96%**JUBILADO**

35

1,11%

7

Ingreso mensual aproximado de los encuestados



\$400 - \$500

22,11%

★★★★★ 699 PERSONAS



\$501 - \$1000

32,49%

★★★★★ 1027 PERSONAS



\$1001 - \$1500

26,76%

★★★★★ 846 PERSONAS



\$1501 - \$2000

11,36%

★★★★★ 359 PERSONAS



\$2001 - EN ADELANTE

7,28%

★★★★★ 230 PERSONAS

8 Club de fútbol al que pertenece

LIGA DEPORTIVA
UNIVERSITARIA



BARCELONA S.C.



C.D. EL NACIONAL



C.S. EMELEC



DEPORTIVO QUITO



S.D. AUCAS

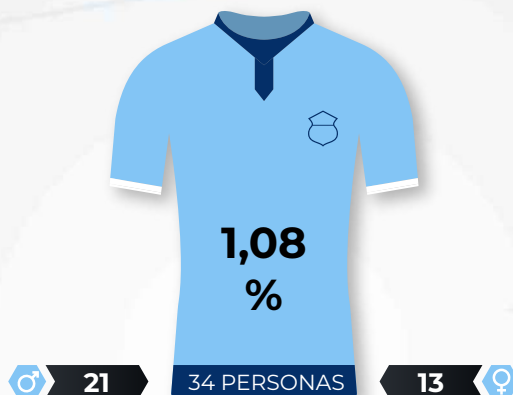


8 Club de fútbol al que pertenece

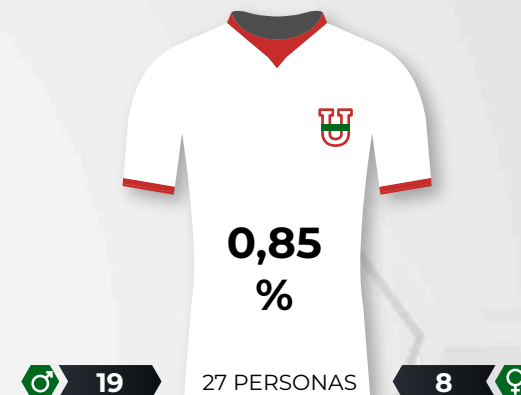
INDEPENDIENTE
DEL VALLE



MACARÁ



LIGA DE
LOJA



DEPORTIVO CUENCA



UNIVERSIDAD CATÓLICA



CENTRO DEPORTIVO OLMEDO



8 Club de fútbol al que pertenece

TÉCNICO
UNIVERSITARIO



ESPOLI



DELFIN SPORTING CLUB



MANTA FÚTBOL CLUB



MUSHUC RUNA



CLUB DEPORTIVO AMÉRICA

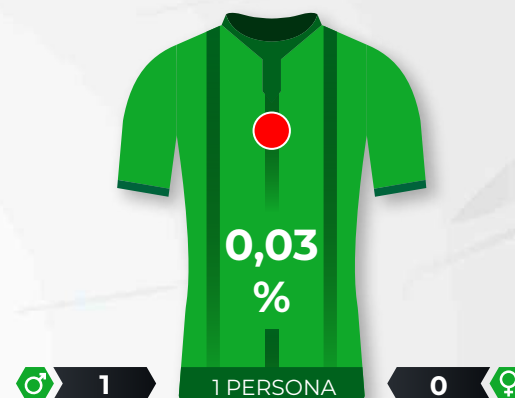


8 Club de fútbol al que pertenece

GUAYAQUIL CITY



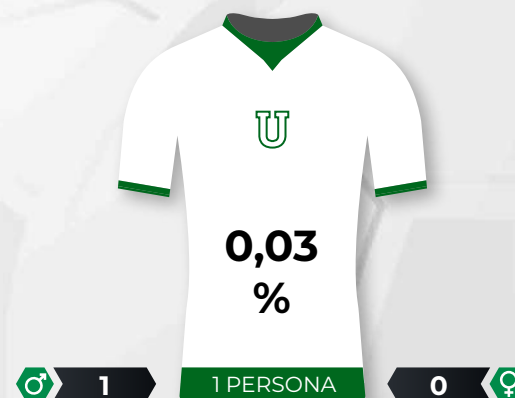
DEPORTIVO AZOGUES



CLUB ÑAÑAS

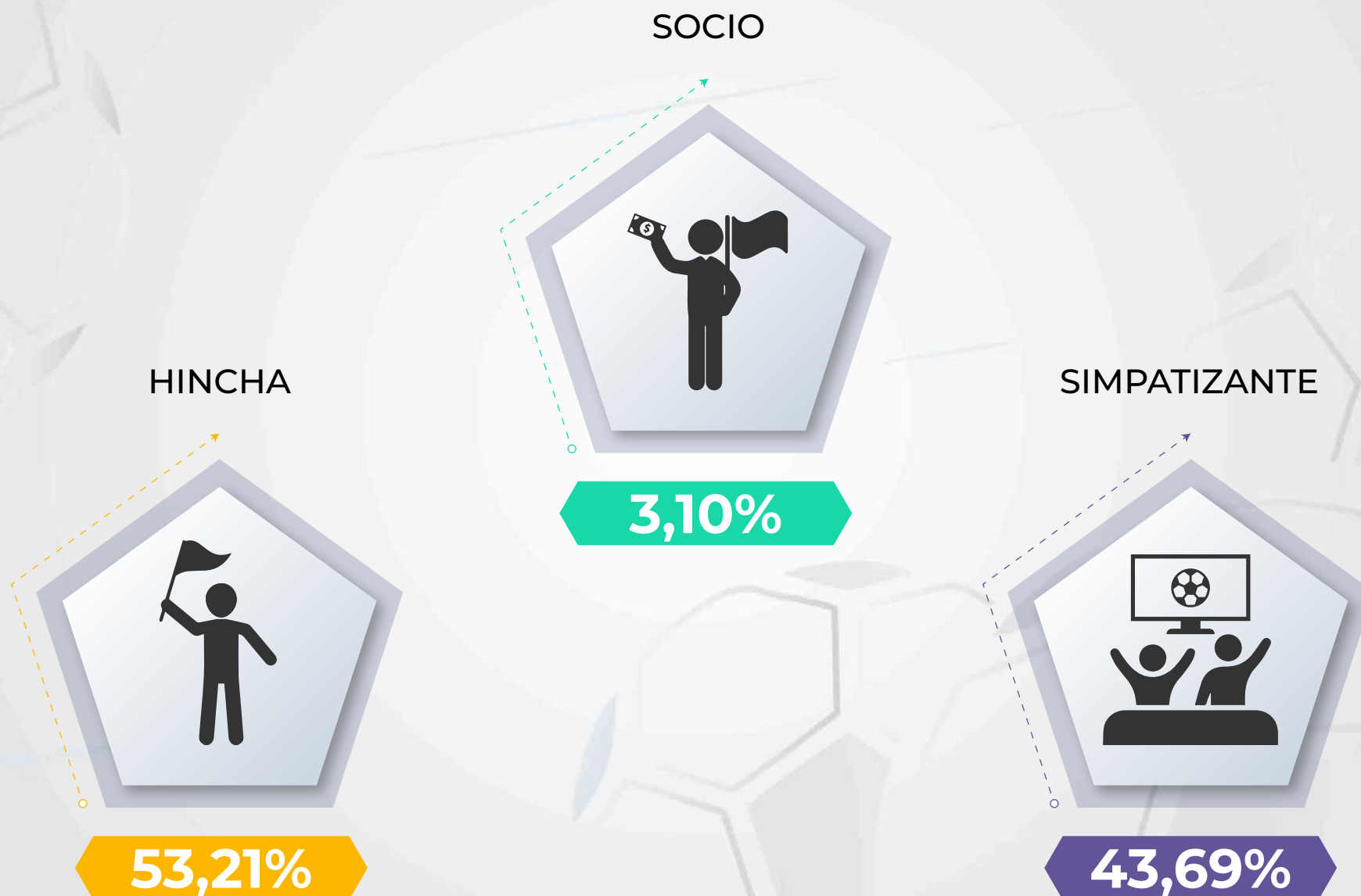


LIGA DE PORTOVIEJO



9

Tipo de relación con el club



10

Razones por las que sigue a un club

LOGROS
DEPORTIVOS



20,69%

TRADICIÓN
FAMILIAR



20,56%

INFLUENCIA DE
LOS PADRES



14,87%

INFLUENCIA DE
AMIGOS



9,90%

JUGADORES
DEL EQUIPO



6,42%

EL UNIFORME DEL
EQUIPO (COLORES)



5,31%

INFLUENCIA DE
PRIMOS



4,78%

INFLUENCIA DE
ABUELOS



4,75%

INFLUENCIA DE
TÍOS



4,59%

EQUIPO
DE MODA



4,40%

CREDIBILIDAD EN
LOS DIRECTIVOS



2,75%

INFLUENCIA DE
PERIODISTAS



0,98%

11

Cambiaría de equipo de fútbol



♂ 351

20,09%

284 ♀

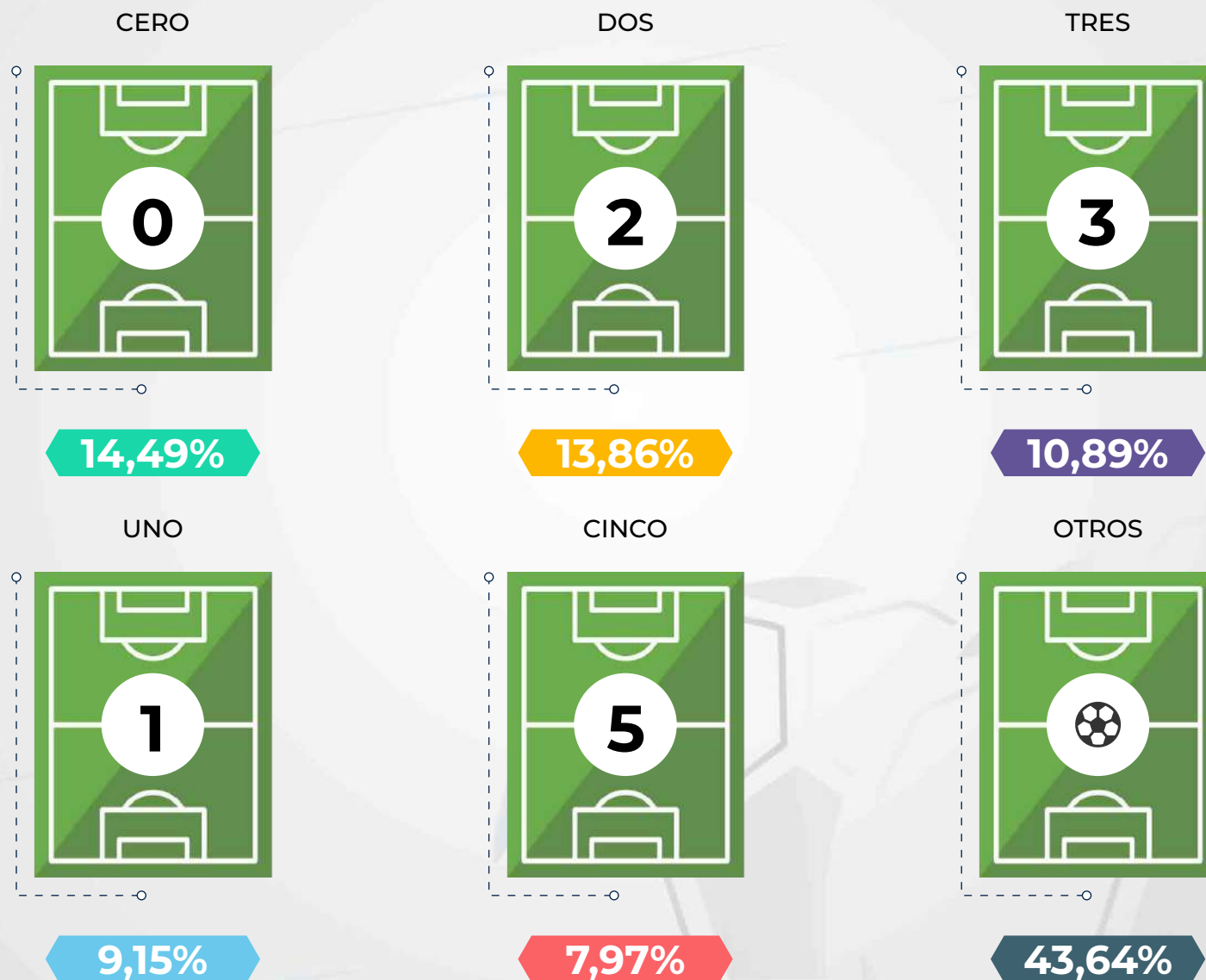
♂ 1467

79,91%

1059 ♀

12

Partidos de fútbol observados en el año



Orden	Significado	Frecuencia	%	Orden	Significado	Frecuencia	%
1	Cero	458	14,49	22	Trece	15	0,47
2	Dos	438	13,86	23	Dieciocho	14	0,44
3	Tres	344	10,89	24	Treinta y cinco	12	0,38
4	Uno	289	9,15	25	Diecinueve	10	0,32
5	Cinco	252	7,97	26	Diecisiete	9	0,28
6	Diez	228	7,22	27	Veinticuatro	9	0,28
7	Cuatro	192	6,08	28	Veintiuno	7	0,22
8	Seis	120	3,80	29	Veintitrés	6	0,19
9	Veinte	119	3,77	30	Veintiséis	6	0,19
10	Ocho	107	3,39	31	Treinta y ocho	3	0,09
11	Siete	99	3,13	32	Veintiocho	2	0,06
12	Quince	84	2,66	33	Veintisiete	1	0,03
13	Treinta	56	1,77	34	Veintinueve	1	0,03
14	Doce	51	1,61	35	Treinta y uno	1	0,03
15	Cuarenta	51	1,61	36	Treinta y dos	1	0,03
16	Nueve	48	1,52	37	Treinta y cuatro	1	0,03
17	Veinticinco	43	1,36	38	Treinta y seis	1	0,03
18	dieciséis	23	0,73	39	Treinta y tres	0	0,00
19	Veintidós	22	0,70	40	Treinta y siete	0	0,00
20	Catorce	20	0,63	41	Treinta y nueve	0	0,00
21	Once	17	0,54			3.160	100

13 Calidad de la plantilla de su club

15,00%

10



♂ 265 ♀ 209

17,30%

9



♂ 297 ♀ 250

28,50%

8



♂ 525 ♀ 376

18,25%

7



♂ 347 ♀ 230

7,94%

6



♂ 159 ♀ 92

13 Calidad de la plantilla de su club

8,23%

5



♂ 136 ♀ 124

1,71%

4



♂ 35 ♀ 19

1,08%

3



♂ 16 ♀ 18

0,98%

2



♂ 18 ♀ 13

1,01%

1



♂ 20 ♀ 12

14 Rendimiento de su equipo

16,58%

10



♂ 285 ♀ 239

19,36%

9



♂ 348 ♀ 264

27,43%

8



♂ 485 ♀ 382

17,43%

7



♂ 334 ♀ 217

7,85%

6



♂ 145 ♀ 103

14

Rendimiento de su equipo

6,68%

5



♂ 123 ♀ 88

2,06%

4



♂ 42 ♀ 23

1,14%

3



♂ 22 ♀ 14

0,92%

2



♂ 21 ♀ 8

0,57%

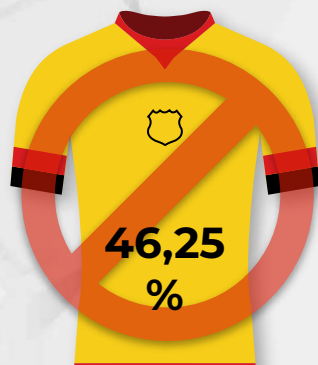
1



♂ 13 ♀ 5

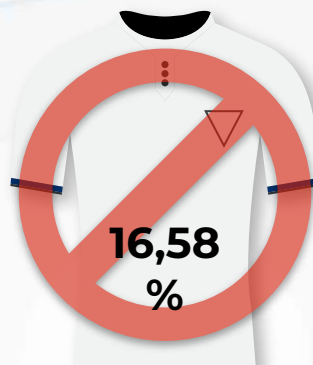
15 El equipo más antipático

BARCELONA S.C.



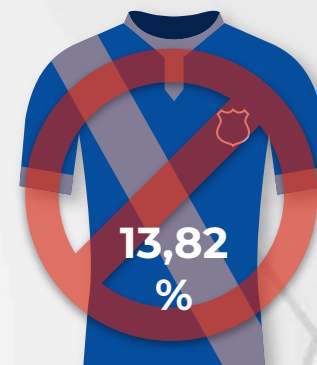
♂ 847 1462 PERSONAS ♀ 615

LIGA DEPORTIVA UNIVERSITARIA



♂ 309 524 PERSONAS ♀ 215

C.S. EMELEC



♂ 240 437 PERSONAS ♀ 197

C.D. EL NACIONAL



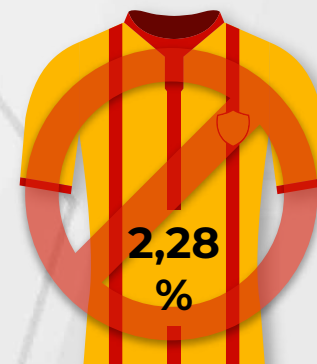
♂ 84 144 PERSONAS ♀ 60

DEPORTIVO QUITO



♂ 64 104 PERSONAS ♀ 40

S.D. AUCAS



♂ 34 72 PERSONAS ♀ 38

15 El equipo más antipático

GUAYAQUIL CITY



CENTRO DEPORTIVO OLMEDO



DELFIN SPORTING CLUB



INDEPENDIENTE DEL VALLE



MACARÁ



LIGA DE LOJA

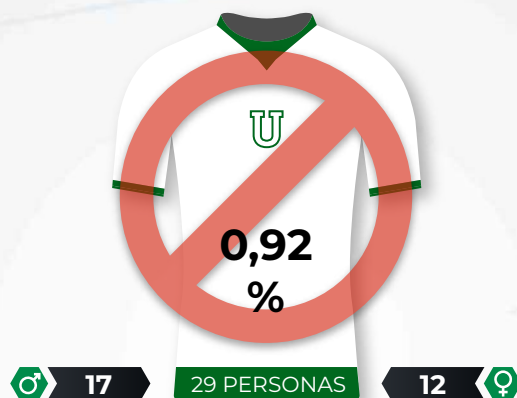


15 El equipo más antipático

CLUB DEPORTIVO AMÉRICA



LIGA DE PORTOVIEJO



DEPORTIVO CUENCA



TÉCNICO UNIVERSITARIO



UNIVERSIDAD CATÓLICA



MANTA FÚTBOL CLUB



16 Su segundo equipo

C.D. EL NACIONAL



S.D. AUCAS



INDEPENDIENTE
DEL VALLE



C.S. EMELEC



LIGA DEPORTIVA
UNIVERSITARIA



DEPORTIVO QUITO



16 Su segundo equipo

BARCELONA S.C.



♂ 112 198 PERSONAS ♀ 86

DELFIN SPORTING CLUB



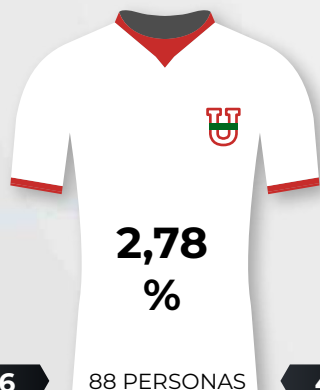
♂ 81 140 PERSONAS ♀ 59

UNIVERSIDAD CATÓLICA



♂ 52 97 PERSONAS ♀ 45

LIGA DE LOJA



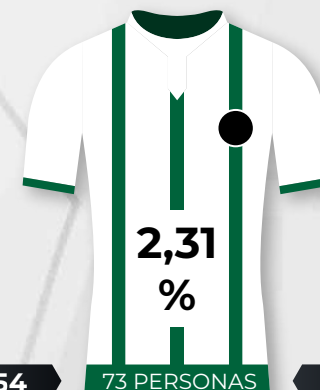
♂ 46 88 PERSONAS ♀ 42

DEPORTIVO CUENCA



♂ 43 79 PERSONAS ♀ 36

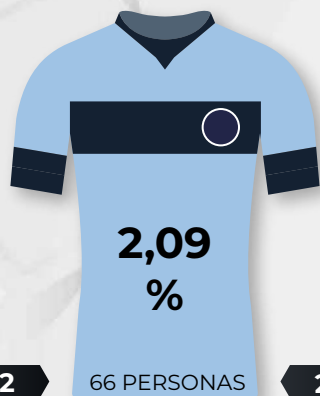
CLUB DEPORTIVO AMÉRICA



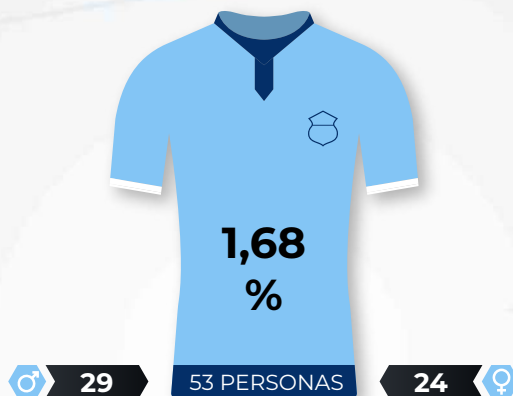
♂ 54 73 PERSONAS ♀ 19

16 Su segundo equipo

GUAYAQUIL CITY



MACARÁ



CENTRO DEPORTIVO OLMEDO



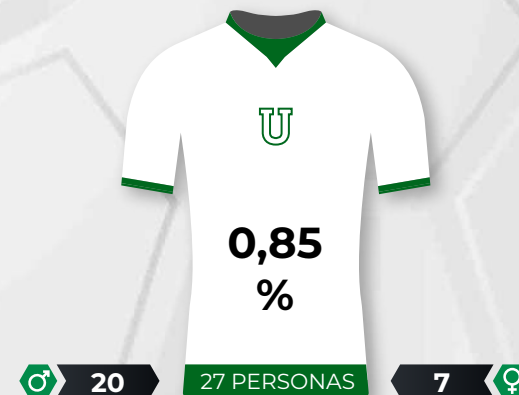
MANTA FÚTBOL CLUB



TÉCNICO UNIVERSITARIO



LIGA DE PORTOVIEJO



17

Al fútbol le gusta mirarlo o escucharlo en:

TELEVISIÓN



45,84%

ESTADIO



36,13%

INTERNET



10,95%

RADIO



7,09%

**WILSON NIETO**

Universidad Israel

@clasesmkt

Docente, investigador, autor de libros: Detrás del Juego: Estudio de Mercado del Fútbol Ecuatoriano (2018); El Mercado de las Universidades Privadas (2019); La influencia del color en el comportamiento del consumidor (2020). Artículos Científicos: Los Derechos del Consumidor y su desconocimiento en la sociedad ecuatoriana (2017); El Fútbol, la pasión que muere lentamente en Ecuador (2019); Calidad y comodidad en los escenarios deportivos en Ecuador (2020); Preservación de la cultura clima, identidad e imagen en la empresa ecuatoriana (2021). Informes de Investigación: Estadios del Ecuador, infraestructura y servicios (2020); El impacto de la industria del turismo en el Ecuador (2020); El empleo en Ecuador, perspectivas laborales sobre la calidad y satisfacción con el empleo (2022).

**Andrés Luna Montalvo**

Universidad Central del Ecuador

Universidad UTE

@alunamontalvo

Ejerce el periodismo desde el 2003, es autor y co-autor de libros y artículos como *Ídolos deportivos y fans en internet* (2013); *Una Copa que se quedó en Ecuador* (2016), *Gerencia del Deporte en el Siglo XXI* (2017), *Detrás del juego. Estudio de mercado del fútbol ecuatoriano* (2018), *Entre el deporte y la radio* (2020), *Calidad y comodidad de los escenarios deportivos en Ecuador* (2020); colaborador de revistas a nivel internacional y profesor de Periodismo Deportivo en la Universidad Central del Ecuador.



DIEGO MELO PÉREZ

Universidad de las Américas
@diegomelop

Magíster en Comunicación por la Universidad Andina Simón Bolívar. Docente de la maestría en Periodismo UDLA en el periodo 2013-2015. Experiencia profesional desde 2002 en Radio La Red, Directv Sports, Teleamazonas y CRE Satelital. Actualmente, Periodista de GolTV y FBradio; docente de periodismo y coordinador de la Red de Periodismo Deportivo en la Universidad de las Américas.



Universidad
Israel



Periodismo



ISBN: 978-9942-42-012-1



9 789942 420121