

Fans Digitales Clubes
Primera División del Fútbol Chileno



Pulsómetro

METODOLOGÍA



TIPO DE LEVANTAMIENTO

Minería de datos y análisis etnográfico digital a partir de datos públicos entregados por las redes sociales, en particular Facebook.

Acerca de la investigación:

El “Pulsómetro” es uno de los métodos de análisis de la opinión pública digital y el comportamiento en redes sociales que utiliza el modelo de Rebaño. A través de nuestra herramienta basada en la inteligencia artificial y ciencias de datos, analizamos información pública de las redes sociales las que son categorizadas y clasificadas por un equipo de científicos sociales.

El “Pulsómetro” permite conocer el alcance, impacto y valor que usuarios y/o clientes le dan al servicio o producto de una marca, empresa o política pública

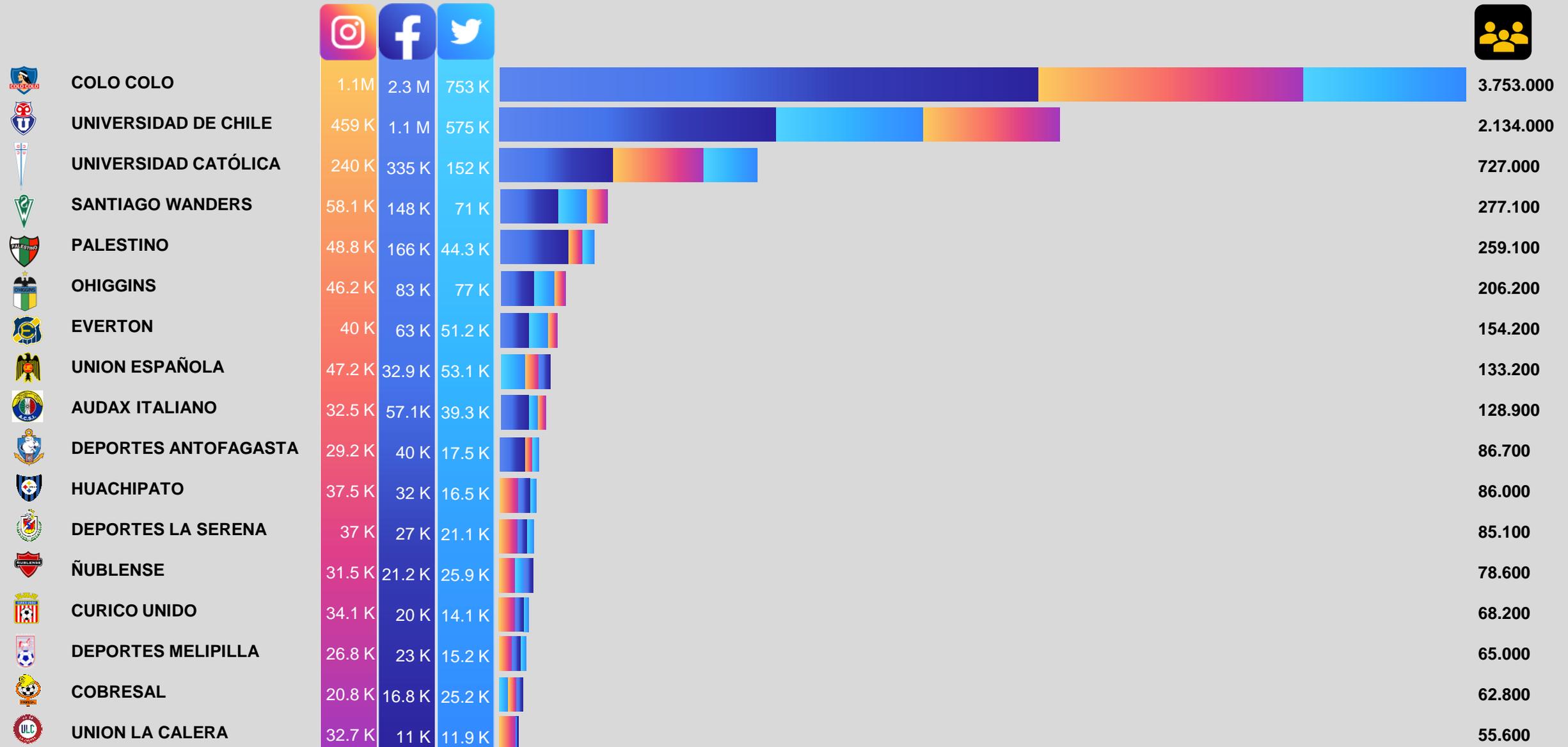
Fecha minería de datos y análisis etnográfico:

Entre Marzo y Abril 2021

PRINCIPALES HALLAZGOS

1. **Colo-Colo es el campeón de las redes sociales**, el equipo albo lidera en cada una de las redes más usadas por los chilenos y chilenas. En total suma **3.753.000** seguidores, la Universidad de Chile **2.134.000** y la Universidad Católica **727.000**.
2. **Colo-Colo y la Universidad de Chile suman juntos casi el 75% de todos los fans digitales.**
3. Exceptuando a Santiago Wanderers y O'Higgins, el resto de los clubes de regiones no han logrado atraer a los usuarios digitales locales. En promedio solo tienen entre un 10% a 15% de los usuarios potenciales de sus zonas de representación. Esto es un desafío para los clubes regionales. Hoy más que nunca es clave tener una estrategia digital que permita conectar y ser eficientes en atraer la atención de los usuarios digitales. Esto significaría, sin lugar a dudas, beneficios para dichos equipos, fortaleciendo el valor de sus marcas y mayor presencia nacional.
4. Analizando la personalidad que tienen los fans de los principales clubes, encontramos que **los hinchas de Colo-Colo y la Universidad de Chile son más similares que diferentes**. Su histórica rivalidad puede estar marcada por los rasgos similares de personalidad (alta apertura y neuroticismo) que tienen estos hinchas, **que los lleva a vibrar y sentir el fútbol con una gran pasión**. Por otro lado, los fans de Universidad Católica tienen rasgos de responsabilidad y baja apertura más presentes. No es casual que estos hinchas, por ejemplo, sigan, incluso, menos páginas de su propio club o expresen menos emociones y pasión en sus contenidos relacionados al club, comparado con la hinchada de Colo Colo y Universidad de Chile.
5. Las diferencias entre los clubes más grandes son sociodemográficas. El hincha digital de Colo-Colo es más viejo que el promedio, hombres y con menos años de educación profesional; el de la **Universidad de Chile es más heterogéneo y representativo de la media nacional**, mientras que la **Universidad Católica es el equipo que suma más fans digitales mujeres** y menores de 35 años. Estos datos son significativos y deberían convocar a la reflexión de los equipos directivos. El decaimiento en la edad de los hinchas albos (47,5% menores de 35 años vs el 60% menores de 35 que tiene la UC), su menor representación del sexo femenino (27% de fans mujeres vs el 47% de la UC), dan muestra de una caída en la valorización de la marca alba y un alza de la Universidad Católica.

RANKING DE CLUBES DE PRIMERA DIVISIÓN EN REDES SOCIALES



Indicador Ídolos:

Jorge Valdivia **77,9 %**



Arturo Vidal **77,2 %**



Marcelo Barticcioto **77,1 %**



Claudio Bravo **76,6 %**



Esteban Paredes **76,4 %**



6 De cada 10
cuenta con estudios universitarios

Principales páginas:

@LAHINCHADALBA - @TNTSportsCL - @CarnetAlaCTMOficial - @Jorgealisoficial - @DiarioLaCuarta

¿Cómo son los hinchas digitales de Colo Colo?



27 %

MUJERES



COLO - COLO



73 %

HOMBRES

00:00

EDAD

15	18 A 24	13
32	25 A 34	35
23	35 A 44	24
16	45 A 54	15
10	55 A 64	9
4	+65	4





Indicador Ídolos:

Marcelo Díaz **78,2 %**



Mauricio Pinilla **77,2 %**



José "Pepe" Rojas **76,1 %**



Charles Aranguiz **75,6 %**



Eduardo Vargas **74,5 %**



7 De cada 10
cuenta con estudios universitarios

Principales páginas:

@EnElCorazondeLaU - KramerOficia - @adncl - FelicesyForrados/ - @TNTSportsCL



¿Cómo son los hinchas digitales de Universidad de Chile?



36 %

MUJERES



Universidad de Chile



64 %

HOMBRES

00:00

EDAD

14	18 A 24	12
37	25 A 34	37
25	35 A 44	24
14	45 A 54	15
7	55 A 64	8
4	+65	4

HINCHADA

Indicador Ídolos:

Gary Medel **78,1 %**



Cristian Álvarez **77,3 %**



Milovan Mirosevic **76,8 %**



Alfonso Parot **75,7 %**



Cristopher Toselli **75,1 %**



8 De cada 10

cuenta con estudios universitarios

Principales páginas:

@QueOpinaChile/ - AweonaoOficial/ - @MadeinChil - flaitechlenohd - portalnet.cl

¿Cómo son los hinchas digitales de Universidad Católica?



47 %

MUJERES



Univerdad Católica



53 %

HOMBRES

00:00

EDAD

20	18 A 24	18
40	25 A 34	43
21	35 A 44	23
11	45 A 54	10
5	55 A 64	4
3	+65	3



INSIGHTS

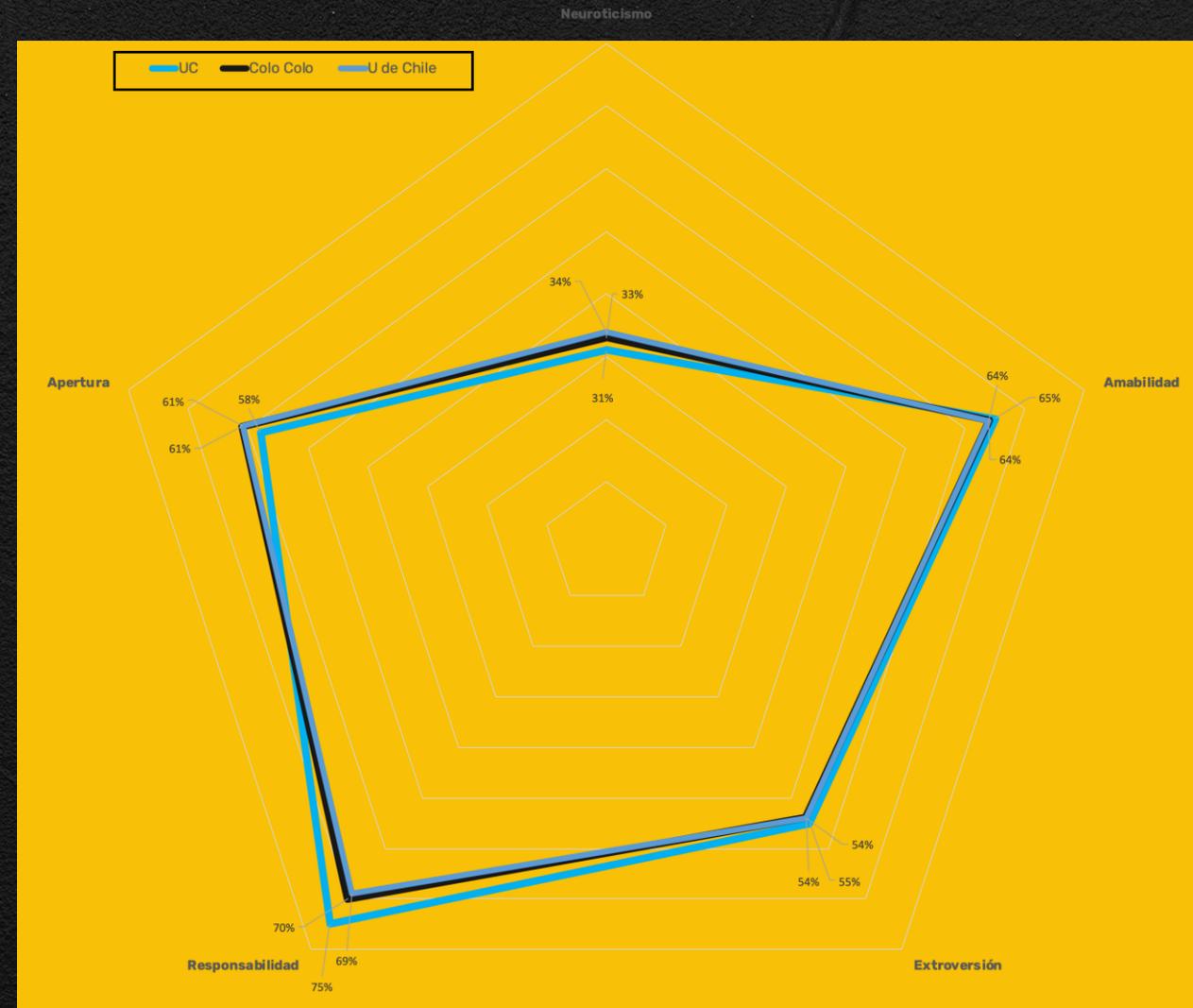


Predicción psicográfica (personalidad) de los fans de cada club basada en la huella digital pública (“Me gusta”). Este método es uno de los más apoyados a nivel académico por su alto valor predictivo.

A partir de lo anterior, podemos observar **los fans de Colo-Colo y la Universidad de Chile son más parecidos que diferentes**, pudiendo inferir que la histórica rivalidad entre ambas hinchadas esta mas relacionada a otros factores. **Ambos tienen niveles altos en apertura a nuevas experiencias, mayor posibilidad de caer en tendencias neuróticas y baja responsabilidad.**

No es de extrañarse que ambas hinchadas vivan el futbol con gran pasión, que tengan mas probabilidades de caer en estados emocionales intensos y mayores impulsos cuando juegan sus equipos.

Se diferencian notoriamente de **los fans cruzados**. Estos últimos **tienen una puntuación mayor en responsabilidad, son más conservadores y menos propensos a caer presos de sus emociones.**





REBAÑO
Consultores

People,
more than Data