



7°ENCUESTA GfK DEL FÚTBOL CHILENO 2019

Preparado por GfK
Junio de 2019

Metodología y muestra

¿Cómo lo hicimos?

Grupo Objetivo

Hombres y mujeres, mayores de 15 años, de los grupos socioeconómicos AB, C1a, C1b, C2, C3 y D/E, de las principales ciudades del país.

Técnica

Estudio Cuantitativo con encuestas en hogares realizadas durante enero y febrero del 2019.

Estudio trietápico con selección aleatoria de manzanas, selección de hogares y selección de encuestado con el último cumpleaños.

Tamaño de muestra

4.800 casos totales distribuidos según la siguiente tabla

Evaluaciones por marca: 200 casos

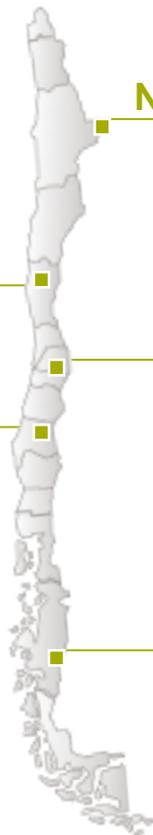
Margen de error del estudio de $\pm 1,41\%$ al 95% de confianza.

Estudio ponderado por zona, GSE y sexo.

Distribución muestra

CIUDAD	MUESTRA
Coquimbo	150
La Serena	120
Ovalle	80
Viña del Mar	150
Valparaíso	200
Quilpué	100
Villa Alemana	100
Quillota	80
San Antonio	100

CIUDAD	MUESTRA
Rancagua	180
San Fernando	120
Talca	130
Curicó	100
Linares	80
Los Ángeles	120
Chillán	120
Concepción	200
Talcahuano	120
Coronel	50
Hualpén	50



Norte Grande

Centro Norte

RM

Centro Sur

Sur

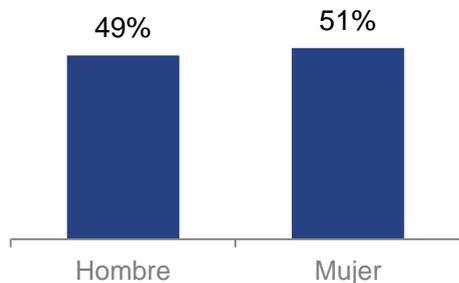
CIUDAD	MUESTRA
Arica	150
Iquique	120
Alto Hospicio	80
Antofagasta	150
Calama	80
Copiapó	100

CIUDAD	MUESTRA
Gran Santiago	850
Melipilla	30
Colina	30
Peñaflor	30
Lampa	30
Talagante	30

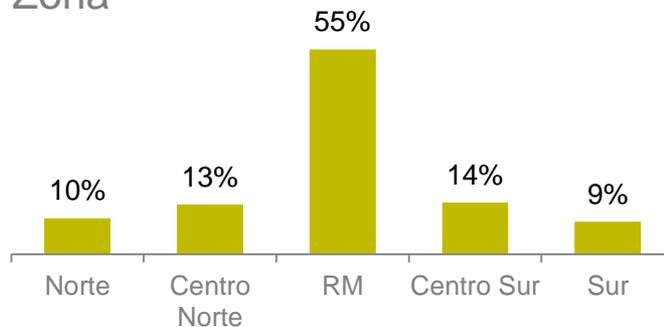
CIUDAD	MUESTRA
Temuco	120
Padre Las Casas	80
Valdivia	100
Osorno	100
Puerto Montt	150
Coyhaique	100
Punta Arenas	120

Descripción de los encuestados ponderados

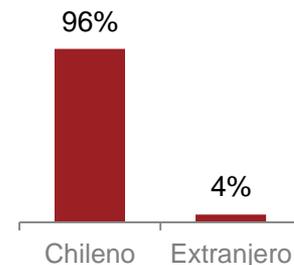
Sexo



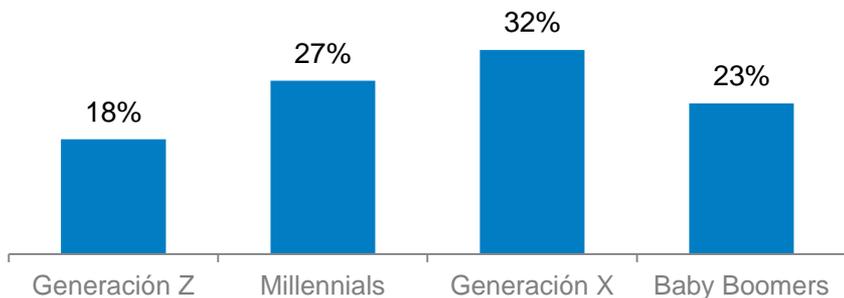
Zona



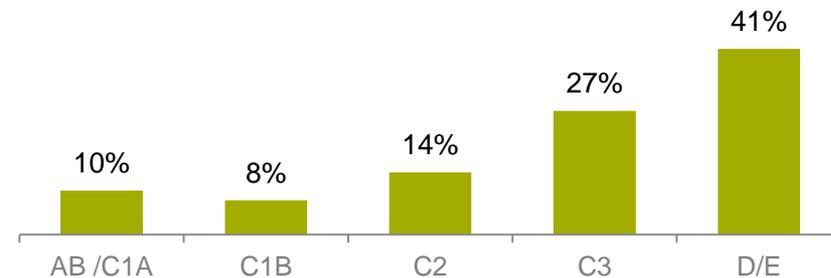
Inmigrantes



Edad



GSE



Generaciones en Chile



GENERACIÓN Z

Personas nacidas entre 2004 y 1996 (entre 15 y 23 años). El mundo digital ha sido parte de sus vidas desde siempre.



MILLENNIALS

Personas nacidas entre 1995 y 1983 (entre 24 y 36 años). La tecnología entró en sus vidas en su infancia o temprana adolescencia. Vieron caer a las Torres Gemelas y se hicieron adultos en plena crisis económica global.



GENERACIÓN X

Personas nacidas entre 1982 y 1966 (entre 37 y 53 años). Entraron en contacto con la tecnología como jóvenes y adultos jóvenes. Fueron testigos de la caída del Muro de Berlín y el retorno a la democracia en Chile.



BABY BOOMERS

Personas nacidas desde 1965 (mayores a 54 años). Entraron en contacto con la tecnología ya en su adultez. Para muchos, les resulta aún lejana. Pasaron su infancia con radio pero sin televisión. Pueden vivir perfectamente sin internet.

Relación con el fútbol

El interés en el fútbol es transversal por edad y nivel socioeconómico.



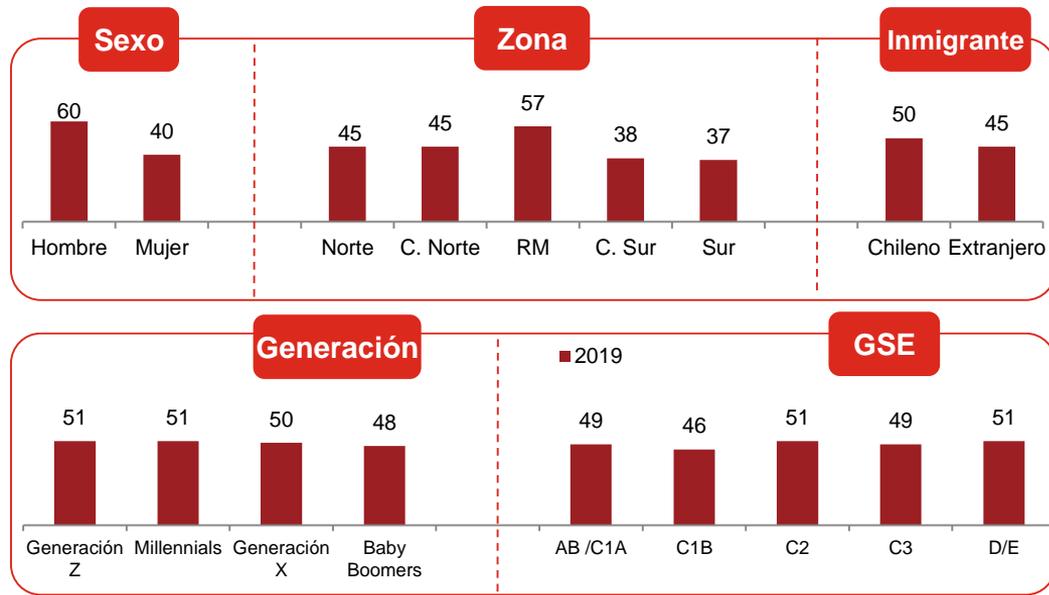
¿Cuán interesado está por el fútbol en general?



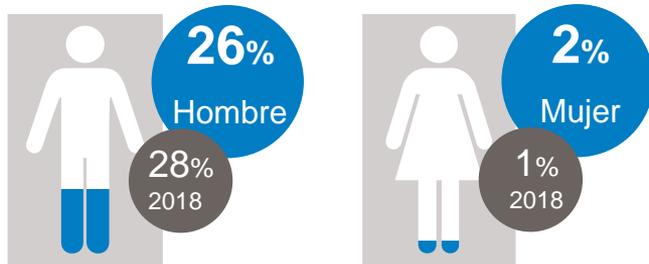
A quienes más les interesa el fútbol es a los hombres.

Al verlo por zonas del país, es más predominante el interés en la Región Metropolitana.

Personas interesadas en el fútbol por segmento

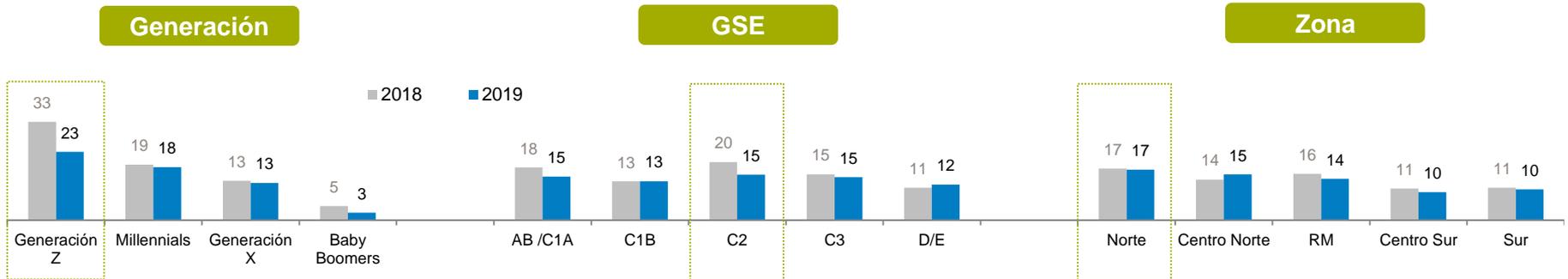


El 13% de los chilenos practica fútbol



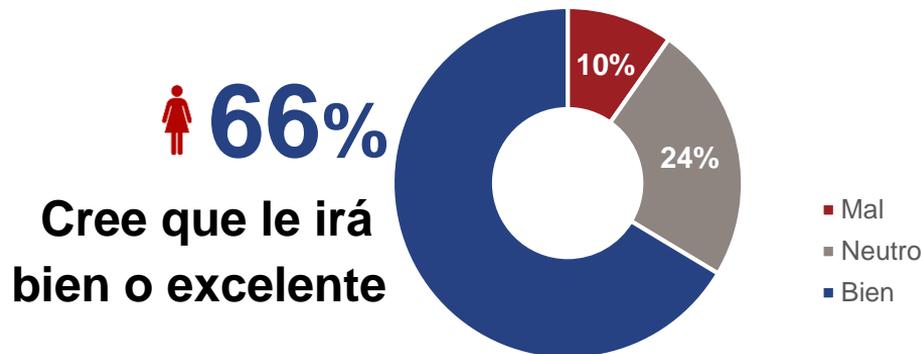
Con respecto al año pasado, la práctica deportiva aumenta 5 puntos en aquellas personas que declaran que les gusta el fútbol (21%).

Quienes más practican deporte son los segmentos jóvenes (Generación Z)

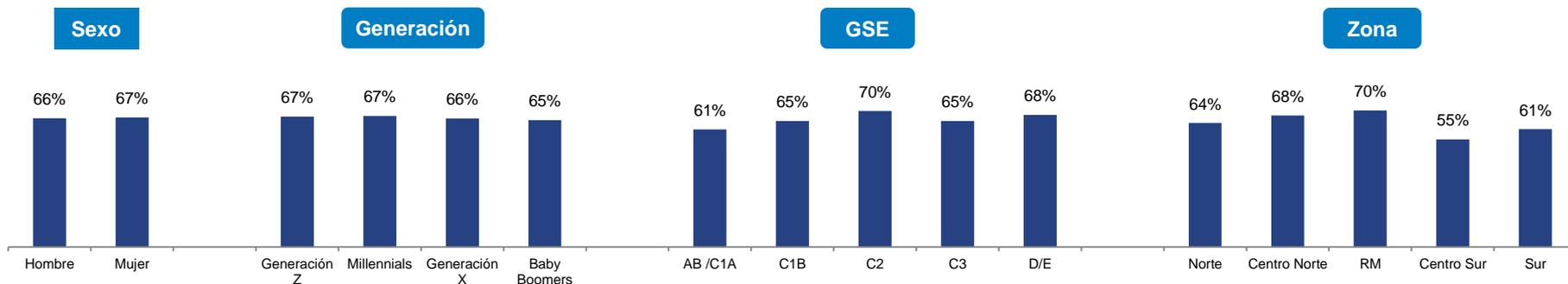


Zoom Selección Nacional

Desempeño selección femenina de fútbol en Mundial 2019



Personas que creen que le irá bien o excelente (4 y 5)

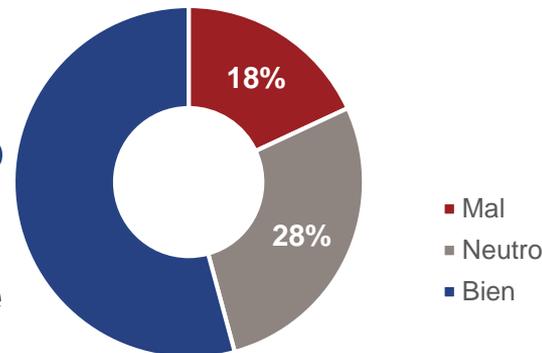


Desempeño selección masculina de fútbol en Copa América 2019

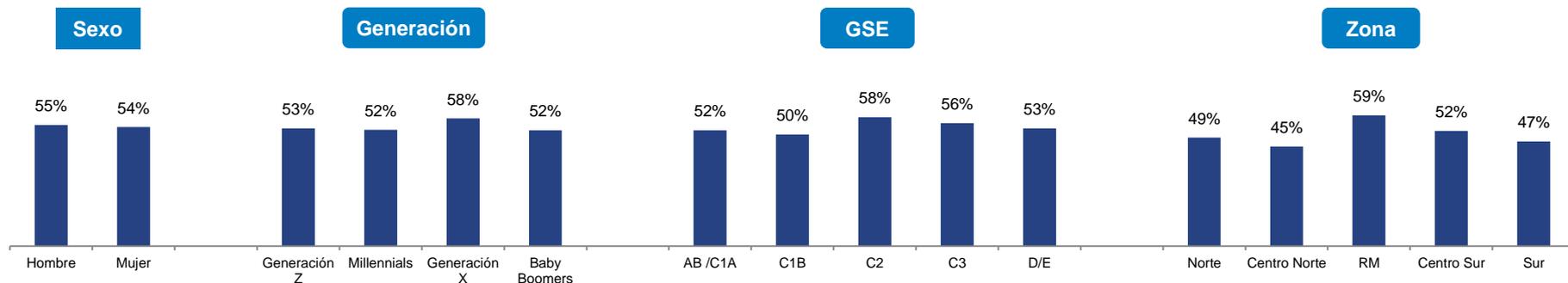


- CONMEBOL -
COPA AMERICA
BRASIL 2019

 **54%**
Cree que le irá
bien o excelente



Personas que creen que le irá bien o excelente (4 y 5)

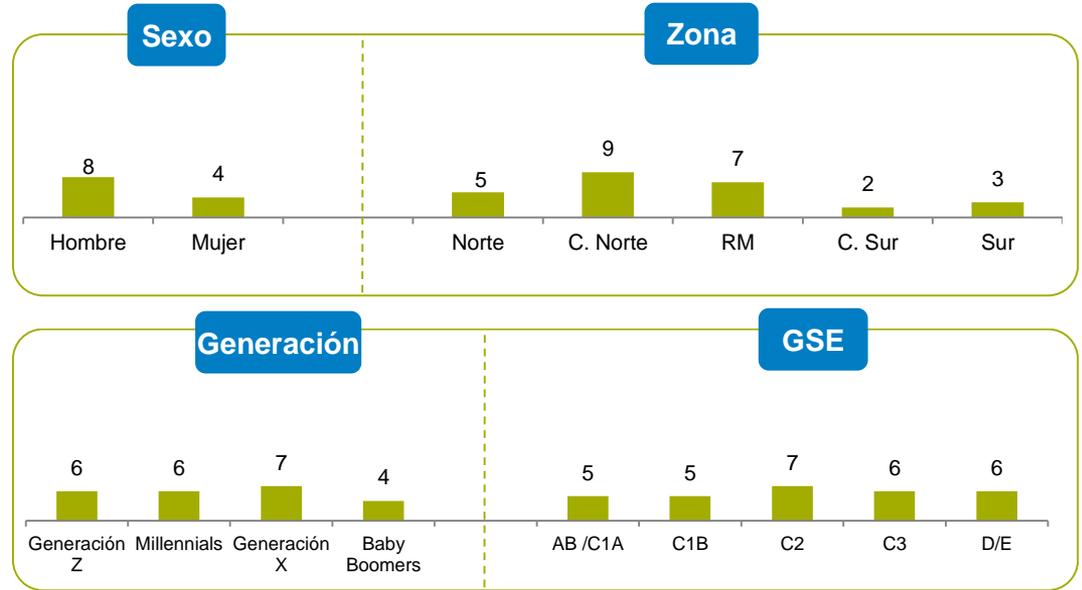


Cambio televisor nuevo para Copa América 2019

¿Piensa usted cambiar su televisor o comprar uno nuevo?



Personas que declaran que van a cambiar su TV o van a comprar uno nuevo para la próxima Copa América 2019



Desempeño copas futboleras 2019

Fútbol en la actualidad

¿Cuán de acuerdo está respecto a las siguientes frases?



Porcentaje de encuestados de acuerdo o muy de acuerdo (notas 4 y 5)

El futbol femenino y el masculino deberían recibir el mismo nivel de atención por parte de las autoridades, la prensa y la opinión pública.

81%



El fútbol es un deporte para el cual tanto hombres como mujeres tienen las mismas aptitudes

77%



En Chile no se le da la misma importancia al fútbol masculino que al femenino

76%



La selección chilena de fútbol femenino actualmente tiene un mejor desempeño que la selección chilena de fútbol masculino

73%



Se les debería incentivar desde chicas a las niñas para que jueguen fútbol

69%



El recambio de jugadores de la selección chilena de futbol masculino ha sido un cambio positivo

59%

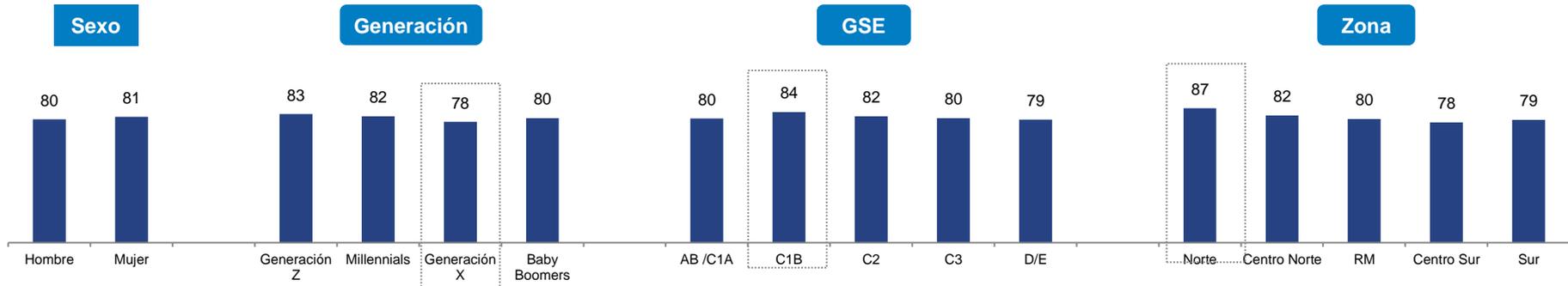


Nivel de atención entre ambas selecciones

81%

El fútbol femenino y el masculino deberían recibir el mismo nivel de atención por parte de las autoridades, la prensa y la opinión pública

Porcentaje de encuestados de acuerdo o muy de acuerdo (notas 4 y 5)



Aptitudes por género en el fútbol

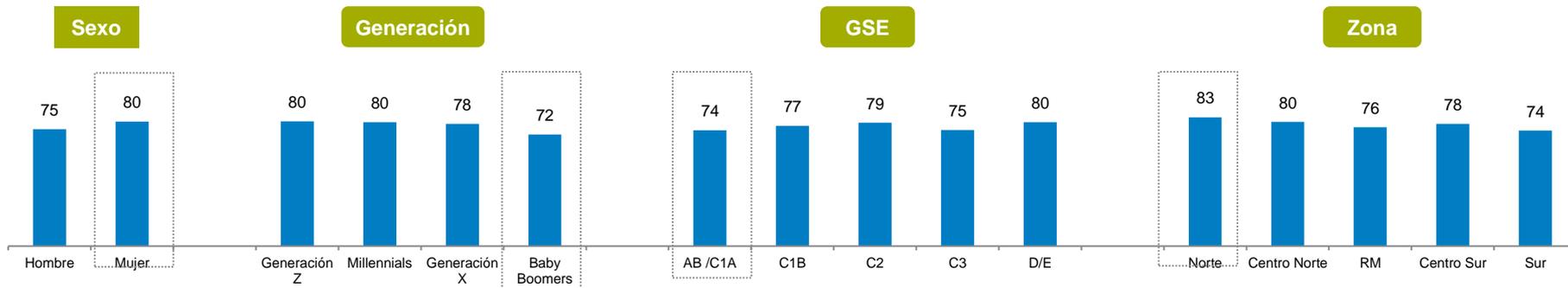
77%

El fútbol es un deporte para el cual tanto hombres como mujeres tienen **las mismas aptitudes**

La mayor diferencia de se da en los hombres que son baby boomers ya que ahí el 67% esta de acuerdo con esta afirmación.

Mientras que en las otras generaciones no se ven diferencias por sexo.

Porcentaje de encuestados de acuerdo o muy de acuerdo (notas 4 y 5)

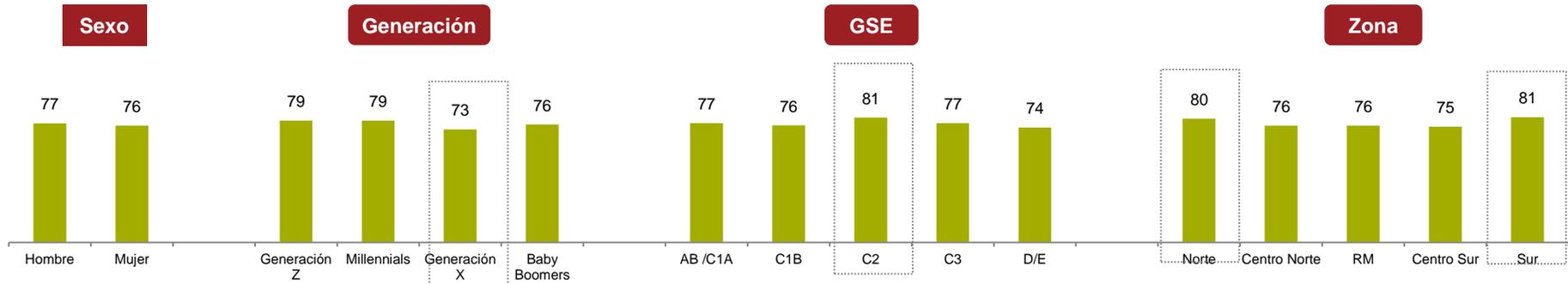


Importancia futbol

76%

En Chile **no se le da la misma importancia** al fútbol masculino que al femenino

Porcentaje de encuestados de acuerdo o muy de acuerdo (notas 4 y 5)

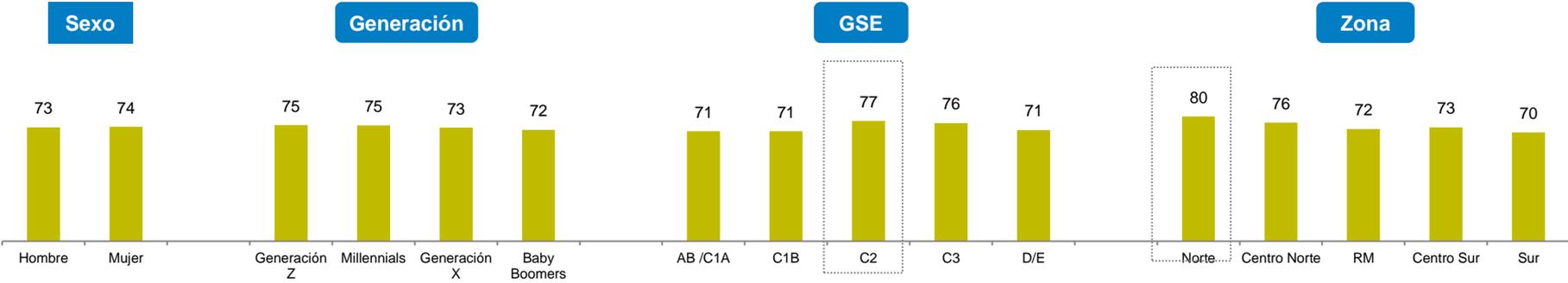


Desempeño de ambas selecciones

73%

La selección chilena de **fútbol femenino** actualmente **tiene un mejor desempeño** que la selección chilena de fútbol masculino

Porcentaje de encuestados de acuerdo o muy de acuerdo (notas 4 y 5)

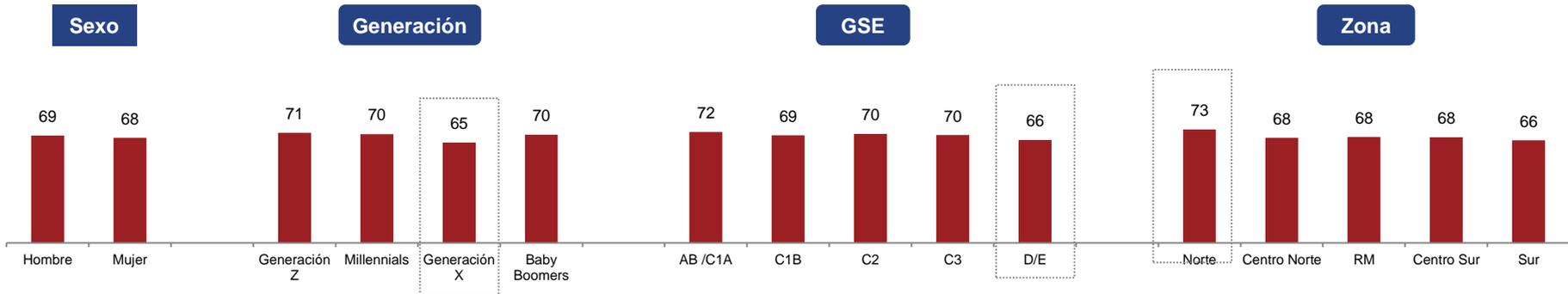


Incentivo del fútbol en niñas

69%

Se les debería **incentivar desde chicas a las niñas** para que jueguen fútbol

Porcentaje de encuestados de acuerdo o muy de acuerdo (notas 4 y 5)



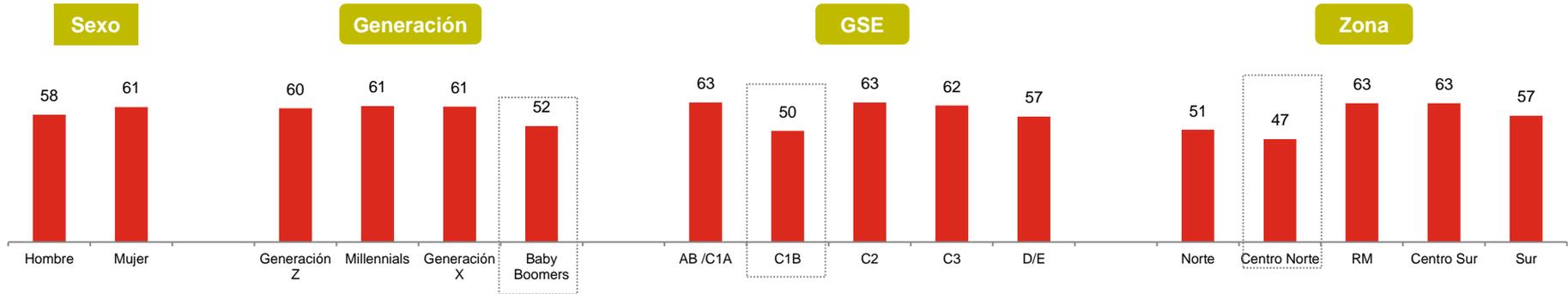
Recambio de jugadores



59%

El **recambio de jugadores** de la selección chilena de fútbol masculino **ha sido positivo**

Porcentaje de encuestados de acuerdo o muy de acuerdo (notas 4 y 5)



Fútbol local

Colo Colo, Universidad de Chile y Universidad Católica concentran el 68% de las preferencias



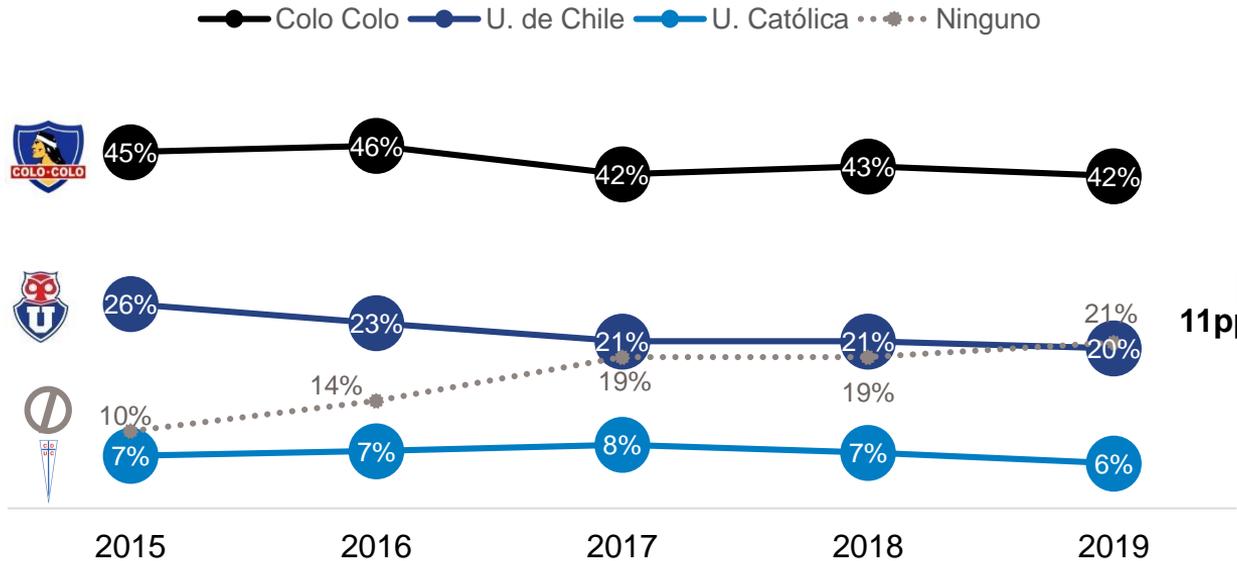
4°	Santiago Wanderers	1,6%
5°	Cobreloa	1,2%
6°	Coquimbo Unido	0,9%
7°	Unión Española	0,9%
8°	O'Higgins	0,8%
9°	Everton	0,8%
10°	Antofagasta	0,5%
11°	Deportes Iquique	0,5%
12°	Deportes Concepción	0,4%
13°	Rangers	0,4%
14°	Deportes Temuco	0,4%
15°	Ñublense	0,3%
16°	Palestino	0,3%
17°	Deportes La Serena	0,3%
18°	San Marcos de Arica	0,2%
19°	Huachipato	0,2%
20°	Universidad de Concepción	0,2%
21°	San Luis	0,2%
22°	Deportes Naval	0,2%

21%

NO declara preferencia por ningún equipo nacional

Siendo mayor en las mujeres (33%) y los segmentos más altos ABC1a (25%) y C1b (24%)

En los últimos 5 años, aumenta número de chilenos que no se declara hincha de algún equipo de fútbol nacional



Quienes NO declaran preferencia **aumentaron 11pp** en los últimos 5 años

Campeones Primera División

Colo Colo
Clausura 2014

U. De Chile
Apertura 2014

Cobresal
Clausura 2015

Colo Colo
Apertura 2015

U. Católica
Clausura 2016

U. Católica
Apertura 2016

U. De Chile
Clausura 2017

Colo Colo
Transición 2017

U. Católica
2018

De los 3 equipos nacionales con más hinchas, Colo Colo presenta el mayor nivel de fanatismo declarado

¿Cuán fanáticos son los hinchas de sus equipos?

■ No fanático ■ Neutro ■ Fanático



Equipos de fútbol internacionales no logran mayor atracción entre los chilenos

1°

13%
Barcelona FC



2°

6%
Real Madrid



3°

4%
Arsenal



4° Manchester United	3,6%
5° Juventus	3,5%
6° Boca Juniors	2,7%
7° Manchester City	2,3%
8° Liverpool	2,0%
9° River Plate	1,6%
10° Bayern Munich	1,4%
11° Atlético Madrid	1,2%

52%

NO declara preferencia por ningún equipo internacional

Siendo mayor en las mujeres (71%) y los Baby Boomers (61%)

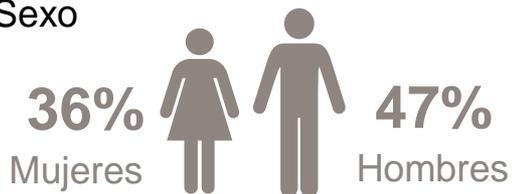
Perfilamiento sociodemográfico Hinchas Colo Colo, Universidad de Chile y Universidad Católica

¿Cómo es el hincha de Colo-Colo?

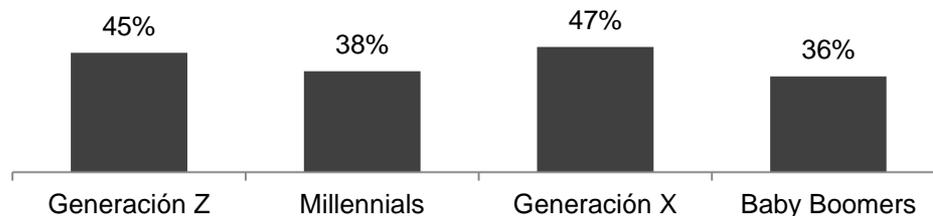


Sobre la base de quienes declaran ser hinchas de Colo Colo (42%)

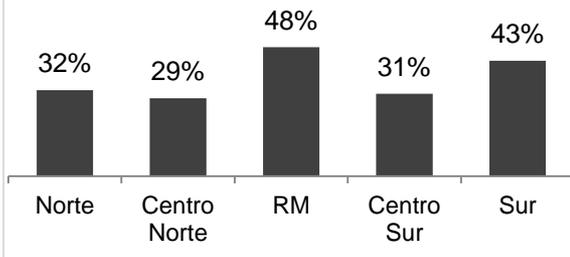
Sexo



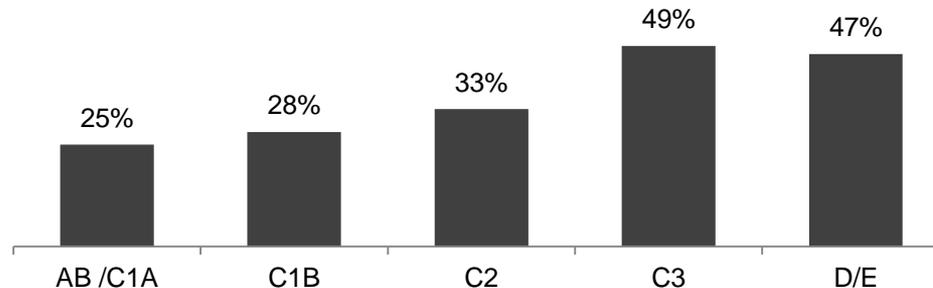
Edad



Zona



GSE



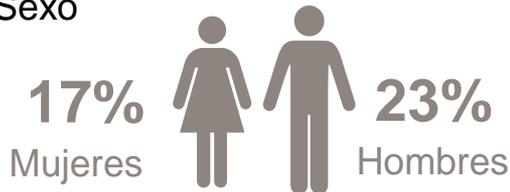
Ejemplos de cómo leer los gráficos: podemos decir que del total de mujeres, el 36% es de Colo Colo. También podemos decir que del total de las personas que viven en la Región Metropolitana, el 48% es de Colo Colo. También podemos decir que el 25% del GSE ABC1a es de Colo Colo, así como el 28% del C1b, el 33% del C2, el 49% del C3 y el 47% del D/E.

¿Cómo es el hincha de Universidad de Chile?

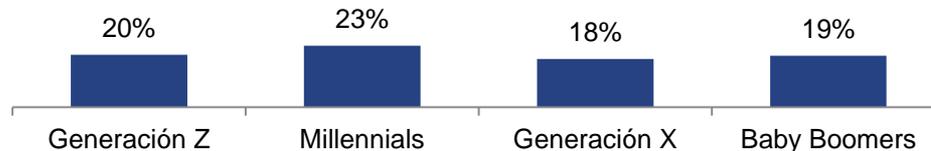


Sobre la base de quienes declaran ser hinchas de Universidad de Chile (20%)

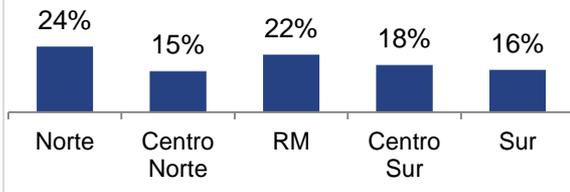
Sexo



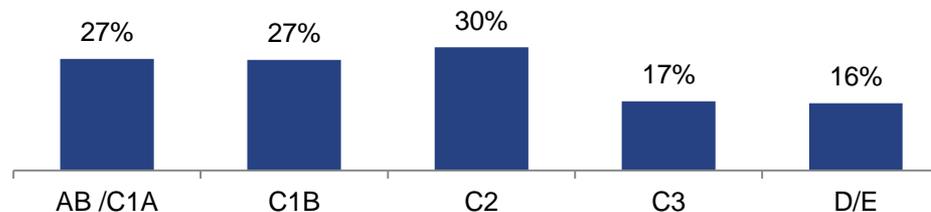
Edad



Zona



GSE



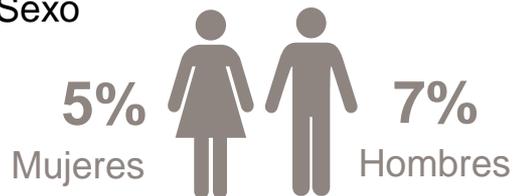
Ejemplos de cómo leer los gráficos: podemos decir que del total de mujeres, el 17% es de U. de Chile. También podemos decir que del total de las personas que viven en la Región Metropolitana, el 22% es de U. de Chile. También podemos decir que el 27% del GSE ABC1a es de U. de Chile, así como el 27% del C1b, el 30% del C2, el 17% del C3 y el 16% del D/E.

¿Cómo es el hincha de Universidad Católica?

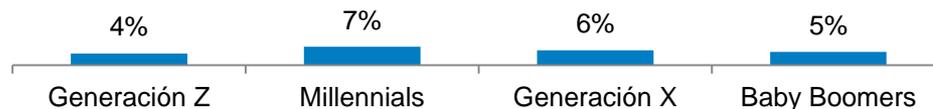


Sobre la base de quienes declaran ser hinchas de Universidad Católica (6%)

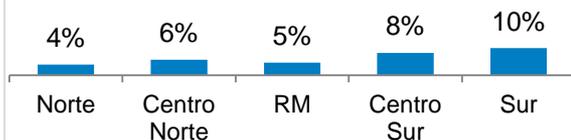
Sexo



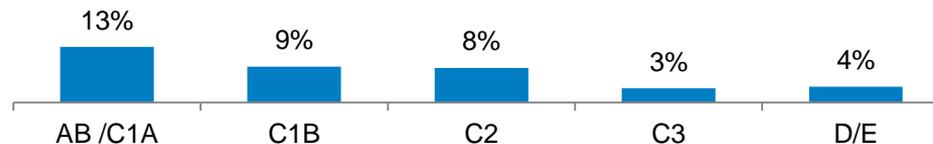
Edad



Zona



GSE



Preferencia equipos a nivel nacional

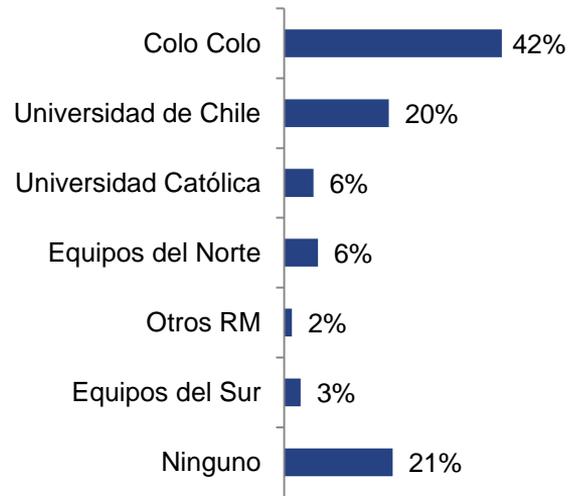
Preferencia por equipos de fútbol chileno

% de encuestados que se declara hincha de cada equipo

Resumen Preferencia



Total Nacional

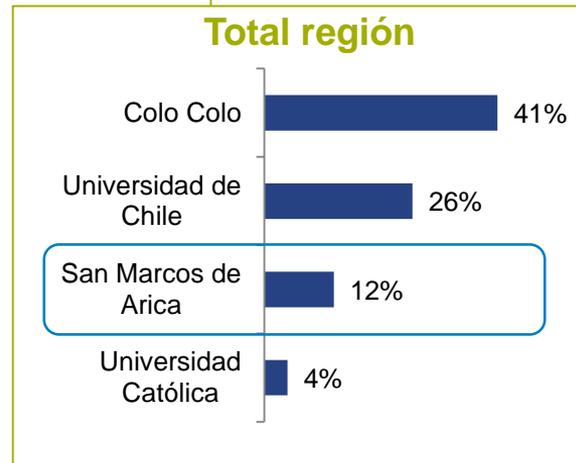


Preferencia por equipos de fútbol chileno

% de encuestados que se declara hincha de cada equipo

Región de Arica y Parinacota

Medida ciudad de Arica

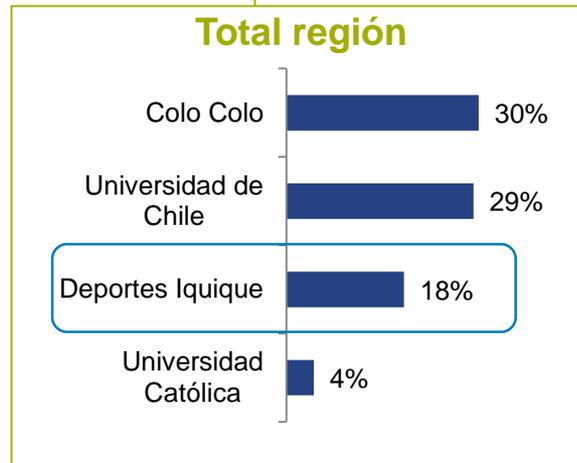


Preferencia por equipos de fútbol chileno

% de encuestados que se declara hincha de cada equipo

Región de Tarapacá

Medida ciudad de Iquique y Alto Hospicio

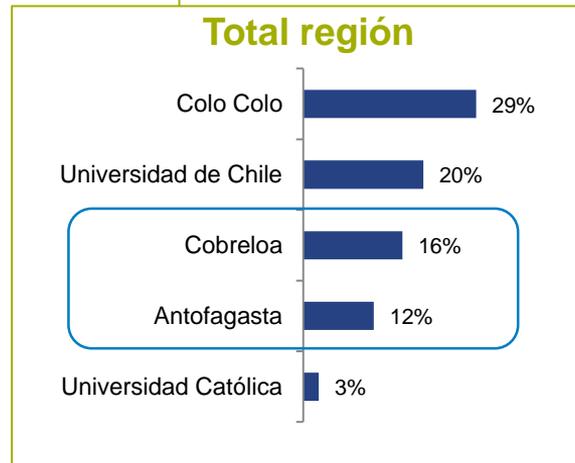


Preferencia por equipos de fútbol chileno

% de encuestados que se declara hincha de cada equipo

Región de Antofagasta

Medida ciudad de Antofagasta y Calama

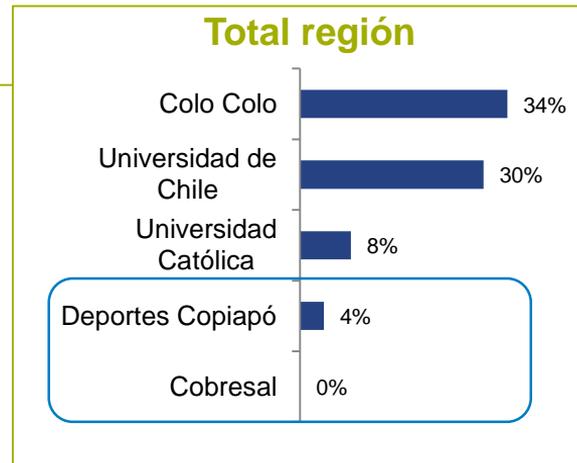
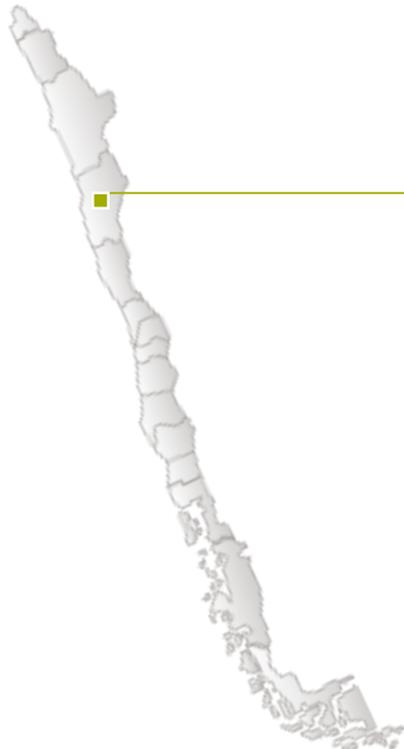


Preferencia por equipos de fútbol chileno

% de encuestados que se declara hincha de cada equipo

Región de Atacama

Medida ciudad de Copiapó

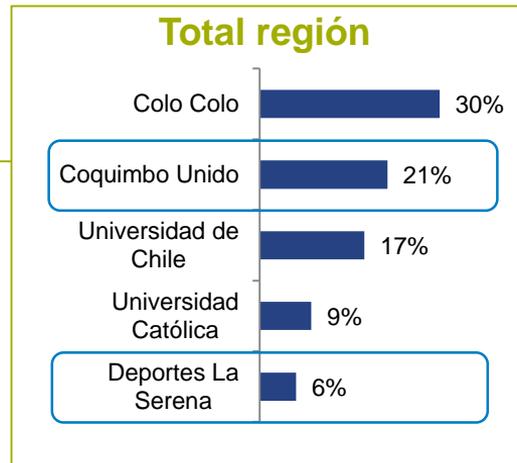


Preferencia por equipos de fútbol chileno

% de encuestados que se declara hincha de cada equipo

Región de Coquimbo

Medida ciudad de Coquimbo,
La Serena y Ovalle

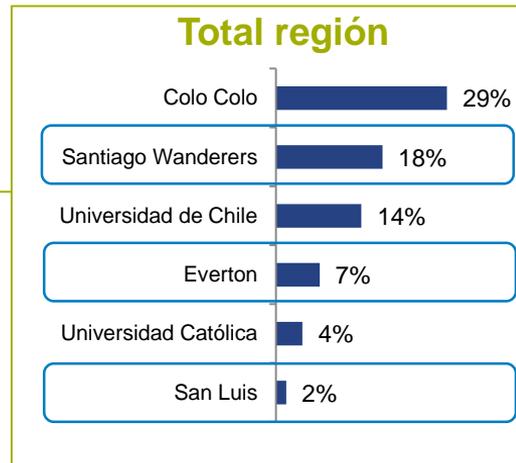


Preferencia por equipos de fútbol chileno

% de encuestados que se declara hincha de cada equipo

Región de Valparaíso

Medida ciudad de Viña del Mar, Valparaíso, Quilpué, Villa Alemana, San Antonio, Quillota.

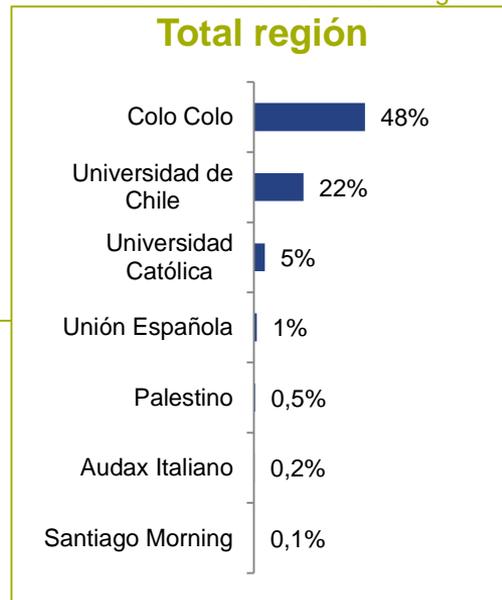


Preferencia por equipos de fútbol chileno

% de encuestados que se declara hinchas de cada equipo

Región Metropolitana

Medida ciudad de Gran Santiago

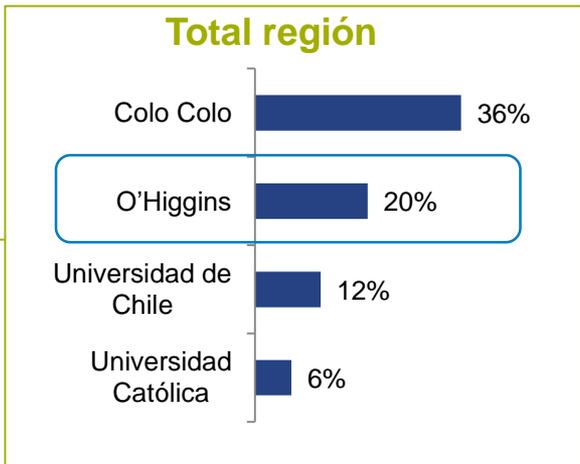


Preferencia por equipos de fútbol chileno

% de encuestados que se declara hincha de cada equipo

Región de O'Higgins

Medida ciudad de Rancagua y San Fernando

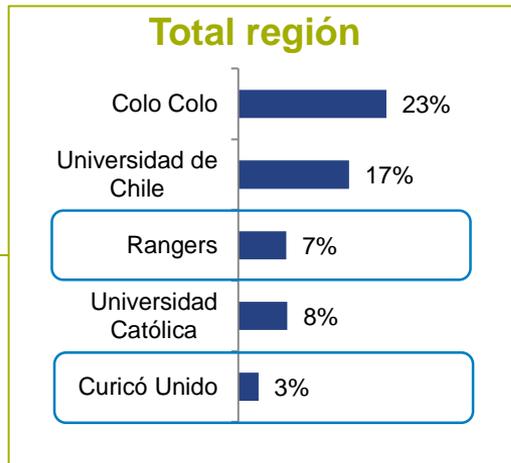
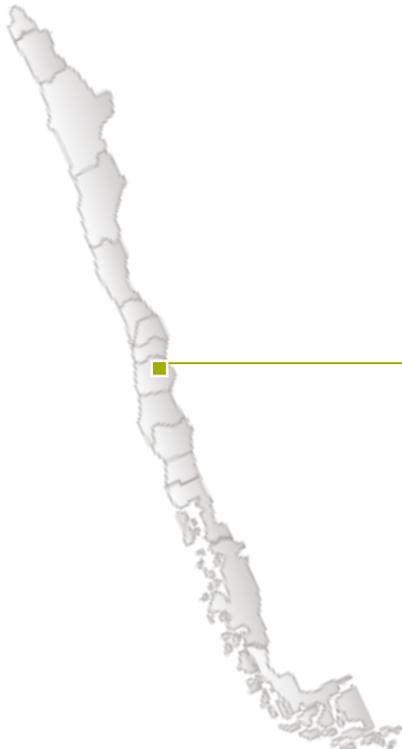


Preferencia por equipos de fútbol chileno

% de encuestados que se declara hincha de cada equipo

Región de Maule

Medida ciudad de Talca, Curicó y Linares

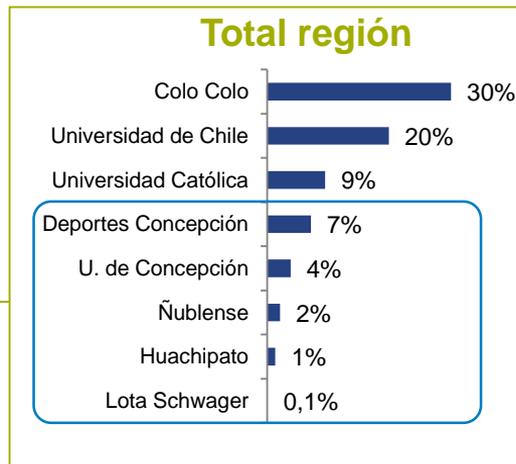


Preferencia por equipos de fútbol chileno

% de encuestados que se declara hincha de cada equipo

Región del Bío Bío

Medida ciudad de Concepción, Talcahuano, Los Ángeles, Chillán y Coronel/Hualpén

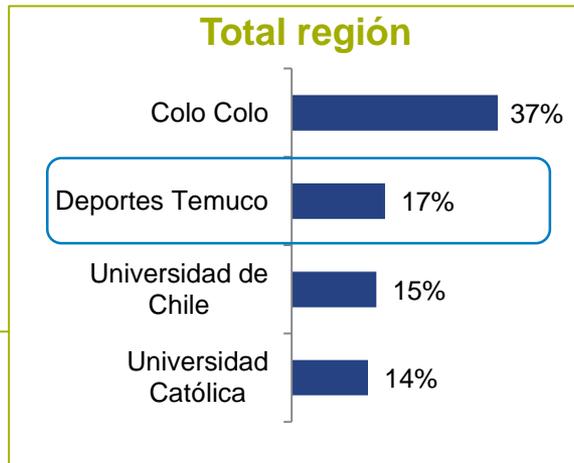


Preferencia por equipos de fútbol chileno

% de encuestados que se declara hincha de cada equipo

Región de La Araucanía

Medida ciudad de Temuco y Padre las Casas

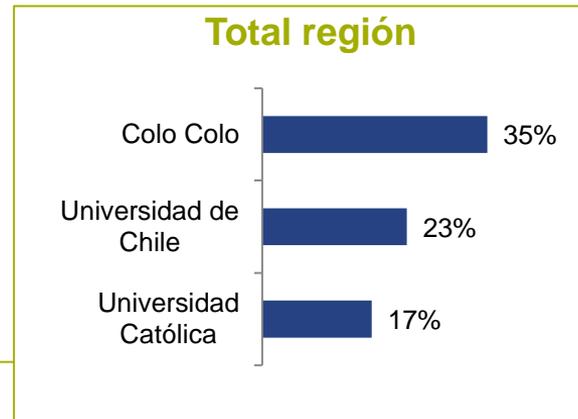


Preferencia por equipos de fútbol chileno

% de encuestados que se declara hincha de cada equipo

Región de Los Ríos

Medida ciudad de Valdivia

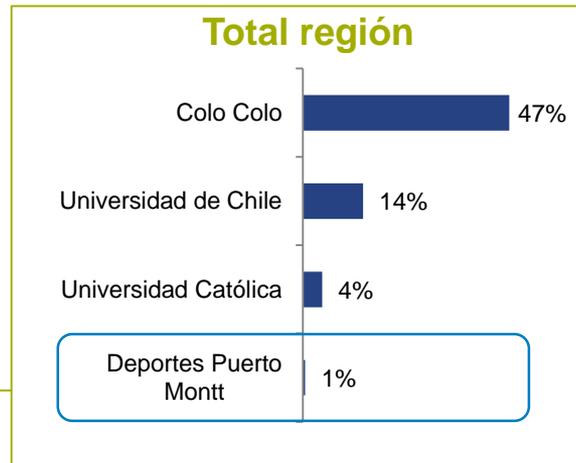


Preferencia por equipos de fútbol chileno

% de encuestados que se declara hincha de cada equipo

Región de Los Lagos

Medida ciudad de Puerto Montt y Osorno

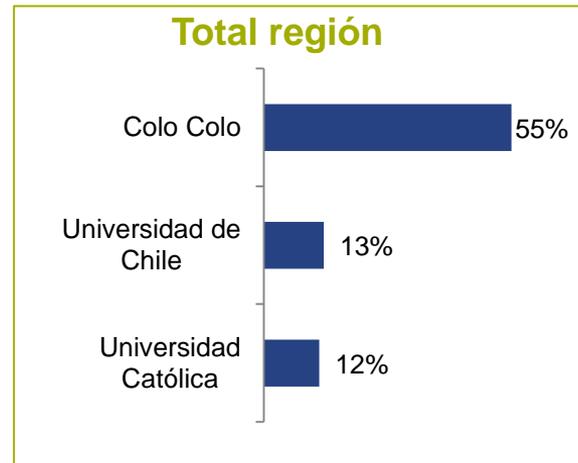


Preferencia por equipos de fútbol chileno

% de encuestados que se declara hincha de cada equipo

Región de Aysén

Medida ciudad de Coyhaique

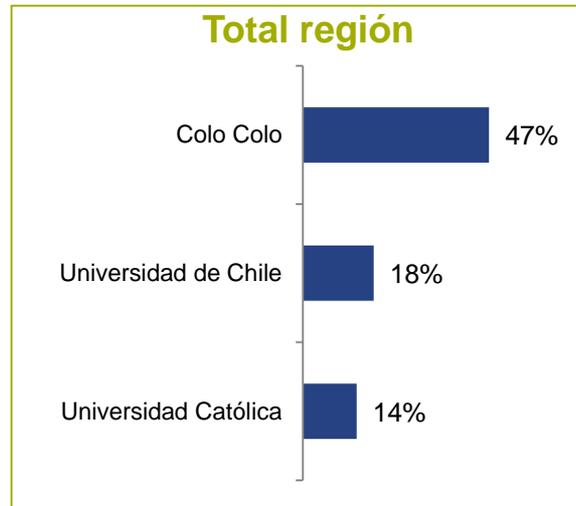


Preferencia por equipos de fútbol chileno

% de encuestados que se declara hincha de cada equipo

Región de Magallanes

Medida ciudad de Punta Arenas





7°ENCUESTA GfK DEL FÚTBOL CHILENO 2019

Preparado por GfK
Junio de 2019