



**UNIVERSIDAD UTE**

**FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS SOCIALES**

**RELACIONES PÚBLICAS Y COMUNICACIÓN**

**ORGANIZACIONAL**

**TESIS PREVIA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO  
EN RELACIONES PÚBLICAS Y COMUNICACIÓN  
ORGANIZACIONAL**

**TEMA**

**FÚTBOL ECUATORIANO: ANÁLISIS DE LA PERCEPCIÓN DE  
LOS HINCHAS DE LIGA DEPORTIVA UNIVERSITARIA DEL  
DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO CON RESPECTO A LA  
ACTUAL DIRIGENCIA**

**AUTOR**

**LUIS ANDRÉS ALVARADO ALARCÓN**

**DIRECTOR DE TESIS**

**Msc. JUAN SEBASTIÁN GÓMES**

**QUITO – ECUADOR 2020**

## FORMULARIO DE REGISTRO BIBLIOGRAFICO

DATOS DEL CONTACTO	
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1724052525
APELLIDOS Y NOMBRES:	Alvarado Alarcón Luis Andrés
DIRECCIÓN:	Guatemala 8e8 614 y Nicaragua
EMAIL:	luis-alvarado10@hotmail.com
TELÉFONO FIJO:	02- 2288633
TELÉFONO MOVIL:	0986530649

### PROYECTO DE TITULACION

DATOS DE LA OBRA	
TITULO	Fútbol ecuatoriano: análisis de la percepción de los hinchas de Liga Deportiva Universitaria del Distrito Metropolitano de Quito con respecto a la actual dirigencia
AUTOR O AUTORES	Alvarado Alarcón Luis Andrés
FECHA DE ENTREGA DEL PROYECTO DE TITULACIÓN	29 de abril de 2020
DIRECTOR DEL PROYECTO DE TITULACIÓN	Msc. Sebastián Gomes
PROGRAMA	PREGRADO <input checked="" type="checkbox"/> POSGRADO <input type="checkbox"/>
TITULO POR EL QUE OPTA	Licenciado en Relaciones Públicas y Comunicación Organizacional
RESUMEN: MÍNIMO 250 PALABRAS	<p>A través de este estudio investigativo se analiza las percepciones que tienen los hinchas de Liga Deportiva Universitaria del Distrito Metropolitano de Quito, Ecuador con su actual dirigencia.</p> <p>Para analizar dichos datos se utilizó una investigación cuantitativa, a través de una encuesta ad - hoc con preguntas de valoración, los datos se procesaron tanto en Microsoft Excel como en el software JMP de SAS Institute a través del modelo correlacional de Pearson.</p> <p>Dentro de los principales hallazgos encontrados en la investigación se revela que no existe un flujo de información transversal entre el departamento de relaciones públicas y la dirigencia. No se da a conocer a su público objetivo sobre las actividades que realizan sus altos mandos. Por otro lado, la hinchada de Liga Deportiva Universitaria deposita su confianza en la familia Paz; Rodrigo y Esteban por sobre el directivo del club; el arquitecto Guillermo Romero. Lamentablemente la dirigencia a excepción de Pablo Repetto, según la hinchada, no tiene muy en claro</p>

<b>PALABRAS CLAVE</b>	Imagen corporativa; percepción, dirigencia; Club Liga Deportiva Universitaria; Rodrigo Paz; Esteban Paz; Guillermo Romero; Pablo Repetto; hinchas de Liga; investigación cuantitativa.
<b>ABSTRACT</b>	<p>This research study analyses the perceptions of fans of the University Sports League of the Metropolitan District of Quito, Ecuador has with the current leadership.</p> <p>In order to analyze these data, a quantitative investigation was used, through an ad - hoc survey with valuation questions, the data were processed both in Microsoft Excel and in the software JMP of sas institute through the correlational model of Pearson.</p> <p>Among the main findings found in the research, it is revealed that there is no transversal information flow between the public relations department and the leadership. Its target audience is not made aware of the activities of its senior management. On the other hand, the fans of Liga Deportiva Universitaria put their trust in the Paz family; Rodrigo and Esteban put their trust in the club's manager; the architect Guillermo Romero. Unfortunately, the leadership, with the exception of Pablo Repetto, according to the fans, is not very clear about his powers or competence at the head of the club.</p>
<b>KEYWORDS</b>	Corporate image; perception, leadership; Club Liga Deportiva Universitaria; Rodrigo Paz; Esteban Paz; Guillermo Romero; Pablo Repetto; League supporters; quantitative research.

Se autoriza la publicación de este Proyecto de Titulación en el Repositorio Digital de la institución

F: \_\_\_\_\_



**LUIS ANDRÉS ALVARADO ALARCÓN**

**1724052525**

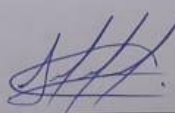
## DECLARACION Y AUTORIZACION

Yo, **LUIS ANDRÉS ALVARADO ALARCÓN**, CI 1724052525 autor del proyecto titulado: **Fútbol ecuatoriano: análisis de la percepción de los hinchas de Liga Deportiva Universitaria del Distrito Metropolitano de Quito con respecto a la actual dirigencia**, previo a la obtención del título de Licenciado en Relaciones Públicas y Comunicación Organizacional en la Universidad UTE.

1. Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de Educación Superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.
2. Autorizo a la BIBLIOTECA de la Universidad UTE a tener una copia del referido trabajo de graduación con el propósito de generar un Repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Quito, 1 de mayo de 2020

F: \_\_\_\_\_

  
LUIS ANDRÉS ALVARADO ALARCÓN

1724052525

## DECLARACIÓN JURAMENTADA DEL AUTOR

Yo, LUIS ANDRÉS ALVARADO ALARCÓN, portadora de la cédula de identidad No 1724052525.

Declaro que el trabajo aquí descrito es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en ese documento.

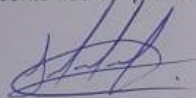
La Universidad UTE puede hacer uso de los derechos correspondientes a este trabajo, según lo establecido por la ley de Propiedad intelectual, por su Reglamento y por la normativa institucional vigente.

F: 

LUIS ANDRÉS ALVARADO ALARCÓN

1724052525

Del contenido del presente trabajo se responsabiliza el autor.



---

Luis Andrés Alvarado Alarcón

## **AGRADECIMIENTO**

Quiero consignar en esta página mi profundo y eterno agradecimiento a mis padres, quienes cumplieron su función de persuadirme a que mi conciencia tomando posesión de sí misma y fundamentada en los principios del derecho universal defienda ineludiblemente la verdad, consiga mi solvencia moral; y, mi vida gire sobre las bases de justicia, de amor, de respeto, de tolerancia, de un orden social y de un general bienestar.

Agradezco a mis padres que me enseñaron a vivir desde mi niñez, pasando por la adolescencia y juventud, hasta hoy que, soy un adulto de bien, próximo a graduarme, día que será el más feliz y perfecto fruto de mi existencia.

La vida humana, desde que se nace hasta que se muere exige una vigilancia las veinte y cuatro horas; en tal virtud, mis padres en cordiales términos, siempre supieron darme buenos consejos; nunca a gritos, porque muy bien saben que cuando lo que se intenta no es que se quiera aprender, sino que se aprenda, es preciso recurrir a la conversación a media voz; entonces, los consejos penetran y se graban más fácilmente, sin que precise el número de palabras, sino su eficacia.

Mis padres, inspirados en su fe cristiana me ayudaron a introducir sus valores católicos en lo más profundo de mi alma, para que dirija y ordene mis acciones diarias, mostrando todo lo que deba hacerse y lo que ha de evitarse. Gracias, mil veces, padres queridos por haberme enseñado a hacer, no a predicar; no sólo a hablar, sino también a actuar; y por haberme enseñado a seguir a Dios, ser supremo que me dio múltiples bendiciones.

Fundamentados en que la fortuna carece de poder sobre la vida moral, mi padre y mi madre supieron enseñarme a aumentar mi sentimiento de responsabilidad moral frente a las contingencias de la vida. A recibir los acontecimientos prósperos con prudencia, gratitud, humildad y moderación; y con serenidad, a la vez que con fortaleza, los desfavorables, sin vacilar ni hundirme.

Cuánto les agradezco por sus palabras motivadoras, que me faltaría tiempo para enumerarlas.

Inspirados en el concepto moderno de la disciplina familiar, mis padres no buscaron mi obediencia pasiva, sino mi adhesión consciente, permitiendo mi intervención activa tanto en la vida escolar, colegial y universitaria; preparando en mí a un ciudadano listo para la exigencia de mis derechos y cumplimiento de mis deberes. Ellos también me enseñaron que, lo menos soportable en la vida es la corrupción. No quiero una generación corrompida por la codicia y excitación de los apetitos materiales que cualquiera que fuere los medios que se utilice para conseguirlos, lo único que le traerá son amargas aflicciones.

Expreso también mi agradecimiento a mi querida UTE, puesto que aquí estudié y me formé profesionalmente. Aprovecho la ocasión para por intermedio de sus autoridades manifestarles que, creo que esta promoción de graduados se formó bajo los principios precursores de una grandeza moral y cívica que nos ayudará a disfrutar de una paz civil, aplicando los valores y virtudes que desde mis inicios universitarios practiqué. Si ese es nuestro fin, es deber ineludible cumplirlo honrosamente, honrando así el título que nos otorgan.

Finalmente, quiero agradecer a mis tutores, en especial al MSc. Juan Sebastián Gómez, que con sus sabios conocimientos supieron llenar mi capacidad mental llevándome a una emoción tal que, no me queda más que decirles a ustedes queridos catedráticos que siempre les llevaré en mi corazón. Esta gran alegría, exenta de vanidad y orgullo, que yo experimento viéndome culminado mi carrera profesional, me obliga a decirles hasta siempre queridos profesores, gracias por todo lo que hicieron por mí.

El agradecimiento es una virtud, por lo tanto, es obligación del virtuoso que ha recibido un favor, ser reconocido y recíproco; no por un simple cumplido en aplicación a una norma de cortesía ni por conveniencia, sino porque agrada y hace bien al alma. Sentir gratitud y devolver el apoyo recibido tiene doble valor; espero que con el ejercicio de mi profesión sea recíproco a todo lo que ustedes padres adorados incondicionalmente me brindaron. Juan Montalvo manifestaba: "La ingratitud es manceba del demonio".



## DEDICATORIA

No basta en la vida pensar en un ideal, hay que aplicar todo el esfuerzo para su realización. No es jactancia el poder escribir en esta página que, con mis esfuerzos abrí los caminos que me guiaron toda la jornada estudiantil hasta culminar mi carrera.

En los tiempos modernos, la vida individual es demasiado breve para que una misma generación siembre y coseche; pero hoy, no sólo mis padres, sino también mi abuelita materna están cosechando los frutos que hace diecisiete años sembraron. Siempre les estaré agradecido por sus consejos y apoyo económico y moral; y, en gratitud a ello, les dedico este triunfo académico con la obtención de mi título de tercer nivel.

Dedico también este pergamino a todos quienes supieron inculcarme a vivir dependiendo moralmente, inspirado en la razón; intelectualmente de nadie. A mis tutores que supieron enseñarme que la responsabilidad debe ser parte integrante de mi existencia, misma que si no la hubiera adquirido oportunamente, hoy estaría sufriendo constantemente sus consecuencias, porque no serviría para mi progreso, el de mi familia y el de la sociedad a la que me pertenezco. Un agradecimiento especial con nombres y apellidos, dedico mi título a mi padre, Luis Genaro Alvarado Hualpa; mi madre Cristina Auxiliadora Alarcón Armijos; mi abuelita materna Mariana de Jesús Armijos Infante, que a lo largo de sus 96 años contribuyó en mi formación enseñándome a vivir responsablemente, teniendo cada minuto como la única oportunidad para triunfar, efectuando todo lo que deba hacer, obteniendo mejores resultados posibles con el mínimo esfuerzo. Gracias mis seres queridos por haberme inculcado a ser responsable toda mi existencia sin que ninguna circunstancia me haga actuar al contrario. Finalmente, una dedicatoria especialísima a mi hermano menor, Mateo Emilio Alvarado Alarcón, quien con sus ingenuidades de adolescente constantemente estaba junto a mí cuando realizaba mis tareas universitarias.

Hasta hoy era indiferente a la muerte, porque la veía de manera universal y como fin de la existencia, pero hoy, con mi título me aferro a la vida para contribuir con mis conocimientos a la familia y a la sociedad.

# ÍNDICE

<b>RESUMEN .....</b>	<b>1</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>2</b>
<b>PROBLEMA.....</b>	<b>3</b>
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>4</b>
<b>JUSTIFICACIÓN.....</b>	<b>5</b>
<b>IDEA A DEFENDER .....</b>	<b>6</b>
<b>OBJETIVOS.....</b>	<b>7</b>
General .....	7
Específicos.....	7
<b>MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>8</b>
<b>1. Filosofía de la institución .....</b>	<b>8</b>
1.1. Imagen corporativa .....	8
1.1.2. Importancia de la imagen corporativa .....	8
1.2. Personalidad el centro psíquico.....	9
1.3. Identidad Corporativa .....	10
1.4. Cultura corporativa .....	10
<b>2. Comunicación interna y externa .....</b>	<b>11</b>
2.1. Percepción y su subjetividad .....	11
2.1.1. Percepción social .....	11
2.2. Comunicación Organizacional .....	12
2.3. La imagen corporativa y las organizaciones deportivas .....	13
<b>3. Gestión de la comunicación.....</b>	<b>14</b>
3.1. Planificación estratégica .....	14
3.2. Control de Gestión .....	14
3.3. Estrategia .....	14
3.4. Elaboración de indicadores .....	15
<b>4. Medios de comunicación.....</b>	<b>15</b>
4.1. Medios de comunicación masivos.....	15
4.2. Red Social.....	16
4.3. Radio .....	16
4.4. Televisión.....	16
4.5. Facebook Twitter, Instagram y YouTube.....	16
4.6. Programas radiales .....	17
4.7. Programas televisivos .....	17

<b>5. Entidades regulatorias de fútbol.....</b>	<b>17</b>
5.1. El fútbol en siglo XXI.....	17
5.2. Un club de fútbol.....	18
5.3. FIFA .....	18
5.4. Conmebol.....	18
5.5. Federación Ecuatoriana de Fútbol.....	19
5.6. LigaPro .....	19
<b>6. Administración de club deportivo .....</b>	<b>20</b>
6.1. Gestión administrativa .....	20
6.2. Administrativo .....	20
6.3. Financiero .....	20
6.4. Talento Humano .....	21
6.5. Producción y Calidad .....	21
6.6. Marketing Deportivo.....	21
6.7. Directiva de un club deportivo .....	21
6.8. Gerencia Deportiva.....	21
6.9. Autoridad .....	22
<b>7. Liga de quito .....</b>	<b>22</b>
7.1. Liga Deportiva Universitaria de Quito.....	22
7.2. Estadio de la Liga Deportiva Universitaria de Quito .....	23
7.3. Country club.....	24
7.4. Liga Rey de copas .....	24
7.5. Indumentaria .....	25
7.6. Cuerpo Técnico .....	25
7.7. Jugadores .....	25
<b>8. Transferencia en el fútbol.....</b>	<b>26</b>
8.1. Traspaso.....	26
8.2. Cesiones.....	26
8.3. Agentes libres.....	27
8.4. Co-propiedad .....	27
<b>9. Club Deportivo de fútbol.....</b>	<b>27</b>
9.1. Hinchada .....	27
9.2. Afición.....	28
9.3. Fanático.....	28

<b>MARCO CONTEXTUAL .....</b>	<b>29</b>
<b>10. Dirigencia L.D.U.....</b>	<b>29</b>
10.1. Guillermo Romero .....	29
10.2. Rodrigo Paz.....	30
10.3. Esteban Paz.....	31
10.4. Pablo Repetto .....	31
<b>11. Ranking de la F.E.F. y L.D.U.....</b>	<b>32</b>
11.1. Ligas del mundo .....	32
11.2. Ranking Mundial de Clubes.....	33
11.3. Ranking Conmebol Libertadores Liga de Quito.....	34
11.4. Ranking de hinchada a nivel Sudamericano.....	35
11.5. Ranking de hinchada en el Ecuador.....	36
<b>12. Asistencias a los estadios en el fútbol ecuatoriano .....</b>	<b>37</b>
<b>13. Presupuesto del club liga de quito .....</b>	<b>38</b>
<b>14. Organigrama de Liga Deportiva Universitaria .....</b>	<b>38</b>
<b>15. Personalidad.....</b>	<b>38</b>
15.1. Misión .....	38
15.2. Visión .....	39
15.3. Valores.....	39
15.4. Identidad .....	39
<b>17. Plantilla del club .....</b>	<b>40</b>
<b>18. Auspiciantes .....</b>	<b>41</b>
<b>19. Plantel.....</b>	<b>41</b>
<b>20. Medios de comunicación.....</b>	<b>42</b>
20.1. Publicaciones:.....	43
20.2. Redes sociales .....	45
20.3. Programas radiales .....	45
20.4. Programas televisivos.....	45
<b>21. Datos estadísticos.....</b>	<b>46</b>
21.1. Títulos nacionales e internacionales .....	46
21.2. Descensos de Liga de Quito.....	46
21.3. Mayor goleada en la Serie A .....	47
21.4. Mayor goleada en la Copa Libertadores .....	47
21.5. Máximo goleador de L.D.U en el estadio de Rodrigo Paz .....	47
21.6. Entrenador que más partidos dirigió a LDU.....	48
21.7. Más partidos consecutivos sin perder .....	48

21.8. Fracciones de la barra “Muerte Blanca” .....	48
<b>METODOLOGÍA .....</b>	<b>49</b>
<b>20. Metodología cuantitativa .....</b>	<b>49</b>
20.1. Técnicas .....	49
20.2. Encuesta .....	50
20.3. Participantes y muestra .....	50
20.4. Población .....	51
20.5. Muestra .....	51
20.6. Procesamiento de datos .....	51
<b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA INFORMACIÓN .....</b>	<b>52</b>
21. Análisis correlacional de las variables de estudio .....	52
<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>69</b>
<b>RECOMENDACIONES .....</b>	<b>73</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>76</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>79</b>
<b>ENCUESTA.....</b>	<b>80</b>

## **RESUMEN**

A través de este estudio investigativo se analiza las percepciones que tienen los hinchas de Liga Deportiva Universitaria del Distrito Metropolitano de Quito, Ecuador con su actual dirigencia.

Para analizar dichos datos se utilizó una investigación cuantitativa, a través de una encuesta ad - hoc con preguntas de valoración, los datos se procesaron tanto en Microsoft Excel como en el software JMP de SAS Institute a través del modelo correlacional de Pearson.

Dentro de los principales hallazgos encontrados en la investigación se revela que no existe un flujo de información transversal entre el departamento de relaciones públicas y la dirigencia. No se da a conocer a su público objetivo sobre las actividades que realizan sus altos mandos. Por otro lado, la hinchada de Liga Deportiva Universitaria deposita su confianza en la familia Paz; Rodrigo y Esteban por sobre el directivo del club; el arquitecto Guillermo Romero. Lamentablemente la dirigencia a excepción de Pablo Repetto, según la hinchada, no tiene muy en claro cuáles son sus facultades o competencia al frente del Club.

### **PALABRAS CLAVE:**

Imagen corporativa; percepción, dirigencia; Club Liga Deportiva Universitaria; Rodrigo Paz; Esteban Paz; Guillermo Romero; Pablo Repetto; hinchas de Liga; investigación cuantitativa.

## **ABSTRACT**

This research study analyses the perceptions of fans of the University Sports League of the Metropolitan District of Quito, Ecuador has with the current leadership.

In order to analyze these data, a quantitative investigation was used, through an ad - hoc survey with valuation questions, the data were processed both in Microsoft Excel and in the software JMP of sas institute through the correlational model of Pearson.

Among the main findings found in the research, it is revealed that there is no transversal information flow between the public relations department and the leadership. Its target audience is not made aware of the activities of its senior management. On the other hand, the fans of Liga Deportiva Universitaria put their trust in the Paz family; Rodrigo and Esteban put their trust in the club's manager; the architect Guillermo Romero. Unfortunately, the leadership, with the exception of Pablo Repetto, according to the fans, is not very clear about his powers or competence at the head of the club.

### **Keywords:**

Corporate image; perception, leadership; Club Liga Deportiva Universitaria; Rodrigo Paz; Esteban Paz; Guillermo Romero; Pablo Repetto; League supporters; quantitative research.

## PROBLEMA

La Comisión Especial y el Directorio de Liga de Quito tienen discrepancias existe un desacuerdo entre los integrantes del directorio de Liga Deportiva Universitaria cuyo directivo deportivo Esteban Paz y del Directorio que preside Guillermo Romero, se da por una diferencia de criterios con respecto al manejo administrativo de la institución y divergencias que mantienen ambos entes. El problema se da por una disputa de intereses personales, conlleva a que la imagen corporativa del club este en un declive, por los problemas internos comunicacionales que posee la institución.

Los problemas comunicacionales se da porque Esteban Paz, miembro de la Comisión Especial de Fútbol, asegura que el Directorio se apresuró en enviar comunicados a socios sobre débitos que le realiza la Comisión para cubrir pagos al Servicio de Rentas Internas. La Comisión tiene documentos suscritos y firmados para que ambas partes cumplan tareas específicas.

La Comisión Especial de Fútbol renovó su potestad para manejar el equipo profesional, las divisiones formativas y el estadio Rodrigo Paz Delgado. Esto luego de un conflicto con el Directorio por divergencias en el manejo administrativo. El presidente del club insistió que es potestad de la Asamblea de socios establecer las condiciones para mantener el manejo del club actual Comisión integrada por la familia Paz.



## INTRODUCCIÓN

Liga Deportiva Universitaria de Quito se fundó en la Universidad Central el 11 de enero de 1930. En sus 89 años de historia, Liga tiene 11 títulos locales y 4 internacionales. El equipo fue creciendo y mejorando cada día, subiendo un peldaño cada año, hasta que fue campeón por primera vez del campeonato ecuatoriano en 1969. En 2008 al obtener la copa libertadores, pasa a ser el equipo más importante con prestigio en Sudamérica y Ecuador.

Liga Deportiva Universitaria ha contribuido con una parte significativa del fútbol ecuatoriano, por todos los signos y símbolos que han sido parte a lo largo de los años lo cual ha llevado a varios hinchas y aficionados a formar parte de este equipo, que supo lucir con honor su uniforme. Liga ha sido parte de varios campeonatos, en los cuales su equipo supo distinguirse entre los demás con el fin de sobresalir y llegar hasta el punto en el que se encuentran

En tal virtud el siguiente proyecto de investigación pretende analizar desde una mirada crítica la percepción que tiene la hinchada de Liga de Quito, en el manejo de la administración del club por parte de la familia Paz, para el periodo 2019. Se pretende sentar un precedente, desde una perspectiva social con respecto a las opiniones y criterios.

## JUSTIFICACIÓN

La investigación es pertinente ya que podría contextualizar de mejor manera el modelo de administración del club de Liga Deportiva Universitaria por parte de la directiva de Rodrigo Paz y Esteban Paz. Esto ha influido sobre la opinión pública generada en la hinchada de Liga de Quito, dirigencia que desde el año 1997 es responsable de organizar, administrar y controlar el equipo de fútbol, además es apoderada de la comisión de fútbol.

Se considera que la realización de esta investigación se establece como un aporte importante sobre el análisis de la eficiencia y eficacia de la administración del club por parte de la familia Paz. Sirviendo así para dirigencias de otros clubes ecuatorianos de serie A y serie B, puedan seguir el modelo de administración de Rodrigo Paz.

Futuras investigaciones en torno a este tema mediante los resultados obtenidos, pueden vincular el conocimiento con la realidad próxima, generando un aprendizaje verdaderamente significativo y reflexivo, propio de las hinchadas de los clubes ecuatorianos.

Por último, desde una perspectiva comunicacional, se puede conocer el impacto del mensaje que la dirigencia transmite. En este contexto, los discursos, proyectos, campañas, entre otras, generan una influencia social, recayendo sobre su perspectiva, credibilidad y confianza, convirtiéndose en una dirigencia firme.

## **IDEA A DEFENDER**

La dirigencia de Liga Deportiva Universitaria de Quito conformada por Rodrigo Paz y Esteban Paz, han trabajado por Liga aproximadamente 21 años. Dicha dirigencia consigue los siguientes títulos nacionales de; 1999, 2003, 2005, 2007, 2010, 2018, como internacionales; 2008 Copa Libertadores, 2009 Copa Sudamericana, 2009 Recopa y 2010 Recopa, lo cual le hace ser la dirigencia con mayor autonomía de toda la historia del club.

Varios de los socios, hinchas y la barra brava “Muerte Blanca” no desean que Rodrigo paz y Esteban Paz dejen la administración del club, ratificando su confianza y aspirando que manejen el equipo por los siguientes 5 años. Ya que la familia Paz tiene un vasto capital humano. El estudio así, reafirmaría el apoyo de la hinchada a esta administración.

# OBJETIVOS

## General

- Identificar las percepciones de los hinchas de Liga Deportiva Universitaria acerca de la administración de la actual dirigencia en el Distrito Metropolitano de Quito en el periodo 2019.

## Específicos

- Comprender teorías y conceptos representativos vinculados a la imagen corporativa
- Analizar el estado actual del club y de su dirigencia, partiendo desde sus actividades, facultades y decisiones que han tomado durante la actual administración (2019-2023).
- Indagar el contexto, características y fenómenos históricos vinculados a Liga Deportiva Universitaria en los últimos años.
- Implementar una metodología de investigación que facilite el análisis del objeto de estudio, brindando resultados medibles y satisfactorios para la investigación.

# MARCO TEÓRICO

## 1. Filosofía de la institución

### 1.1. Imagen corporativa

Por su parte (Keller, 1993) la define como las percepciones que son reflejadas por las asociaciones de marca retenidas por la memoria del consumidor. En relación a esta definición, la imagen de marca no solo es la construcción de un símbolo para una estrategia de mercadotecnia, las personas o consumidores, son quienes le dan la importancia para ser estudiada al traspasar la mente de las personas y su comportamiento.

Según (Costa, 2001), “La imagen es un valor global agregado que recubre y trasciende todas las realizaciones, producciones y comunicaciones de la empresa, a las que inyecta identidad, personalidad y significados propios y exclusivos”

Mientras que para (Malik, Naeem y Munawar, 2012) la variable imagen de marca a veces es utilizada por los investigadores como un término intercambiable con la identidad, imagen percibida y personalidad de la marca.

La definición de imagen como tal puede variar ya que diferentes autores tienen una concepción distinta de lo que imagen significa, sin embargo varios de ellos coinciden en que es el factor representativo de una organización, lo que los públicos perciben de la empresa, es por eso que es uno de los elementos intangibles más importantes de la misma.

#### 1.1.2. Importancia de la imagen corporativa

Diversos autores han expresado la importancia de la imagen corporativa o imagen institucional en el desarrollo de gestión las organizaciones, para el logro de permanencia en los mercados y en pro de conseguir un posicionamiento estratégico que permita a largo plazo la consecución de ventajas competitivas para las organizaciones.

Capriotti argumenta que la Imagen Corporativa adquiere una importancia fundamental, creando valor para la empresa y estableciéndose como un activo intangible estratégico de la misma, ya que si una organización crea una imagen en sus públicos fundamentalmente, esta:

- Ocupará un espacio en la mente de los públicos.
- Facilitará su diferenciación de las organizaciones competidoras, creando valor para los públicos.
- Disminuirá la influencia de los factores situacionales en la decisión de compra.

## **1.2. Personalidad el centro psíquico**

(Cerdá, 1985) definió el término personalidad, enfocándose desde cuatro diferentes significados: a) la forma en cómo un individuo aparece frente a las demás personas; b) el papel que una persona desempeña en la vida; c) un conjunto de cualidades que comprenden al individuo; y d) como sinónimo de prestigio y dignidad, mediante el cual se asignaba el término persona de acuerdo con el nivel social al que se perteneciera.

Desde la perspectiva psicológica se ha venido definiendo el concepto de personalidad; por ejemplo, (Leal, Vidales y Vidales 1997) plantean la personalidad desde tres miradas diferentes, las cuales son: a) organización total de las tendencias reactivas, patrones de hábitos y cualidades físicas que determinan la efectividad social del individuo; b) como un modo habitual de ajustes que el organismo efectúa entre sus impulsos internos y las demandas del ambiente; y c) como un sistema integrado de actitudes y tendencias de conductas habituales en el individuo que se ajustan a las características del ambiente.

La personalidad dentro de una empresa u organización es el centro psíquico que está compuesto por su metas, actitudes y misión que posea la organización, es decir todo lo que ha mantenido y sigue manteniendo, todo aquello que la hace diferente al resto o a su competencia, aquel tangible o intangible que la hace única.

### **1.3. Identidad Corporativa**

La identidad corporativa en términos de los modos (“comunicación”, “comportamiento”, “simbolismo”) en que la empresa se representa o proyecta a sí misma. (Abratt, 1989; Christensen y Askegaard, 2001; Gioia, Schultz y Corley, 2000; Leuthesser y Kholi, 1997; Margulies, 1977; Markwick y Fill, 1997)

Aquellas que, además de incluir los modos en que la empresa se representa, dan mayor importancia a un conjunto de elementos esenciales, centrales o fundamentales (“valores”, “subculturas”, “alma”), que tienen que ver con lo que objetivamente es la empresa, que la distinguen de otras organizaciones y le confieren individualidad. (Balmer, 2001; Balmer y Soenen, 1999)

De esta manera se distingue a la identidad de los demás intangibles como lo que la empresa quiere representar a sus públicos de sí misma, a través de su visión identidad visual, conceptual y comunicacional cada organización tiene una identidad así como una personalidad, sin embargo la identidad debe ser transparente y proyectarla de una manera positiva en la que esta coincida con su imagen.

### **1.4. Cultura corporativa**

La cultura es un conjunto de valores clave, creencias y entendimientos que son compartidos por los miembros de una organización (Smircich, 1983). (Pettigrew, 1979) describe la cultura organizacional como "el sistema de...significados aceptados públicamente y colectivamente operando para un grupo dado en un tiempo dado."

(Tylor, 1871) define la cultura como “Un todo complejo que incluye conocimientos, creencias, arte, moral, ley, costumbre y cualquier capacidad o hábito adquirido por un individuo como miembro de la sociedad”

Éste es un factor fundamental para el crecimiento de las instituciones, ya que logra definir de manera característica cómo los procesos propios de cada empresa se desarrollan a través de diferentes ámbitos, es decir posee varios elementos que la destacan entre las demás, haciéndola única y diferente.

## **2. Comunicación interna y externa**

### **2.1. Percepción y su subjetividad**

La percepción posee un nivel de existencia consciente, pero también otro inconsciente; es consciente cuando el individuo se da cuenta de que percibe ciertos acontecimientos, cuando repara en el reconocimiento de tales eventos. Por otro lado, en el plano inconsciente se llevan a cabo los procesos de selección Luz Ma. Vargas Melgarejo 49 (inclusión y exclusión) y organización de las sensaciones. (Gonzales, 1988)

A partir de los planteamientos de (Ponty, 1975) se ha presentado un punto de vista filosófico distinto. Este autor muestra a la percepción como un proceso parcial, porque el observador no percibe las cosas en su totalidad, dado que las situaciones y perspectivas en las que se tienen las sensaciones son variables y lo que se obtiene es sólo un aspecto de los objetos en un momento determinado.

Es por eso que cada persona tiene una percepción diferente, cada uno va a percibir según haya sido su vivencia y su experiencia, de esta manera no se puede esperar que todos perciban igual lo que se quiere transmitir, como se menciona anteriormente incluso las percepciones muchas veces pueden ser inconscientes.

#### **2.1.1. Percepción social**

Esta situación puede bien mostrarnos como cada día nos enfrentamos a acciones y situaciones que nos dicen algo sobre los demás o sobre nosotros mismos, y a la vez como individuos hacemos un esfuerzo por comprender o adaptarnos a dichas acciones y situaciones. A este proceso es a lo que los expertos denominan percepción social. (Moya, 1999) afirma que la percepción comprende dos procesos fundamentales:

1. La remodelación o selección del enorme caudal de datos que nos llegan del exterior, reduciendo su complejidad, facilitando así su almacenamiento y recuperación en la memoria.



2. Un intento de ir más allá de la información obtenida, con el propósito de predecir acontecimientos futuros, y de ese modo, evitar o reducir el factor sorpresa.

En todo proceso de percepción social existe la formación de impresiones que es *“el proceso mediante el cual se infieren características psicológicas a partir de la conducta y de otros atributos de la persona observada, los cuales se organizan en impresiones coherentes”* (Moya, 1999).

La percepción social es la interpretación significativa única e individual de una persona que se lleva a cabo mediante procesos complejos que informan propiedades vitales del ambiente y cómo actuar es un estado subjetivo, es decir debemos de tener en cuenta que las mismas cualidades pueden producir impresiones diferentes ya que interactúan entre sí en una forma dinámica.

## **2.2. Comunicación Organizacional**

(Berlo, 1979) afirma que nos comunicamos para influir y para afectar intencionalmente a otras personas. Además, afirma que nuestro fin básico (al comunicarnos) es alterar la relación original existente entre nuestro organismo y el medio que nos rodea”. Comunicación Organizacional: Sabemos que la comunicación en las organizaciones se da en dos vertientes: interna y externa. La comunicación organizacional se basa en planificar la comunicación integra de las organizaciones y determinar que herramientas usar para cubrir las necesidades de los clientes, saber cuáles son sus requerimientos y satisfacer sus exigencias, así como recaudar información relevante de los mismos para el beneficio de la organización.

Gerald Goldhaber señala tres definiciones sobre la comunicación organizacional:

- “Es el hecho de enviar y recibir información dentro del marco de una compleja organización”.
- “Es el flujo de información o el intercambio de información y transmisión de mensajes con sentido dentro del marco de la organización”.

- “Es aquel flujo de datos que sirve a los procesos de comunicación e intercomunicación en la organización. Dentro de la organización identifica tres sistemas de comunicación: operacionales (datos relacionados con tareas u operaciones) reglamentarios (órdenes, reglas e instrucciones) y de mantenimiento / desarrollo (relaciones publicas y con los empleados, publicidad, capacitación)”

La comunicación organizacional se basa en los flujos de información que existe dentro de una empresa, ya que esta debe ser clara y transmitir la información existente de la mejor manera posible hacia toda la institución contando con las diferentes herramientas que esta posee.

### **2.3. La imagen corporativa y las organizaciones deportivas**

La gestión de la comunicación en una organización se refleja en su imagen corporativa (I.C.), que puede ser definida como “la estructura o esquema mental sobre una compañía que tiene sus públicos, integrada por el conjunto de atributos que los públicos utilizan para identificar y diferenciar a esa compañía de las demás” (Capriotti, 2004). La imagen corporativa es un proceso complejo que, para ser descrito brevemente, se inicia en el momento en que un individuo conoce a una organización, adquiere información sobre ella y termina cuando construye estructuras mentales sobre la base de aquello. (Capriotti, 1999)

La imagen corporativa es la forma en que se percibe una empresa u organización, la imagen de lo que esta significa la percepción de su público objetivo, es una carta de presentación, la primera impresión que sus público tiene de dicha organización, para que funcione y ayude a obtener confianza en el mercado debe de estar claro su personalidad, identidad y su cultura. En caso de querer renovar algún aspecto se deberá analizar previamente y con mucho cuidado. La creación de la imagen corporativa generalmente está a cargo de los responsables del área de las Relaciones Públicas tiene que estar alienada con la personalidad, identidad y cultura para así poder proyectar buena imagen a su público y a la vez sienta interés y empatía.

### **3. Gestión de la comunicación**

#### **3.1. Planificación estratégica**

Se define como “un ejercicio de formulación y establecimiento de objetivos de carácter prioritario, cuya característica principal es el establecimiento de los cursos de acción para alcanzar dichos objetivos” (Armijo, 2011)

Por tanto cuando empezamos a planificar se empiezan a responder varias interrogantes a este proceso, tales como ¿Cuál es la razón de ser de la organización? (misión) ¿Como vemos a la organización en un futuro? Visión, Como llegará la organización a cumplir su visión (estrategias y metas).

#### **3.2. Control de Gestión**

En el libro “El control de la gestión: una perspectiva de dirección” de Joan Amat (1993) diferencia entre el proceso desde la perspectiva tradicional de control y una perspectiva más amplia, donde la perspectiva más amplia se busca orientar el comportamiento de toda la organización hacia el cumplimiento de objetivos, mismos que serán controlados de forma permanente y adicionalmente propone métodos formales e informales de control, debido a que en la medida que se descentralice el control y se distribuya entre los diferentes niveles de la organización, dejando de lado la perspectiva tradicional de control dónde está se desarrolla de forma centralizada Lo que implica analizar los resultados a posteriori para tomar medidas correctivas a tiempo y no netamente realizar un análisis comparativo en relación al planteamiento original donde la reacción sobre las estrategias pueden ser tardías y erróneas generando resultados negativos y usando solamente métodos formales de evaluación.

#### **3.3. Estrategia**

La estrategia “es la teoría que la alta dirección tiene sobre la base para sus éxitos pasados y futuros” (Burgelman, 2002) este concepto en si da un alto de grado relevancia al factor experiencia conocer el pasado de la organización las estratégicas cuyos resultados fueron exitosos y replicar los para empezar a construir el rumbo hacia el cumplimiento de la visión como objetivo general de la organización

### 3.4. Elaboración de indicadores

En la construcción de indicadores es importante diferenciarlos acorde a la misma teoría propuesta por Kaplan y Norton a partir de las etapas que se visualizan internamente en la organización de acuerdo al proceso productivo esos servicios e independiente de la línea de negocio a la que se dedica la organización estándar respecto a etapas identificadas en el proceso. Por lo que permite establecer que los indicadores se construyen desde el inicio del proceso donde se revisará el efecto de casualidad medible estratégicamente es importante considerar ciertos criterios en la selección de indicadores garantizando que los indicadores propuestos realmente respondan a lo que se debe medir y con ello conocer la eficiencia para verificar que las estrategias generan resultados positivos.

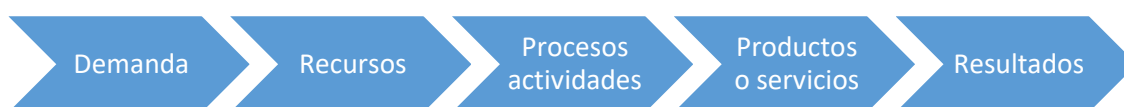


Gráfico1: Tipos de indicadores en el proceso productivo  
Elaborado por: Luis Alvarado  
Fuente: CEDPA (Centre for development and population activasteis)

## 4. Medios de comunicación

### 4.1. Medios de comunicación masivos

Los medios de comunicación que buscan acercar al club y al evento deportivo, en particular, al público aficionado, aprovechando las audiencias de las que goza el deporte del fútbol para mantener a sus oyentes, Independientemente del resultado deportivo o económico el fútbol siempre genera noticias e información, que es precisamente lo que necesitan los medios de comunicación para mantener contentos a sus anunciantes (Navarra, 2011)

Es decir que los medios de comunicación pueden considerarse imparciales hacia un resultado ya que lo que en realidad buscan es generar una noticia que beneficie o entusiasme tanto a una hinchada como a otra, informando cada uno de los detalles dentro de un partido.

## **4.2. Red Social**

*“Las redes sociales son lugares en Internet donde las personas publican y comparten todo tipo de información, personal y profesional, con terceras personas, conocidos y absolutos desconocidos”, afirma. (Celaya, 2008).*

(Dans, 2010) Define a las redes sociales son una estructura social que se puede representar en forma de uno o varios grafos, en los cuales, los nodos representan a individuos (a veces denominados actores) y las aristas, relaciones entre ellos. Las relaciones pueden ser de distinto tipo, como intercambios financieros, amistad, relaciones sexuales o rutas aéreas.

## **4.3. Radio**

La radio es un medio de comunicación masivo que permite una interacción entre los encargados de la transmisión y la sociedad de manera que se pueda lograr una dinámica informativo se requiere de una planeación para que se logre radiodifusión está se define como un conjunto de técnicas de emisión de ondas hercianas que permiten la transmisión de la palabra de los sonidos. (Gil, 1987)

## **4.4. Televisión**

La televisión es uno de los medios de comunicación de mayor popularidad a nivel mundial, que se fundamenta en el envío y recepción de sonidos e imágenes por medio de diversos soportes como el satélite, el cable, la radio, entre otros. Su popularidad reside en su fácil acceso ya que millones de personas tienen la posibilidad de acceder a él de forma inmediata y fácilmente. (Definición, 2019)

## **4.5. Facebook Twitter, Instagram y YouTube**

Las redes sociales como: Facebook Twitter, Instagram y YouTube en el mundo virtual, son sitios y aplicaciones que operan en niveles diversos como el profesional, de relación, entre otros pero siempre permitiendo el intercambio de información entre personas y/o empresas. (Cruz, 2019)

## **4.6. Programas radiales**

(Chaparro, 2005) se refiere a las radios asociativas como emisoras comunitarias, libres, populares, alternativas, participativas, ciudadanas, culturales, educativas, municipales, indigenistas, comunales y rurales, que representan un modelo claramente diferenciador frente a los modelos clásicos dominantes del sector público tradicional y privado comercial.

## **4.7. Programas televisivos**

La televisión presenta modelos de conducta, ofrece información, aporta estereotipos, induce valores e incluso ideales, es una forma de mostrar diversas culturas, etc. Son elementos suficientes para justificar las afirmaciones anteriores. También lo son como para detenerse más en profundidad en su análisis. (Aguaded, 2000)

# **5. Entidades regulatorias de fútbol**

## **5.1. El fútbol en siglo XXI**

Es un deporte de equipo jugado entre dos conjuntos de once jugadores cada uno y algunos árbitros que se ocupan de que las normas se cumplan correctamente. Es ampliamente considerado el deporte más popular del mundo, pues lo practican unas 270 millones de personas. (Deportes UTN, 2008)

El fútbol pertenece a la Federación internacional de fútbol Asociado, dicho organismo regulador del fútbol a nivel mundial. En algunos países también lo conocen al fútbol como soccer.

Un partido de fútbol dura 90 minutos y si es el caso que dicho partido es por alguna eliminatoria y el partido sigue empatado hasta el minuto 90, se jugara dos tiempos extras, cada tiempo con la duración de 15 minutos y si aún sigue empate, se disputara penales, esto se lo realiza o se los disputa entre dos equipos, cada equipo con 11 jugadores.

## **5.2. Un club de fútbol**

Es una entidad deportiva que tiene como fin único la práctica del fútbol. Dichas entidades poseen distintivos que ayudan a identificarlos y diferenciarlos del resto de equipos: una indumentaria característica, unos colores representativos, un escudo o himno asociados e incluso un estadio propio que acoge a los fanáticos e hinchas que acuden a presenciar los encuentros de su club. (Syltek, 2006)

El club de fútbol tiene como principal función la práctica del fútbol, está presidido por una federación como por ejemplo Liga Deportiva Universitaria, regido por la (Federación Ecuatoriana de Fútbol ) FEF por ende a su vez puede formar parte de otra federación de peso continental, tal es el caso de la CONMEBOL.

## **5.3. FIFA**

Los Estatutos de la FIFA equivalen a la Constitución del órgano rector del fútbol mundial. De ellos se derivan las leyes básicas, como las reglas sobre las competiciones, las transferencias, los asuntos de dopaje y otros asuntos varios. (FIFA, 2018)

La FIFA cuenta con varios años dentro de la organización de las distintas federaciones de fútbol alrededor del mundo, con el fin de generar un orden y un buen manejo de las diferentes asociaciones por las que se compone y son parte. Existen varias ordenanzas a las que la FIFA debe regirse para que cada uno de los juegos cumpla con las diferentes disposiciones.

## **5.4. Conmebol**

La Confederación Sudamericana de Fútbol (en adelante CONMEBOL) fundada el 9 de julio de 1916, es una Asociación Civil de Derecho Privado, sin fines de lucro, constituida por las asociaciones nacionales de fútbol de Sudamérica (Asociaciones Miembro), miembros de la Fédération Internationale de Football Association (FIFA). (Conmebol, 2018)

De la misma manera que la FIFA la CONMEBOL tiene varios años como agente regulador en la cual participan varias asociaciones de fútbol pero en este caso se enfocan únicamente en miembros sudamericanos para que formen parte del mismo.

### **5.5. Federación Ecuatoriana de Fútbol**

La Federación Ecuatoriana de Fútbol (FEF), más conocida por su acrónimo Ecuafútbol, es el organismo rector del fútbol en el Ecuador. Fue fundada el 30 de mayo de 1925 como Federación Deportiva Nacional del Ecuador, hasta su posterior creación formal en 1967 como Asociación Ecuatoriana de Fútbol, y finalmente desde 1978 adoptó su nombre actual.

Está afiliada a la Federación Internacional de Fútbol Asociación (FIFA) y la Confederación Sudamericana de Fútbol (CONMEBOL), máximos organismos del fútbol a nivel mundial y sudamericano respectivamente, y al Comité Olímpico Ecuatoriano (COE), en calidad de federación con deporte olímpico. (Federación Ecuatoriana de Fútbol, 2019)

### **5.6. LigaPro**

La Serie A de Ecuador, denominada LigaPro Banco Pichincha por motivos comerciales, es la máxima categoría del sistema de ligas de fútbol de Ecuador, organizada a partir de 2019 por la Liga Profesional de Fútbol del Ecuador. Hasta 2018 fue organizada por la Federación Ecuatoriana de Fútbol. (LigaPro, 2019)

En el 2018 por parte de los clubes de la serie A y serie B se planteó reformar y darle un giro de 180° al fútbol Ecuatoriano, esto lo realizaron con el fin de mejorar en todo aspecto al fútbol y más aún porque la FEF está involucrada en la corrupción y sus directivos.

24 equipos de fútbol resolvieron unirse para encontrar arreglos a los conflictos que sucedían en la Federación Ecuatoriana de fútbol, el cual fue buscar un futuro mejor para todos los clubs. Nace la idea de formar la “Liga Profesional de Fútbol teniendo como ejemplo a seguir la Liga Española dicha Liga buscaron asesoría y se implementó procesos para que se apliquen al balompié Ecuatoriano.



## **6. Administración de club deportivo**

### **6.1. Gestión administrativa**

Un modelo de gestión administrativo es el conjunto de actividades enfocadas al alcance de objetivos empresariales, a través de la eficiente y eficaz aplicación del proceso administrativo, que consiste en: planear, organizar, dirigir, coordinar y controlar (Chávez, 2016). Para el autor Lacalle (2016) es un proceso de dirección y control de los recursos humanos, materiales y económicos de la empresa para lograr lo planteado, mientras que para (Carrión, Zula y Castillo, 2016), un Modelo de Gestión constituye un conjunto de elementos que se coordinan en relación a la misión para brindar productos y servicios que cumplan los requerimientos y expectativas del cliente o usuario.

Existen varias maneras de describir y definir lo que significa la gestión administrativa según varios autores, sin embargo para que exista una buena gestión se debe tomar en cuenta a planificación y organización con el fin de controlar varios recursos tanto humanos como materiales, de esta manera se proporciona calidad en las solicitudes y exigencias de los clientes ya sea este un producto o servicio.

### **6.2. Administrativo**

Criterio deportivo y administrativo con la finalidad de obtener resultados excelentes, dando importancia a técnicas, como: visión, misión, valores, estrategias a corto y largo plazo, teniendo presente lo planteado por la empresa deportiva (Pedreros, 2016).

### **6.3. Financiero**

Actividades que realizan las empresas, entre ellas: transmisiones de fútbol, publicidad en los distintos medios de comunicación y el merchandising (venta de camisetas, balones, banderas del equipo), que tiene un costo y genera ganancias (Coremberg, Sanguinetti y Wierny, 2016).

#### **6.4. Talento Humano**

Es primordial que todos los elementos de un equipo de fútbol se encuentren motivados, para que exista participación en las distintas actividades deportivas (Pérez y Álvarez, 2015).

#### **6.5. Producción y Calidad**

Mejora de la calidad del rendimiento deportivo, mediante un proceso evaluativo (Millán, Santana y Escoriza, 2016).

#### **6.6. Marketing Deportivo**

Surge en los EEUU en 1978, convirtiéndose en un elemento clave para que las organizaciones lleguen al cliente y cumplan metas (Madrid, Santana y Mendivil, 2015).

#### **6.7. Directiva de un club deportivo**

Los Estatutos y el Reglamento de Régimen Interno de un club deportivo tienen como objetivo definir quiénes lo conforman y cuáles son sus competencias. En función del tipo de club deportivo estableceremos un organigrama u otro en un esquema que debe aparecer reflejado en los Estatutos del club. (Syltek, 2015)

Es decir, cada Directiva de los diferentes clubs deportivos tiene un organismo regulador los cuales especifican ocupaciones dependiendo de sus funciones, además de aptitudes que los diferentes miembros poseen, de esta manera se crean organigramas definiendo cada uno de los cargos.

#### **6.8. Gerencia Deportiva**

Para la autora López (2016), la gerencia deportiva es un tema de estudio que surge en 1960, que el comportamiento organizacional con la finalidad de alcanzar las metas planteadas. No obstante, la evolución de la gerencia en el deporte ha tomado auge de forma acelerada con la aplicación de las ciencias administrativas, incorporando e integrando diversos sistemas de gestión para la toma de decisiones, por ejemplo: gestión por procesos, sistema de información, marketing online (mercadotecnia en línea), entre otros, que coadyuvan a una mejor toma de decisiones.

Dentro de la Gerencia Deportiva se busca llegar a cada uno de los objetivos que la organización instaura y programa, de esta manera se ha llevado a cabo y se ha incorporado este tipo de gerencias en el ámbito deportivo para mejorar el sistema organizativo de las instituciones manteniéndose al tanto y actualizados en varios aspectos.

## **6.9. Autoridad**

*Autoridad no es la superioridad de un poder que reclama obediencia ciega y prohíbe pensar. La verdadera esencia de la autoridad reside en no poder ser irracional, en ser un imperativo de la razón, en presuponer en el otro un conocimiento superior que rebasa el juicio propio. Obedecer a la autoridad significa entender que el otro también la voz que resuena desde la tradición y la autoridad puede percibir algo mejor que uno mismo (Gadamer, 2000)*

En ocasiones se cree que autoridad es imponer algo hacia otra persona con el fin de que se obedezca, sin embargo, la palabra autoridad tiene un contexto bastante diferente ya que lo que en realidad se busca es promover el conocimiento para que así la otra persona pueda llegar a hacer de mejor manera lo que se proponga.

## **7. Liga de Quito**

### **7.1. Liga Deportiva Universitaria de Quito**

El cuadro universitario, como la denominación lo indica, nace por iniciativa de un grupo de entusiastas y bullangueros estudiantes de la gloriosa Universidad Central del Ecuador. Para el mes de octubre de 1918, es fundado el elenco del Universitario que sin embargo, tiene que esperar hasta 1930 para quedar jurídicamente constituido, con el que se convertiría al glorioso nombre de Liga Deportiva Universitaria; por iniciativa de Bolívar León y que contaría con el aval de uno de sus grandes hinchas, el Doctor José María Velasco Ibarra, presidente de la nación. (Liguistas, 2015)

La Historia de Liga Deportiva Universitaria de Quito tiene sus inicios cuando un grupo de deportistas y estudiantes de la Universidad Central en el año 1930 deciden crear el equipo de fútbol profesional con el nombre de (LDU) Liga Deportiva Universitaria.(365LDU, 2015)

La Liga Deportiva Universitaria es una institución de grandes ideales y aspiraciones, cuenta con varios años dentro del fútbol ecuatoriano actuando como uno de los equipos más reconocidos por su trayectoria y logros, siendo varios estudiantes de la Universidad Central quienes empezaron con el legado de la famosa LDU.

## **7.2. Estadio de la Liga Deportiva Universitaria de Quito**

El Estadio fue construido sobre los planos de Ricardo Mórtola, un arquitecto especialista en estadios, entre los que principales nombres que participaron de esta obra estuvieron Edwin Ripalda, Gonzalo Domínguez, Juan Carlos Larco, Franklin Rodríguez y Fernando Romo. (Ldu, 2018)

La comisión Pro Construcción del Estadio de LIGA, en la que figuras notables hicieron importantes aportes fue la encargada de la construcción del escenario deportivo, además, el saldo fue financiado por los bancos Pichincha, Produbanco, Guayaquil y Proinco, el costo total fue de 16 millones de dólares. (Ldu, 2018)

El estadio de Liga de Quito fue creado el 1 de marzo de 1997 por el presidente honorario Esteban Paz, y diseñado por el arquitecto Ricardo Mórtola. La construcción del estadio duro prácticamente un año, tuvo un costo de 16 millones de dólares, tiene un aforo de 41.000 espectadores que se distribuye en: generales, tribunas, palcos y suites.

El estadio de Liga se cambió de nombre en el 2017 de Casa Blanca a Rodrigo Paz Delgado, en conmemoración y homenaje al dirigente que dejó rastros y huellas es decir Rodrigo Paz más conocido como “papa oso”

### **7.3. Country club**

A mediados de los años 70, por gestiones de Rodrigo Paz 45 hectáreas en el sector de La Pampa, más allá de Pomasqui, fueron el lugar escogido para levantar allí el centro de entrenamiento de la división profesional y las divisiones formativas, así como para ofrecer a los socios del club un espectacular sitio de descanso en el norte de la ciudad de Quito. (Ldu, 2019)

Existen hoy 16 canchas de arcilla para el tenis y 4 de cemento junto a un estadio reglamentario. Se diseñaron también 5 canchas de ecuavoley, también dispone de 4 piscinas y un tobogán, además de baños turcos y saunas sin que falten espacios para el raquetbol y el squash. (Ldu, 2019)

La construcción del country además de realzar la marca a nivel institucional, también genera un gran aporte para los hinchas que pueden ingresar y hacer uso de las diferentes áreas de recreación, uno de los objetivos del Country es unir a la familia e invitar al ejercicio con sus diferentes actividades.

### **7.4. Liga Rey de copas**

En una sola década, y básicamente sobre el final de la misma, Liga Deportiva Universitaria de Quito obtuvo prácticamente todos los títulos que un conjunto sudamericano puede conquistar. De todas las finales que disputó solo se le escapó la del Mundial de Clubes 2008, que perdió por la mínima diferencia (1-0) ante el poderoso Manchester United. (Universo, 2010)

Los albos marcaron hitos en Ecuador en la historia del balompié de clubes. En el país su dominio se plasmó este decenio con tres vueltas olímpicas (2003, Apertura 2005 y en el 2007) que incrementaron a nueve sus coronas nacionales. (Universo, 2010)

En la penúltima década Liga Deportiva Universitaria se destacó por su estabilidad institucional, es decir por su eficiencia de su dirigencia para contratar y formar un equipo efectivo teniendo futbolistas que marcaron no solo a Liga sino al fútbol Ecuatoriano con jugadores ecuatorianos y extranjeros, que luego fueron transferidos a otros clubes internacionales, dejando una ganancia para el club y a la vez por la llegada de entrenadores, como el profesor Edgardo Bauza, Carlos Oblitas y Jorge Fossati, que consiguieron triunfos inéditos.

## **7.5. Indumentaria**

En el fútbol, el equipamiento se refiere a la indumentaria y accesorios que deben llevar los jugadores a lo largo del desarrollo de los partidos. Los futbolistas generalmente llevan números identificatorios denominados dorsales en la parte trasera de sus camisetas y en ocasiones en la parte delantera y pantalones. Originalmente, un equipo usaba los números del 1 al 11, correspondiéndose abiertamente con su posición dentro del campo. (Definición, 2008)

Los clubes de fútbol de diferente categoría, en su indumentaria han prevalecido y han tenido varios cambios. Un factor que es constante prevalece son los nombres de los jugadores en las camisetas suelen ser los apodos de los jugadores.

En cambio uno de los cambios que se ha venido dando es en los uniformes son los uniformes de los deportistas antes eran camisetas anchas de algodón, pantalones por debajo de la rodilla y medias hasta la rodilla, hasta que en la actualidad ha cambiado la indumentaria como son los pantalones se acortaron camisetas de fibras y livianas.

## **7.6. Cuerpo Técnico**

*La elección del Cuerpo Técnico en el momento de conformarlo es un paso trascendental para el futuro trabajo. Ese grupo de colegas entrenador ayudante, preparadores físicos, médicos, psicólogos, nutricionistas, utileros que son los primeros en recibir al jugador en el día a día de trabajo (Viera, 2010)*

## **7.7. Jugadores**

Cuando se pone la pelota en juego, cada uno de los equipos tiene 11 jugadores en el campo. Uno de ellos es el portero y el resto se dedican a jugar en diferentes posiciones, aunque a lo largo del partido estas pueden ir variando. Se van haciendo cambios en las líneas de juego si es necesario reforzar el ataque o la defensa. Pero el número no cambia a no ser que haya una expulsión. (ABC deportes, 2013)

El fútbol se lo debe de practicar en base a estrategias que plantee el Director Técnico, esto se lo realiza a través de cualidades o ventajas competitivas de cada jugador para poder sorprender al rival, Hay jugadores especializados en cada una de las posiciones ya sea de portero, defensa, mediocampista, o delantero.

*"Yo amo a El Nacional, es mi club. Me dieron la oportunidad de un techo, de una comida. Ver el momento que está pasando duele mucho (...) Es mi casa, no me imagino jugar en otro equipo de Ecuador. Mi padre no me lo perdonaría"*  
(Valencia, 2019)

## **8. Transferencia en el fútbol**

En los meses de Diciembre-Enero y de Julio-Agosto de cada año, los medios de comunicación se activan considerablemente en el ámbito deportivo. Se realizan en estas fechas porque son las ventanas de transferencias de las federaciones internacionales de fútbol más importantes a nivel mundial. Son las épocas del año en que los clubes profesionales tienen la posibilidad de inscribir nuevos jugadores en su plantilla. (Encolombia, 2018)

Los medios de comunicación se informan activamente de lo que ocurre dentro de los deportes, sin embargo, en los meses de diciembre y enero varios jugadores y equipos se organizan para la temporada más importante del fútbol.

**8.1. Traspaso:** Para concretarlo debe haber, además del consentimiento del jugador, un acuerdo entre los dos clubes. El vendedor pacta con el comprador una cifra determinada en concepto de traspaso, y éste último pasa a disponer de los derechos federativos -la ficha- del futbolista, acordando con él un nuevo contrato. (Goal, 2018)

**8.2. Cesiones:** Aquí también debe haber acuerdo entre las tres partes. Habitualmente, un club decide ceder a un jugador con contrato vigente al no contar regularmente con él y necesitar, asimismo, que no pierda ritmo futbolístico. (Goal, 2018)

**8.3. Agentes libres:** La Ley Bosman ha revolucionado el mundo del fútbol. En diciembre de 1995, la Unión Europea determinó "ilegal" el traspaso de un futbolista si éste había acabado ya su contrato con un club. En cambio, el jugador pasaba a ser agente libre, con derecho a negociar libremente su fichaje por cualquier otro equipo. (Goal, 2018)

**8.4. Co-propiedad:** Eso no es frecuente en la mayoría de las Ligas importantes de Europa, salvo en Italia. En estos casos, suele ser muy importante para los clubes poder asegurarse al menos parte de la ficha de determinado futbolista, aunque en ese momento no esté contando para un técnico. (Goal, 2018)

## **9. Club Deportivo de fútbol**

Los Estatutos y el Reglamento de Régimen Interno de un club deportivo tienen como objetivo definir quiénes lo conforman y cuáles son sus competencias. En función del tipo de club deportivo estableceremos un organigrama u otro en un esquema que debe aparecer reflejado en los Estatutos del club. (Syltek, 2006)

Los socios inscritos en un club de fútbol pertenecen al estatuto del club, tienen la obligación de abonar un monto económico de carácter mensual, semestral o anual y por ende tienen derecho a poder usar todos los beneficios que le ofrezca el club y conocer las actividades de la asociación.

### **9.1. Hinchada**

El término hincha refiere a aquel individuo partidario y entusiasta de algo o alguien, especialmente de algún equipo de fútbol u otro deporte, e llama hincha a la persona que es partidaria de algo o de alguien, equivalente a simpatizante, aficionado o fanático. (Zamblaglione, 2008)

El Hincha de un club de fútbol es el que espera los domingos para ir al estadio con su familia para ir alentar desde las gradas a su equipo. Un verdadero hincha asiste al estadio no por los resultados sino por amor a los colores de su equipo. Barcelona es uno de los equipos que despierta más pasiones en todo el Ecuador por el simple hecho de ser un ídolo.



## **9.2. Afición**

Afición es un término que tiene su origen en el vocablo latino affectio. Se trata de la inclinación o el afecto hacia alguien o algo. El concepto se utiliza para nombrar al conjunto de las personas que asisten con frecuencia a ciertos espectáculos o que experimentan un apasionamiento por ellos. (Definición, 2010)

Cada una de las personas llegan a tener diferentes aficiones ya sea en su vida profesional como en la personal, buscando su inclinación hacia un equipo, un artista, un jugador, entre otros, con el cual puede llegar a sentirse identificado, propagando entusiasmo y fervor al asistir a diferentes eventos.

## **9.3. Fanático**

El fanatismo supone una adhesión incondicional a una causa. La mencionada ceguera que produce el apasionamiento lleva a que el fanático se comporte, en ocasiones, de manera violenta e irracional. El fanático está convencido de que su idea es la mejor y la única válida, por lo que menosprecia las opiniones de los demás. (Definición, 2010)

## MARCO CONTEXTUAL

### 10. Dirigencia L.D.U.

La dirigencia es el grupo dirigente de una institución o de un organismo que puede pertenecer a los más diversos ámbitos. La misma se encuentra compuesta por varios individuos, los cuales se conocen. (Definición, 2016)

Los dirigentes deportivos toman importantes decisiones que afectan directamente a las competencias deportivas (Cornejo, 2007)

“Un dirigente deportivo interactúa básicamente como: las actuaciones de los deportistas técnicos, situaciones financieras: resultados y objetivos preestablecidos” (Romo, 2010)

Un dirigente es una persona encargada de tomar decisiones que afectan a un número importante de individuos que están bajo su cargo. El término puede remitir a políticos, gremialistas o encargados del destino de cualquier institución. (Definición, 2010)

En el club Liga Deportiva Universitaria la dirigencia la conforman las siguientes autoridades: Guillermo Romero Presidente del Club Rodrigo Paz, presidente Vitalicio, Esteban Paz, presidente de la comisión de fútbol, y Pablo Repetto Director técnico, en el cual cada uno de ellos están a cargo de manejar a la institución, teniendo a personas que respetan sus decisiones al reconocerlo como tal.

#### 10.1. Guillermo Romero

Guillermo Romero es el actual presidente del club Liga Deportiva Universitaria y a la vez, socio del Club, ha tenido la oportunidad de servir fungiendo las funciones de vice presidente, estando a cargo de varios proyectos de mejoramiento en la institución. Los proyectos que han estado a cargo han sido los siguientes:

Contribución y Apoyo en el mejoramiento del Country Club de Liga Deportiva Universitaria de Quito III, diseño, remodelación y construcción de las áreas húmedas, piscina cubierta temperada y spa en el Country Club de Liga Deportiva Universitaria de Quito. Diseño y construcción del comedor del Colegio de Liga. Diseño y construcción de la Casa del Futbolista, Casa del Tenista y remodelación del restaurante en el Country Club de Liga Deportiva Universitaria de Quito. (Linkedin, 2020)

Presidente del Club Liga de Quito, durante su participación en el cargo ya mencionado ha tenido más peleas que buenas críticas por parte de la hinchada y de los mismos medios de comunicación, la afición siempre piden conocer el trabajo que realizan ya que siempre su admiración se ha cerrado más en llevar la contra a las decisiones de los señores paz haciendo que tenga una baja aceptación.

## **10.2. Rodrigo Paz**

Nació en Tulcán, Ecuador, 20 de diciembre de 1933 es un empresario, político y dirigente deportivo ecuatoriano. Fue alcalde de Quito entre 1988 y 1992. Fue candidato a la presidencia de Ecuador en 1996. También fue ministro de finanzas en el gobierno de Jaime Roldós y fue presidente del Consejo Nacional de Modernización (CONAM) en el gobierno interino de Fabián Alarcón. (El Comercio, 2017)

Rodrigo Paz es el presidente vitalicio del club, fue un jugador, y dirigente de Liga de Quito, es un máximo referente de dicho equipo. La historia de Liga en su aniversario se escribe junto al nombre de Rodrigo Paz Delgado ya que dio muchas alegrías a la hinchada como fueron las anheladas copas internacionales, la construcción del estadio y construcción del country club.

### **10.3. Esteban Paz**

Esteban Paz es el dirigente de la comisión de fútbol, es uno de los dirigentes con más títulos en su currículum, pues integró los directorios de la Comisión cuando Liga fue campeón en 1998, 1999, el 2003, Apertura 2005, 2007 y 2010. También estuvo en el descenso del 2000 y el ascenso del 2001. En el 2009 se convirtió en presidente de la Comisión Ejecutiva de Liga. (Bendito fútbol, 2017)

*"Hay gente que no tiene escrúpulos y hace daño al fútbol. Levantan copas sin merecerlas y celebran tres puntos que no les pertenecen. A LDU nadie le regaló nada ni nos regalará nada" (Paz, 2019)*

Esteban Paz uno de los máximos y más prestigiosos dirigentes de liga de Quito, su trabajo ha llevado que el club tenga un nombre muy importante a nivel nacional e internacional haciendo que liga tenga unos auspiciantes muy importantes y pueda tener un ingreso económico moderadamente alto, y que el equipo tenga jugadores y cuerpo técnico de renombre, además se encarga que el estadio siempre esté en óptimas condiciones todo esto ha generado que los hinchas y los socios le tengan una gran confianza y se mantenga en su cargo.

### **10.4. Pablo Repetto**

Pablo Eduardo Repetto Aquino es el director técnico de Liga Deportiva Universitaria, nació el 14 de marzo de 1974 ex jugador de fútbol, de adolescente jugó en Argentina para las juveniles de Wanderes y Rancing, inicio como entrenador de fútbol profesional en el año 2006 solamente 1 vez salió a dirigir en el exterior en Emiratos Arabes en el cual estuvo solo 3 meses, actualmente es entrenador del club Liga Deportiva Universitaria. (El comercio, 2017)

El profesor Pablo Repetto<sup>7</sup> llega a liga de Quito con la esperanza de salvar al equipo del descenso, en el año 2015 su aporte es bueno y logra clasificar a liga a copa sudamericana, los siguientes años. El profesor armó un equipo a su gusto con el cual elevó el nivel de liga suavemente llevando a liga a jugar dos finales por el torneo ecuatoriano ganando una y perdiendo otra. Sin embargo el hincha de liga algunos le tienen aprecio, pero la Directiva de liga encabezada por Rodrigo Paz y Esteban Paz tiene plena seguridad y confianza en su trabajo.

## 11. Ranking de la F.E.F. y L.D.U.

### 11.1. Ligas del mundo

La Federación Internacional de Historia y Estadística de Fútbol (IFFHS) acaba de publicar el ranking de las mejores ligas del mundo del 2019 y en la lista la LigaPro de Ecuador se ubica en el quinto lugar en Sudamérica y es la número 14 a nivel mundial. (El Universo, 2020)

Puesto	Club	Puntos
1	Inglaterra	1287
2	Brasil	1165
3	España	1141
4	Italia	939
5	Colombia	849
6	Portugal	834
7	Francia	818
8	Países Bajos	790,5
9	Argentina	776
10	Alemania	765,5
11	Paraguay	755,5
12	Escocia	747,5
13	Bélgica	696,5
14	<b>Ecuador</b>	<b>686</b>

Cuadro 1: Ranking mundial de Ligas 2019

Elaborado por: Luis Alvarado

Fuente: El Universo

El campeonato ecuatoriano de fútbol en el 2019, presentó nuevas mejoras bajo la administración de la Liga Pro Ecuador, la cual está en el puesto 14 de 100, dentro del ranking de las ligas de fútbol mejor organizadas del mundo. Durante el desarrollo se mejoró la administración del campeonato local, administraciones de los clubes, políticas, beneficio a jugadores, por lo tanto, la empresa (IFFHS) ha calificado a la liga Pro de Ecuador con 686 puntos.

## 11.2. Ranking Mundial de Clubes

La Federación Internacional de Historia y Estadística de Fútbol (IFFHS) publicó este jueves el ránking de los mejores equipos a nivel mundial donde Liga Deportiva Universitaria de Quito aparece en el puesto 11, dos lugares más arriba en relación a su última ubicación. (El Universo, 2011)

Puesto	Club	Puntos
1	Barcelona	317
2	Real Madrid	307
3	Porto (Portugal)	291,5
4	Manchester United (Inglaterra)	285
5	Manchester City (Inglaterra)	254
6	Villarreal (España)	250
7	Inter de Milán (Italia)	246
8	Dinamo de Kiev (Ucrania)	222,5
9	Schalke 04 (Alemania)	218
10	Vélez Sarsfield (Argentina)	213
11	<b>Liga Deportiva Universitaria de Quito</b>	<b>211,5</b>
12	Santos	208
13	Zenit (Rusia)	208
18	Liverpool (Inglaterra)	202

Cuadro 2: Ranking mundial de clubes 2011

Elaborado por: Luis Alvarado

Fuente: El Universo

Liga De Quito durante el año 2008, 2009, 2010 se ubicó en los puestos más altos del ránking FIFA para un equipo Sudamericano, en el año 2011 el cuadro albo empezó un proceso de recambio a nivel de jugadores lo cual generó que el equipo empieza a descender en el ránking llegando a ubicarse en el puesto 11 de ahí en adelante Liga de Quito paso por algunas etapas difíciles no solo a nivel internacional, sino también en el campeonato local, y generando un malestar en los hinchas y en la gerencia, haciendo que en un solo campeonato liga tuviera más de 4 entrenadores.

Puesto	Club	Puntos
1	Atlético de Madrid	289
2	Real Madrid	284
3	RB Salzburg	278
4	FC Barcelona	273
5	FC Juventus	265
6	SE Palmeiras	264
7	Atlético Junior	262
8	CA River Plate	261
9	FC Sevilla	260
10	CI Santa Fe	237
11	Gremio FP Alegrense	234
12	Celtic FC	230,5
13	Atlético Nacional	229
<b>102</b>	<b>LDU Quito</b>	<b>127,5</b>

Cuadro 3: Ranking mundial de clubes 2018  
 Elaborado por: Luis Alvarado  
 Fuente: IFFHS 2018

### 11.3. Ranking Conmebol Libertadores Liga de Quito

El puntaje de performance toma en cuenta resultados de Copa Libertadores 2009 hasta la edición 2018. Este puntaje tendrá un valor proporcional al año, teniendo el año más reciente valor del 100 %, e irá decreciendo 10 % por año hasta llegar al décimo año, que tendrá un valor del 10 %. A partir del año 11, el puntaje pasa a sumar al coeficiente histórico (ya no depreciable). Los clubes acumulan puntos a lo largo de la Copa Libertadores a medida que avanzan. El puntaje de campeón local toma en cuenta sólo los resultados de los últimos diez años (2009-2018). (Conmebol, 2019)

25	Internacional	Brasil	0	590	1802	2392
26	Vélez	Argentina	20	556	1614	2190
27	The Strongest	Bolivia	60	340	1744	2144
28	Racing Club	Argentina	40	470	1592	2102
29	Universidad de Chile	Chile	65	404	1616	2085
30	Flamengo	Brasil	5	606	1390	2001
31	Guaraní	Paraguay	25	354	1518	1897
32	Independiente del Valle	Ecuador	0	0	1773	1773
33	U. Católica	Chile	100	940	710	1750
34	Sporting Cristal	Peru	115	712	763,5	1591
35	Defensor Sporting	Uruguay	22,5	220	1248,5	1491
36	Tigres	México	0	92	1354	1446
37	Nacional (P)	Paraguay	22,5	16	1226	1265
38	América de Cali	Colombia	0	1204	22	1226
39	Newell's Old Boys	Argentina	12,5	412	799	1224
40	Universitario	Peru	30	902	285,5	1218
41	Wilstermann	Bolivia	50	306	847	1203
42	Fluminense	Brasil	30	208	960	1198
43	Rosario Central	Argentina	0	420	768	1188
44	Botafogo	Brasil	0	184	994,5	1179
45	Deportivo Cali	Colombia	17,5	804	356	1178
46	Liga de Quito	Ecuador	35	642	354,5	1032
47	Atlético Tucumán	Argentina	0	0	1030	1030
48	Táchira	Venezuela	45	188	776	1009
49	Vasco da Gama	Brasil	0	370	612	982
50	Unión Española	Chile	12,5	366	592,5	971
51	Junior	Colombia	12,5	282	639,5	934
52	Millonarios	Colombia	32,5	450	430	913

Cuadro 4: Ranking de clubes Copa Libertadores 2019

Elaborado por: Conmebol

Fuente: Conmebol

La buena actuación de Liga de Quito en el torneo local con 11 trofeos y en las competiciones internacionales tras ganar una libertadores, una sudamericana y dos recopas y los conseguido en el último año la Copa de la liga pro y la participación del 2019 en la copa libertadores y llegar hasta los 4tos de final le hacen acreedor a que se ubique en una posición alta en el ranking de la Conmebol, dejando en alto no sólo el nombre del equipo sino también del País.

#### 11.4. Ranking de hinchada a nivel Sudamericano

La Confederación Sudamericana de Fútbol (Conmebol) publicó el ránking de los equipos con más hinchas en todo el continente. Liga de Quito ocupa el puesto 24 Liga Deportiva Universitaria de Quito con aproximadamente dos millones 800 mil hinchas en Ecuador. Aquí te dejamos el ránking completo. (Conmebol, 2018)

Liga tiene hinchada a nivel mundial por ser el único 4 veces campeón de América y vice campeón del mundo, el cual con el transcurrir de los años ha tenido una acogida en varios países en especial el año del 2008 al ser un equipo con jerarquía y jugar la final del mundial de clubes con el Manchester United, tuvo la aceptación y capto hinchas en todos los continentes, hasta el año 2012 estuvo en auge el club Liga de Quito por sus títulos internacionales obtenidos.



## 11.5. Ranking de hinchada en el Ecuador

"La primera hinchada a nivel nacional es la de BSC con el 34.2 %, con (4, 270,200) hinchas, la segunda hinchada es la de LDU con el 14.9 equivalente a (2, 890,600) % y en el tercer lugar está la de Emelec con el 13.7 %", con (1, 207,000) precisó Ramón, con un dato que seguramente generará debate en todo el país. (Conmebol, 2018)

La asistencia de la hinchada a los estadios es fundamental para el crecimiento del equipo, por lo cual deben de aprovechar los clubes con mayor hinchada para que la afición pueda asistir y por ende llenar los estadios.

CLICK

	Ciudad						Edad			Sexo		Ingresos		
	UIO	GYE	CCA	MTA	PJO	Millennials 18 - 35	Generación X 35 - 50	Baby Boomers 50 +	M	F	menos de 1000\$	1001\$ a 3000\$	más de 3001\$	
Barcelona	30,3%	19,2%	46,3%	13,2%	22,6%	26,8%	28,0%	24,5%	17,6%	29,5%	22,1%	28,8%	21,2%	22,4%
Liga de Quito	14,5%	30,4%	1,6%	11,3%	3,7%	3,2%	15,5%	10,3%	9,4%	15,6%	12,7%	14,9%	11,3%	8,0%
Emelec	13,6%	4,5%	22,9%	7,4%	15,8%	21,6%	14,2%	13,3%	8,8%	15,8%	10,8%	13,3%	14,1%	11,2%
El Nacional	4,7%	9,7%	1,6%	0,8%	0,0%	1,1%	2,1%	3,0%	10,1%	4,3%	2,0%	3,2%	3,4%	2,2%
Deportivo Cuenca	2,5%	0,5%	0,0%	24,7%	0,0%	0,0%	5,8%	7,4%	5,4%	6,2%	6,4%	6,8%	5,3%	6,7%
Aucas	1,4%	3,2%	0,0%	0,8%	0,0%	0,0%	0,7%	1,4%	1,4%	1,4%	0,5%	0,8%	1,7%	0,0%
Deportivo Quito	1,0%	1,8%	0,3%	1,3%	0,0%	0,0%	0,8%	1,2%	0,0%	0,8%	0,9%	0,8%	1,3%	0,0%
Defín	1,0%	0,8%	0,0%	1,8%	11,1%	0,5%	1,7%	2,4%	3,4%	2,6%	1,6%	2,1%	1,7%	3,7%
Manta SC	0,7%	0,8%	0,0%	2,4%	3,2%	0,5%	1,3%	1,6%	0,0%	1,7%	0,8%	1,0%	1,3%	3,0%
Liga de Portoviejo	0,6%	0,0%	0,0%	1,6%	0,5%	7,9%	1,5%	1,0%	2,7%	1,9%	0,9%	1,9%	0,6%	1,5%
U. Católica	0,3%	0,8%	0,0%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,4%	1,4%	0,5%	0,0%	0,2%	0,4%	0,0%
Macará	0,2%	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,2%	0,0%	0,3%	0,0%	0,1%	0,2%	0,0%
Técnico Universitario	0,1%	0,0%	0,0%	0,8%	0,0%	0,0%	0,2%	0,2%	0,0%	0,3%	0,1%	0,2%	0,0%	0,7%
Otro	0,2%	0,0%	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,4%	0,0%	0,0%	0,3%	0,0%	0,2%	0,7%
No es hinch	28,9%	27,7%	26,8%	33,7%	43,2%	38,4%	28,1%	32,7%	39,9%	19,2%	40,7%	26,0%	37,4%	39,8%

Cuadro 5: Hinchada en el Ecuador  
Elaborado por: FEF (Federación Ecuatoriana de futbol)  
Fuente: Click



Cuadro 6: Muestra  
Elaborado por: Juan Castro  
Fuente: Radio la Red

Barcelona un equipo con jerarquía y trayectoria ha sido el equipo más popular del Ecuador. El regionalismo en la región costa lo cataloga como un equipo de pueblo donde capta la mayor atención de hinchas en Guayaquil y Manabí, es muy marcado por lo que en Guayaquil la mitad de la población es de Barcelona, el equipo a pesar de que no tenga títulos internacionales sigue siendo el ídolo del Ecuador poniéndole por encima de Liga de Quito y Emelec.

## 12. Asistencias a los estadios en el fútbol ecuatoriano

En la primera etapa, cuantificando los once encuentros de local, llegaron 178.274 espectadores a las diferentes localidades del Estadio George Capwell; en la segunda fase (doce encuentros), asistieron 233.757. En total, el 'bombillo' llevó 412.031 aficionados a la caldera del Capwell en este año. (El Universo, 2018)

En tanto que el campeón Liga de Quito, incluida la final del pasado domingo, convocó a 222.702 aficionados al estadio Rodrigo Paz Delgado en todo el 2018, siendo el albo el tercer club del torneo con mejor asistencia de público en condición de local. (El Universo, 2018)

RECAUDACIÓN DE CLUBES EN EL 2018		
266	1 464 226	12 133 147
Total de partidos	Total Asistencias	Total Recaudación
	Asistencia	Recaudación
 Emelec	412 031	2 992 076
 Barcelona	258 606	2 276 006
 Liga (Q)	220 161	2 267 105
 Aucas	95 473	765 359
 Dep. Cuenca	94 921	635 515
 El Nacional	73 079	610 132
 Macará	84 421	821 336
 Guayaquil C.	50 055	349 634
 Técnico U.	65 442	643 131
 U. Católica	45 304	287 499
 Ind. Del Valle	33 902	233 450
 Delfín	30 831	251 904

FUENTE: FEDERACIÓN ECUATORIANA DE FÚTBOL / EL COMERCIO

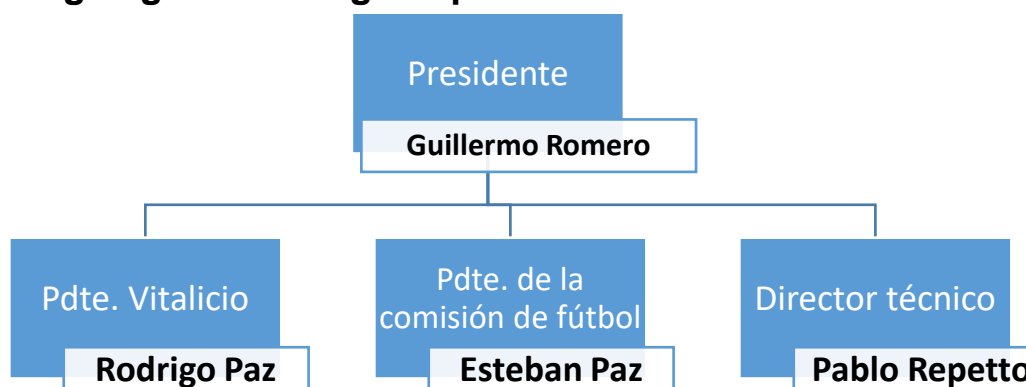
Cuadro 7: Asistencia y recaudación de clubes  
Elaborado por: FEF  
Fuente: El Comercio

Los hinchas ya no asisten como antes a los estadios, hoy en día hay muchos factores que lleva a la mayoría de espectadores a observar el fútbol por sus hogares, algunos de los factores son el alto costo de las entradas, el transporte de regreso a casa, la inseguridad, el horario de los partidos, etc. Todo esto ha llevado que el hincha opte por estar tranquilo y cómodo desde su hogar.

### 13. Presupuesto del club liga de quito

Liga Deportiva Universitaria en el año 2019 conto con la 3ra mejor nómina del fútbol ecuatoriano. Por encima de Liga de Quito está el Club Sports Emelec y Barcelona Fútbol, el presupuesto que tuvo en dicho año Liga Deportiva Universitaria fue de alrededor de \$ 20'000.000, según datos de (Transfermarke, 2019)

### 14. Organigrama de Liga Deportiva Universitaria



Cuadro 8: Directorio  
Elaborado por: Luis Alvarado  
Fuente: (LDU, 2019)

### 15. Personalidad

#### 15.1. Misión

Ser una institución líder, orientada al desarrollo del fútbol y fomento de otras disciplinas deportivas, actividades educativas, culturales, sociales y recreativas, basada en valores éticos y morales, que satisfaga plenamente las necesidades y expectativas de los socios y su colectividad".

## 15.2. Visión

Alcanzar la excelencia como institución deportiva líder y ejemplo del Ecuador y América, optimizando su organización en el desarrollo deportivo, educativo, social y cultural en beneficio de sus socios y el país.

## 15.3. Valores

Respeto, Solidaridad, perseverancia, Sacrificio y Compromiso

## 15.4. Identidad

El logotipo es el elemento comunicacional más importante dentro de la identidad institucional de LIGA

El logotipo consta de dos elementos principales y dos secundarios.

- **Logotipo:** Nombre o Razón social
- **Isotipo:** escudo con la letra U en el centro dividido por una línea a 45° que separa el triángulo base en dos colores que representan a la ciudad que pertenece
- **Identificación corporativo:** Frase rey de copas
- **Estrellas:** Títulos internacionales: Copa Santander Libertadores, Copa Sudamericana, y 2 Recopas



Imagen 1: Isologo  
Elaborado por: L.D.DU  
Fuente: (LDU, 2019)

La marca identifica a la entidad y es el signo material para dotarla de personalidad, Usar apropiadamente la marca en los diferentes elementos de comunicación es esencial ya que proyectara una imagen solida a sus stakeholders. Por lo tanto el club Liga Deportiva Universitaria tiene un Logo que va de acuerdo a su personalidad e identidad, sin dejar a un lado en cada fecha conmemorativa realiza un logo por un tiempo determinado para recordar a su público objetivo del porque ese logo. En el año 2018 el club tuvo dos camisetas con dos Logos diferentes en dichas camisetas, la primera camiseta fue conmemorativa de haber alcanzado la copa la copa libertadores, y también por cumplir 100 años de creación.

## 17. Plantilla del club

Portero		
12	Julio Cárdenas	Ecuador
22	Adrián Gabbarini	Argentina
1	Leonel Nazareno	Ecuador
12	Erik Viveros	Ecuador
Defensa		
6	Luis Ayala	Ecuador
6	Aníbal Chalá	Ecuador
20	Christian Cruz	Ecuador
32	Joseph Espinoza	Ecuador
23	Nicolás Freire	Argentina
24	Kevin Minda	Ecuador
21	Andersson Ordóñez	Ecuador
2	Hernán Pellerano	Argentina
14	José Quintero	Ecuador
25	Edison Realpe	Ecuador
3	Carlos Rodríguez	Uruguay
37	Joan Villarruel	Ecuador
Centrocampista		
13	Jordy Alcívar	Ecuador
16	Julio Angulo	Ecuador
13	Jefferson Arce	Ecuador
28	José Cazares	Ecuador
10	Andrés Chicaiza	Ecuador
30	Renny Folleco	Ecuador
15	Franklin Guerra	Ecuador
5	Alfredo Intriago	Ecuador
11	Anderson Julio	Ecuador
26	Jhojan Julio	Ecuador
29	Adolfo Muñoz	Ecuador
31	William Ocles	Ecuador
18	Jefferson Orejuela	Ecuador
8	Djorkaeff Reascos	Ecuador
33	Thiago Serpa	Brasil
7	Edison Vega	Ecuador
Delantero		
27	Rodrigo Aguirre	Uruguay
17	Juan Luis Anangonó	Ecuador
37	Khader Arce	Ecuador
40	José Ayoví	Ecuador
36	Jhon Flores	Ecuador
19	Cristian Martínez	Colombia
9	Jacob Murillo	Ecuador
34	Frank Ventura	Ecuador
Entrenador		
	Pablo Repetto	Uruguay

Cuadro 9: Plantilla 2019  
 Elaborado por: Luis Alvarado  
 Fuente: Transfermarket

El año pasado la dirigencia de liga realizó una inversión muy importante, para que el equipo se arme de jugadores que aporten al club y también llamar la atención de sus hinchas, lo cual lo supieron hacer al formar un equipo con nombres como Gabbarini, Orejuela, Guerra y uno de los nombres más importantes que llegó y puso contento a más de un hincha fue la contratación de Antonio Valencia procedente del Manchester United, liga generó mucha expectativa en la prensa y una gran emoción con sus hinchas.

## 18. Auspiciantes

NUESTROS AUSPICIANTES



Imagen 2: Isologos y Logos  
Elaborado por: L.D.U  
Fuente: (LDU, 2019)

Liga de Quito, logró firmar con importantes auspiciantes, que no sólo ayudan de una manera económica importante sino que también dan el realce al equipo a nivel nacional e internacional, las marcas que confían en liga tienen ya una trayectoria bastante amplia y eso brinda aún más la seguridad en el equipo para que otras marcas se motiven a firmar con el club.

## 19. Plantel

En las últimas reuniones de la Comisión de Fútbol, los dirigentes y el DT empezaron a moldear el equipo de esta temporada y los objetivos institucionales. Las partes llegaron a un consenso: para ser protagonistas en la Libertadores, tal como lo anhelan los directivos e intentar mantener la corona local, se necesitaba adquirir más refuerzos para el equipo. (El Comercio, 2019)

Liga Deportiva Universitaria al ser el equipo con la segunda mayor hinchada en el Ecuador genera recursos económicos al club, tiene mayor posibilidad de contratar a los mejores futbolistas. Para la temporada del año del 2019, para enfrentar la Libertadores, la liga pro y la copa Ecuador en su plantel cuenta con 36 jugadores.

## 20. Medios de comunicación

### Redes sociales L.D.U.



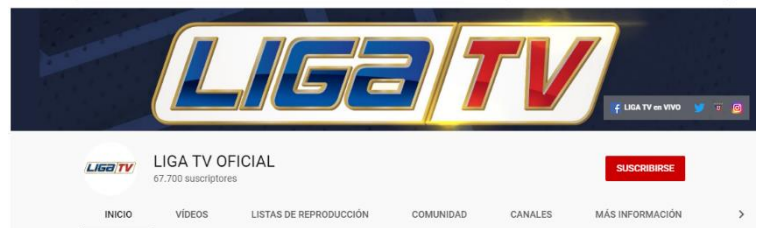
Imagen 3: Logo Facebook Liga  
Elaborado por: L.D.DU  
Fuente: (LDU, 2020)



Imagen 3: Fan Page Instagram  
Elaborado por: L.D.DU  
Fuente: (LDU, 2020)



Imagen 4: Twitter Liga  
Elaborado por: L.D.DU  
Fuente: (LDU, 2020)



### YouTube

Imagen 5: Canal de YouTube Liga  
Elaborado por: L.D.DU  
Fuente: (LDU, 2020)

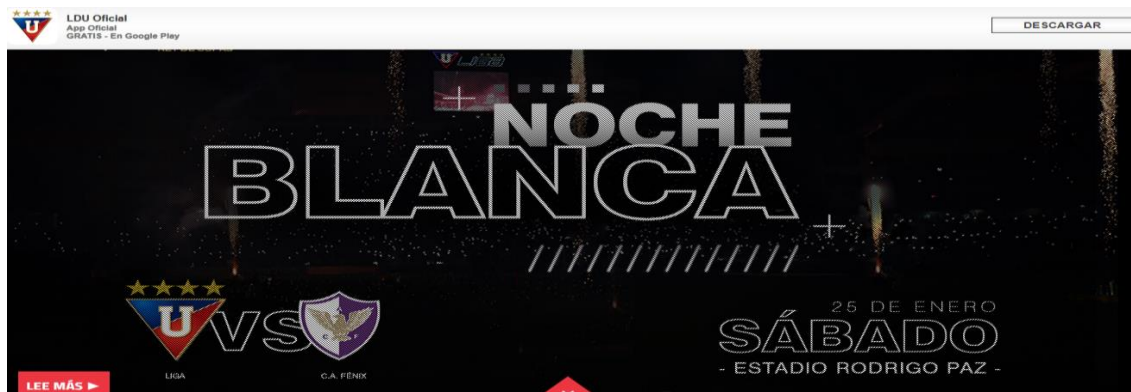


Imagen 6: Pagina web Liga  
Elaborado por: L.D.DU  
Fuente: (LDU, 2020)

## 20.1. Publicaciones: Twitter

**LDU Oficial** @LDU\_Oficial

Almuerzo de confraternidad y bienvenida en este inicio de temporada 2020, dirigentes, plantel profesional, @Formativas\_LDU y @ClubLDUFemenino y jugadores. ¡Todos una sola familia, comprometidos con los mismos objetivos!  
#EstoEsLIGA | #OrgulloYPasión

3:10 p. m. · 10 feb. 20 · Twitter for Android

En respuesta a @LDU\_Oficial

**Segundo Bastidas H.** @Se... · 11 feb. · 1

En respuesta a @LDU\_Oficial @Formativas\_LDU y a @ClubLDUFemenino  
EL ÚNICO EQUIPO GRANDE DEL ECUADOR

En respuesta a @LDU\_Oficial

**Geovanny Gonzalez** @Geo... · 10 feb. · 2

En respuesta a @LDU\_Oficial @Formativas\_LDU y a @ClubLDUFemenino  
Dios los bendiga y que sea de mucho éxito este 2020

En respuesta a @LDU\_Oficial

**Jesse** @jasonldu9 · 10 feb. · 1

En respuesta a @LDU\_Oficial @Formativas\_LDU y a @ClubLDUFemenino  
Así es como queremos ver a todos unidos x esta institución.

Imagen 7: Publicación evento bienvenida del club  
Elaborado por: L.D.DU  
Fuente: (LDU, 2020)

## Instagram

**Idu\_oficial** Estadio de Liga Deportiva Universitaria

Les gusta a **daniela\_belen44** y 2,885 más

Idu\_oficial Nuestro DT Pablo Repetto hoy cumple 100 partidos al mando de nuestro primer plantel. Un título conseguido y muchos más retos por conseguir. Felicidades Profe 🎉

Ver los 10 comentarios

18 de mayo de 2019 · Ver traducción

**Comentarios**

**Idu\_oficial** Nuestro DT Pablo Repetto hoy cumple 100 partidos al mando de nuestro primer plantel. Un título conseguido y muchos más retos por conseguir. Felicidades Profe 🎉  
45 sem

**djsp93** Que se vaya con ese gran honor  
45 sem Responder

**gersonhumbertomora** 🎉 y Liga no juega a nada, el profe de Macará ese es técnico .  
45 sem Responder

Imagen 8: Publicación. Reconocimiento a Pablo Repetto por dirigir al club 100 partidos  
Elaborado por: L.D.DU  
Fuente: (LDU, 2019)



## Facebook



¿Ya visitaste nuestra nueva casa digital? ¡Ingresa ya a [www.ldu.com.ec](http://www.ldu.com.ec) y entérate de todo lo que pasa en el #MundoLiga! ¡Una página en constante construcción! 🏆 #OrgulloYPasión

216 Me gusta 4 comentarios 5 veces compartido

Todos los comentarios

Carlos Riera Ventas en línea sería lo correcto, solo una sugerencia.  
Me gusta Responder · 2 sem

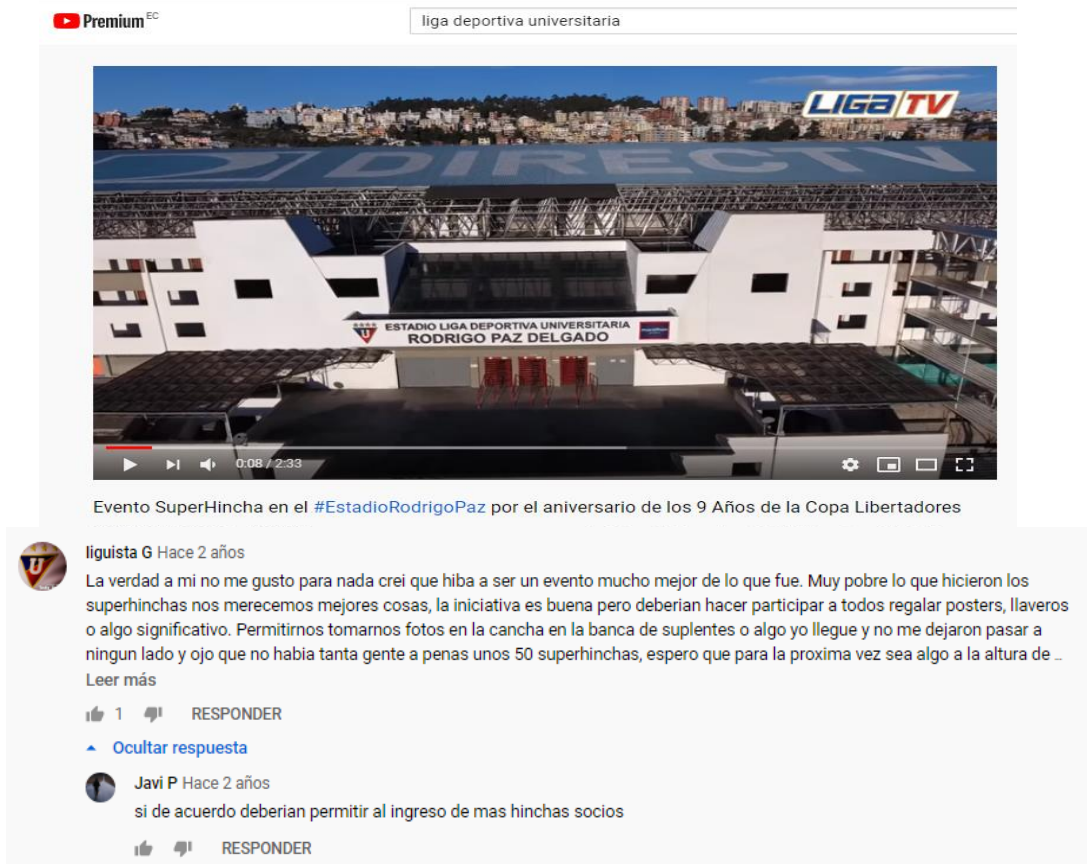
David Simbaña Y no hay precios de la camiseta negra de la libertadores????  
Me gusta Responder · 2 sem

Sebastian Benalcazar S Deberían actualizar la información en la app móvil también  
Me gusta Responder · 2 sem

Escribe un comentario...

Imagen 9: Publicación, incentivando a la hinchada de Liga a visitar la página web de la institución  
Elaborado por: L.D.DU  
Fuente: (LDU, 2020)

## YouTube



liga deportiva universitaria

Evento SuperHincha en el #EstadioRodrigoPaz por el aniversario de los 9 Años de la Copa Libertadores

liguista G Hace 2 años  
La verdad a mi no me gusto para nada crei que hiba a ser un evento mucho mejor de lo que fue. Muy pobre lo que hicieron los superhinchas nos merecemos mejores cosas, la iniciativa es buena pero deberian hacer participar a todos regalar posters, llaveros o algo significativo. Permitirnos tomarnos fotos en la cancha en la banca de suplentes o algo yo llegue y no me dejaron pasar a ningun lado y ojo que no habia tanta gente a penas unos 50 superhinchas, espero que para la proxima vez sea algo a la altura de...  
Leer más

1 RESPONDER  
Ocultar respuesta

Javi P Hace 2 años  
si de acuerdo deberian permitir al ingreso de mas hinchas socios  
RESPONDER

Imagen 10: Video evento para súper hinchas  
Elaborado por: L.D.DU  
Fuente: (LDU, 2018)

## 20.2. Redes sociales

*“Las redes sociales son lugares en Internet donde las personas publican y comparten todo tipo de información, personal y profesional, con terceras personas, conocidos y absolutos desconocidos”, afirma (Celaya 2008).*

Puesto	Radio
1	El canal del fútbol (YouTube)
2	Ego Digital (Facebook)
3	Liga (Twitter)

Cuadro 10: Top 3 de las redes sociales

Elaborado por: Luis Alvarado

Fuente: Radio la Canela

## 20.3. Programas radiales

El ranking de las mejores radios deportivas de la capital fue elaborado por Mercados y Proyectos en base a su programación, cobertura y frecuencia a nivel nacional. Las radios deportivas en Quito informan sobre el campeonato local (Serie A, B y Segunda Categoría), las Selección de Ecuador y lo más importante del Fútbol Internacional, además transmiten los partidos de los equipos nacionales en vivo desde los estadios obteniendo los últimos pormenores y entrevistas exclusivas. (Andrade, 2019)

Puesto	Radio	Frecuencia
1	Radio la Redonda	96.9 FM
2	La Red	102.1 FM
3	Mach Deportes	92.9 FM

Cuadro 11: Top 3 de los Frecuencias radiales

Elaborado por: Luis Alvarado

Fuente: Radio la Canela

## 20.4. Programas televisivos

*“La televisión construye la realidad, provoca el shock emocional y condena prácticamente al silencio y la indiferencia a los hechos que carecen de imágenes.” (Ramonet, 1998)*

Puesto	Radio
1	DIRECTV
2	Gol TV
3	El canal del fútbol

Cuadro 12: Top 3 de los programas televisivos

Elaborado por: Luis Alvarado

Fuente: Radio la Canela

## **21. Datos estadísticos**

### **21.1. Títulos nacionales e internacionales**

Desde su fundación en 1918, Liga de Quito ha conseguido importantes títulos, sobre todo a nivel internacional recordando la COPA LIBERTADORES 2018 que lo convierten hasta la fecha en el único equipo ecuatoriano en conseguirla. (BET 365, 2017)

Liga de Quito ha obtenido los siguientes títulos nacionales: 1969, 1974, 1975, 1990, 1998, 1999, 2003, 2005-Apertura, 2007, 2010, y del 2018 tras ganar la final al Emelec. En cuanto a los torneos internacionales son: 2008 Copa Libertadores 2009 Copa Sudamericana, 2009 Recopa, 2010 Recopa. Liga de Quito el único equipo de Ecuador que ha ganado la Libertadores, la Sudamericana y la Recopa Sudamericana.

### **21.2. Descensos de Liga de Quito**

Liga de Quito en 1972 tuvo su primer descenso, jugaron un partido entre Liga Deportiva Universitaria y Club Deportivo Universidad Católica, el 28 de enero de 1973, como consecuencia de la derrota sufrida en el tercer y último partido de la definición por el descenso frente a Universidad Católica de Quito. (Bendito fútbol, 2014)

Liga en 1978 El 13 de agosto de 1978, Liga perdió 2 a 1 con el inmortal Técnico Universitario en el Estadio Bellavista finalmente perdió la categoría y descendió por primera vez a la Serie B. Estuvo en la Segunda Etapa de la Serie B de 1978. (Bendito fútbol, 2014)

Liga en 2000 El 5 de noviembre de 2000, Liga empató 3 a 3 con el inmortal Olmedo en el Estadio Casa Blanca y convirtiéndose en el tercero en caer a la Serie B. La travesía azucena por la Serie B solamente duró casi un año, en donde se consagró campeón. (Bendito fútbol, 2014)

Los descensos de Liga Deportiva Universitaria sirvieron para que tanto la directiva de Liga como sus jugadores tengan un giro de 180° y se den cuenta que Liga es un equipo que tiene siempre que estar peleando los primeros puestos y estar en torneos internacionales.

A partir del 2000 Liga tiene un nuevo comienzo y logro ir formando el equipo para lograr copas nacionales e internacionales y sobre todo permanecer en la categoría serie A.

### **21.3. Mayor goleada en la Serie A**

El 26 de octubre de 1969, Liga de Quito consiguió la mayor goleada en la historia del campeonato local. La 'U' goleó 11 a 0 al América de Ambato en condición de visitante, con ocho anotaciones del uruguayo Francisco Bertocchi. (Bendito fútbol, 2018)

### **21.4. Mayor goleada en la Copa Libertadores**

Arsenal de Argentina fue la víctima de Liga para convertirse en el equipo más goleador en condición de visita. El 26 de marzo del 2008, LDU goleó 6 a 1 al cuadro gaucho con las anotaciones de Patricio Urrutia, Damián Manso, Luis Bolaños, Claudio Bie7ler y Alfonso Obregón. (BET 365, 2014)

### **21.5. Máximo goleador de L.D.U en el estadio de Rodrigo Paz**

Otro récord de Hernán Barcos. El ariete gaucho anotó 45 goles con Liga de Quito en el estadio Casa Blanca, para convertirse en el máximo anotador en el escenario deportivo albo. (El comercio, 2015)

Hernán Barcos es uno de los contados jugadores que lograron acoplarse al equipo y marcar una diferencia, sintió el respaldo de toda la hinchada y de sus compañeros lo que hizo que deje un gran aporte al equipo.

## **21.6. Entrenador que más partidos dirigió a LDU**

Este récord también le pertenece a Edgardo Bauza. El estratega gaucho dirigió 293 compromisos, en siete temporadas con los albos. (Bendito fútbol, 2018)

Tras pasar la primera mitad del año con problemas al punto de ser sacado con patrullero del estadio, Edgardo Bauza no dejó que eso quite su entusiasmo de dirigir a LDU y logró que el equipo tenga su visión de juego haciendo que Liga pase por una Época dorada a nivel internacional en los años 2008, 2009, 2010 y 2011.

## **21.7. Más partidos consecutivos sin perder**

LDU registra dos rachas con la mayor cantidad de partidos seguidos sin perder. La primera data entre 1969 y 1970 y la segunda en el arranque del torneo del 2015. En las dos ocasiones estuvo invicto en 20 encuentros. (Bendito fútbol, 2014)

El buen rendimiento del Equipo en el año de 1969, 1970 y 2015 hace que Liga tenga una Racha de victorias seguidas haciendo que su hinchada los llame la bordadora por un estilo de juego arrollador y muy vistoso.

## **21.8. Fracciones de la barra “Muerte Blanca”**

La historia de la Muerte Blanca “MB”, comenzó a escribirse en el año 1997. En ese año Liga Deportiva Universitaria de Quito inauguró su estadio. El Albo empezó a tener varios grupos o fracciones de barras como son: Los de siempre, los que nunca faltan, los dinosaurios, la banda de la central, los de sur, la banda del sur, los descontrolados, el aguante, los del centro, la brutal, la Gasca, Solanda, los del valle y la floresta. Pero desde su inicio la relevancia que fue ganando la Muerte Blanca, debido al fenómeno social generado, se hizo notar en la popularidad generada por el club y en las influencias de hinchadas extranjeras.

# METODOLOGÍA

El presente trabajo investigativo, tiene una metodología cuantitativa, el proyecto plantea que el uso del método cuantitativo, es el abordaje más apropiado para la investigación. Ya que permite entender los fenómenos y representarlos numéricamente, lo que facilita el análisis de la información por parte del investigador.

La metodología de la investigación constituye el medio indispensable para canalizar u orientar una serie de herramientas teórico-prácticas para la solución de problemas mediante el método científico. (Hernández, 2017)

## 20. Metodología cuantitativa

Esta metodología es fundamental en la realización de este proyecto de investigación. Ya que promueve la búsqueda de la comprobación con una base numérica.

*La metodología cuantitativa consiste en el contraste de teorías ya existentes a partir de una serie de hipótesis surgidas de la misma, siendo necesario obtener una muestra, ya sea en forma aleatoria o discriminada, pero representativa de una población o fenómeno objeto de estudio. (Tamayo, 2007)*

Es esencial abordar el fenómeno de estudio desde esta perspectiva, más objetiva, para generar conocimiento. Y con esto, dotar de sistematización a la presente investigación. Además, la medición numérica permite sustentar hipótesis y brinda un aporte significativo a las conclusiones del proyecto.

### 20.1. Técnicas

En este trabajo investigativo, se aplicó la técnica de las encuestas (AC – HOC), para analizar el objeto de estudio, el cual será apreciado desde diferentes perspectivas y enfoques, respecto a la percepción de la hinchada de Liga de Quito con respecto a la actual dirigencia.

De acuerdo a (Rodríguez, 2008) las técnicas, son los medios empleados para recolectar información, entre las que destacan la observación, cuestionario, entrevistas, encuestas.

## **20.2. Encuesta**

*Las encuestas obtienen información sistemáticamente de los encuestados a través de preguntas, ya sea personales, telefónicas o por correo.*  
(Sandhusen, 2004)

Para (Vázquez y Bello, 2005) las encuestas son instrumentos de investigación descriptiva que precisan identificar a priori las preguntas a realizar, las personas seleccionadas en una muestra representativa de la población, especificar las respuestas y determinar el método empleado para recoger la información que se vaya obteniendo. Se ejecutó en la calle (estadios) una encuesta física AD – HOC que fue diseñada para alcanzar un objetivo específico y que emplea un cuestionario estructurado con 18 preguntas cerradas

## **20.3. Participantes y muestra**

La selección de los participantes y la muestra se realizó en base al investigador, mismo que tomo en cuenta las características del fenómeno y del sujeto de estudio para establecer una correlación que brinda la información oportuna. Aquí la selección de participantes no depende de la probabilidad, sino que se centra en las características de los participantes y objeto de estudio.

Se utilizó la técnica de muestreo probabilístico, utilizando muestreo de aleatorio simple.

*El muestreo aleatorio simple (M.A.S. 2015) es la técnica de muestreo en la que todos los elementos que forman el universo y que por lo tanto están descritos en el marco muestral, tienen idéntica probabilidad de ser seleccionados para la muestra.*

Se seleccionó al azar, se levantó un total de 400 encuestas en la ciudad de Quito en el estadio (Rodrigo Paz Delgado) en los siguientes partidos; Liga pro: L.D.U. Quito vs Delfín, L.D.U. Quito vs Fuerza Amarilla, L.D.U. Quito vs Universidad Católica, Universidad Católica vs L.D.U. Quito, Aucas vs L.D.U. Quito, L.D.U. Quito vs Aucas, L.D.U. Quito vs Delfín, Delfín vs L.D.U. Quito, y por el campeonato copa Ecuador. L.D.U. Quito vs Emelec y L.D.U. Quito vs Delfín, con el fin de construir una muestra válida, estadística y eficiente.

## 20.4. Población

2,890.600 hinchas de Liga Deportiva Universitaria en el Ecuador

## 20.5. Muestra

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

**Calcula el tamaño de la muestra**

<small>Tamaño de la población</small> <input style="width: 90%;" type="text" value="2,890,600"/>	<small>Nivel de confianza (%)</small> <input style="width: 90%;" type="text" value="95"/>	<small>Margen de error (%)</small> <input style="width: 90%;" type="text" value="5"/>
---	--	--

**Tamaño de la muestra**

385

Se seleccionó a la hinchada de Liga Deportiva Universitaria que asista de manera recurrente al Estadio Rodrigo Paz Delgado, en esta investigación participaron 400 aficionados, que puedan brindar un concepto acerca de la percepción que tienen sobre la actual dirigencia de Liga Deportiva Universitaria.

## 20.6. Procesamiento de datos

Para procesar los datos cuantitativos, se realizó una tabulación en Microsoft Excel, Se categorizo la información sintetizando las variables para el análisis estadístico y se realizaron gráficos explicativos por cada pregunta. En una segunda instancia, se introdujeron los datos en el Software JMP de SAS institute empleando un modelo multivalente entre las categorías del estudio se determinaron las correlaciones más significativas.



# ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA INFORMACIÓN

## 21. Análisis correlacional de las variables de estudio

A través de las encuestas realizadas, se ha analizado los datos por medio del programa JMP (software especializado para análisis estadístico), donde se obtuvo la siguiente correlación de datos.

Variable 1	Variable 2	Dato
Sueldo	Edad	0,5695
Estado civil	Edad	-0,6916
La red	Radio redonda	-0,6094
11. Rodrigo Paz	12. Esteban Paz	0,6130
Esteban Paz	Esteban Paz	1,0000

### **Sueldo–Edad (+0,569)**

Existe una correlación de más +0.56 entre el sueldo y edad. Se demuestra que mientras mayor sea el sueldo de las personas mayor será la el rango de edad que tengan o caso contrario, Mientras menos edad tengan las personas menos sueldo tendrán o percibirán.

### **Estado civil – Edad (-0,691)**

El estado civil de los hinchas de liga de Quito con la edad existe una correlación -069 esto demuestra que mientras menos edad tengan mayor probabilidad será que estén solteros.

### **La red – Radio redonda (-0,609)**

Existe una correlación de -0.60 entre los medios de comunicación radiales de la red con la redonda esto quiere decir que si la hinchada de Liga sintoniza la radio la red por ende menos radio oyentes tendrá la radio redonda.

### **Rodrigo Paz - Esteban Paz (0,613)**

Existe una correlación de +0.61 entre como se ha manejado la administración de Esteban Paz y como se ha manejado la administración de Rodrigo paz se demuestra que la administración de Rodrigo Paz fue buena será de igual manera buena la administración de Esteban Paz ya que es la misma corriente mismo pensamiento ideológico que Rodrigo Paz.

### Medio de Comunicación-Canal del fútbol (-0,472)

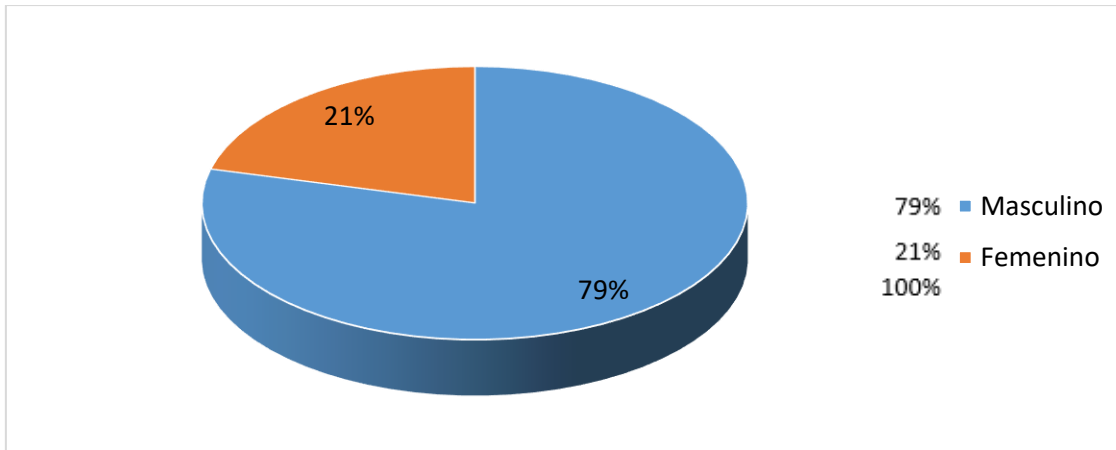
La hinchada de Liga se informa a través del Facebook a través del canal del fútbol por lo tanto hay una correlación de -0,472 que dice, mientras más el hincha de Liga se nutra de información de su club a través de Facebook mayor audiencia tendrá el canal del fútbol.

### DIRECTV – GoITV (-0,471)

Con un porcentaje de -0,47 DIRECTV y gol TV demuestra que mientras más audiencia tenga gol TV por parte de la Hinchada de Liga, afectará directamente a DIRECTV ya que perderá audiencia.

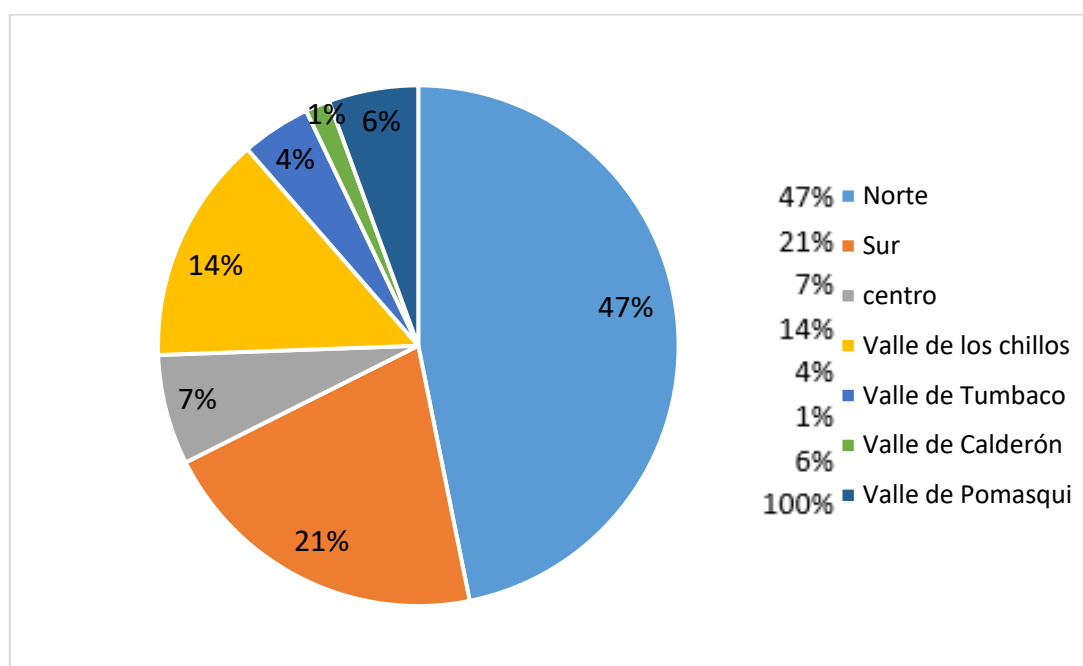
## Análisis de la Tabla de Frecuencias

### 1. ¿Cuál es su género?



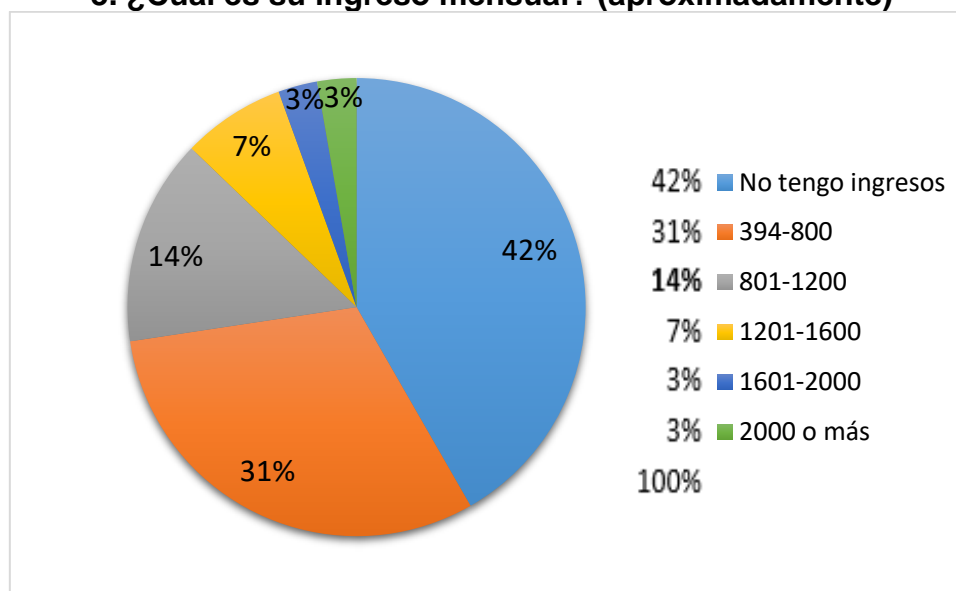
La mayoría de personas encuestadas con un 79% son hombres, seguido de un 21% mujeres.

## 2. ¿Sector o lugar de residencia?



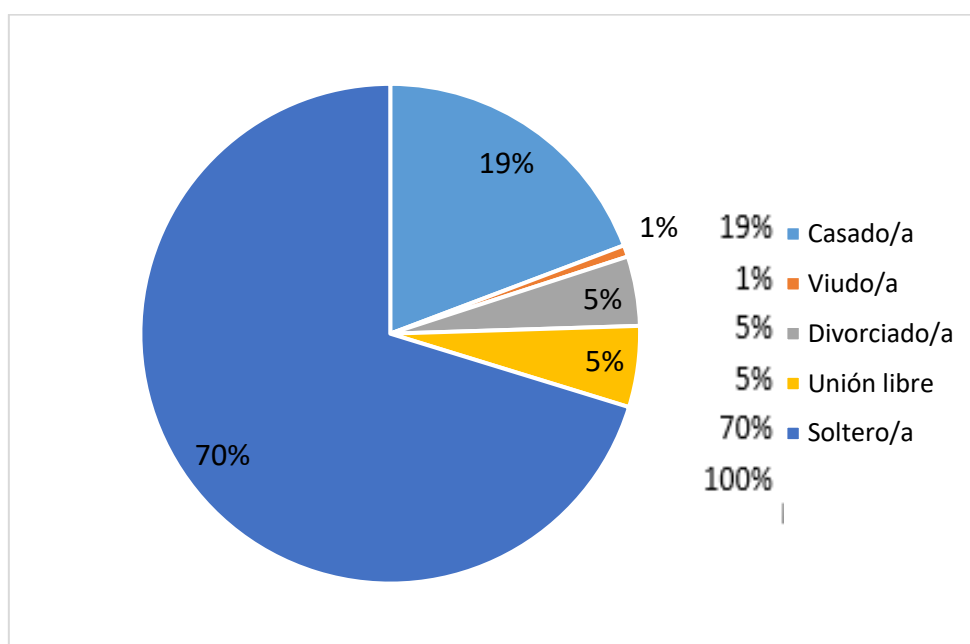
La mayoría de personas encuestadas con un 47% son del norte, 21% del sur, 7% centro, 14% Valle de los Chillos, 4% valle de Tumbaco, 1% valle de Calderón y 6% valle de Pomasqui.

## 3. ¿Cuál es su ingreso mensual? (aproximadamente)



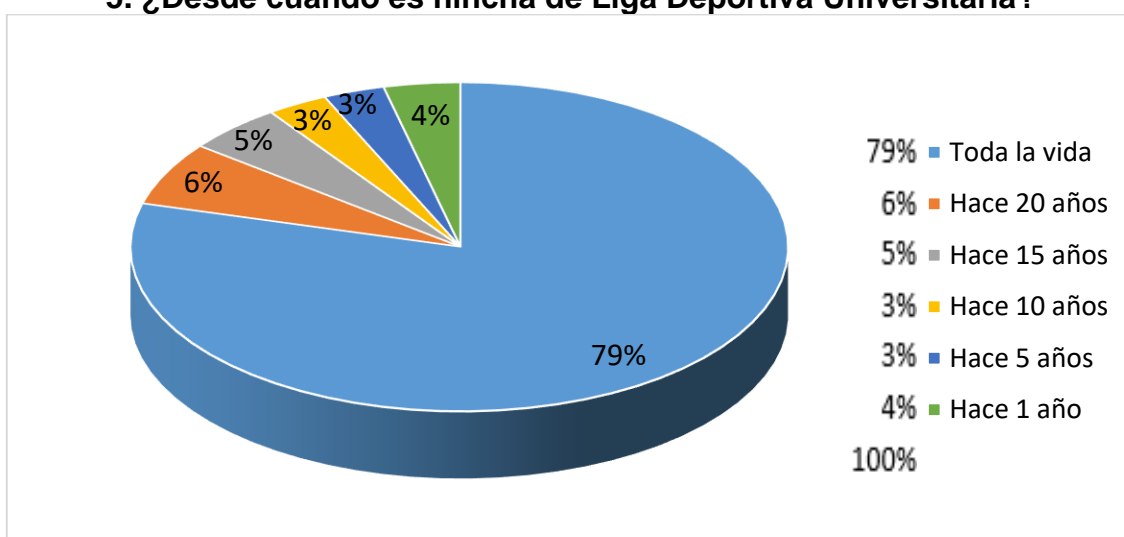
La mayoría de personas encuestadas con un 42% no tiene ingresos, 31% recibe un salario entre \$ 394-800, 14% percibe entre \$ 801-1200, 7% recibe entre \$1201-1600, 3% percibe entre 1601-2000 y finalmente con un 3% recibe un salario de \$2000 o más.

#### 4. ¿Cuál es su estado civil?



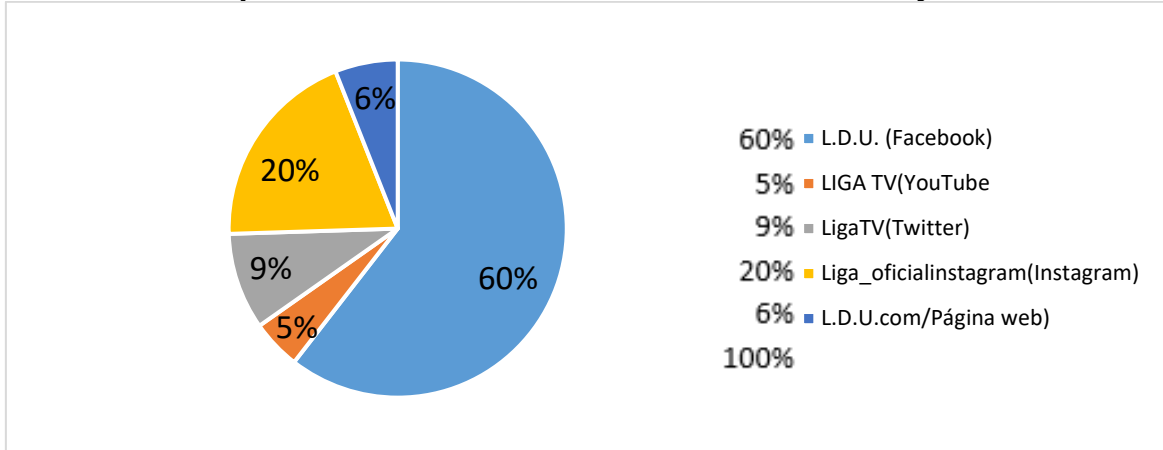
La mayoría de personas encuestadas con un 70% es soltero, 19% casado, 1% viudo, 5% divorciado y finalmente 5% unión libre.

#### 5. ¿Desde cuándo es hincha de Liga Deportiva Universitaria?



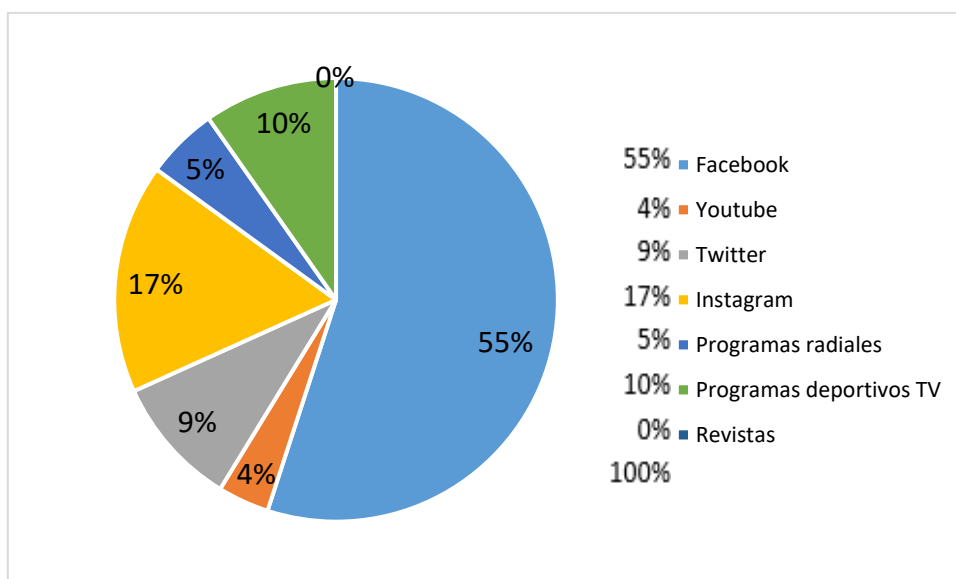
La mayoría de personas encuestadas con un 79% es hincha de liga de Quito toda la vida, con un 6% son hace 20 años, con 5% hace 15 años, con 3% hace 10 años, con 3% hace 5 años y con 4% hace 1 año. De las 400 encuestas realizadas el 79% es hincha de liga de Quito es decir esto corrobora la información con la investigación que se está realizando que da por efectiva y eficaz.

## 6. A través de que canal oficial de L.D.U. se informa con mayor frecuencia



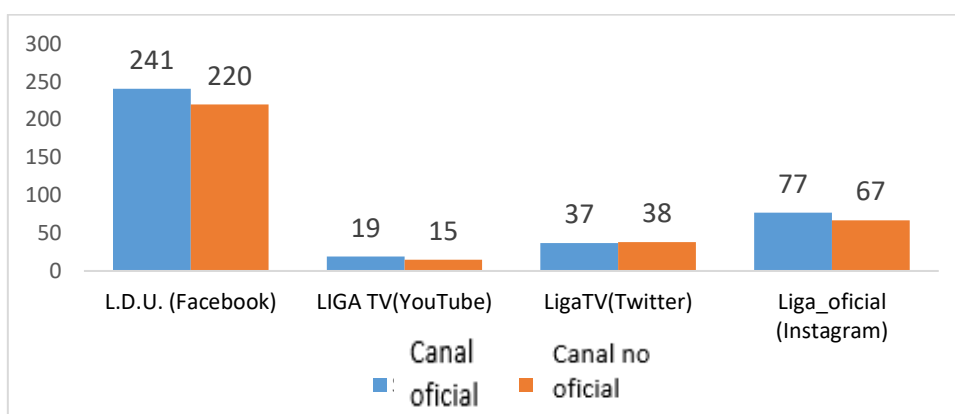
La mayoría de personas encuestadas con un 60% se informan a través de Facebook, en segundo lugar le sigue con un 5% Liga TV YouTube, 9% Liga Twitter, 20% Instagram y finalmente con un 6% la página web. En la Página Web como en Twitter ingresan a estas redes personas adultas por lo que en los encuestados en la media de edad es de 27 años es decir jóvenes.

## 7. ¿A través de qué medio de comunicación se entera con mayor frecuencia de las noticias de Liga Deportiva Universitaria? (Seleccione solo 1 opción)



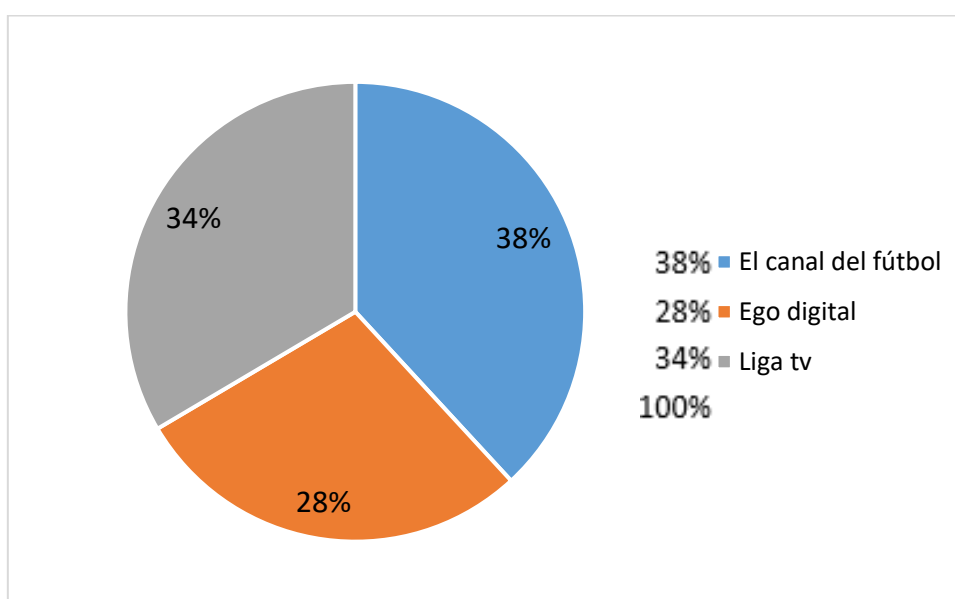
La mayoría de personas encuestadas con un 55% se informan a través de Facebook, con un 4% YouTube, 9% Twitter, 17% Instagram, 5% Programas radiales, 10% programas deportivos y con un 0% revistas.

### 7.1. Cuadro comparativo de canal oficial y canal no oficial



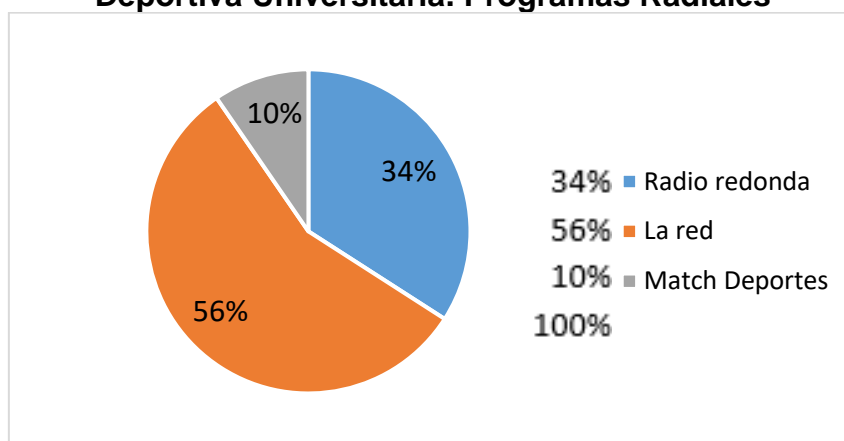
Los hinchas de liga de Quito se informan de su club, ya sea por un medio de comunicación formal o informal, es decir si quieren estar al tanto de lo que realice el club los hinchas se informan de los canales informales como (liga mi pasión y mi vida, solo liga, murga L.D.U.) como del Facebook oficial de Liga, por lo tanto en cualquier medio de comunicación encontraran información veraz y confiable.

### 8. Seleccione los programas donde ha escuchado noticias de Liga Deportiva Universitaria. Redes Sociales



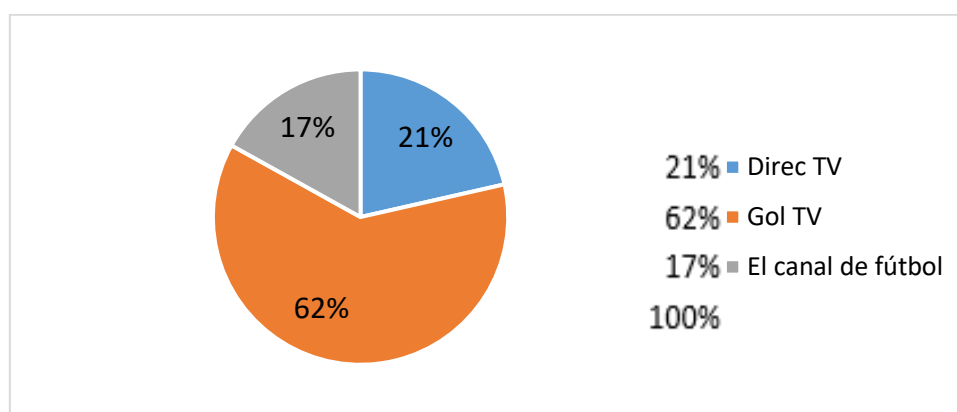
La mayoría de personas encuestadas con un 38% escucha noticias del club a través de El canal del fútbol, seguido de un 34% Liga TV y finalmente con un 28% ego digital. El hincha ha escuchado noticias de su Club a través del canal del fútbol porque se informan, dicho canal transmite partidos de fútbol resúmenes, ruedas de prensa, entrevistas y Ego digital siendo un canal donde se visualiza 100% análisis del fútbol.

### 8.1. Seleccione los programas donde ha escuchado noticias de Liga Deportiva Universitaria. Programas Radiales



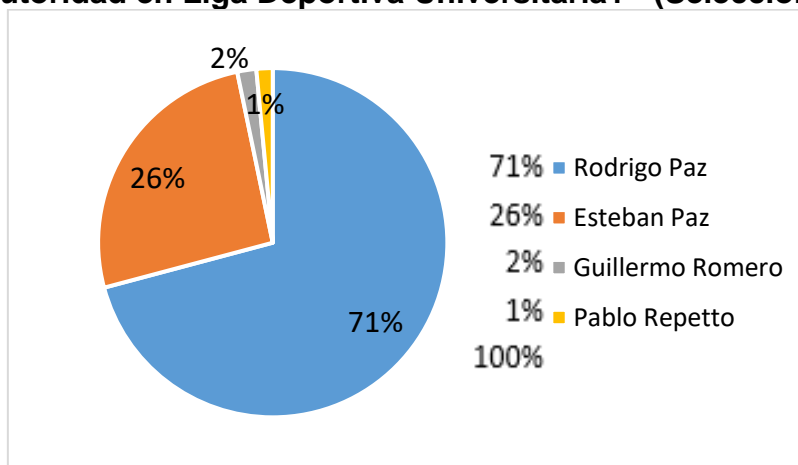
La mayoría de personas encuestadas con un 56% se informan a través de la emisora la red, 34% Radio Redonda y con un 10% Match Deportes. Emisora La Red tiene a su favor 223 votos equivalente a 56% radioyentes hinchas de Liga en vista de que sus periodistas y comentarista todo el tiempo dedicado a los deportes hablan solamente de Liga y a por su parte, en segundo lugar está la radio redonda ya que se caracteriza por hacer periodismo deportivo parcial.

### 8.2. Seleccione los programas donde ha escuchado noticias de Liga Deportiva Universitaria. Programas Televisivos



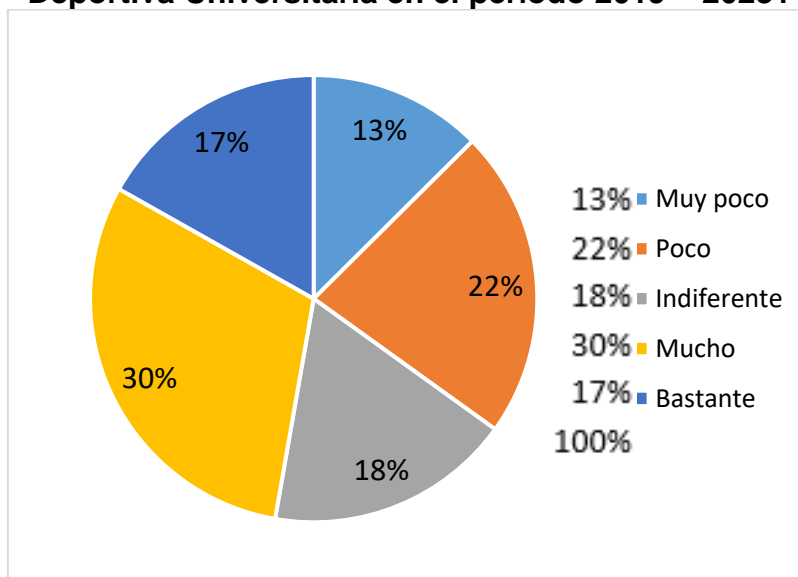
La mayoría de personas encuestadas el hincha se informa a través de Gol TV con un 62%, DIRECTV con 21% y finalmente con el 17% el canal del fútbol. El hincha de Liga de Quito se nutre de información por gol TV ya que dicho medio de comunicación quiteo puede acceder por sus precios asequibles y al tener en los encuestados una edad media de 27 años ya existe jóvenes que tienen actividad económica.

**9. De las siguientes autoridades. ¿Quién considera que es la persona con mayor autoridad en Liga Deportiva Universitaria? (Seleccione solo 1)**



La mayoría de personas encuestadas con un 71% creen que es el Señor Rodrigo Paz quien tiene la mayor autoridad en el equipo universitario, 26% consideran Esteban Paz, 2% Guillermo Romero y con un 1% Pablo Repetto. Los hinchas creen que es el Señor Rodrigo Paz quien tiene la mayor autoridad en el equipo universitario, este resultado se debe, entre otros factores, a que él es el líder más antiguo entre los otros nombres, incluyendo su hijo Esteban, que ha hecho mucho por LDU, en lo que se destacan los títulos obtenidos, así como la construcción del estadio. A estos factores se suma su condición de Presidente Vitalicio.

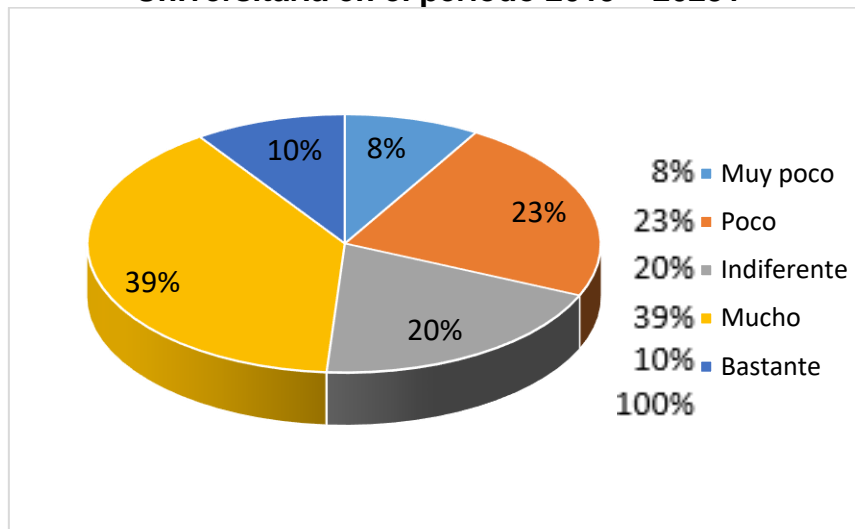
**10. ¿Conoce las actividades que Rodrigo Paz ha hecho por Liga Deportiva Universitaria en el período 2019 – 2023?**



La mayoría de personas encuestadas con un 30% conoce mucho las actividades que ha desempeñado Rodrigo Paz, con un 17% bastante, 13% muy poco, 22% poco, 18% es Indiferente. Esto se da por la deficiencia de información de su relacionista público.

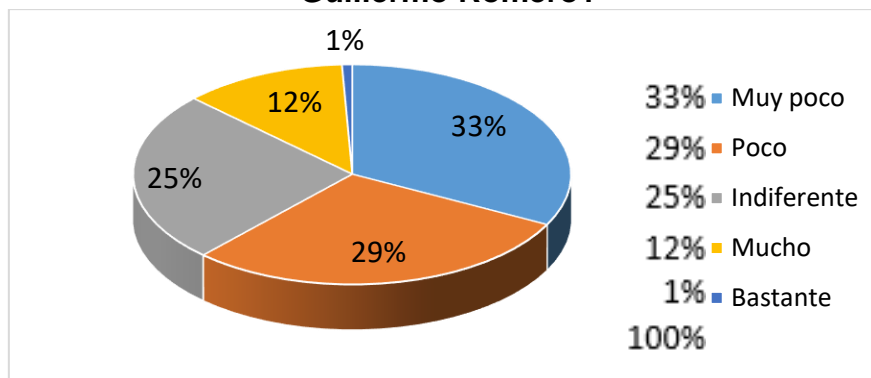


### 11 ¿Conoce las actividades que Esteban Paz ha hecho por Liga Deportiva Universitaria en el período 2019 – 2023?



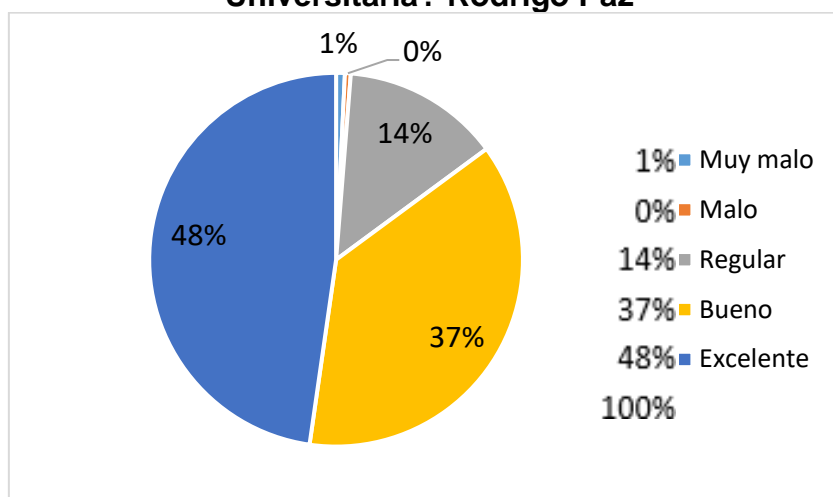
La mayoría de personas encuestadas con un 39% conocen mucho las actividades que ha realizado Esteban Paz, 8% conocen muy poco, 23% poco, 20% es indiferente, 10% conocen bastante.

### 12 ¿Conoce como se ha manejado la administración de Guillermo Romero?



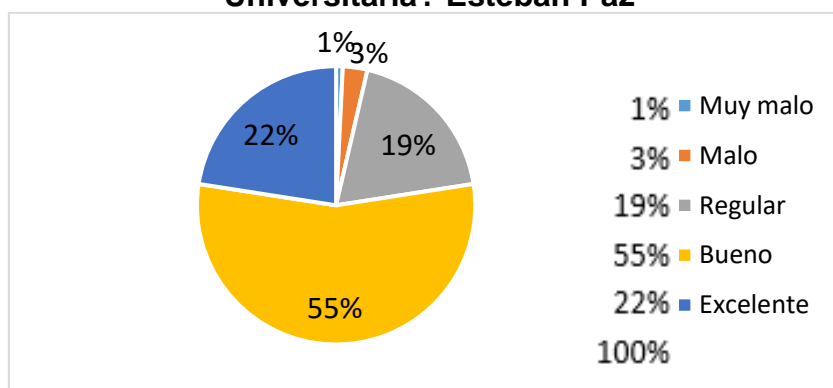
La mayoría de personas encuestadas con un 33% conoce de las actividades que ha realizado el señor Guillermo Romero, en su calidad de Presidente del Club Azucena, 29% conocen poco, 25% indiferente 12% mucho y finalmente con un 1% conocen bastante. El resultado es más que sorprendente, pues apenas 51 hinchas equivalente a 30% conocen lo que el dirigente está haciendo por el equipo universitario. Comparando con los resultados del señor Rodrigo Paz, del señor Esteban Paz y del Arq. Guillermo Romero, concluyo que el equipo de comunicación de Liga está fallando, pues en términos generales menos de la mitad de encuestados están debidamente informados de lo que la dirigencia de LDU están haciendo por el equipo.

### 13. ¿Cómo califica las decisiones de estas autoridades de Liga Deportiva Universitaria? Rodrigo Paz



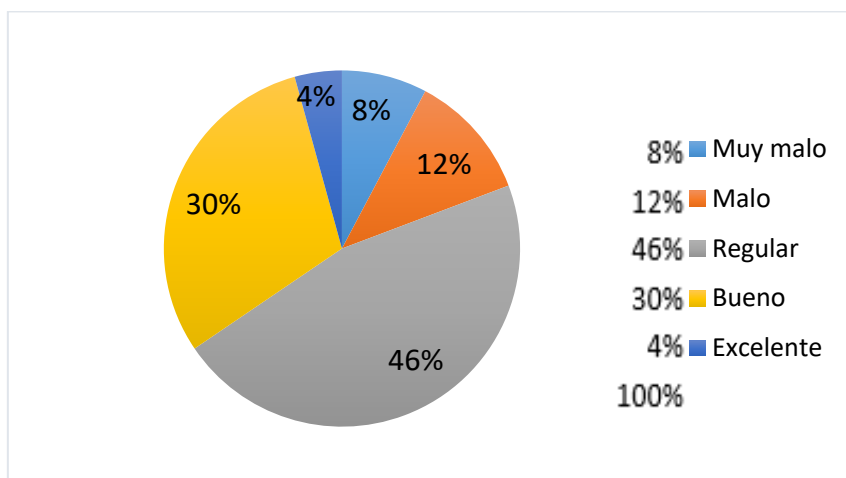
La mayoría de personas encuestadas con un 48% le catalogan de excelente a Rodrigo Paz en sus decisiones, 1% califican como muy malo. 0% malo, 14% regular y 37% bueno. Seguidores lo catalogan como muy excelente es decir eficiente su desenvolvimiento en la dirigencia. Le califican de excelente por sus antecedentes positivos que ha tenido con el club, ha venido defendiendo a la institución y sobre todo porque da declaraciones a la prensa enfrentando y encarando a la F.E.F. sobre el mal manejo de dicha entidad.

### 13.1 ¿Cómo califica las decisiones de estas autoridades de Liga Deportiva Universitaria? Esteban Paz



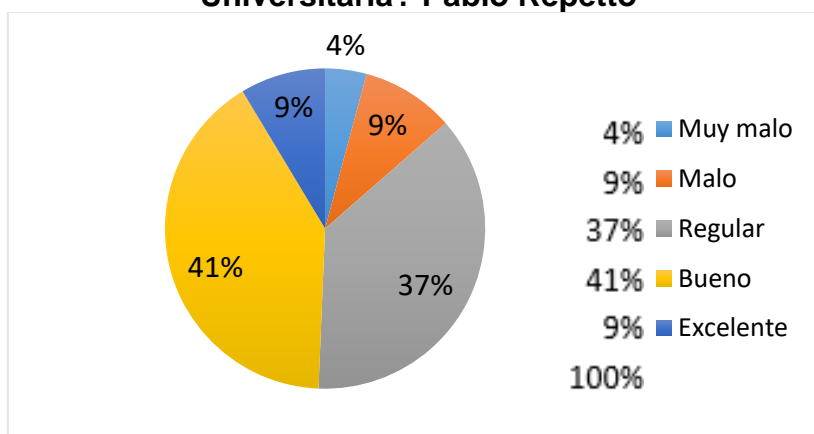
La mayoría de personas encuestadas con un 55% le califican de buena las decisiones de Esteban Paz, 22% como excelente, 1 muy malo, 3% malo y finalmente con 19% como regular. Ya que en los últimos 3 meses ha tomado decisiones que ha puesto en discusiones y en desacuerdos tanto a la hinchada como a los medios de comunicación.

### 13.2 ¿Cómo califica las decisiones de estas autoridades de Liga Deportiva Universitaria? Guillermo Romero



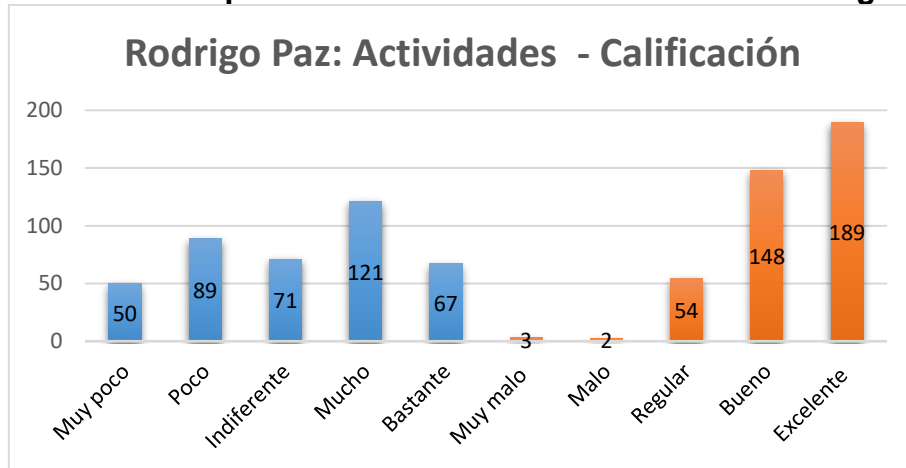
La mayoría de personas encuestadas con un 46% le dan de nota de regular a las decisiones que ha tomado Guillermo Romero, 30% de bueno, 4% excelente, 8% de muy malo y con el 12% de malo. Regular es la calificación que se le pone al Arq. Guillermo Romero por su desenvolvimiento en la presidencia del Club y sobre todo el hincha hace eco de que Guillermo Romero discrepa y realiza declaraciones negativas hacia Rodrigo y Esteban, ya que no existe un buen ambiente laboral dando como consecuencia malas relaciones laborales en la interna del club.

### 13.3 ¿Cómo califica las decisiones de estas autoridades de Liga Deportiva Universitaria? Pablo Repetto



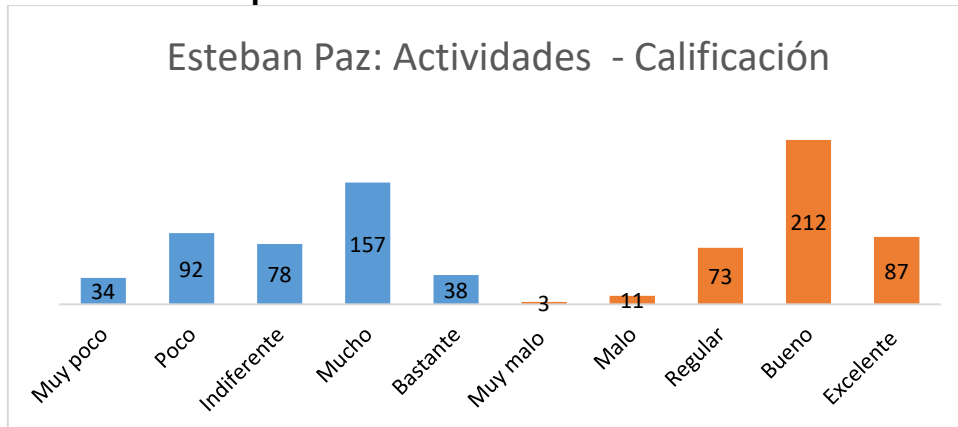
La mayoría de personas encuestadas con un 41% le dan de nota de bueno a las decisiones que ha tomado Guillermo Romero, 37% de regular, 9% excelente, 4% de muy malo y con el 9% de malo. Esto se da porque el Director Técnico Pablo Repetto en el campeonato local 2019 ha realizado no fue tan bueno ya que ocupó el 7mo lugar en la liguilla final a pesar de haber llegado a la final.

### 13.4 Cuadro comparativo Actividades – Calificación: Rodrigo Paz



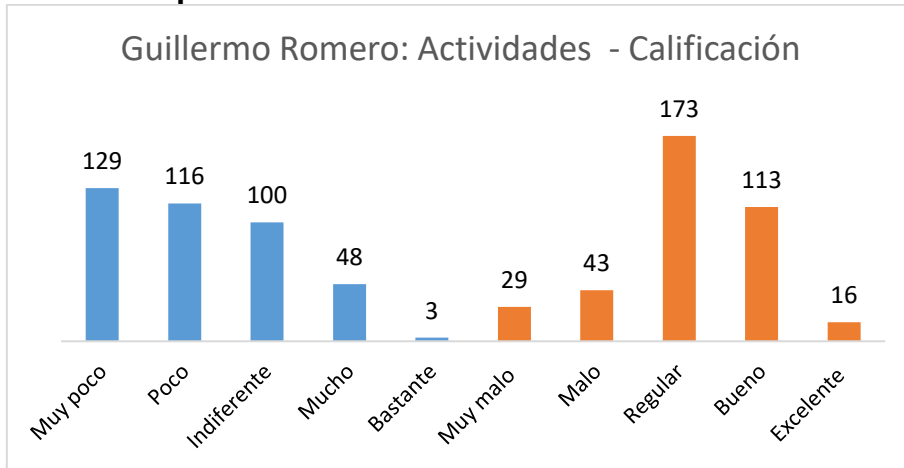
Las actividades que ha realizado Rodrigo Paz los 210 encuestados lo catalogan de muy poco, poco e indiferente a sus actividades pero en cuestión de calificación a pesar de que el hincha no conozca le califican al dirigente con una nota buena.

### 13.5 Cuadro comparativo Actividades – Calificación: Esteban Paz



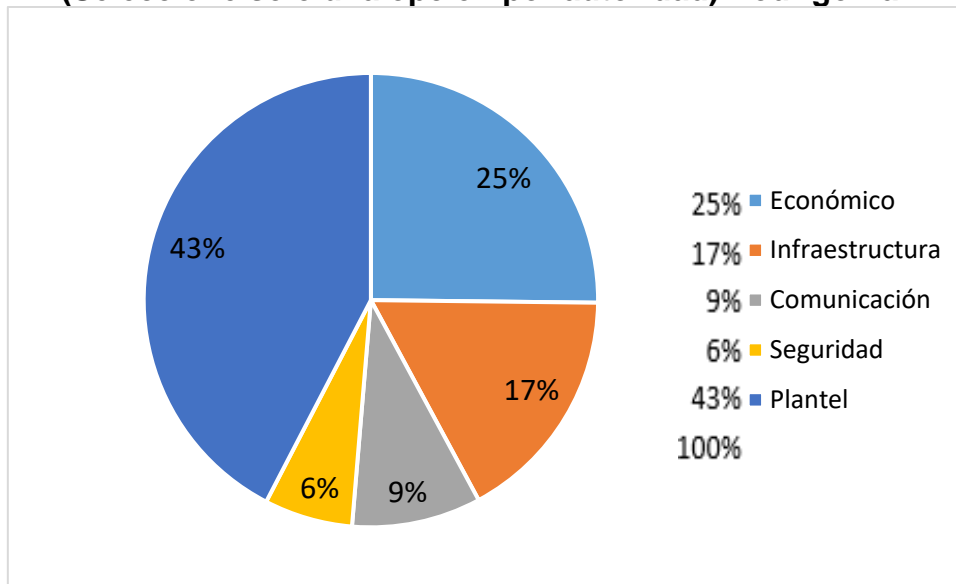
En cuestión a Esteban Paz 195 personas conocen las actividades pero sin embargo a pesar de conocer poco le dan una calificación de buena y excelente, este fenómeno se da por el simple hecho de que tienen una simpatía con la familia Paz.

### 13.6 Cuadro comparativo Actividades – Calificación: Guillermo Romero



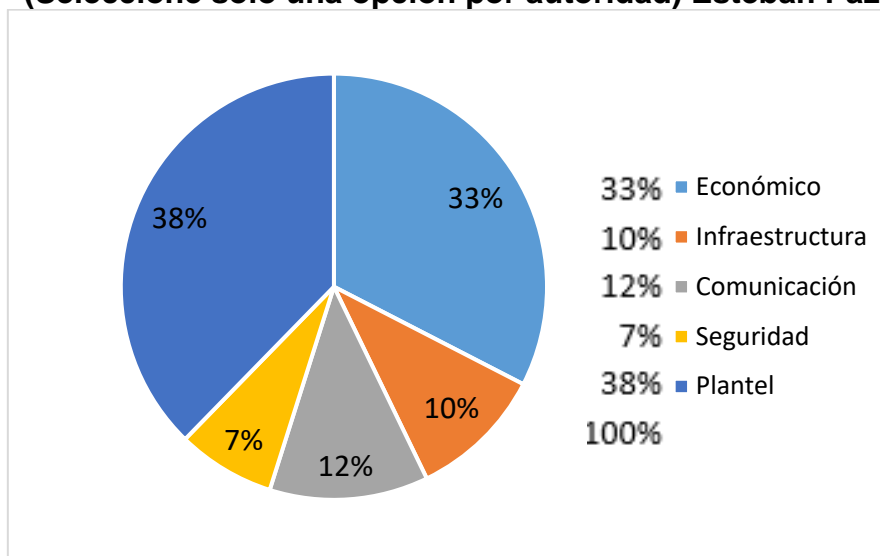
Al presidente del club Guillermo Romero apenas conocen 52 personas las actividades que ha realizado dándole una calificación de regular y buena. Mientras tanto que 345 personas le califican de ineficiente su gestión ya que la hinchada de Liga no conoce sobre las actividades que ha realizado el presidente del club.

### 14 ¿A qué cree usted que la dirigencia le puso mayor atención? (Seleccione solo una opción por autoridad) Rodrigo Paz



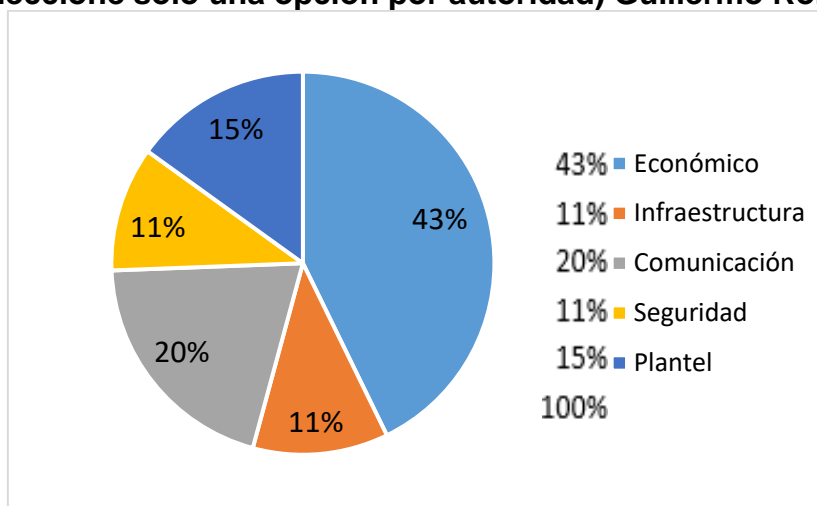
La mayoría de personas encuestadas con un 43% Rodrigo Paz le prestó mayor atención al plantel, 17% a infraestructura, 9% a comunicación, 6% a seguridad y 25% a lo económico en la que sobresale su contribución económica.

**14.1 ¿A qué cree usted que la dirigencia le puso mayor atención?  
(Seleccione solo una opción por autoridad) Esteban Paz**



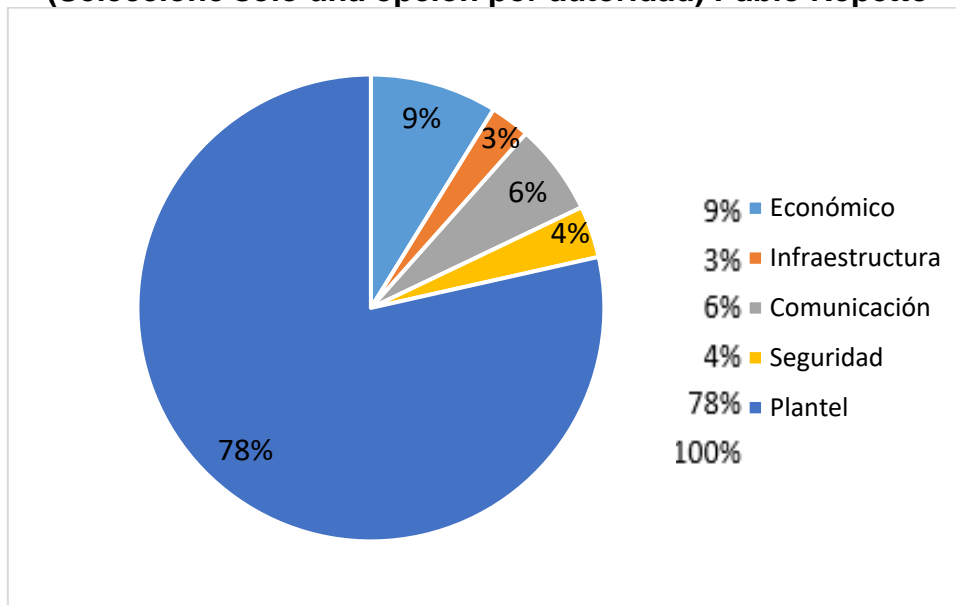
La mayoría de personas encuestadas con un 38% Esteban Paz le prestó atención al plantel, 10% a infraestructura, 12% a comunicación, 7% a seguridad y 33% a lo económico. Similares resultados arrojan la gestión del señor Esteban Paz con su padre el señor Rodrigo Paz; esto es, mucho interés en la conformación del equipo ideal, y en el aspecto financiero, esto se evidencio en el año 2019 el dirigente tuvo un equipo valorado en 25,000.000 millones de dólares.

**14.2 ¿A qué cree usted que la dirigencia le puso mayor atención?  
(Seleccione solo una opción por autoridad) Guillermo Romero**



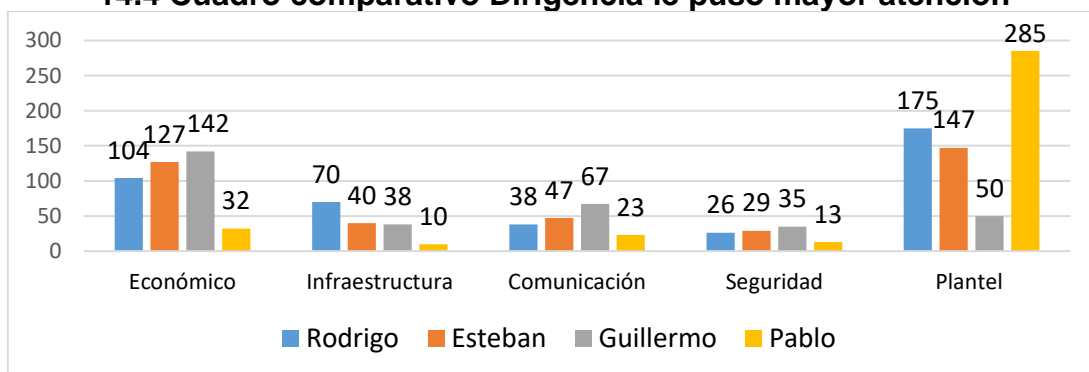
La mayoría de personas encuestadas con un 43% Guillermo Romero le prestó atención a lo económico, 11% a infraestructura, 20% a comunicación, 11% a seguridad y 15% a plantel. Mientras tanto a los otros factores como infraestructura y seguridad no le da prioridad, dando como consecuencia problemas que ha venido acarreado a lo largo de estos últimos años.

**14.3 ¿A qué cree usted que la dirigencia le puso mayor atención?  
(Seleccione solo una opción por autoridad) Pablo Repetto**



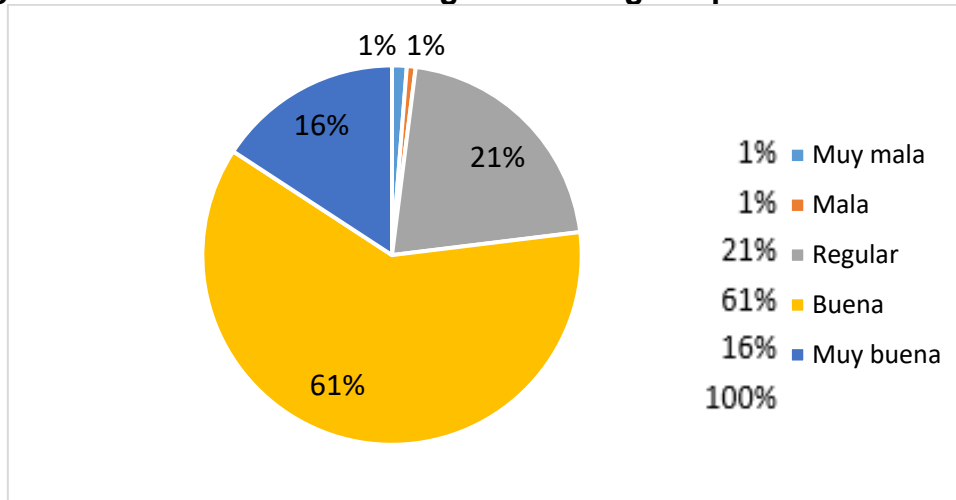
La mayoría de personas encuestadas con un 78% Pablo Repetto le prestó atención al plantel, 3% a infraestructura, 6% a comunicación, 4% a seguridad y 9% a lo económico. Es decir se concentra en lo que le compete.

**14.4 Cuadro comparativo Dirigencia le puso mayor atención**



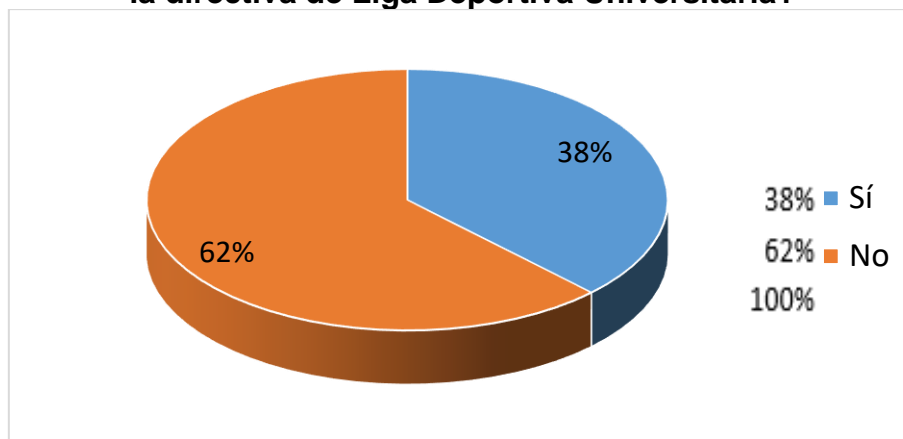
Un cuadro comparativo arrojó los siguientes resultados: en el aspecto económico el presidente Guillermo Romero se centró en lo financiero en segundo lugar Esteban Paz seguido de su hijo Rodrigo Paz. En cuestión a infraestructura la hincada de Liga no sabe que directivo le compete como por ejemplo; no conoce la afición que dirigente propuso y está al frente del proyecto sobre la remodelación del estadio Rodrigo Paz Delgado.

**15. ¿Cómo califica a la actual dirigencia de Liga Deportiva Universitaria?**



La mayoría de personas encuestadas con un 61% califican a la actual dirigencia como muy buena, seguido de un 16% como muy buena, 1% mala, 1% muy mala, y 21% como regular.

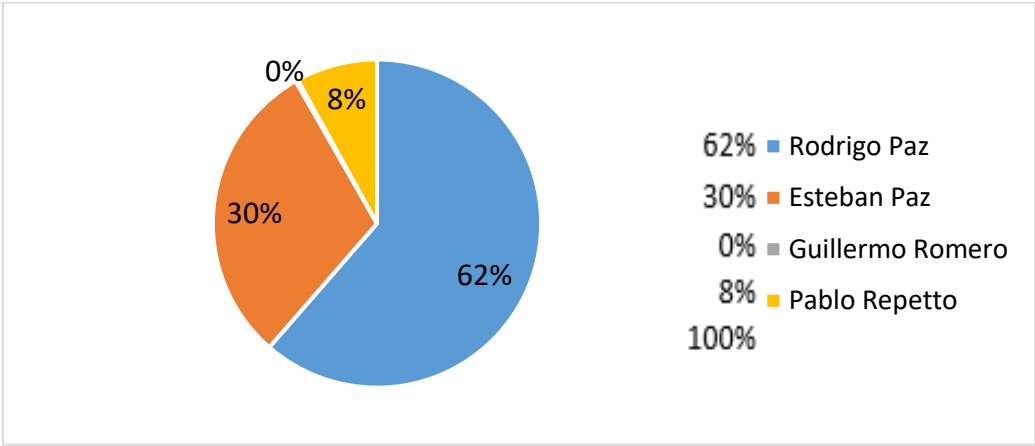
**16. ¿Considera usted que sus ideas y sugerencias fueron escuchadas por la directiva de Liga Deportiva Universitaria?**



La mayoría de personas encuestadas con un 62% las ideas o sugerencias no son escuchadas por parte de la directiva y con un 38% si son escuchadas. De acuerdo a los datos estadísticos, la actual directiva no da mucha importancia a las opiniones y sugerencias de la hinchada liguista. Como por ejemplo en las redes sociales la hinchada de Liga se ha pronunciado con el desacuerdo de algunas decisiones de la directiva, pero sin embargo la dirigencia no les presta atención a los indicadores negativos que refleja en las redes sociales.



**17. ¿De las siguientes autoridades quien considera que representa la mejor cara de Liga Deportiva Universitaria?**



La mayoría de personas encuestadas con un 62% Rodrigo Paz representa la mejor cara de Liga Deportiva Universitaria, el 30% ocupa Esteban Paz, el presidente del club Guillermo Romero 0% y con el 8% Pablo Repetto.

## CONCLUSIONES

Los hinchas de Liga de Quito no quieren ni admiten que el señor Rodrigo Paz Delgado y Esteban Paz se desvincule totalmente de la dirigencia deportiva del Club Universitario, entre otras razones, porque aducen que es con él que se ha obtenido muchas glorias para el plantel azucena; es evidente que ciertos hinchas no conciben la idea de ver a una tercera persona al frente del equipo Albo, que tradicionalmente ha sido dirigido por Rodrigo y Esteban, y confían ciegamente en su poder económico y gerencial. Debo recalcar que con el nuevo Presidente Guillermo Romero la hinchada de Liga perdería la confianza

También debo manifestar, que el Arq. Guillermo Romero, actual Presidente de la Liga, no tiene la confianza de la hinchada universitaria, pero si la confianza de los socios ya que ellos le eligieron como presidente. Rodrigo y Esteban le opacan el cargo de presidente a Guillermo Romero, entre otras razones la hinchada, ven en él a un dirigente con un incomparable carisma a la del señor Rodrigo Paz. Además se sienten inseguros al no saber exactamente sobre la solvencia económica del mencionado dirigente para armar un equipo competitivo que sea del completo agrado de los miles de fanáticos que semana a semana acompañan a su ídolo.

El canal oficial por el cual los hinchas de Liga Deportiva Universitaria se mantienen informados es Facebook por qué mediante esta red social pueden tener una mayor interacción con sus públicos ofreciéndoles distintas promociones, cupones, visitas al estadio y al complejo deportivo, siendo esta una plataforma muy dinámica que les permite estar más cerca del equipo y conocer sus últimas noticias. El segundo canal oficial que se informan los hinchas de Liga de su club es Instagram, ya que es una red social innovadora que permite publicar contenido multimedia de alta calidad, difundiendo los live en tiempo real, de manera más rápida y directa las últimas novedades con respecto al equipo albo.

En la actualidad se evidencia que los medios de comunicación deportivos promueven y fomentan un discurso regionalista, ocasionando así la rivalidad entre hinchada como es el caso de la radio La Red, ya que los hinchas de Liga la catalogan como un medio que solo se informa noticias y esto se da, por influencia de terceras personas, cuyos comentaristas, innegablemente son hinchas de Liga.

En cuestión a medios de comunicación: Programas televisivos Gol TV tiene el mayor porcentaje de personas que tienen el servicio, esto es debido a que la operadora que cuenta con los servicios del canal ya mencionada, tiene un paquete accesible en cuanto a precios nos referimos, por eso la mayoría de gente tiene o prefiere contratar sus servicios. A diferencia de las otras cadenas que son para un público con una posibilidad más alta en aspecto económico. En cuestión a frecuencias radiales un 56% de la hinchada o aficionados a liga, prefieren escuchar la Red esto es debido a que en su parrilla de contenido brindan más información sobre liga de Quito, ya sea en fichajes, ruedas de prensa y entrevistas con sus directivos. A diferencia de las otras dos emisoras, que su parrilla de contenido es más imparcial y comentan de todos los equipos del fútbol ecuatoriano. Redes sociales a Hinchada de liga consume la plataforma digital El canal del fútbol, ya que tienen la posibilidad de ver los partidos a un costo moderado y también observar los torneos adicionales, como la Copa Ecuador, Súper Copa Ecuador, donde participa el cuadro Albo.

Los Hallazgos encontrados en la investigación muestra que la Relaciónista Pública de Liga Deportiva Universitaria, no está dando a conocer a la hinchada de las actividades que ha venido realizando tanto Rodrigo Paz, Esteban Paz y Guillermo Romero, lo cual tiene una debilidad institucional. La falta de comunicación del club con la hinchada se da porque no existe una comunicación transversal, es decir Relaciones Públicas no está dando un seguimiento sobre las actividades que viene realizando los directivos y peor aun dando a conocer a la hinchada.

Como otra conclusión debo indicar que, la dirigencia no tiene bien en claro sobre sus facultades y competencias como dirigentes. Los datos arrojaron en cuestión a seguridad, a ninguno de las autoridades le preocupa este tema, padre e hijo no pusieron interés en la seguridad interna y externa del estadio; así como tampoco se preocuparon de poner en práctica los protocolos de seguridad pertinentes, por lo que se tuvo que lamentar algunas muertes. En lo económico, con excepción de Pablo Repetto, los otros dirigentes con un poco de diferencia, los tres dirigen su mirada al aspecto económico, En lo concerniente a la infraestructura, Rodrigo Paz pone énfasis en la readecuación del estadio que lleva su mismo nombre. En comunicación, el Arq. Guillermo Romero es el que más se destaca con poca aceptación en la información de las actividades de la directiva. En cuanto se refiere al plantel, como es lógico de suponer, el D.T. Pablo Repetto es quien está más dedicado a la conformación del equipo titular con sus respectivos suplentes. Le siguen en preocupación por el plantel, Rodrigo Paz y Esteban Paz; no así, el Arq. Guillermo Romero quien no tiene ningún protagonismo en el tema.

Los informes de las encuestas reflejan que el señor Rodrigo Paz, seguido de su hijo Esteban Paz, representan la mejor cara de la Liga, en atención principalmente por los logros obtenidos al frente del club, como los campeonatos de copa libertadores de América, Sudamericana y Recopa; además de la construcción del Estadio universitario y la remodelación. También vale decir que es el señor Rodrigo Paz, quien constantemente está defendiendo los intereses del fútbol a nivel nacional y provincial, lo que le ha valido la enemistad y persecución judicial de los aludidos por las opiniones francas y frontales del señor Rodrigo Paz lo que le valida como un dirigente deportivo eficiente eficaz y efectivo.

Por otro lado pese a que la hinchada se manifestó sobre el hecho de que sus sugerencias sí son escuchadas en efecto no es como lo mencionan en su totalidad por qué existe una brecha entre lo dicho y lo expuesto, habiendo antecedentes muy claros como por ejemplo el hecho de que el público nunca estuvo conforme con la renovación del actual director técnico de LDU.

Finalmente, debo decir que es el criterio de la hinchada liguista que, el Club cuando fue dirigido por el señor Rodrigo Paz tuvo muchos éxitos durante su administración y que luego, al recibir el legado de la dirigencia, el hijo, señor Esteban Paz, los momentos de gloria continuaron.

## RECOMENDACIONES

La dirigencia del club deberá de aprovechar la buena la influencia que tiene la radio (La Red) y en redes sociales (El canal del fútbol) con la hinchada de Liga Deportiva Universitaria, ya que se identifican con estos medios. Por lo cual el club con dichos medios tienen una buena relación, la dirigencia debe de aprovechar estos factores favorables que tiene, para que la institución pauten en los medios mencionados. Se realice publicidad que promueva el club planes y campañas con estrategias innovadoras y creativas de crecimiento para la visibilidad de las mismas. Como por ejemplo que la hinchada de Liga de Quito se haga "Super hincha" promocionando en la redonda y publicidad especializada en el canal del fútbol

También es notable analizar las publicaciones en Facebook que tiene paginas no oficiales, realizar una réplica generando información verídica y comprobada por parte de las autoridades de Liga Deportiva Universitaria, así de esta forma anticiparse para que no existan fakes news. Trabajar más para potencializar el contenido que se publica en YouTube ya que de esta forma el público puede sentirse más identificado al ver evidenciado en pequeños reportajes el trabajo que está haciendo la dirigencia de Liga Deportiva Universitaria, y de esta manera incentivando a la hinchada a sentirse más participe de lo que se realiza a diario con el equipo.

Los medios de comunicación ya sean los públicos, privados o comunitarios principalmente deportivos, están en la obligación de impartir información veraz y confiable a la ciudadanía se deben de enfocar en su deber de hacer periodismo deportivo efectivo, los periodistas deben de enfocarse hacer periodismo ligado a sus códigos deontológicos. Los medios deben de estar involucrados y comprometidos, a través de sus programas deportivos donde creen escenarios el cual trabajen en conjunto con todos los clubes tanto de la región costa, sierra, oriente e insular. Con estas recomendaciones los medios deportivos pueden dar el giro del fútbol ecuatoriano.

Que los dirigentes del Club no de incentivos de ninguna naturaleza a cualquier medio de comunicación, por cuanto no es ético, ni va con los valores morales y deportivos de la institución, dar prebendas a unos y a otros no. Tienen la obligación de tratar por igual a todos los medios.

Es indispensable que los directivos del club brinde un buen flujo de información al departamento de RRPP, en donde se cuente con un buen manejo de comunicación tanto interna como externa, utilizando las herramientas de comunicación y trabajando en conjuntamente con los medios de comunicación, los cuales son actores importantes de brindar información a la afición. Es importante que Relaciones Públicas proyecte a sus stakeholders como un concepto y no solamente como un club deportivo.

Establecer ciertas normativas por las cuales los dirigentes de LDU se puedan guiar para crear un equilibrio igualitario entre los requerimientos o sugerencias que tenga la hinchada pero teniendo en cuenta como parte fundamental la toma de decisiones que tienen las autoridades máximas siendo éstas la voz principal y representación del equipo.

Después de haber obtenido los resultados, se evidencia que la dirigencia del club, sus 4 directivos: Rodrigo Paz, Esteban Paz, Guillermo Romero y Pablo Repetto, ninguno de ellos están cumpliendo con sus objetivos y peor aún no está encaminados a la filosofía que se plantea la institución. Por lo cual se recomienda a realizar un PECO (plan estratégico de comunicación organizacional).

El plan de comunicación constara de 3 fases que cada fase estará ligada una de la otra, las tres fases serán de personalidad, identidad y cultura. Primera fase se llama (Soy de la U) que será la fase de la personalidad que a través de una reunión entre los 4 directivos de Liga reformaran el centro psíquico de la institución es decir habrá nuevas metas, actitudes y actividades. Segunda fase de la identidad se llamara (Ayer hoy y Siempre) que constara en dicha fase de formar una visión acorde a lo que la institución quiera transmitir durante los próximos 5 años, de igual manera que el club tenga una identidad visual sólida en cuanto a su indumentaria ya que se evidencia que está utilizando colores que no son de la institución.

Y para finalizar como tercera fase se llama (Va por ti Ecuador) será la fase de la cultura, siendo un club con trayectoria en los últimos años ha venido perdiendo sus costumbres y peor aún sus hábitos por lo cual se plantea recuperar esa cultura que la dirigencia elija a los jugadores correctos y mas no jugadores desobedientes rebeldes indisciplinados, y de igual manera la disciplina dentro y fuera de un espectáculo de futbol, esto se lo debe de trabajar en conjunto hinchada con dirigencia.

Por otro lado se recomienda que el club debe de realizar campañas estratégicas en fechas conmemorativas, eventos o programas. Es decir que la campaña de la institución no solo se enfoque en impartir mensajes sino más bien haga participar y a la vez se sientan partícipes la hinchada del saber que están siendo tomados en cuenta, como por ejemplo se propone la (Noche Blanca) sea algo innovador y llamativo por lo cual se recomienda que sea una noche blanca en función a temáticas de películas o series que estén en auge, la presentación del club para el año 2020 seria con la temática de la serie la casa de papel, para así poder generar opinión pública no solamente a nivel nacional sino internacional.

Entre otra campañas a realizarse serian: Día de la mujer, día mundial del cáncer, navidad, fundación del club, logros alcanzados a nivel nacional e internacional. Estas campañas irán acompañadas de actores, figuras públicas y Youtubers que estén en apogeo y a la vez con pautando en medios de comunicación donde el club tiene mayor sintonía y audiencia para así poder captar la atención del público en general sobre las actividades que realiza Liga Deportiva Universitaria.



## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Artecuador.com. (2019). Historia de la Liga universitaria de Quito. [Online] Available at: <https://www.artecuador.com/blog.php?Categoria=deportes-historia-de-la-liga-universitaria-de&Titre=quito&id=26&page=0> [Accessed 05 Julio. 2019].

Bendito Fútbol. (2020). Los 100 datos que todo hincha de Liga debe conocer por su centenario. [online] Available at: <https://www.benditofutbol.com/liga-de-quito/100-datos-hincha-liga-debe.html> [Accessed 4 Feb. 2020].

Benditofutbol.com. (2019). Liga de Quito: Bendito Fútbol. [Online] Available at: <https://www.benditofutbol.com/liga-de-quito> [Accessed 05 Julio. 2019].

Conmebol.com. (2020). CONMEBOL. [online] Available at: <http://www.conmebol.com/> [Accessed 31 Jan. 2020].

Clubes. [online] Available at: <https://www.eluniverso.com/2011/06/02/1/1372/liga-quito-esta-posicion-11-ranking-mundial-clubes.html> [Accessed 31 Jan. 2020].

Definición ABC. (2019). Definición ABC. [Online] Available at: <https://www.definicionabc.com/> [Accessed 05 Julio. 2019].

Diario Qué. (2020). Liga de Quito y Delfín, los mejores en ranking internacional | Deportes | Diario Qué. [online] Available at: <https://www.diarioque.ec/deportes/liga-de-quito-y-delfin-los-mejores-en-ranking-internacional/> [Accessed 31 Jan. 2020].

Encolombia.com. (2020). Tipos de Transferencias en el Fútbol. [online] Available at: <https://encolombia.com/derecho/derecho-deportivo/tipos-transferencias-futbol/> [Accessed 31 Jan. 2020].

Extra, R. (2020). ¡Esto cuesta el plantel de Liga de Quito!. [online] [www.extra.ec](http://www.extra.ec). Available at: <https://www.extra.ec/deportes/ligadequito-deportes-ligapro-plantel-valor-AE2868013> [Accessed 31 Jan. 2020].

El Universo. (2020). Emelec fue el equipo más taquillero del 2018. [online] Available at: <https://www.eluniverso.com/deportes/2018/12/20/nota/7106625/emelec-domino-asistencia-publico-recaudacion-local-2018> [Accessed 31 Jan. 2020].

Ecuafutbol.org. (2019). Sitio Oficial de la Federación Ecuatoriana de Fútbol, el portal del fútbol ecuatoriano. [Online] Available at: <http://ecuafutbol.org/web/club.php?co=1790463265001> [Accessed 05 Julio. 2019].

El Universo. (2019). Liga de Quito conmemora el centenario de su fundación. [Online] Available at: <https://www.eluniverso.com/deportes/2018/10/19/nota/7007579/liga-quito-conmemora-centenario-su-fundacion> [Accessed 05 Julio. 2019].

El Universo. (2019). Noticias de Liga de Quito. [Online] Available at: <https://www.eluniverso.com/equipo/liga-quito> [Accessed 05 Julio. 2019].

Eumed.net. (2019). METODOLOGIA CUALITATIVA. [Online] Available at: [http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/eal/metodologia\\_cualitativa.html](http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/eal/metodologia_cualitativa.html) [Accessed 05 Julio. 2019].

El Universo. (2020). IFFHS publica el ranking de las mejores ligas del mundo: la Liga Pro de Ecuador es quinta en Sudamérica y 14 a nivel mundial. [online] Available at: <https://www.eluniverso.com/deportes/2020/01/20/nota/7700034/ranking-iffhs-mejores-ligas-futbol-mundo-ecuador-liga-pro-premier> [Accessed 31 Jan. 2020].

El Universo. (2020). Emelec fue el equipo más taquillero del 2018. [online] Available at: <https://www.eluniverso.com/deportes/2018/12/20/nota/7106625/emelec-domino-asistencia-publico-recaudacion-local-2018> [Accessed 31 Jan. 2020].

El Universo. (2020). Emelec fue el equipo más taquillero del 2018. [online] Available at: <https://www.eluniverso.com/deportes/2018/12/20/nota/7106625/emelec-domino-asistencia-publico-recaudacion-local-2018> [Accessed 4 Feb. 2020].

El Universo. (2020). IFFHS publica el ranking de las mejores ligas del mundo: la Liga Pro de Ecuador es quinta en Sudamérica y 14 a nivel mundial. [online] Available at: <https://www.eluniverso.com/deportes/2020/01/20/nota/7700034/ranking-iffhs-mejores-ligas-futbol-mundo-ecuador-liga-pro-premier> [Accessed 4 Feb. 2020].

FootballDatabase.com. (2020). LDU de Quito, Ranking and Statistics - FootballDatabase. [online] Available at: <https://footballdatabase.com/clubs-ranking/ldu-de-quito> [Accessed 31 Jan. 2020].

Goal.com. (2020). Especial: Cómo funciona el Mercado de Fichajes y sus mecanismos | Goal.com. [online] Available at: <https://www.goal.com/es/news/21/fichajes/2012/01/31/2875744/especial-c%C3%B3mo-funciona-el-mercado-de-fichajes-y-sus> [Accessed 4 Feb. 2020].

Instituciones.sld.cu. (2019). Metodología de la Investigación. [Online] Available at: <https://instituciones.sld.cu/ih/metodologia-de-la-investigacion/> [Accessed 24 Mar. 2019].

Jiménez, J., Ramírez, M., (s.f.), El significado de la Imagen dentro del proceso de la creatividad publicitaria. Disponible en; [http://www.congressos.blanquema.url.edu/.../Jimenez-Ramirez%20\\_MaCong05.pdf](http://www.congressos.blanquema.url.edu/.../Jimenez-Ramirez%20_MaCong05.pdf)

Ligapro.ec. (2020). Liga Pro Ecuador. [online] Available at: <https://www.ligapro.ec/> [Accessed 31 Jan. 2020].

Ley 19/2009, ESTADO and 2009, 2020) Ley 19/2009, d., ESTADO, J. and 2009, V. (2020). Noticias Jurídicas. [online] Noticias Jurídicas. Available at: [http://noticias.juridicas.com/base\\_datos/Admin/l19-2009.html](http://noticias.juridicas.com/base_datos/Admin/l19-2009.html) [Accessed 31 Jan. 2020].

Ldu.com.ec. (2020). Country Club – LDU. [online] Available at: <https://www.ldu.com.ec/home/country-club/> [Accessed 31 Jan. 2020].  
(Transfermarkt.es, 2020)

Liga Deportiva Universitaria de Quito. LDU Ecuador, Liguistas. (2019). Historia. [Online] Available at: <http://www.liguistas.com/historia-ldu/> [Accessed 05 Julio. 2019].

Ldu.com.ec. (2019). Historia – LDU. [Online] Available at: <https://www.ldu.com.ec/home/historia/> [Accessed 05 Julio. 2019].

Liga Deportiva Universitaria de Quito. LDU Ecuador, Liguistas. (2020). Historia. [online] Available at: <http://www.liguistas.com/historia-ldu/> [Accessed 4 Feb. 2020].

Ldu.com.ec. (2020). Estadio – LDU. [online] Available at: <https://www.ldu.com.ec/home/estadio/> [Accessed 4 Feb. 2020].

Olmedo, L., LIGA, U., LIGA, A., City, L., LIGA, M. and Aucas, L. (2019). LDU – Liga Deportiva Universitaria de Ecuador | Sitio Oficial. [Online] Ldu.com.ec. Available at: <https://www.ldu.com.ec/home/> [Accessed 05 Julio. 2019].

Portador, N. (2020). Un estudio revela cuál es el equipo con la hinchada más grande de Ecuador. [online] 90min.com. Available at: <https://www.90min.com/es/posts/5412563-un-estudio-revela-cual-es-el-equipo-con-la-hinchada-mas-grande-de-ecuador> [Accessed 31 Jan. 2020].

Revistadigital.uce.edu.ec. (2020). Vista de La imagen corporativa de los clubes deportivos de Quito medida por el Índice C4 | Textos y Contextos (segunda época). [online] Available at: <http://revistadigital.uce.edu.ec/index.php/CONTEXTOS/article/view/1753/1657> [Accessed 31 Jan. 2020].

Revistadigital.uce.edu.ec. (2020). Vista de La imagen corporativa de los clubes deportivos de Quito medida por el Índice C4 | Textos y Contextos (segunda época). [online] Available at: <http://revistadigital.uce.edu.ec/index.php/CONTEXTOS/article/view/1753/1657> [Accessed 4 Feb. 2020].

Significados. (2020). Significado de FIFA. [Online] Available at: <https://www.significados.com/fifa/> [Accessed 31 Jan. 2020].

Syltek. (2020). Quiénes conforman un club deportivo y sus funciones - Syltek. [online] Available at: <https://www.syltek.com/quienes-conforman-un-club-deportivo-y-sus-funciones/> [Accessed 4 Feb. 2020].

Salam, E. M., Shawky, A.Y. y Nahas, T. (2013). The impact of corporate image and reputation on service quality, customer satisfaction and customer loyalty: testing the mediating role. Case analysis in an international service company. *The Business and Management Review*, 3(2): 177-196.

Transfermarkt.es. (2020). LDU Quito - Plantilla detallada 2019. [online] Available at: [https://www.transfermarkt.es/ldu-quito/kader/verein/9855/plus/0/galerie/0?saigon\\_id=2018](https://www.transfermarkt.es/ldu-quito/kader/verein/9855/plus/0/galerie/0?saigon_id=2018) [Accessed 31 Jan. 2020].

Yltek. (2020). Quiénes conforman un club deportivo y sus funciones - Syltek. [online] Available at: <https://www.syltek.com/quienes-conforman-un-club-deportivo-y-sus-funciones/> [Accessed 31 Jan. 2020].

# ANEXOS

## ENCUESTA

La presente encuesta tiene como objetivo evaluar la percepción del club Liga Deportiva Universitaria. Sus respuestas serán tratadas de forma confidencial y autónoma. Es importante que responda con sinceridad.

### 1. ¿Cuál es su género?

1. Hombre: \_\_\_\_ 2. Mujer: \_\_\_\_

### 2. ¿Cuál es su edad? \_\_\_\_

### 3. Sector o lugar de residencia

1. \_\_ Norte
2. \_\_ Sur
3. \_\_ Centro
4. \_\_ Valle de los chillos
5. \_\_ Valle de Tumbaco
6. \_\_ Valle de Calderón
7. \_\_ Valle de Pomasqui

### 4. ¿Cuál es su ingreso mensual? (aproximadamente)

1. \_\_ Actualmente no tengo ingresos
2. \_\_ 394 - 800
3. \_\_ 801 – 1200
4. \_\_ 1201 – 1600
5. \_\_ 1601 – 2000
6. \_\_ 2000 o más

### 5. ¿Cuál es su estado civil?

1. \_\_ Casado/a
2. \_\_ Viudo/a
3. \_\_ Divorciado/a
4. \_\_ Unión libre
5. \_\_ Soltero/a

### 6. Desde cuándo es hincha de Liga Deportiva Universitaria

1. \_\_ Toda la vida
2. \_\_ Hace 20 años
3. \_\_ Hace 15 años
4. \_\_ Hace 10 años
5. \_\_ Hace 5 años
6. \_\_ Hace 1 año

### 7. A través de que canal oficial de L.D.U. se informa con mayor frecuencia

1. \_\_ L.D.U. (Facebook)
2. \_\_ Liga TV (YouTube)
3. \_\_ @LigaTV (Twitter)
4. \_\_ Liga\_oficial (Instagram)
5. \_\_ L.D.U.com (Pagina Web)

### 8. ¿A través de qué medio de comunicación se entera con mayor frecuencia de las noticias de Liga Deportiva Universitaria? (Seleccione solo 1 opción)

1. \_\_ Facebook
2. \_\_ YouTube.
3. \_\_ Twitter
4. \_\_ Instagram
5. \_\_ Programas Radiales
6. \_\_ Programas deportivos en TV
7. \_\_ Revistas

### 9. Seleccione los programas donde ha escuchado noticias de Liga Deportiva Universitaria.

#### Redes Sociales

1. \_\_ El canal del fútbol (YouTube)
2. \_\_ Ego Digital (Facebook)
3. \_\_ Liga TV (Twitter)

#### Frecuencias Radiales

1. \_\_ Radio Redonda
2. \_\_ La Red
3. \_\_ Match Deportes

#### Programas Televisivos

1. \_\_ DirecTV
2. \_\_ Gol TV
3. \_\_ El canal del fútbol

### 10. De las siguientes autoridades. ¿Quién considera que es la persona con mayor autoridad en Liga Deportiva Universitaria? (Seleccione solo 1)

1. \_\_ Rodrigo Paz
2. \_\_ Esteban Paz
3. \_\_ Guillermo Romero
4. \_\_ Pablo Repetto

**11. ¿Conoce las actividades que Rodrigo Paz ha hecho por Liga Deportiva Universitaria en el período 2019 – 2023?**

Grado de Acuerdo				
1. Muy poco	2. Poco	3. Indiferente	4. Mucho	5. Bastante

**12. ¿Conoce las actividades que Esteban Paz ha hecho por Liga Deportiva Universitaria en el período 2019 – 2023?**

Grado de Acuerdo				
1. Muy poco	2. Poco	3. Indiferente	4. Mucho	5. Bastante

**13. ¿Conoce como se ha manejado la administración de Guillermo Romero?**

Grado de Acuerdo				
1. Muy poco	2. Poco	3. Indiferente	4. Mucho	5. Bastante

**14. ¿Cómo califica las decisiones de estas autoridades de Liga Deportiva Universitaria?**

	Grado de Acuerdo				
	1. Muy malo	2. Malo	3. Regular	4. Bueno	5. Excelente
<b>Rodrigo Paz</b>					
<b>Esteban Paz</b>					
<b>Guillermo Romero</b>					
<b>Pablo Repetto</b>					

**15. ¿A qué cree usted que la dirigencia le puso mayor atención?  
(Seleccione solo una opción por autoridad)**

	Grado de Acuerdo				
	1. Económico	2. Infraestructura	3. Comunicación	4. Seguridad	5. Plantel o equipo
<b>Rodrigo Paz</b>					
<b>Esteban Paz</b>					
<b>Guillermo Romero</b>					
<b>Pablo Repetto</b>					

**16. ¿Cómo califica a la actual dirigencia de Liga Deportiva Universitaria?**

Grado de Acuerdo				
1. Muy mala	2. Mala	3. Regular	4. Buena	5. Muy Buena

**17. ¿Considera usted que sus ideas y sugerencias fueron escuchadas por la directiva de Liga Deportiva Universitaria?**

SÍ\_\_\_ NO\_\_\_

**18. ¿De las siguientes autoridades quien considera que representa la mejor cara de Liga Deportiva Universitaria?**

1. Rodrigo Paz	2. Esteban Paz	3. Guillermo Romero	4. Pablo Repetto

**MUCHAS GRACIAS**

**Partido: Liga Deportiva Universitaria vs Universidad Católica (Liga Pro)**



**Partido: Liga Deportiva Universitaria vs Fuerza Amarilla (Liga Pro)**





## Partido: Liga Deportiva Universitaria vs Delfín (Liga Pro)



**Partido: Liga Deportiva Universitaria vs Aucas (Liga Pro)**



**Partido: Liga Deportiva Universitaria vs Emelec (Copa Ecuador)**



## Ruedas de prensa



## Complejo deportivo (Pomasqui)



## Entradas

