CAPÍTULO II
ESTUDIO DE MERCADO

2.1. ANTECEDENTES

La práctica de deportes en la ciudad de Guayaquil y la aparición del césped sintético, ha traído consigo la implementación de negocios orientados al alquiler de canchas que utilizan este tipo de producto como superficie.

En la actualidad, la ciudad de Guayaquil cuenta con varios complejos de canchas deportivas de césped sintético, entre los cuales se pueden mencionar La Canchita, Fútbol-in y Fútbol Time; y es debido al auge que han tenido este tipo de establecimientos en el último año y la tendencia que se está creando con el uso de este material, que nace la idea de realizar este proyecto.

Con la ejecución de este proyecto lo que se quiere es analizar la viabilidad económica y financiera de la implementación de un complejo de canchas que utilice este tipo de material como superficie.

Para el desarrollo y análisis de este proyecto se tomó en cuenta a aquellos deportes que pueden ser practicados sobre este tipo de superficie de los cuales se hizo una selección tomando en consideración los niveles de preferencia de la ciudadanía hacia este tipo de deportes, así como las diferentes características físicas que debería tener el complejo, las cuales deberán satisfacer las necesidades del mercado objetivo.

2.2. JUSTIFICACIÓN

Como ya se presentó en el primer capítulo, el uso de este material está ligado principalmente a aquellos deportes que utilizan césped natural como superficie, por lo que serán estos los incluidos en el estudio.

Sin embargo es necesario dejar claro que no todos estos deportes son practicados en la ciudad de Guayaquil, y que aquellos que si lo son, poseen diferentes niveles de importancia y preferencia por parte de la población guayaquileña; motivo por el cual se buscó información al respecto, la misma que permitió hacer una selección del o los deportes que serán incluidos en el estudio.

La información que ayudó a la selección del deporte a implementar se la obtuvo de FEDEGUAYAS (Federación Deportiva del Guayas), organismo encargado de regular la práctica deportiva de la provincia del Guayas y por ende en la cuidad de Guayaquil, donde se obtuvo los siguientes datos referentes a los deportes que se practican en esta ciudad; los mismos que están agrupados en asociaciones y comités tal como lo muestra la Tabla No 2.1.

Tabla No 2.1

Asociaciones y Comités Deportivos según FEDEGUAYAS	
Asociaciones	
Ajedrez	Levantamiento de
Atletismo	Lucha Olímpica
Basketball	Natación
Béisbol	Remo
Billar	Softball
Boxeo	Tae Kwon Do
Ciclismo	Tenis
Ecuestres	Tenis de Mesa
Físico Culturismo	Tiro Olímpico
Fútbol	Tiro Práctico
Gimnasia Olímpica	Triatlón
Judo	Voleyball
Karate	
Comités	
Motociclismo	
Squash	
Jockey sobre Patín	
Pelota Nacional	
Tiro con Arco	
Escalada Deportiva	
Bolos	

Elaborado por: Los Autores
Fuente: FEDEGUAYAS

Como se puede observar en la tabla No 2.1., tres de los deportes que se practican sobre césped natural o sintético, como son el rugby, fútbol americano y jockey sobre pasto, no tienen ninguna incidencia en la ciudad de Guayaquil; esto se fundamenta en la falta de comités o asociaciones que regulen la práctica de estos deportes, por lo cual quedaron descartados en este estudio.

Como sustento adicional a esta decisión, la Figura No 2.1 muestra los logotipos de todas las federaciones ecuatorianas por deportes, en la cual se puede notar que no existen federaciones para los deportes que ya han sido descartados.

Figura No 2.1.

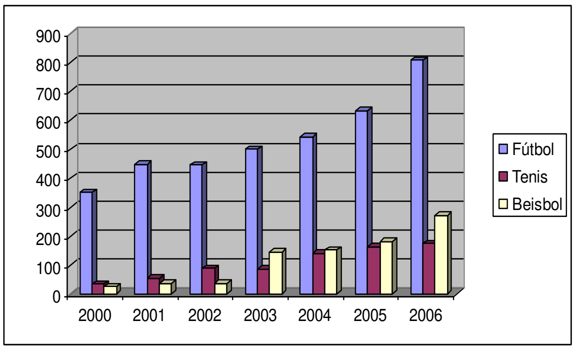
De las 4 alternativas restantes, si existen referencias ya que si son practicados en esta ciudad; sin embargo se excluyó al golf, ya que es un deporte que es practicado sobre un campo abierto mas no sobre una cancha, motivo por el cual el espacio físico que requiere es muy grande; tal como se aprecia en la figura No 2.2, en la cual se puede observar uno de los campos de golf del club “La Costa”, ubicado en el Km 33.5 vía a la Costa, el mismo que se encuentra registrado en la Federación Ecuatoriana de Golf.

Figura No 2.2
Campo de golf del club "La Costa"

Finalmente el Fútbol, Tenis y Béisbol son deportes que sin lugar a dudas son practicados en la ciudad, cada uno con diferentes niveles de preferencia, ya que cuentan con una Federación a nivel nacional y una Asociación a nivel provincial.

Debido a la falta de información acerca de las preferencias de los guayaquileños y de los ecuatorianos, la selección final del deporte a ser incluido en el proyecto se la hizo con los datos proporcionados por FEDEGUAYAS, tal como se muestra a continuación.

Gráfico No 2.1
No. de inscritos en las escuelas de FEDEGUAYAS



Elaborado por: Los Autores
Fuente: FEDEGUAYAS

El gráfico No 2.1 hace un resumen de la cantidad de personas registradas en los diferentes clubes o escuelas, que FEDEGUAYAS abrió para estos tres deportes durante los últimos siete años. Como se puede observar el fútbol marca una gran diferencia en cuanto a preferencias se refiere; por este motivo se concluyó que sería el fútbol el deporte incluido en el proyecto.

2.3. DEFINICIÓN DEL SERVICIO

El presente proyecto consiste en la implementación de un complejo de canchas deportivas en la ciudad de Guayaquil; la superficie de éstas será de césped sintético cada una con sus respectivos canales de aguas lluvias, ya que estarán a la intemperie. Ambas canchas contarán con todos los implementos necesarios para que los clientes disfruten de la práctica de su deporte favorito, todo esto está orientado a brindar un servicio completo y de calidad a los clientes.

El proyecto comprende diferentes áreas que buscan ofrecer un mejor servicio y brindarle un valor agregado a los clientes. Cada servicio complementario del complejo está dirigido a un grupo de consumidores con gustos, preferencias y necesidades específicas. A continuación se detallan los servicios complementarios a los que se hace referencia en este párrafo.

- **Bar:** Este lugar estará diseñado para que las personas antes o después de hacer deportes puedan degustar de una amplia gama de piqueos, jugos, batidos, bebidas refrescantes y energizantes. Este espacio contará con mesas y sillas muy cómodas donde las personas podrán compartir un momento ameno con familiares y amigos. Además contará con una pantalla gigante donde se transmitirán los más importantes partidos tanto locales como internacionales.

- **Camerinos:** Estos servirán para que los clientes satisfagan sus necesidades biológicas y puedan cambiarse la indumentaria, con lo cual se evitará que lo hagan al aire libre y provoquen algún tipo de contaminación visual.

- **Area de juegos de mesa:** Como una alternativa adicional el complejo contará con un área donde los adultos podrán disfrutar del uso de una mesa de billar, y para los más pequeños un futbolín.

- **Escuela de fútbol:** El complejo contará con una escuela de fútbol la que estará orientada a niños con edades entre 4 y 16 años, las clases serán impartidas por un entrenador en horarios diurnos en verano y vespertinos en invierno.

- **Campeonatos:** La administración del complejo organizará tres campeonatos en el año, los cuales se llevarán a cabo en horarios en los que la afluencia de personas a las canchas no es muy alta.

2.4. PERFIL DEL CONSUMIDOR

Ya que el principal objetivo de la investigación de mercados es comprender el comportamiento del mercado objetivo hacia el servicio que se ofrece, es de suma importancia definir el perfil de quienes van a ser los clientes del complejo; para esto se ha determinado que los consumidores meta van a ser los habitantes de la ciudad de Guayaquil de clase social media, media-alta y alta con edades entre los 18 y 65 años, que disfruten de la práctica de actividades deportivas o que por diversión y entretenimiento deseen visitar y participar de las instalaciones.

2.5. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

Para poder tener un correcto desarrollo del proyecto se deben analizar todos los factores que podrían influir en el mismo, por lo que a continuación se realiza un breve análisis del macro y micro entorno.

2.5.1. MACRO-ENTORNO

En el macro entorno se analizan los factores legales, naturales y económicos que influyen en el proyecto. A continuación se explica brevemente como se ve afectado el proyecto en cada una de estas partes.

2.5.1.1. ENTORNO LEGAL

Para la implementación de este tipo de negocios no existen leyes específicas que lo regulen. Sin embargo debe cumplirse con las ordenanzas municipales y obligaciones que tiene que cumplir toda persona natural o jurídica antes de iniciar una actividad económica.

2.5.1.2. ENTORNO NATURAL

Esta es una variable que podría afectar de sobremanera al proyecto, ya que las plantas hidroeléctricas, principales fuentes de energía del país, se ven afectadas por el estiaje que es causado por la falta de lluvias principalmente en los meses de Noviembre, Diciembre y Enero, trayendo consigo la implementación de campañas de ahorro y los famosos apagones.

2.5.1.3. ENTORNO ECONÓMICO

El estudio del entorno económico es muy importante al determinar el segmento al que se va a orientar el servicio, el cual también va a depender de los niveles de ingresos y gastos de los clientes.

A pesar de que el país no está viviendo un auge económico y la distribución de los niveles de ingreso no es la óptima, la población destina parte de sus ingresos para actividades de recreación y cultura como lo muestra la Tabla No 2.2.

Tabla No 2.2
Distribución de los niveles de ingreso

DIVISIÓN, GRUPO Y CLASE DE GASTO	TOTAL	
GASTO CONSUMO	**3.092.156.066,00**	**100%**
ALIMENTOS Y BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS	750.666.460,00	24,28%
BEBIDAS ALCOHÓLICAS, TABACO Y ESTUPEFACIENTES	54.500.332,00	1,76%
PRENDAS DE VESTIR Y CALZADO	243.334.966,00	7,87%
ALOJAMIENTO, AGUA, ELECTRICIDAD, GAS Y OTROS COMBUSTIBLES	406.310.675,00	13,14%
MUEBLES, ARTÍCULOS PARA EL HOGAR Y PARA LA CONSERVACIÓN ORDINARIA DEL MISMO	141.057.072,00	4,56%
SALUD	138.106.604,00	4,47%
TRANSPORTE	340.818.047,00	11,02%
COMUNICACIONES	53.817.250,00	1,74%
RECREACIÓN Y CULTURA	159.551.714,00	5,16%
EDUCACIÓN	174.994.119,00	5,66%
RESTAURANTES Y HOTELES	414.596.644,00	13,41%
BIENES Y SERVICIOS DIVERSOS	214.402.183,00	6,93%

Elaborado por los autores
Fuente: INEC

Según datos del INEC en su encuesta de Ingresos y Gastos realizada en el 2004 la población de la ciudad de Guayaquil destina aproximadamente el 5.16% de sus ingresos anuales a actividades de recreación y cultura, dentro del cual se encaja la práctica de deportes.

2.5.2. MICROENTORNO

2.5.2.1. PROVEEDORES

Dado que el proyecto consiste en el alquiler de canchas deportivas de césped sintético, los principales proveedores serán empresas que importen este material. Pese a que este tipo de superficie es realmente nueva en el país los proveedores de este material son muchos. Adicionalmente otro punto a favor consiste en que la vida útil aproximada del césped es de 5 a 8 años, esto disminuye mucho la dependencia del proyecto con los proveedores.

Además del césped sintético, el complejo va a necesitar proveedores de productos de limpieza tales como detergentes, desinfectantes y aromatizantes que van a servir para mantener una buena limpieza y un buen aspecto del complejo deportivo. En Guayaquil existen muchos proveedores de este tipo de productos, lo cual facilita la obtención de estos insumos necesarios para el mantenimiento y limpieza del complejo.

2.5.2.2. CONSUMIDORES ACTUALES

En varias visitas hechas a los diferentes complejos de canchas deportivas de césped sintético que se encuentran en la ciudad de Guayaquil, se pudo constatar que las personas que visitan este tipo de instalaciones en su mayoría son hombres con edades que fluctúan entre los 18 y 65 años y que practican el fútbol como deporte o pasatiempo. Además se pudo constatar que en varios de los complejos deportivos visitados existen escuelas de fútbol especializadas en niños con edades entre los 4 a 14 años, convirtiéndose ellos también en consumidores del servicio que se va a ofrecer.

2.5.2.3. COMPETIDORES ACTUALES

Si bien es cierto que la utilización de césped sintético como superficie de canchas deportivas es nuevo en el país, se puede observar que la tendencia se orienta a la utilización de este material como superficie de canchas deportivas. Así lo demuestran las diferentes instalaciones de este tipo que se han implementado en la ciudad. Entre estas se encuentran las siguientes:

Tabla No 2.3
Competidores actuales

Nombre	Dirección	# Canchas	Dimensiones de canchas	Precios	Promociones	Tiempo	Observaciones
La Canchita	Cdla Kennedy Detrás del Gran Chef (Norte)	1	40mts x 26mts	$ 50 / hora	Fines de Semana $50 / 1 1/2 horas $75 / 2 horas	2 años	Cuenta con un bar restaurante
	Cdla Kennedy Detrás de Mi Juguetería (Norte)	1				1 1/2 años	Restricciones por Ubicación. Mayor uso para Escuela de Futbol.
Fútbol Time	Los Ceibos (Norte)	3	39mts x 20mts	$39 Día $49 Noche	Descuentos x número de horas. Socios Club El Universo 2 x 1 Fines de Semana.	2 años	Actualmente afectada por amplición de la Av. Del Bombero
Fútbol In	Bellavista (Noroeste)	1	35mts x 15 mts	$30 Día $40 Noche	Descuentos x número de horas. Domingos 2 x 1	1 año	Uso de Alfombra decorativa.
Ipac	Samborondón	1	60mts x 30mts	$60 / hora	……………………	6 meses	Solo alquiler en la noche porque en el dia funciona el colegio
La Finta	Samborondón	2	40mts x 26mts	$45 Día $50 Noche	Promociones Temporales	6 meses	A más de canchas de césped sintetico cuenta con cancha de voleyball y pistas de patinaje.
Alfaro Moreno	Av. Juan Tanca Marengo (Norte)	1	39mts x 20mts		----------------		Dedicada más a los entrenamientos de los niños. Muy pocos alquileres. De preferencia Amigos y Proveedores
Albotenis	Cdla La Alborada (Norte)	1	39mts x 20mts	$30 Día $35 Noche	----------------	1 mes	Preferencia de alquiler a socios.
Fedeguayas	Cdla. Sopeña (Sur)	3	75mts x 42mts (3 cancahs de 42mts x 25mts)	$20 Día $40 Noche	----------------	5 meses	Uso prioritario para escuela de fútbol y fútbol amateur.

Elaborado por: Los Autores

2.6. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

2.6.1. PROPÓSITO

Una vez realizado el análisis de factores tanto internos como externos que influirán en el desarrollo del proyecto se puede decir que la siguiente investigación de mercados ayudará a comprender el comportamiento del mercado objetivo ante la posibilidad de implementar un nuevo complejo de canchas de césped sintético específicamente para la práctica de fútbol. El objetivo principal del estudio será determinar si existe o no interés por el nuevo complejo.

2.6.2. OBJETIVOS

Uno de los principales puntos que hay que definir dentro de la investigación de mercados son los objetivos, ya que son estos los que van a ayudar a enfocar este estudio. Como objetivos de la investigación se plantea lo siguiente:

General

- Comprender el comportamiento del mercado objetivo hacia el servicio que se ofrece.

Específicos

- Conocer el perfil de los clientes que harán uso de las instalaciones.
- Evaluar el nivel de aceptación del césped sintético.
- Conocer los servicios adicionales que los clientes consideren que el complejo debe tener.
- Establecer la ubicación del complejo deportivo.
- Determinar el tamaño del mercado.
- Determinar un nivel de precios para el servicio.

2.6.3. DISEÑO DEL PLAN DE INVESTIGACIÓN

Debido a que lo que se pretende es evaluar y seleccionar el mejor camino a seguir, se utilizarán dos tipos de investigaciones. Primero se implementará una investigación exploratoria y posteriormente se realizará una investigación descriptiva.

La primera investigación será aplicada debido a que no existen datos estadísticos o investigaciones anteriormente realizadas que describan a los consumidores de este tipo de servicios. Esta investigación se la realizará a través de un focus group.

La investigación descriptiva será aplicada a través de encuestas y esta ayudará a determinar de una manera aproximada los gustos y preferencias de los consumidores de este tipo de servicios así como su percepción ante la posibilidad de implementar un nuevo complejo de canchas deportivas de césped sintético.

Debido a que no existen estudios sobre este tema en la ciudad de Guayaquil las fuentes de donde se obtendrá la información van a ser principalmente primarias, esto implica realizar un trabajo de campo mediante la utilización de encuestas, y un focus group; la siguiente fuente de información va a ser secundaria, la cual se obtendrá de Internet y de expertos. La información que se busca obtener de las encuesta es básicamente cuantitativa.

2.6.3.1. INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA

Como parte de la investigación de mercados, se realizó un focus group, dirigido específicamente a aquellas personas que practican o han practicado fútbol en canchas de césped sintético, el mismo que permitirá conocer el perfil de los consumidores de este tipo de servicios y las diferentes motivaciones que los llevan a hacerlo en este tipo de superficies. Además se consultará sobre la propuesta de implementar un nuevo complejo de canchas de césped sintético.

Las preguntas incluidas en el Focus Group fueron las siguientes:

Nombre	**Edad**
1) De los siguientes rangos indique en cual se encuentra su nivel de ingresos. $ 0- 200 $ 401 – 600 $ 801 – 1000 $201 – 400 $ 601 – 800 Mas de $ 1000 2) ¿Cuál es el o los motivos por los que juega fútbol? 3) ¿Existe alguna característica del césped sintético que lo motive a jugar en este tipo de superficies? 4) ¿Hace cuánto tiempo juega en canchas de césped sintético? 5) Cuando juega este deporte ¿Con quién lo hace habitualmente? 6) ¿En qué horarios usualmente hace uso de estas canchas? 7) Al momento de jugar en césped sintético se ajusta a cualquier tipo de modalidad de juego o preferiría que sea fútbol 11? 8) ¿Qué opina de la ubicación de los lugares donde usted ha podido practicar fútbol en césped sintético? 9) De los lugares donde ha practicado fútbol sobre césped sintético ¿Qué servicios adicionales usted implementaría a estos? 10) ¿Existe alguna característica del césped sintético que le desagrade? 11) ¿Cuál es su opinión respecto al precio que se paga por el uso de este tipo de canchas? 12) ¿Cómo se enteró de la existencia de canchas de césped sintético? 13) ¿Cómo reacciona ante la no disponibilidad de este tipo de canchas? 14) ¿Cuál es su opinión respecto a la implementación de un nuevo complejo de canchas de césped sintético?	

A continuación se presentan las respuestas de 10 personas que amablemente colaboraron con la realización del Focus Group.

Gustavo Peralta Jurado	**29 años**

1) Más de $1000
2) Porque me gusta y para pasar con amigos. Lo hago como pasatiempo y diversión.
3) Si. La calidad y la agilidad con que se juega.
4) 1 año
5) Amigos
6) Noche
7) 7 vs 7
8) Es importante la ubicación y espacios para parqueos, por ejemplo Fútbol Time es más lejos y en La Canchita es difícil encontrar parqueos.
9) Un pequeño bar donde se pueda comprar bebidas refrescantes
10) Cuando hace sol, se calienta bastante
11) Normal, ni caro ni barato
12) Por comentarios
13) Primero busco otra cancha de césped sintético, si no hay busco otra alternativa, pero prefiero de césped sintético.
14) Sería bueno porque en la actualidad estas canchas pasan copadas y esto daría más alternativas para poder jugar.

Carlos Carvajal	**27 años**

1) Más de $1000
2) Por diversión y salud.
3) Si. Se juega mejor porque es más rápido y el balón rueda.
4) Año y medio
5) Amigos
6) Noche
7) Me da igual pero no 11 hasta 9 jugadores.
8) IPAC es lejos, a Fútbol Time es lejos, la de Cevallos es cerca
9) No se, una piscina o un bar donde vendan barato las cosas.
10) No

William Hinostroza	**26 años**

11) Medio caro
12) Por amigos
13) Me voy donde sea, no importa la superficie.
14) Es una muy buena opción para la gente que practica fútbol

1) $400 a $600 **2)** Porque permite estar en constante movilidad y en forma. **3)** Si, es lo más cercano al césped natural y me gusta porque no es tan rígido, la superficie es suave. **4)** Año y medio **5)** Por lo general con amigos del trabajo o del barrio. **6)** Noche **7)** Si es césped sintético preferiría 7 vs 7 **8)** A los que yo he ido me quedan muy lejos de la casa. **9)** Regularmente por la modalidad de alquiler por hora, toca esperar para jugar, seria ideal que exista un lugar donde se pueda esperar y se pueda beber algo. **10)** Hasta ahora ninguna. Te permite jugar bajo la lluvia, bajo el sol. **11)** Depende de la cantidad de las personas que vayan, yo he pagado desde $2 hasta $ 5, y considero que es accesible para cualquiera. **12)** Por amigos. **13)** Cuando nos pasa eso, no jugamos, ya que como quedan lejos se pierde el tiempo y nos regresamos a la casa a conversar o En ocasiones volvemos al indor de calle que ya lo queremos dejar. **14)** Seria muy bueno ya que habría más lugares de sano esparcimiento y lugares donde la gente pueda hacer deportes.

Jorge Cárdenas	**26 años**
1) $600 a $800 **2)** Porque me gusta y es una manera de mantenerme en forma. **3)** No. Me da igual jugar en cualquier superficie **4)** Entre 1 y 2 años **5)** Amigos **6)** Domingos en la mañana o entre semanas en la noche **7)** Prefiero fútbol 6. **8)** Fútbol Time está un poco lejos y ahora el ingreso está difícil por la el arreglo de la Av. Del Bombero. La Canchita está más cerca pero el problema es el tráfico que hay en la Av. Fco.de Orellana. **9)** Un pequeño bar con música para relajarse donde se pueda esperar hasta que toque el turno de jugar **10)** Depende mucho de la calidad del césped porque hay algunos que son muy toscos y cuando te caes te raspas. **11)** Creo que es un precio acorde al nivel de la gente que va a jugar **12)** Por amigos **13)** Cuando vamos a jugar, salimos preparados para jugar en césped. Nos da igual que sea natural o sintético. Ya te digo, lo importante es que sea de césped. **14)** Me parece buena idea porque en la ciudad hacen falta canchas, hay personas que buscan este tipos de lugares para jugar con y llaman para reservar y se encuentran con que no hay disponible.	

Xavier Parodi Ledesma. 28 años
1) $400 a $ 600
2) Por diversión
3) Si. Porque el terreno es plano y no tiene huecos como pasa en el césped natural
4) 6 meses
5) Amigos
6) Noche por el trabajo.
7) De 6 o 7 es mejor porque se hace mas fácil llevar a la gente
8) Unos están muy escondidos y lejos como la Fútbol Time y IPAC, la de Cevallos no esta escondido y no está tan lejos.
9) Servicios básicos principalmente.
10) Si, cuando te caes te raspas.
11) Me parece justo. No es muy caro. Mientras más gente lleves mejor.
12) Amigos
13) Cuando tienes ganas de jugar, cualquier cosa te sirve.
14) Seria interesante. La verdad no se cuantas hayan. Me parece bueno, primero como negocio y segundo para que la gente pueda tener más lugares donde jugar.

Juan Madruñero Morales 31 años
1) $401 a $600
2) Porque me gusta y por tradición familiar. Me divierto jugando fútbol.
3) Si. Es mucho mejor porque la pelota va más rápido.
4) 2 años
5) Amigos
6) Noche
7) Si por diversión 6 o 7 está bien, pero si es por competición tiene que ser 11.
8) Conozco 3 canchas y todas tiene sus pros y sus contras. Depende mucho del sector donde vivas.
9) Una piscina si fuera un complejo grande. Pero de ahí un bar con mesas de billar, futbolín ping-pong.
10) No
11) Creo que el precio está bien.
12) Por la TV.
13) Buscamos cualquier tipo de cancha.
14) Me parece bien porque los réditos para los inversionistas son buenos, además en la ciudad hace falta lugares donde se pueda jugar fútbol.

John Garaycoa Cárdenas	38 años

1) Más de $ 1000
2) Diversión
3) Si. Es menos riesgoso, si te caes, caes en una superficie suave.
4) 2 años
5) Amigos
6) Noche
7) Que sean más grandes, como para jugar 11.
8) Que estén dentro de la ciudad es ideal.
9) Un lugar donde estar y esperar con el grupo de amigos
10) No
11) Caro
12) Tengo como clientes a dueños de canchas
13) Trato de asegurar la cancha siempre en un horario fijo. Sino hay se busca otra alternativa de césped sintético mismo o césped natural. Tierra no me gusta.
14) En novedoso, estos lugares tienen buena iluminación y puedes jugar en las noches, además hay un beneficio para la ciudadanía ya que al haber mas canchas los incentivas a jugar.

Hjalmar Zambrano Zambrano	36 años

1) Más de $ 1000
2) Fui futbolista y el fútbol es mi pasión. Ahora es una diversión.
3) Si, porque el césped sintético tiene muy pocas posibilidades para que te lesiones, debido al nivel que presenta la superficie.
4) De 3 a 4 años. Lo he hecho aquí en Guayaquil y en EEUU.
5) Amigos
6) Por lo general en las noches
7) Por diversión en una cancha de 6 o 7 personas por equipo.
8) Los lugares deben estar ubicados en sitios estratégicos y va a depender mucho del sector donde vivas
9) Es importante que tenga un bar donde poder esperar o pasar un rato después de jugar, la gente cuando termina de jugar no se va tan rápido si no que se queda conversando con amigos.
10) Creo que no, de repente en horas de altas temperatura se calienta un poco pero con tal de jugar, esto pasa.
11) Depende mucho de la cantidad de personas. Creo que por $2 o $3 jugar en una cancha donde no te vas a lesionar esta bien.
12) Por amigos
13) Buscamos siempre la mejor opción y yo paso siempre en canchas de césped sintético.
14) Me parece bueno porque al haber más opciones la gente va a tener donde jugar, es más estos lugares son seguros por lo que los padres va a permitir a sus hijos que vayan a jugar masificando así el fútbol.

Héctor Toala	33 años

1) Más de $ 1000
2) Salud y diversión
3) No. Me da igual
4) 1 año y 8 meses
5) Amigos
6) En la noche
7) Estoy acostumbrado a jugar fútbol 11 o de menos jugadores.
8) Están muy lejos de donde vivo.
9) Servicio de refrigerios.
10) No
11) A veces parece un poco caro, pero depende de la cantidad de personas que vengan
12) Por amigos
13) Reservamos siempre con tiempo. Es una costumbre jugar un día en canchas de césped sintético.
14) Seria bueno ya que evitaría que la gente juegue en la calle e incentivaría a la gente a que juegue fútbol.

Jorge Ayala Romero	34 años

1) Más de $1000
2) Pasión
3) No. Me da igual
4) 3 años
5) Amigos
6) Noche
7) Me gusta más el fútbol 11, pero me ajusto al fútbol 7.
8) Algunos están muy lejos, no cuentan con suficientes parqueos y otros con todos los servicios no completos.
9) Bar que tenga mesas de Billar y Futbolín
10) No
11) Caro. Aunque depende de la cantidad de gente que vaya.
12) Publicidad
13) Me molesto y busco otra alternativa.
14) Me parece muy bien.

2.6.3.1.1. CONCLUSIONES DEL FOCUS GROUP

Según las respuestas que se obtuvo de la realización del Focus Group se pueden señalar las siguientes conclusiones:

- Todas las personas que participaron en la realización del Focus Group fueron hombres con edades mayores a los 18 años de edad.

- El 60% de los integrantes poseen niveles de ingresos superiores a $1,000; mientras que el 40% restante se ubica en un rango de entre $400 y $1,000.

- El 20% de los integrantes del Focus Group juega por salud, un 60% lo hace por diversión y el otro 20% indicó que lo hace por estos dos motivos, es decir por divertirse y porque consideran que los ayuda a mantener un buen estado físico.

- El 70% de personas indicaron que si existe una característica que los motiva a jugar en este tipo de superficie. Dentro de las cuales están la agilidad y rapidez con que se juega, la suavidad de la superficie, la calidad del terreno (sin imperfecciones) y las pocas posibilidades de lesionarse.

- Según las respuestas el 70% lleva jugando entre 1 y 2 años en este tipo de superficies. Tiempo que coincide con la aparición de este tipo de material en Guayaquil.

- De igual manera se pudo detectar que la totalidad, es decir el 100% de los participantes acude a estos lugares a jugar con amigos y que tienen como preferencia el horario nocturno debido a que en el día se encuentran laborando.

- Con respecto a la modalidad de juego en este tipo superficies, se pudo detectar que el 70% se ajusta a cualquier tipo de modalidad, mientras que el 30% restante preferiría que las canchas sean para fútbol 11.

- Además coinciden en que la ubicación del lugar es un factor fundamental principalmente por las vías de acceso y las facilidades de encontrar parqueos.

- Con respecto a los servicios adicionales, el 60% indicó que deberían implementarse espacios donde se pueda compartir con amigos tanto antes como después de jugar, en el que se expendan bebidas refrescantes y piqueos. Además un 20% indicó que deberían contar con juegos de mesa como futbolín o billar.

- En cuanto a la existencia de alguna característica que les desagrade del césped sintético se pudo percibir que el 60% no encuentra característica alguna, sin embargo un 40% de los participantes indicaron que en horas en que las temperaturas son muy elevadas el césped se sobrecalienta lo cual crea malestar al jugar, y dependiendo de la calidad del césped, podría ser abrasivo.

- Con respecto al precio que se paga por el uso de estas canchas un 70% coincidió en que es un precio módico. Además coincidieron en que todo va a depender de la cantidad de personas que vayan a jugar. El 30% restante considera que es caro.

- Un 70% de los participantes se ha enterado por comentario de amigos. El 20% por publicidad y el 10% restante por otros medios.

- Ante la no disponibilidad de este tipo de canchas, un 80% indicó que busca otra opción ya que la superficie no es una limitante.

- Por último el 100% está totalmente de acuerdo con la implementación de nuevas canchas. Consideran que implementar más canchas de este tipo incentivaría a la gente a jugar y brindaría más opciones.

2.6.3.2. INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA

Una vez terminada la investigación exploratoria, la cual ayudó a tener un panorama más claro acerca de los consumidores de este tipo de servicios y permitió obtener un perfil de los mismos, se procedió a realizar la investigación descriptiva, la cual ayudará a definir gustos y preferencias de los posibles consumidores, así como el nivel de aceptación del complejo.

2.6.3.2.1. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA

La ejecución de la investigación descriptiva permitirá:

- Establecer un perfil demográfico de los posibles clientes.
- Conocer la frecuencia y los lugares de mayor concurrencia para la práctica del fútbol.
- Averiguar acerca del nivel de uso que tienen este tipo de canchas y la participación de mercado de la competencia.
- Determinar el nivel de aceptación que tendrá el nuevo complejo de canchas de césped sintético.
- Estudiar la posible frecuencia de visita y la disponibilidad al pago hacia el servicio que será ofrecido.
- Conocer la mejor ubicación acorde a las opiniones de los potenciales clientes.
- Analizar las principales características que los posibles clientes consideran importantes al momento de elegir un sitio donde asistir a practicar fútbol.

- Conocer opiniones acerca de los servicios adicionales que debería ofrecer el complejo así como el nombre para el mismo.

2.6.3.2.2. POBLACIÓN OBJETIVO

Una vez analizados los resultados obtenidos en la investigación exploratoria y para poder continuar con el desarrollo del estudio descriptivo es necesario determinar la población a ser estudiada, por lo que se ha concluido que será la compuesta por los habitantes de la ciudad de Guayaquil, de sexo masculino, con edades que fluctúan entre los 18 y 65 años de edad de clase social media, media-alta y alta que tengan como actividad deportiva la práctica de fútbol, indistintamente del tipo de superficie en que lo realicen.

2.6.3.2.3. SELECCIÓN DE LA TÉCNICA DE MUESTREO

El siguiente paso después de definir la población objetivo es la elección de la técnica de muestreo, las cual se clasifica en:

No Probabilístico.- No se utilizan procedimientos de selección por casualidad. En su lugar, se basan en el juicio personal del investigador[4].

Probabilístico.- Cada elemento de la población tiene una oportunidad probabilística fija de ser seleccionado para la muestra[5].

De la técnica de muestreo no probabilística se escogió el muestreo por juicio, este tipo de muestreo permite seleccionar a los elementos que se incluirán en la muestra porque son representativos de la población de interés. La razón por la que se escogió el muestreo por juicio es porque permite llegar con mayor facilidad al segmento al cual está orientada esta investigación.

[4] Investigación de Mercados; Malhotra Narres, 2da edición, Prentice Hall
[5] Investigación de Mercados; Malhotra Narres, 2da edición, Prentice Hall

2.6.3.2.4. SELECCIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

La determinación del tamaño de la muestra se realiza por procedimientos estadísticos y depende de:

- Tamaño de la población: Finita o Infinita
- Nivel de Confianza: Z
- Varianza: P y Q
- Error: e

Para la presente investigación de mercados se ha tomado en consideración la siguiente fórmula que corresponde a una población infinita o desconocida. La razón por la cuál se la utilizó es porque la población no ha podido ser definida debido a la falta de información.

$$n = \frac{Z^2 P \times Q}{e^2}$$

Donde:

Z = 2

P = 0.5

Q = 0.5

e = 0.05

$$n = \frac{(2)^2 \times (0.5)(0.5)}{(0.05)^2} = 400$$

Para determinar el número de encuestas se trabajó con un nivel de confianza del 95.5%, representado por el estadístico Z = 2 que se lo encuentra en la tabla de distribución normal; un P y Q de 0.5 que permite obtener mayor varianza y un margen de error del 5%. Esto arroja como resultado un total de 400 encuesta a ser realizadas.

2.6.3.2.5. DISEÑO DEL CUESTIONARIO

Esta parte de la investigación se la realizó a través de encuestas, para la cual se desarrolló un cuestionario que consta de 15 preguntas y que se presenta a continuación.

ENCUESTA

Buenos días/tardes, soy estudiante de la ESPOL y estoy haciendo una encuesta para mi tesis de graduación. Por favor, concédame 3 minutos de su tiempo ya que su opinión es muy valiosa e importante.

Sexo: Sector de la ciudad donde vive:

M ☐ Norte ☐ Vía a la Costa ☐
F ☐ Centro ☐ Vía a Samborondón ☐
Sur ☐ Vía a Daule ☐

Indique su rango de edad

Entre 15 y 25 años ☐ Entre 46 y 50 años ☐
Entre 26 y 35 años ☐ Entre 50 y 55 años ☐
Entre 36 y 45 años ☐ Más de 55 años ☐

1. ¿Practica usted algún deporte?

Si ☐ No ☐

Si su respuesta es "No", terminar la encuesta

2 ¿Practica usted fútbol?

Si ☐ No ☐

Si su respuesta "No", terminar la encuesta

3 ¿Con qué frecuencia practica al mes este deporte?

1 vez al mes ☐ 4 veces al mes ☐
2 veces al mes ☐ 5 o más veces al mes ☐
3 veces al mes ☐ Otros **(especifique)** ____________

4 ¿En qué lugar lo practica?

Clubes ☐
Complejos deportivos ☐
Parques ☐
Canchas particulares ☐
Otros **(especifique)** ___________________________

5. ¿Ha jugado usted en canchas de césped sintético?

Si ☐ ¿Dónde? ____
No ☐

Si respondió "No" pase a la pregunta # 7

6 . ¿Cuánto paga habitualmente (por grupo y por hora) por hacer uso de este tipo de canchas?

Hasta $45 ☐
Entre $46 y $50 ☐
Entre $51 y $55 ☐
Más de $ 56 ☐

7. Considerando las siguientes ventajas y desventajas:

Ventajas	**Desventajas**
- Terreno sin imperfecciones - Mayor velocidad de juego - Disponibilidad en cualquier condición climática - Pocas posibilidades de lesiones - Superficie Suave.	- Sobrecalentamiento en altísimas temperaturas - Ligeramente abrasivo

¿Estaría dispuesto a practicar este deporte en un nuevo complejo de canchas de césped sintético?

Si ☐ No ☐

Si su respuesta es no. Terminar la encuesta.

8 .Con qué frecuencia estaría usted dispuesto a usar este nuevo complejo de canchas de césped sintético?

1 vez al mes	☐	4 veces al mes	☐
2 veces al mes	☐	5 o más veces al mes	☐
3 veces al mes	☐	Otros **(especifique)** ___________________	

9. ¿En qué horarios asistiría a practicar este deporte al nuevo complejo?

Lunes a Viernes	Fines de Semana
Mañana ☐ Tarde ☐ Noche ☐	Mañana ☐ Tarde ☐ Noche ☐

10¿Dónde le gustaría que este complejo particular estuviese ubicado?

Norte de la ciudad	☐	Vía a la Costa	☐
Sur de la Ciudad	☐	Vía a Samborondón	☐
Vía a Daule	☐		

11. ¿Hasta cuanto estaría dispuesto a pagar por grupo durante una hora, por el uso este tipo de canchas?

Hasta $45	☐
Entre $46 y $55	☐
Entre $56 y $60	☐
Más de $56	☐

12. Acorde a la importancia califique del 1 al 4 siendo **1=Muy importante, 2=Importante, 3=Poco importante, 4= nada importante,** ¿Qué factores usted considera al momento de escoger un lugar para practicar este deporte?

FACTORES	1	2	3	4
Ubicación (acceso al lugar)	☐	☐	☐	☐
Precio	☐	☐	☐	☐
Servicios Adicionales (bar, vestidores, juegos de mesa)	☐	☐	☐	☐
Comodidad de las instalaciones	☐	☐	☐	☐
Espacio para parqueos	☐	☐	☐	☐
Seguridad	☐	☐	☐	☐

13. De las siguientes opciones escoja cuál o cuáles deberían ser los servicios que brinde el complejo y que usted junto a amigos o familiares estaría dispuesto a usar.

SERVICIO	
Escuela de fútbol. (Para Niños y Jóvenes)	☐
Escuela para ejecutivos.	☐
Alquiler para fiesta infantiles	☐
Campeonatos	☐

14. ¿Cuál de estos nombres le gustaría para este nuevo complejo de canchas de césped sintético? **(Escoja solo una opción)**

NOMBRES	
Soccer Land	☐
El Peloteo	☐
Imperio del Fútbol	☐
Tiro de Esquina	☐
El Corner	☐

Muchas gracias por el tiempo brindado. Que tenga un excelente día.

2.6.3.2.6. TRABAJO DE CAMPO

La realización de la investigación descriptiva estuvo a cargo de los autores del proyecto; este factor reduce el riesgo de obtener respuestas falsas o mal obtenidas pues conocen todos los aspectos a investigar y la información que el proyecto requiere obtener.

Debido a que para el desarrollo de la investigación se usó un muestreo aleatorio simple la encuesta se realizó en diferentes sectores donde se puede acceder al grupo objetivo como son: universidades, centros comerciales, zonas bancarias, comerciales y sectores turísticos.

Además de considerar estos lugares como los más óptimos para encontrar el grupo objetivo, también se los consideró puesto que son lugares donde se puede encontrar personas de los diferentes sectores de la ciudad, con lo cual se evitarán las respuestas repetidas por el factor ubicación.

2.6.3.2.6.1. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Una vez realizado el trabajo de campo, el siguiente paso a seguir es la tabulación de los datos, proceso que fue realizado con la herramienta estadística SPSS, de donde se obtuvieron los siguientes resultados:

Pregunta # 1

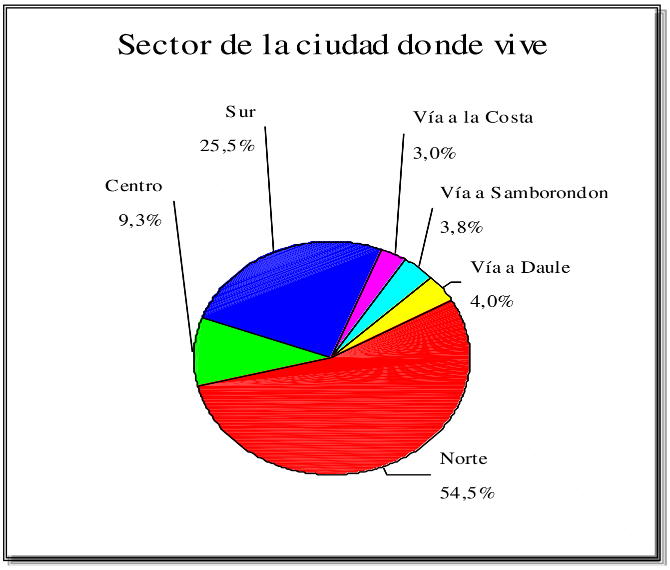
Tabla No 2.4

Sector de la ciudad donde vive

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Norte	218	54,5	54,5	54,5
	Centro	37	9,3	9,3	63,8
	Sur	102	25,5	25,5	89,3
	Vía a la Costa	12	3,0	3,0	92,3
	Vía a Samborondon	15	3,8	3,8	96,0
	Vía a Daule	16	4,0	4,0	100,0
	Total	400	100,0	100,0	

Elaborado por: Los Autores
Fuente: Investigación de mercados

Gráfico No 2.2



Elaborado por: Los Autores
Fuente: Investigación de mercados

Pregunta # 2

Dentro del grupo de los encuestados se puede observar que la mayoría de personas que practican fútbol se encuentran en un rango de edades que va desde los 26 y 35 años que representa un 52.5% de la muestra, seguidos por un 33% que se encuentra en edades que van desde los 18 a 25 años. Los rangos representados personas mayores a 36 años abarcan un 14.5%

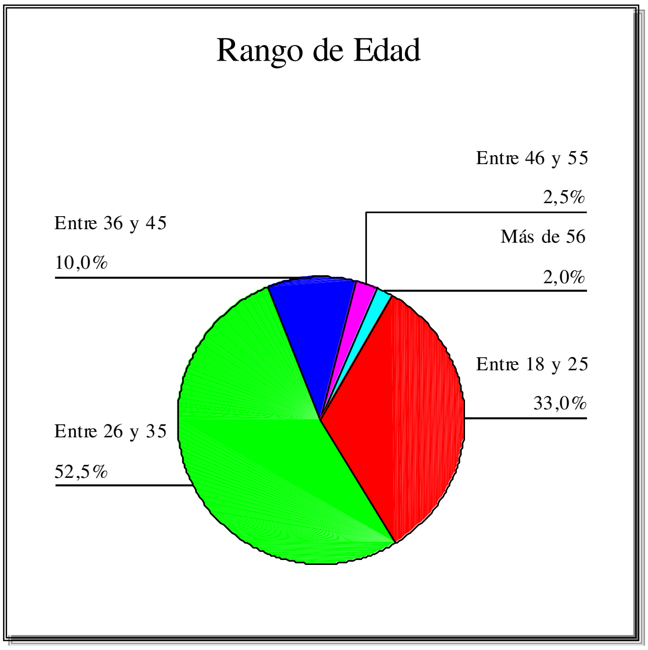
Tabla No 2.5

Rango de Edad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Entre 18 y 25	132	33,0	33,0	33,0
	Entre 26 y 35	210	52,5	52,5	85,5
	Entre 36 y 45	40	10,0	10,0	95,5
	Entre 46 y 55	10	2,5	2,5	98,0
	Más de 56	8	2,0	2,0	100,0
	Total	400	100,0	100,0	

Elaborado por: Los Autores
Fuente: Investigación de mercados

Gráfico No 2.3



Elaborado por: Los Autores
Fuente: Investigación de mercados

Pregunta # 3 y 4

Debido a que el mercado a ser analizado estará comprendido por hombres que practican el fútbol como actividad deportiva, los porcentajes de participación tanto en la pregunta 3 como la 4 corresponden a un 100%.

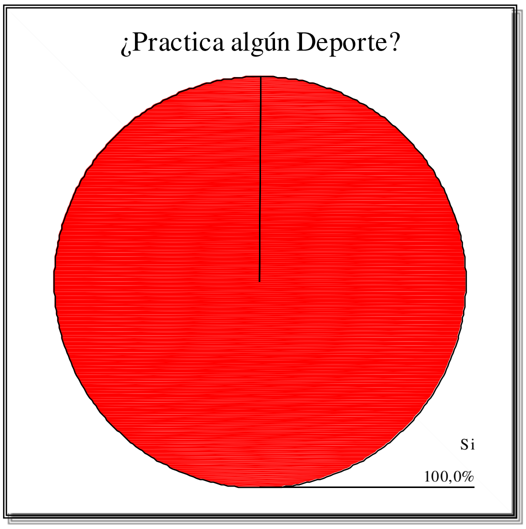
Tabla No 2.6

¿Practica algún Deporte?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	400	100,0	100,0	100,0

Elaborado por: Los Autores
Fuente: Investigación de mercados

Gráfico No 2.4



Elaborado por: Los Autores
Fuente: Investigación de mercados

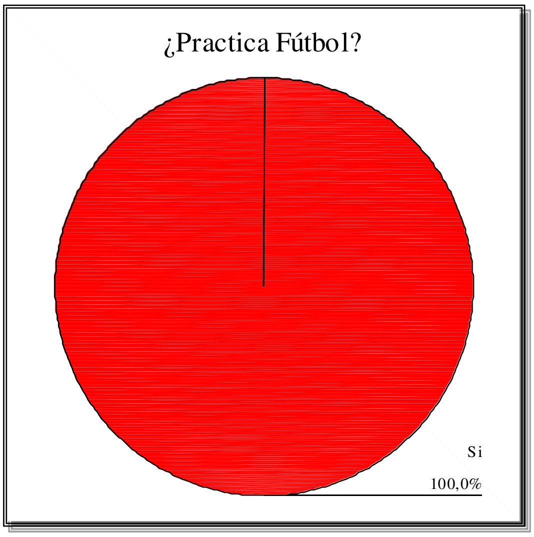
Tabla No 2.7

¿Practica Fútbol?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	400	100,0	100,0	100,0

Elaborado por: Los Autores
Fuente: Investigación de mercados

Gráfico No 2.5



Elaborado por: Los Autores
Fuente: Investigación de mercados

Pregunta # 5

La pregunta 5 muestra el número de veces al mes que los encuestados practican fútbol. Como se puede observar un 29% lo realiza 4 veces al mes, seguido de un 26% que lo realiza 5 o más veces al mes.

Tabla No 2.8

¿Con qué frecuencia practica?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1 vez al mes	52	13,0	13,0	13,0
	2 veces al mes	65	16,3	16,3	29,3
	3 veces al mes	45	11,3	11,3	40,5
	4 veces al mes	116	29,0	29,0	69,5
	5 o más veces al mes	105	26,3	26,3	95,8
	otros	17	4,3	4,3	100,0
	Total	400	100,0	100,0	

Elaborado por: Los Autores
Fuente: Investigación de mercados

Gráfico No 2.6

Elaborado por: Los Autores
Fuente: Investigación de mercados

Pregunta # 6

La pregunta 6, que fue una pregunta abierta y de respuestas múltiples, fue formulada con el objetivo de conocer los lugares de mayor afluencia por parte de los practicantes de este deporte. Como se puede observar en la Tabla No 2.9 tanto las canchas particulares como los complejos deportivos son los lugares más demandados con un 43.7% y 25.7% respectivamente, mientras que clubes y parques captan un 29.9% del total de encuestados.

Tabla No 2.9

Group $LUGAR **¿En qué lugar lo practica?**
(Value tabulated = 1)

Dichotomy label	Name	Count	Pct of Responses	Pct of Cases
Clubes	CLUBES	73	14,0	18,3
Complejos deportivos	COM_DEP	134	25,7	33,5
Parques	PARQUES	83	15,9	20,8
Canchas particulares	CAN_PART	228	43,7	57,0
Otros	OTROS	4	,8	1,0
	Total responses	522	100,0	130,5

0 missing cases; 400 valid cases

Elaborado por: Los Autores
Fuente: Investigación de mercados

Pregunta # 7

Como se puede observar en la pregunta 7, un 67.3 % de los encuestados han tenido alguna experiencia con canchas de césped sintético, lo cual refleja que existe un nivel de conocimiento aceptable por parte de la población de este tipo de superficies. Mientras que un 32.8% de los encuestados no han tenido alguna experiencia con este tipo de superficies lo cual da a conocer que esta proporción del mercado objetivo se convierten en clientes potenciales.

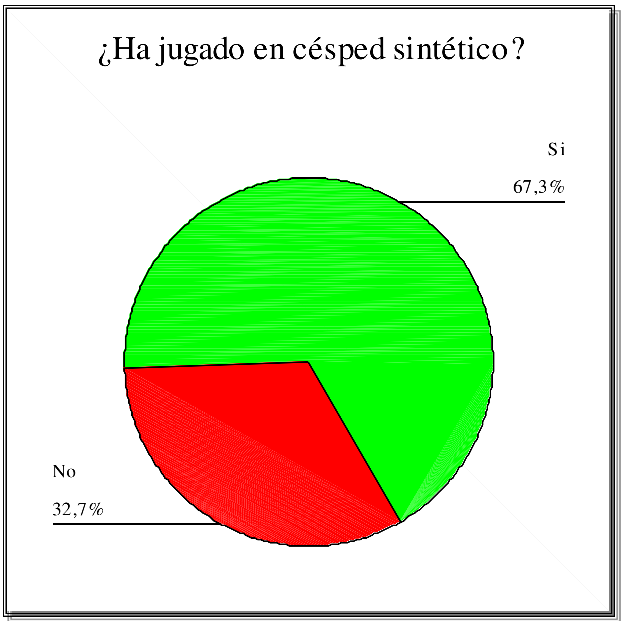
Tabla No 2.10

¿Ha jugado en césped sintético?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No	131	32,8	32,8	32,8
	Si	269	67,3	67,3	100,0
	Total	400	100,0	100,0	

Elaborado por: Los Autores
Fuente: Investigación de mercados

Gráfico No 2.7



Elaborado por: Los Autores
Fuente: Investigación de mercados

Además se consultó los lugares en los cuales los encuestados han experimentado la práctica de fútbol en canchas de césped sintético, lo cual ayudará a definir los porcentajes de participación de mercado que tienen cada uno de estos lugares. Como resultado se obtuvo que La Canchita y Fútbol-Time son los lugares con mayor concurrencia con 27.5% y 26.6% respectivamente, mientras que lugares como la Escuela de Fútbol Alfaro Moreno, Futbolín, IPAC, Canchas de FEDEGUAYAS y el complejo Albotenis, comparten el porcentaje restante.

Tabla No 2.11

Respuestas múltiples

Group $DÓNDE **Dónde ha jugado?**
(Value tabulated = 1)

Dichotomy label	Name	Count	Pct of Responses	Pct of Cases
La Canchita	LA_CANCH	84	27,5	31,2
Fútbol Time	FUT_TIME	81	26,6	30,1
Futbolin	FUTBOLIN	29	9,5	10,8
IPAC	IPAC	28	9,2	10,4
Alfaro Moreno	ALF_MORE	33	10,8	12,3
Albotenis	ALBOTENI	24	7,9	8,9
FEDEGUAYAS	FEDEGUAY	26	8,5	9,7
	Total responses	305	100,0	113,4

131 missing cases; 269 valid cases

Elaborado por: Los Autores
Fuente: Investigación de mercados

Pregunta # 8

La pregunta 9 es mucha importancia, ya que refleja el precio que se cobra actualmente por este tipo de servicios. Este dato servirá de mucho a la hora de establecer el precio que se cobrará por el servicio a brindar. Como se puede observar un 66.5% acostumbra a pagar hasta $45 por el uso de este tipo de canchas, mientras que un 29% paga entre $46 y $50. Por otra parte aquellos que han pagado mas de $51 abarcan un 4.4%.

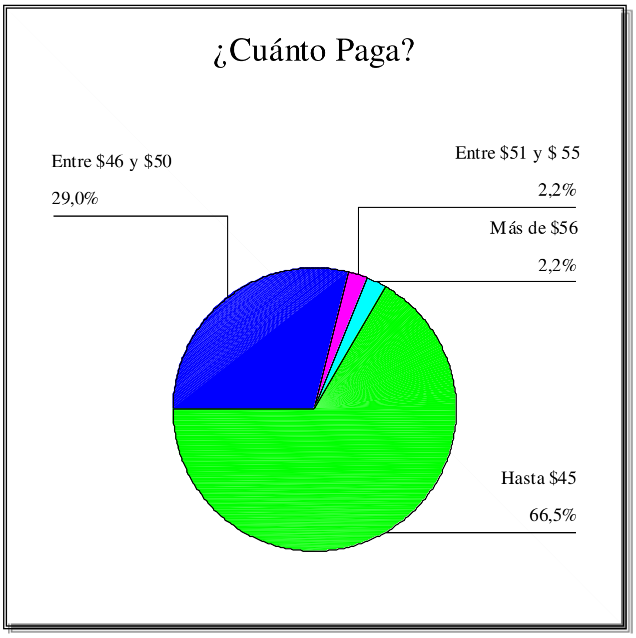
Tabla No 2.12

¿Cuánto Paga?

		Recuento	% de columna
¿Cuánto Paga?	Hasta $45	179	66,5%
	Entre $46 y $50	78	29,0%
	Entre $51 y $ 55	6	2,2%
	Más de $56	6	2,2%
	Total	269	100,0%

Elaborado por: Los Autores
Fuente: Investigación de mercados

Gráfico No 2.8



Elaborado por: Los Autores
Fuente: Investigación de mercados

Pregunta # 9

La pregunta 10 se convierte en la pregunta más importante de esta investigación, ya que evalúa el nivel de aceptación de este nuevo complejo de canchas de césped sintético. De un total de 400 encuestados, se obtuvo un 90.8% de aceptación en contraste a un 9.3% de rechazo.

Tabla No 2.13

¿Estaría dispuesto a practicar este deporte en un nuevo complejo de césped sintético?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No	37	9,3	9,3	9,3
	Si	363	90,8	90,8	100,0
	Total	400	100,0	100,0	

Elaborado por: Los Autores
Fuente: Investigación de mercados

Gráfico No 2.9

Elaborado por: Los Autores
Fuente: Investigación de mercados

<u>Pregunta # 10</u>

Al consultar a los encuestados la frecuencia con la que estarían dispuestos a usar este nuevo complejo de canchas de césped sintético el 26.7% de los encuestados indicaron que lo harían 4 veces al mes, seguida de un 24.8% que estarían dispuesto a hacerlo 2 veces al mes.

Tabla No 2.14

¿Con qué frecuencia estaría dispuesto a usar este nuevo complejo?

		Recuento	% de columna
¿Con qué frecuencia estaría dispuesto a usar este nuevo complejo?	1 vez al mes	53	14,6%
	2 veces al mes	90	24,8%
	3 veces al mes	46	12,7%
	4 veces al mes	97	26,7%
	5 o más veces al mes	67	18,5%
	otros	10	2,8%
	Total	363	100,0%

Elaborado por: Los Autores
Fuente: Investigación de mercados

Gráfico No 2.10

Elaborado por: Los Autores
Fuente: Investigación de mercados

Pregunta # 11

Para poder conocer en qué horas del día los encuestados estarían dispuestos a asistir al complejo se incluyó esta pregunta, la cual arrojó como resultados que un 87.8% del total de la muestra estarían dispuestos a asistir de lunes a viernes en horarios nocturnos, mientras que un 59.9% lo harían los fines de semana en horarios vespertinos. Los resultados demuestran que estos horarios serán los de mayor demanda, por lo que para los demás horarios será necesario aplicar estrategias que permitan mantener ocupadas las canchas en horarios de menor demanda.

Tabla No 2.15

Horarios en los que asistiría de lunes a viernes

		Recuento	% de columna
Horarios en los que asistiría de lunes a viernes	No contesta	175	48,2%
	Mañana	10	2,8%
	Tarde	13	3,6%
	Noche	165	45,5%
	Total	363	100,0%

Elaborado por: Los Autores
Fuente: Investigación de mercados

Tabla No 2.16

Horarios en los que asistiría los fines de semana

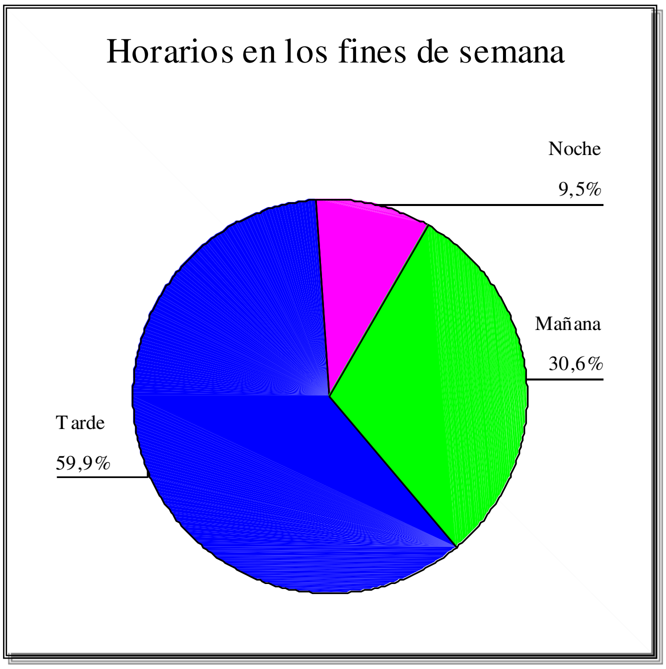
		Recuento	% de columna
Horarios en los que asistiría los fines de semana	No contesta	69	19,0%
	Mañana	90	24,8%
	Tarde	176	48,5%
	Noche	28	7,7%
	Total	363	100,0%

Elaborado por: Los Autores
Fuente: Investigación de mercados

Gráfico No 2.11

Elaborado por: Los Autores
Fuente: Investigación de mercados

Gráfico No 2.12



Elaborado por: Los Autores
Fuente: Investigación de mercados

<u>Pregunta # 12</u>

En cuanto a la ubicación que debería tener el complejo existe una gran inclinación por el norte de la ciudad, lo cual se ve reflejado con un 66.4% del total de los encuestados que optó por escoger esta opción.

Tabla No 2.17

¿Dónde le gustaría que esté ubicado?

		Recuento	% de columna
¿Dónde le gustaría que esté ubicado?	Norte	241	66,4%
	Sur	66	18,2%
	Vía a la Costa	29	8,0%
	Vía a Samborondon	17	4,7%
	Vía a Daule	10	2,8%
	Total	363	100,0%

Elaborado por: Los Autores
Fuente: Investigación de mercados

Gráfico No 2.13

Elaborado por: Los Autores
Fuente: Investigación de mercados

Pregunta # 13

Con respecto a la disponibilidad de pago hacia el servicio que será ofrecido se puede observar que un 79% estaría dispuesto a pagar hasta \$45, mientras que un 9.5% pagaría entre \$46 y \$50. Se puede observar que si se contrastan estos resultados con los obtenidos en la pregunta 9 son casi idénticos por lo que se puede concluir que la disponibilidad de pago se ajusta al nivel de precios actual.

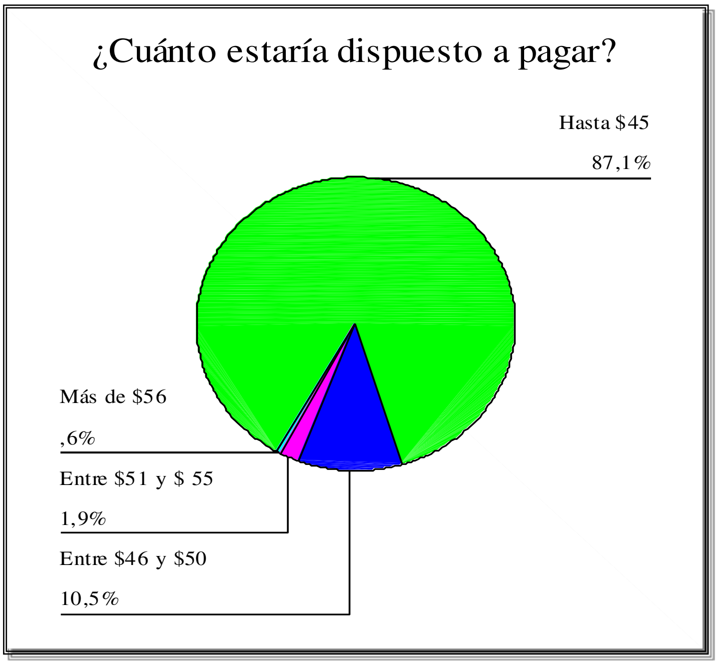
Tabla No 2.18

¿Cúanto estaría dispuesto a pagar?

		Recuento	% de columna
¿Cúanto estaría dispuesto a pagar?	Hasta \$45	316	87,1%
	Entre \$46 y \$50	38	10,5%
	Entre \$51 y \$ 55	7	1,9%
	Más de \$56	2	,6%
	Total	363	100,0%

Elaborado por: Los Autores
Fuente: Investigación de mercados

Gráfico No 2.14



Elaborado por: Los Autores
Fuente: Investigación de mercados

<u>Pregunta # 14</u>

Acorde a la importancia califique los factores que usted toma en cuenta al momento de de escoger un lugar para practicar este deporte.

La siguiente pregunta se la consultó para conocer cuáles son los factores más importantes que los encuestados consideran al momento de escoger un lugar para practicar el deporte de su preferencia (fútbol), y como resultados se obtuvo que los más importantes son la seguridad de las instalaciones con un 79.9%, seguida de la ubicación del complejo y el precio con 72.2% y 68.3% respectivamente. Los otros tres factores, que son servicios adicionales, comodidad de las instalaciones y espacios para parqueos, tienen una menor incidencia pero esto no significa que no deban ser tomados en cuenta a la hora de implementar el complejo.

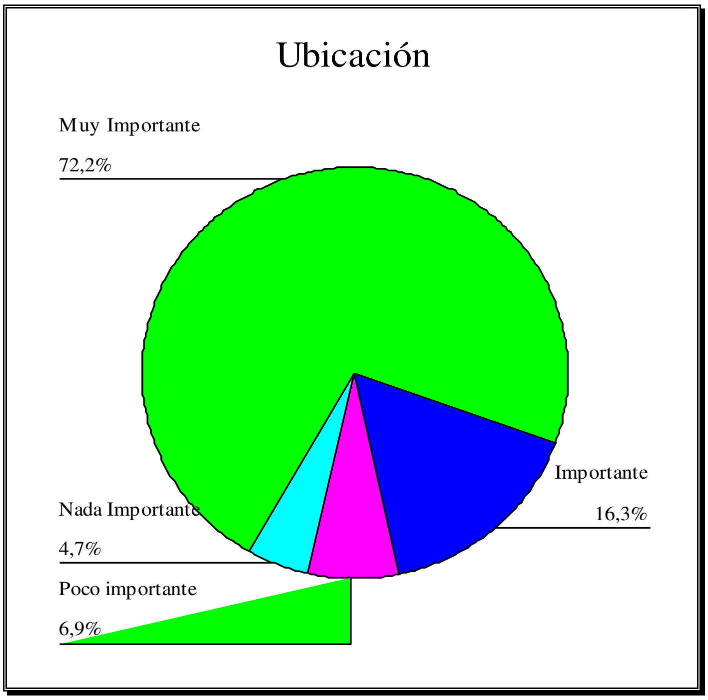
Tabla No 2.19

Ubicación

		Recuento	% de columna
Ubicación	Muy Importante	262	72,2%
	Importante	59	16,3%
	Poco importante	25	6,9%
	Nada Importante	17	4,7%
	Total	363	100,0%

Elaborado por: Los Autores
Fuente: Investigación de mercados

Gráfico No 2.15



Elaborado por: Los Autores
Fuente: Investigación de mercados

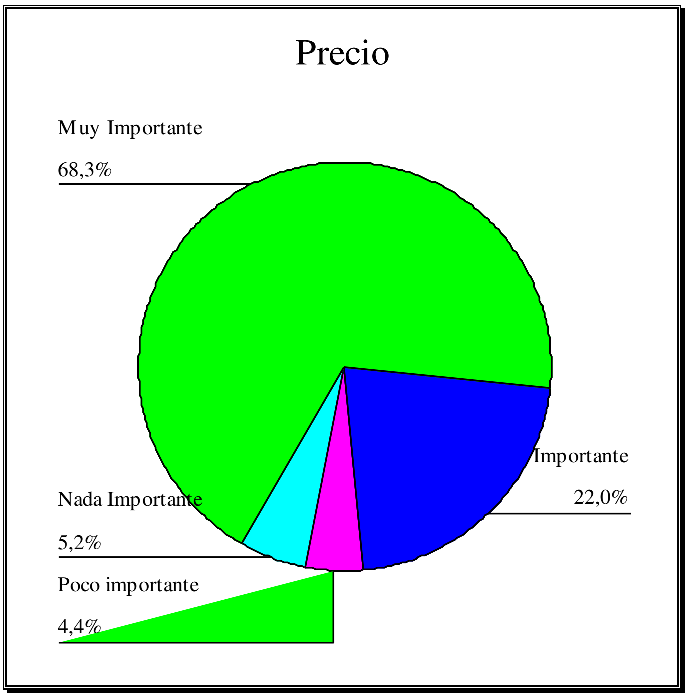
Tabla No 2.20

Precio

		Recuento	% de columna
Precio	Muy Importante	248	68,3%
	Importante	80	22,0%
	Poco importante	16	4,4%
	Nada Importante	19	5,2%
	Total	363	100,0%

Elaborado por: Los Autores
Fuente: Investigación de mercados

Gráfico No 2.16



Elaborado por: Los Autores
Fuente: Investigación de mercados

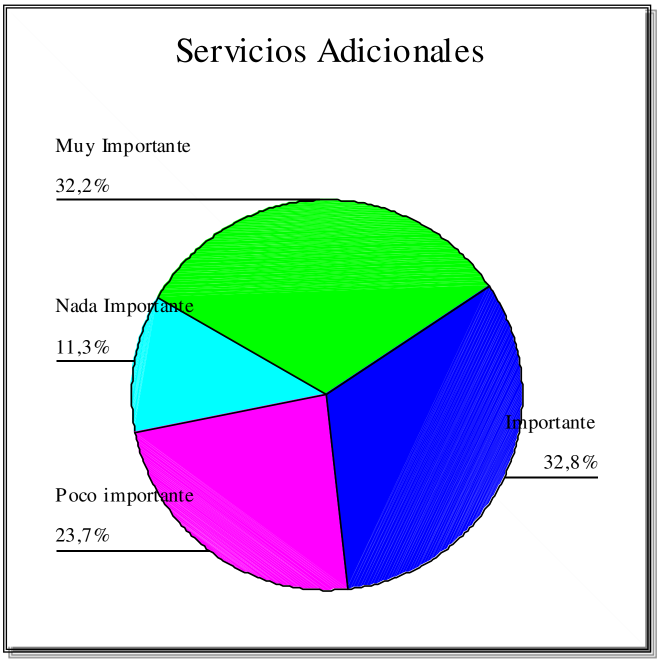
Tabla No 2.21

Servicios Adicionales

		Recuento	% de columna
Servicios Adicionales	Muy Importante	117	32,2%
	Importante	119	32,8%
	Poco importante	86	23,7%
	Nada Importante	41	11,3%
	Total	363	100,0%

Elaborado por: Los Autores
Fuente: Investigación de mercados

Gráfico No 2.17



Elaborado por: Los Autores
Fuente: Investigación de mercados

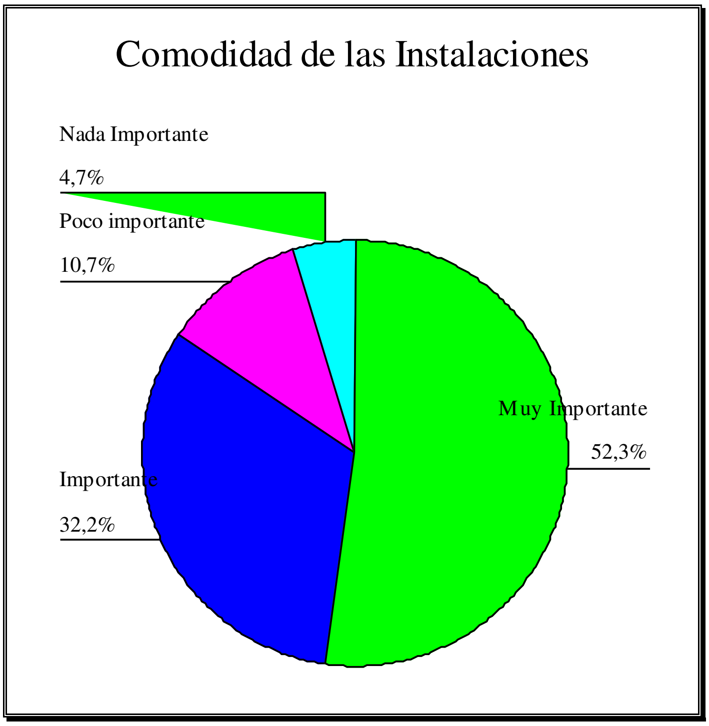
Tabla No 2.22

Comodidad de las Instalaciones

		Recuento	% de columna
Comodidad de las Instalaciones	Muy Importante	190	52,3%
	Importante	117	32,2%
	Poco importante	39	10,7%
	Nada Importante	17	4,7%
	Total	363	100,0%

Elaborado por: Los Autores
Fuente: Investigación de mercados

Gráfico No 2.18



Elaborado por: Los Autores
Fuente: Investigación de mercados

Tabla No 2.23

Espacio para Parqueos

		Recuento	% de columna
Espacios para parqueos	Muy Importante	166	45,7%
	Importante	108	29,8%
	Poco importante	59	16,3%
	Nada Importante	30	8,3%
	Total	363	100,0%

Elaborado por: Los Autores
Fuente: Investigación de mercados

Gráfico No 2.19

Elaborado por: Los Autores
Fuente: Investigación de mercados

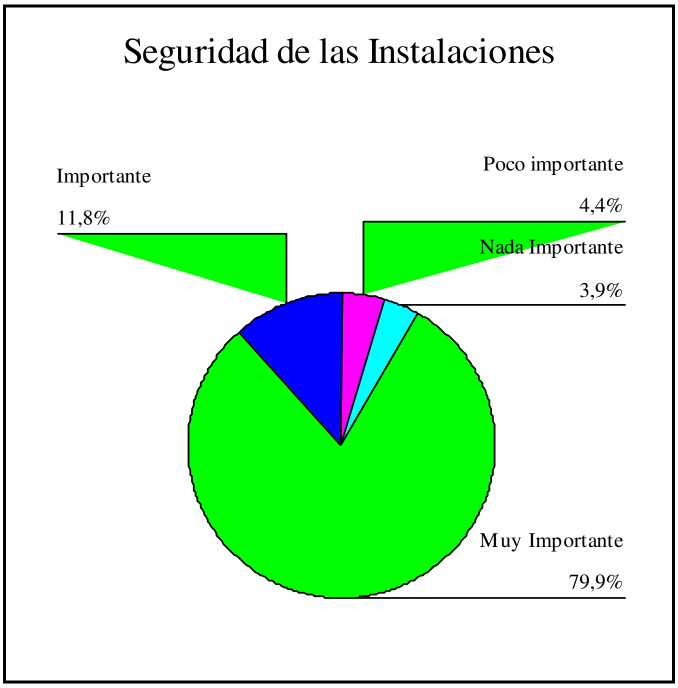
Tabla No 2.24

Seguridad de las Instalaciones

		Recuento	% de columna
Seguridad de las Instalaciones	Muy Importante	290	79,9%
	Importante	43	11,8%
	Poco importante	16	4,4%
	Nada Importante	14	3,9%
	Total	363	100,0%

Elaborado por: Los Autores
Fuente: Investigación de mercados

Gráfico No 2.20



Elaborado por: Los Autores
Fuente: Investigación de mercados

Pregunta # 15

¿De las siguientes opciones escoja cuál o cuáles deberían ser los servicios que brinde el complejo y que usted junto a amigos o familiares usaría?

Para tener una idea de los servicios adicionales que los encuestados consideran que este complejo debe tener se hizo esta pregunta, la cual arrojó como resultados que el 48.3% de los encuestados estarían dispuestos a usarlo en campeonatos, seguido de un

31.1% que indicaron que una escuela de fútbol para niños y jóvenes sería una buena opción, mientras que las opciones de escuela para ejecutivos y de alquiler para fiestas infantiles alcanzaron sólo un 10.9% y 9.6% respectivamente.

Tabla No 2.25

Group $SERV_AD **Servicios Adicionales**
(Value tabulated = 1)

Dichotomy label	Name	Count	Pct of Responses	Pct of Cases
Escuela de Fútbol	ESC_NIÑO	168	31,1	46,3
Escuela para Ejecutivos	ESC_EJEC	59	10,9	16,3
Alquiler para Fiestas Infantiles	FIE_INFA	52	9,6	14,3
Campeonatos	CAMPEON	261	48,3	71,9
	Total responses	540	100,0	148,8

37 missing cases; 363 valid cases

Elaborado por: Los Autores
Fuente: Investigación de mercados

Pregunta # 16

¿Cuál de los siguientes nombres le gustaría para este nuevo complejo de canchas de césped sintético?

Por último respecto al nombre vemos que los más votados fueron Soccer Land con 33.6% y El Peloteo con un 31.7%. La diferencia entre los dos es de apenas 1.9%. lo cual nos da la pauta de que cualquiera de los dos nombres podrían se utilizados y gozarían de gran aceptación por parte de los usuarios del complejo.

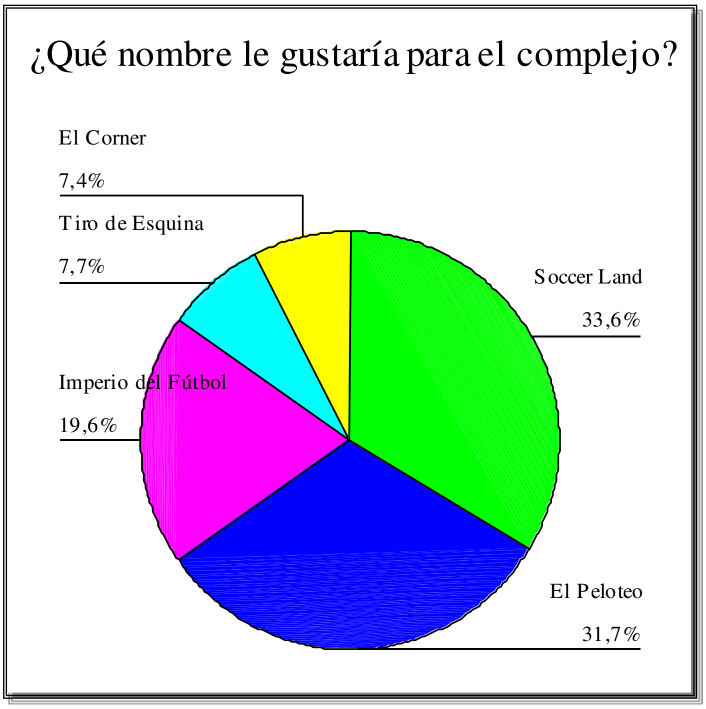
Tabla No 2.26

¿Qué nombre le gustaría para el complejo?

		Recuento	% de columna
¿Qué nombre le gustaría para el complejo?	Soccer Land	122	33,6%
	El Peloteo	115	31,7%
	Imperio del Fútbol	71	19,6%
	Tiro de Esquina	28	7,7%
	El Comer	27	7,4%
	Total	363	100,0%

Elaborado por: Los Autores
Fuente: Investigación de mercados

Gráfico No 2.21



Elaborado por: Los Autores
Fuente: Investigación de mercados