



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO ELECTRÓNICO**

TEMA:

Implementación de herramientas de comercio electrónico para la
reservación de canchas sintéticas de fútbol en la ciudad de Guayaquil

AUTORES:

Escobar Quinde, Edgar Bryan

Pineda Chérrez, Roberth Jaime

**Trabajo de titulación previo a la obtención del grado de
Ingeniero en Comercio Electrónico**

TUTOR:

Tafur Avilés, Guillermo César

Guayaquil, Ecuador

14 de Marzo de 2017



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO ELECTRÓNICO**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Escobar Quinde Edgar Bryan** y **Pineda Chérrez Roberth Jaime**, como requerimiento para la obtención del Título de **Ingeniero en Comercio Electrónico**.

TUTOR

f. _____
Tafur Avilés, Guillermo César

DIRECTORA DE LA CARRERA

f. _____
Ulloa Armijos, Ana del Rosario

Guayaquil, a los 14 días del mes de Marzo del año 2017



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO ELECTRÓNICO**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Nosotros, **Escobar Quinde, Edgar Bryan y Pineda Chérrez, Roberth Jaime**

DECLARAMOS QUE:

El Trabajo de Titulación, **Implementación de herramientas de comercio electrónico para la reservación de canchas sintéticas de fútbol en la ciudad de Guayaquil** previo a la obtención del Título de **Ingeniero en Comercio Electrónico**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de nuestra total autoría.

En virtud de esta declaración, nos responsabilizamos del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 14 días del mes de Marzo del año 2017

LOS AUTORES

f. _____
Edgar Bryan Escobar Quinde

f. _____
Roberth Jaime Pineda Chérrez



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO ELECTRÓNICO**

AUTORIZACIÓN

Nosotros, **Escobar Quinde, Edgar Bryan y Pineda Chérrez, Roberth Jaime**

Autorizamos a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Implementación de herramientas de comercio electrónico para la reservación de canchas sintéticas de fútbol en la ciudad de Guayaquil**, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 14 días del mes de Marzo del año 2017

LOS AUTORES

f. _____
Edgar Bryan Escobar Quinde

f. _____
Roberth Jaime Pineda Chérrez

REPORTE URKUND

The screenshot displays the URKUND web interface. The top navigation bar includes the URKUND logo and the user name 'guillermo tafur (guillermo.tafur)'. The main content area is divided into two sections: document details on the left and a list of sources on the right.

Document Details:

- Documento:** TESIS TERMINADA ROBERTH PIÑEIRA Y EDGAR ESCOBAR.docx (D25916459)
- Presentado:** 2017-02-20 22:06 (-05:00)
- Recibido:** guillermo.tafur.ucsg@analysis.urkund.com
- Mensaje:** [Mostrar el mensaje completo](#)

A message below the details states: "3% de esta aprox. 21 páginas de documentos largos se componen de texto presente en 5 fuentes."

Lista de fuentes Bloques:

- [ERIKA DANIELA ROBALINO FREIRE_806466_assignsubmission_file_Deber-de-Metodologia-de-I...](#)
- <http://marketingdigital.bsm.uaf.edu/e-commerce-comercio-electronico/>
- <http://www.voicesofyouth.org/es/posts/salud-a-traves-del-futbol>
- <https://dspace.uni.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/218/1/tesis%20pdf.pdf>
- [ANDREA BELEN VILLACIS TELLO_806454_assignsubmission_file_Enfoques.pdf](#)
- <http://visaza.com/seccion/pais/los-retos-del-e-commerce-en-ecuador>
- <http://sngoru.pe/iluminacion-de-canchas-de-futbol-complementos-para-una-calidad-excele...>
- <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/4376/1/IT-UCSG-PRE-ECO-ADM-194.pdf>
- <https://educaduc.wordpress.com/2012/08/23/la-importancia-del-futbol-en-la-sociedad/>

Source Selection Summary:

- Fuente externa:** <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/4376/1/IT-UCSG-PRE-ECO-ADM-194.pdf> (73%)
- Cargo Sueldo:**
 - Aporte Patronal
 - Décimo tercer sueldo
 - Décimo cuarto sueldo
 - Vacaciones
 - Fondos de reserva
- Total presupuesto de nómina**

Document Content:

3.8.3 Proyección de ventas

Durante los primeros tres meses

se analizará la aplicación de forma mensual para que la compañía inc...

Footer: Urkund Report - T...pdf | TESIS TERMINAD...docx | 14:04 21/02/2017

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por permitirme finalizar una etapa importante en mi vida. A mi Padre Edgar Escobar Cedeño y mi Madre Katty Quinde López quienes han sido mi total apoyo y guía, y que con su amor y esfuerzo siempre me han brindado su ayuda, gracias por todo . A los docentes que me han guiado a lo largo de mi período estudiantil y a mi tutor de tesis por sus consejos acertados durante el desarrollo de este proyecto de titulación. Agradezco también a mi compañero de titulación por la ayuda y motivación para la culminación de este trabajo.

Edgar Escobar Quinde

Agradezco a Dios por darme el conocimiento y la sabiduría acompañado de unos maravillosos seres humanos como son mis padres Robert Pineda Ruiz y Maritza Chérrez Sánchez que fueron mi apoyo y mis pilares para seguir en esta carrera, todos mis logros son gracias a ellos, agradezco también a mi esposa por haberme dado un hermoso hijo mateo, gracias a ellos hoy estoy finalizando una etapa importante en mi vida ya que fueron mi mayor motivación para culminar mi carrera.

Roberth Pineda Chérrez

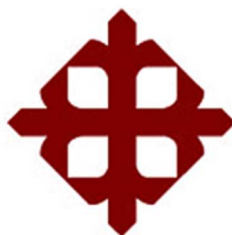
DEDICATORIA

Dedico este logro a mi padre Edgar Escobar y mi madre Katty Quinde quienes son el mayor ejemplo y fuente de inspiración en mi vida, por siempre saberme guiar y dar su apoyo, igualmente se lo quiero dedicar igualmente a mis abuelos, hermanos, mi tío el Lcdo. Cristian Escobar y a mi novia por siempre creer en mí y alentarme en esta etapa de mi vida.

Edgar Escobar Quinde

Quiero dedicar este trabajo a mis padres, a mi esposa Samantha y a mi hijo Mateo, gracias a ellos logre obtener un logro más en mi vida ya que son mi inspiración y mi razón para seguir adelante día a día y formar un futuro para ellos.

Roberth Pineda Chérrez



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO ELECTRÓNICO

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

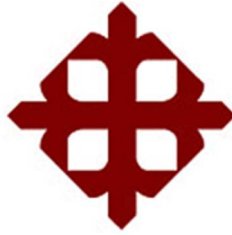
GUILLERMO CÉSAR TAFUR AVILÉS
TUTOR

f. _____

ANA DEL ROSARIO ULLOA ARMIJOS
DIRECTORA DE CARRERA

f. _____

MARIA ISABEL CRUZ LUZURIAGA
COORDINADORA DEL ÁREA



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO ELECTRÓNICO

CALIFICACIÓN

GUILLERMO CÉSAR TAFUR AVILÉS
TUTOR

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN	1
ESTRUCTURA CAPITULAR DE LA TESIS.....	4
RELACIÓN DEL PROYECTO CON EL PROGRAMA DE ESTUDIO	5
CAPÍTULO I	
1. MARCO TEÓRICO.....	7
1.1. HISTORIA DEL FÚTBOL	7
1.1.1. <i>La importancia del Fútbol en la sociedad</i>	8
1.1.2. <i>Salud a través del fútbol</i>	8
1.1.3. <i>El fútbol callejero</i>	9
1.2. CANCHAS SINTÉTICAS.....	10
1.2.1. <i>Canchas de fútbol 7</i>	11
1.2.2. <i>Como se juega en una cancha sintética</i>	11
1.3. COMERCIO ELECTRÓNICO	13
1.3.1. <i>Los retos del e-commerce en Ecuador</i>	14
1.3.2. <i>El ABC del e-commerce</i>	14
CAPÍTULO II	
2. METODOLOGÍA Y DIAGNÓSTICO	17
2.1. METODOLOGÍA	17
2.1.1. <i>Resultado de Entrevistas a propietarios de las canchas</i>	18
2.1.2. <i>Resultado de Encuesta a clientes</i>	20
CAPÍTULO III	
3. PROPUESTA	27
3.1. PRODUCTO	27
3.2. MERCADO	29
3.2.1. <i>Necesidades del mercado</i>	29
3.3. COMPETENCIA.....	30
3.3.1. <i>Competencia Indirecta</i>	30
3.3.2. <i>Producto Sustituto</i>	30
3.3.3. <i>Análisis FODA</i>	31
3.4. DISTRIBUCIÓN	31
3.5. MARCA	32
3.6. PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	32

3.7. TALENTO HUMANO	33
3.8. PLANIFICACIÓN FINANCIERA	34
3.8.1. <i>Talento humano</i>	34
3.8.2. <i>Asunciones financieras</i>	35
3.8.3. <i>Proyección de ventas</i>	36
3.8.4. <i>Gastos administrativos</i>	38
3.8.5. <i>Inversión inicial</i>	39
3.8.6. <i>Flujo de caja</i>	40
CONCLUSIONES	41
RECOMENDACIONES	43
BIBLIOGRAFÍA	44
ANEXOS	46

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Rango de edad	20
Figura 2: Sexo clientes	20
Figura 3: Frecuencia de juego en canchas	21
Figura 4: Métodos para realizar una reserva	21
Figura 5: Reservaciones en línea para servicios	22
Figura 6: Interés en reservar canchas sintéticas de fútbol	22
Figura 7: Interés en pagar por un servicio	23
Figura 8: Calificación al proyecto peloteo	23
Figura 9: Servicio que brindan las canchas sintéticas	24
Figura 10: Reservas de canchas sintéticas de fútbol	25
Figura 11: Solución del problema	25
Figura 12: Implementación de aplicación	26
Figura 13: Sitio web peloteoec.com	28
Figura 14: Logotipo Peloteo	32

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Talento humano	34
Tabla 2: Asunciones financieras primer año	35
Tabla 3: Asunciones financieras segundo año	35
Tabla 4: Precio licencia	36
Tabla 5: Proyección de ventas primer año	37
Tabla 6: Proyección de ventas segundo año	37
Tabla 7: Gastos administrativos primer año	38
Tabla 8: Inversión inicial	39
Tabla 9: Flujo de caja primer año	40
Tabla 10: Flujo de caja segundo año	41

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Preguntas encuesta a clientes.....	46
Anexo 2: Guía de entrevista a propietarios.....	48
Anexo 3: Resultados de encuestas.....	49
Anexo 4: Fórmula para calcular la muestra de una población.....	53

RESUMEN

Este proyecto de investigación busca determinar el grado de impacto en la implementación de una herramienta de comercio electrónico para las reservas de canchas sintéticas de fútbol en la ciudad de Guayaquil. Para ello, los autores realizaron entrevistas en profundidad con los propietarios de canchas sintéticas de fútbol en la ciudad de Guayaquil y también aplicaron encuestas a clientes de todos los extractos sociales.

Los instrumentos aplicados demostraron que, de hecho, es necesario que los propietarios y clientes adquieran una aplicación de las características mencionadas; Los propietarios mencionaron la importancia de tener un sistema para hacer reservas en línea. Mientras tanto, el 98% de los clientes dijeron que están muy interesados en suscribirse a una aplicación que mantiene sus horarios y puedan realizar una reserva en línea para ahorrar tiempo y evitar dificultades.

Después de analizar los resultados, se elaboró una propuesta junto con un prototipo funcional de la aplicación de reservas online, que fue diseñada de acuerdo a las necesidades y sugerencias de los propietarios de las canchas sintéticas de fútbol.

Palabras Clave: Clientes de Fútbol; Reservas; Canchas sintéticas; Guayaquil.

ABSTRACT

This research project seeks to determine the degree of impact in the implementation of an e-commerce tool for the bookings of synthetic soccer fields in the city of Guayaquil. To do this, the authors conducted in-depth interviews with owners of synthetic soccer fields in the city of Guayaquil and also applied surveys to customers of all social extracts.

The applied instruments showed that in fact, it is necessary that the owners and customers acquire an application of the mentioned characteristics; the owners mentioned the importance of having a system for making online bookings. Meanwhile, 98% of customers said they are very interested in subscribing to an application that maintains their schedules and can make an online booking to save time and avoid difficulties.

After analyzing the results, a proposal was elaborated together with a functional prototype of the online booking application, which was designed according to the needs and suggestions made by the owners of the soccer fields.

Keywords: Soccer customers; Bookings; Synthetic fields; Guayaquil.

INTRODUCCIÓN

Ecuador, un país donde se respira fútbol los 365 días del año es difícil creer que las personas que lo habitan no sienten la atracción de practicar dicho deporte, Ante esta pasión existen varios lugares en todas las ciudades donde se puede reunir con un grupo de amigos, compañeros de trabajo e incluso desconocidos con el único fin de practicar el fútbol de una manera amateur y divertida.

En la ciudad de Guayaquil el alquiler de canchas sintéticas de fútbol está en constante crecimiento, aproximadamente hay 45 canchas en la ciudad y tienen 5 a 6 años en funcionamiento, pero existe un problema del cual vamos hablar, por ejemplo: si un grupo de personas desea ir a practicar el deporte necesita realizar una reserva previa en efectivo y trasladarse hasta el lugar donde se encuentra ubicada la cancha y realizar un abono del 30%, lo cual genera inconvenientes en ciertas ocasiones debido a que no se tiene el tiempo suficiente para hacer posible esta gestión por distintos motivos, ya sea laborales o personales.

El objetivo del proyecto es solucionar el problema de la reserva para personas que no se pueden movilizar hasta a la cancha para realizar el abono y poder hacerlo de manera efectiva por medio un pago con tarjeta de crédito.

El campo de estudio será la población de la ciudad de Guayaquil entre una edad de 15 a 70 años indistinto del sexo porque las mujeres también practican fútbol y harían uso de este recurso, pero sería más orientado al área empresarial a personas que desarrollan actividades durante el día y no gozan de un tiempo para poder hacer la reserva manual. En lo expuesto anteriormente el problema se da cuando no tenemos el tiempo para hacer la reserva siguiendo los lineamientos actuales que nos plantea el negocio para realizarlo.

Una persona común trabaja de lunes a viernes con un horario de 8 am a 5 pm es casi el mismo tiempo en que trabajan los administradores de la cancha con la diferencia

que es hasta las seis. El riesgo que se corre es que en ese mismo tiempo otra persona haga la reserva y se queden sin jugar por no haber hecho la reserva

En el Ámbito empresarial de reserva de las canchas sintéticas de futbol en la ciudad de Guayaquil no existe una herramienta o una plataforma que cuente con una pasarela de pago para realizar la reservación, quiere decir que hay la necesidad de asistir personalmente y realizar el pago de dicha reserva.

En la actualidad estamos en una sociedad que depende cada vez más de la tecnología y tener un método de reservas de canchas sintéticas online es necesario para facilitar y agilizar la comunicación entre los administradores y los clientes, sin embargo, se vuelve un inconveniente debido a la poca oferta de este tipo de aplicación ya sea por desconfianza o precios muy elevados.

Por ello como problema de investigación surge la pregunta: ¿Cómo incide la falta de una herramienta para reservar una cancha sintética de futbol en la ciudad de Guayaquil? Para dar solución a este problema, esta investigación pretende a través de la aplicación de encuestas a los clientes y entrevistas profundas a los propietarios de las canchas sintéticas de futbol en la ciudad de Guayaquil para determinar cómo incide la falta de una aplicación de reservas online de canchas sintéticas de futbol.

En esta investigación se pretende analizar el índice de personas que practican fútbol y realizan frecuentemente una reservación de canchas sintéticas de fútbol en la ciudad de Guayaquil, ya que sería de gran utilidad tener el conocimiento de que metodología haría que los clientes obtengan una mayor facilidad y reducir la cantidad de obstáculos que puedan presentarse al momento de querer realizar una reserva de una cancha sintética de futbol en la ciudad de Guayaquil.

El Objetivo general de la tesis es:

- Implementar una herramienta tecnológica de comercio electrónico para el uso de propietarios y clientes de canchas sintéticas en la ciudad de Guayaquil con la finalidad de mejorar el sistema de reserva y alquiler del espacio.

Los objetivos específicos son:

- Determinar la Necesidad de implementar una aplicación, a través de encuestas a usuarios que hacen uso de las instalaciones y entrevistas a los propietarios de las canchas sintéticas de futbol.
- Desarrollar una aplicación para facilitar y agilizar el proceso de reservas de canchas sintéticas de futbol en la ciudad de Guayaquil.

Este proyecto tiene como alcance inicial facilitar a los clientes la localización y reserva de canchas sintéticas de futbol en la ciudad de Guayaquil, implementando un sistema de pago en línea, sin tener la necesidad de asistir al establecimiento, adicional a esto se proporcionará a todos los propietarios una campaña de Marketing para impulsar la comercialización de su servicio a través de un sitio web con el propósito de generar una mejora y al mismo tiempo incrementar su cartera de clientes.

El prototipo de la aplicación mostrara las siguientes funcionalidades:

- Una base de datos que almacene las reservas de los clientes.
- Una base de datos que almacene información de los horarios de funcionalidad de las canchas sintéticas de futbol.
- Un sistema que permita reservar y realizar el pago en línea.
- Un sistema que permita sincronizar las reservas de los usuarios con la agenda de los propietarios

En lo que se refiere a la metodología de la investigación, se tiene que el método utilizado el enfoque mixto es un proceso que recolecta, analiza y vincula datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio o una serie de investigaciones para responder a un planteamiento. En esta investigación el enfoque cuantitativo se aplica

al determinar resultados numéricos utilizando la técnica de la encuesta y la tradición de estudio de caso al explicar, describir y explorar información de un programa específico de política pública, que es único y particular en su género y que resulta de vital importancia para la sociedad, como lo analizaremos a continuación. (López)

La información acerca de requerimientos y permisos de una aplicación para reservas de canchas sintéticas de fútbol será obtenida de fuentes secundarias tales como bibliografías, revistas digitales que hagan referencia a las reservas en línea de manera general, propietarios de empresas dedicadas a la creación de aplicaciones y de los propietarios de los establecimientos. Como técnicas de Investigación para la recolección de información se aplicarán encuestas a clientes y entrevistas a profundidad a los 7 propietarios de las canchas sintéticas de futbol en la ciudad de Guayaquil.

Como resultados esperados de esta investigación se espera determinar la necesidad de una aplicación para reservas online que sea dirigido a los Clientes y propietarios de las canchas sintéticas de fútbol. Lo que realza este proyecto, es el apoyo tanto a los propietarios como los clientes de una propuesta de solución para facilitar el proceso en el campo de reservas en línea de canchas sintéticas de fútbol.

El aporte técnico de esta investigación se realiza señalando los conceptos y fundamentos teóricos que generan apoyo a la propuesta de implementar una aplicación con estas características en la ciudad de Guayaquil.

Estructura capitular de la tesis

- El proyecto de titulación consta de: introducción, tres capítulos, conclusiones, recomendaciones, bibliografía y anexos.
- Dentro de la introducción se describe: el contexto de la investigación, experiencias previas sobre el problema, descripción, formulación y delimitación del problema, justificación del proyecto, objetivo general y objetivos específicos, metodología, resultados esperados, estructura de la tesis y la relación del proyecto con los campos de conocimiento, áreas y materias de la carrera.

Los capítulos son los siguientes:

Capítulo I: Marco teórico

Descripción teórica y conceptual de teorías relacionadas al problema de investigación. En este capítulo se comienza del análisis de los fundamentos conceptuales de la implementación de una aplicación para reservas en línea de canchas sintéticas de fútbol en la ciudad de Guayaquil.

Capítulo II: Metodología y diagnóstico

En este capítulo se describen los métodos y técnicas utilizadas para analizar el problema de investigación y como consecuencia obtener su diagnóstico.

Capítulo III: Propuesta

Dentro de este capítulo se describen las estrategias de la propuesta. Los aspectos que se analizan y detallan son: producto, mercado, competencia, distribución, marca, promoción y publicidad, talento humano, también se elabora un cronograma de actividades y se realiza la planificación financiera para la implementación de la aplicación de reservas en línea de canchas sintéticas de fútbol.

Además la tesis considera Conclusiones, Recomendaciones, Bibliografía y Anexos.

Relación del proyecto con el programa de estudio

El proyecto está enfocado al uso de la tecnología, nuestro objetivo es desarrollar una solución que tenga una identidad de marca y realizar análisis básicos financieros para poder evaluar el impacto en el usuario final. Las materias de la Carrera de Comercio Electrónico que usaremos como bases para realizar nuestro proyecto son:

Administración: Administración de proyectos, Evaluación de proyectos, Comunidades virtuales, Contabilidad y Costos, Trabajo de Graduación I y II , Marketing e investigación de mercados, Ética profesional, Matemáticas Administrativas (Estadística).

Comercio electrónico: HTML, Páginas dinámicas I, E-Business, Modelos de negocio en comercio electrónico, Estrategias de promoción web y Auditoria de Sitios web.

Diseño: Diseño gráfico, Interfase Web, E-Marketing

CAPÍTULO 1

1. MARCO TEÓRICO

1.1 HISTORIA DEL FUTBOL

Peréz (2007), dice que “los juegos consistentes en patear un balón han sido populares en muchos países a lo largo de la Historia”.

Según la FIFA, la forma más antigua del juego de la que hay evidencia científica data de una época alrededor de los siglos II ó III a.C. en China. Además, el juego romano Harpastum puede ser un ancestro distante del fútbol. En la Europa medieval también se jugaban diversas formas de fútbol, aunque las reglas variaban mucho según la época y la zona. (Peréz, 2007)

Hoy en día el fútbol se juega a un nivel profesional en todo el mundo y millones de personas van regularmente a los estadios para seguir a sus equipos favoritos y muchas más lo ven a través de la televisión. Un gran número de personas juega al fútbol a nivel aficionado. Según una encuesta de la FIFA publicada en la primavera de 2001, más de 240 millones de personas juegan con regularidad al fútbol en más de 200 países repartidos por el mundo. Sus reglas simples y los requerimientos mínimos en equipamiento han ayudado sin duda a extender su popularidad. (Peréz, 2007)

1.1.1 LA IMPORTANCIA DEL FÚTBOL EN LA SOCIEDAD

Contreras (2012) dice que el Fútbol en la actualidad gira alrededor de todo el mundo, y en nuestro país no es una excepción, es publicado en diarios y revistas como también existen programas de fútbol tales: como en radio, tv y sitios web.

Este deporte se ha convertido en el entretenimiento de muchas personas y en su único esparcimiento. Se ha comprobado que el fútbol cambia los estados de ánimo e influye en amplios sectores de la población: la victoria en un partido trae felicidad a los seguidores; por el contrario, la derrota genera frustración. (Contreras, 2012)

Cuando acaba la temporada hay un auténtico síndrome de abstinencia de fútbol, lo que ocasiona un sentimiento de desánimo. Para mantener la adicción futbolística, los medios de comunicación abusan de este deporte; en los noticiarios el espacio dedicado a la información futbolística que no deportiva es excesiva. Los otros deportes aparecen en un segundo plano o no existen. Es tanta la influencia del fútbol que hay economistas que han establecido una relación importante entre la economía del país y las victorias futbolísticas en torneos internacionales. (Contreras, 2012)

1.1.2 SALUD A TRAVÉS DEL FUTBOL

“Jugar al fútbol es divertido, saludable, te mantiene en forma y te protege contra enfermedades asociadas al estilo de vida.” (FIFA.com, 2009)

En el artículo en la página la juventud opina el autor dice:

No obstante realizar algún tipo de actividad física o algún deporte, permea en efectos a corto plazo en la salud, así como en la productividad y el desempeño diario. Más aún, diversas investigaciones han logrado identificar los beneficios físicos que una actividad física, como el futbol, puede tener en la salud pública

como una práctica orientada a movilizar acciones a favor de la salud. (Gutierrez, 2015)

Un deporte como el fútbol podría ser un detonante para mejorar la salud alrededor del mundo, hoy más de 270 millones de personas participan activamente en este deporte, es decir, 4% de la población mundial, según estimaciones de la Federación Internacional de Fútbol (FIFA). Tan solo en México, encuestas deportivas resumen que seis de cada diez mexicanos son fanáticos del fútbol. (Gutierrez, 2015)

1.1.3 EL FUTBOL CALLEJERO

“Desde pequeño me gustaba el fútbol y empecé con mis amigos en el barrio, cuando todavía no teníamos campo de césped, era un campo de tierra y allí me aficioné a este deporte, he aprendido más de la calle”. (Alexis Sánchez, Barcelona C.F.)

Aroca (2012), dice que en el fútbol callejero existen reglas no oficiales, pero todos se regían a ellas tales como:

- Los equipos los hacen los mejores de los grupos.
- Pares o nones para elegir cancha o balón.
- La pelota sale de la cancha cuando se va muy lejos, no hay línea lateral.
- El único gol que se discute es el que la pelota va alta y el portero no llega.
- Si el gol es dudoso tiramos penalti a favor.
- Las faltas las pita el jugador al que se la hacen.
- Si viene un carro se para el partido.
- Los equipos descansan cuando un jugador quiere beber agua.
- En caso de empate, el que meta gol gana.

- El partido se acaba cuando el dueño del balón se marcha a casa.

“No olvidemos nunca lo que hemos disfrutado, en nuestros inicios, con una pelota, los primeros pasos con el balón, esas primeras experiencias en el fútbol, los juegos con los amigos, seguro que fueron en la calle”. (Aroca, 2012)

1.2 CANCHAS SINTÉTICAS

Futboleros (2012), dijo que el césped artificial era una superficie más fuerte y causaba lesiones mayores.

Pero en la actualidad el uso de césped artificial en terreno donde antes era utilizado césped natural es muy común. Por eso las empresas de futbol han tenido un auge increíble. Y es que el césped sintético y de por si las canchas sintéticas de fútbol son un gran invento. (Futboleros, 2012)

A pesar de su alta resistencia al uso, el césped sintético necesita mantenimiento constante según la disciplina y el uso que lleve la instalación.

Futboleros (2012), a continuación describe los tipos de mantenimientos que existen:

Mantenimiento diario

La superficie necesita un chequeo visual a diario, de manera especial en las áreas de costura y las líneas, incluyendo los puntos de penal. Según la evaluación diaria, la máquina que cepilla las fibras tiene que utilizarse.

Mantenimiento semanal

Usar la maquina por lo menos dos veces por semana según las condiciones de las fibras. Un aspirador de hojas tiene que ser utilizado para quitar las hojas.

1.2.1 CANCHAS DE FUTBOL 7

El Fútbol 7 es una nueva modalidad de juego, lo cual la superficie de la cancha debe ayudar para que el juego se vuelva más rápido que jugar futbol de 11 jugadores por lo que se requiere de un material que sea bueno y tenga un tiempo de uso largo, y al mismo tiempo tiene que ser suave para evitar las quemaduras de los jugadores al caer al campo.

Para el Fútbol 7, deporte que, como su nombre lo dice requiere un máximo de 7 jugadores por cada equipo (un mínimo de 5 jugadores) incluyendo al guardameta. Se recomienda jugar en canchas de en pasto sintético (con una altura mínima de 30 mm). Las dimensiones de la cancha no deben ser menores de 50 mts x 30 mts, y como máximo debe tener las siguientes medidas: 68 mts x 45 mts entre los 30 a 45 metros de ancho y de entre 50 a 65 metros de largo. (RecreaSport, 2017)

La iluminación de canchas de fútbol es importante no sólo porque te brinda el beneficio de jugar cuando la luz del día desaparece, sino porque, frente a esto, necesita cumplir ciertos estándares que optimizan el desempeño del equipo y contribuyen con un juego limpio, sin confusiones y seguro para todos. (SNG, 2013)

1.2.2 CÓMO SE JUEGA EN UNA CANCHA SINTÉTICA

El fútbol se juega según un conjunto de reglas, conocidas como Reglas de Juego. El partido se juega usando un único balón redondo. Dos equipos de siete jugadores compiten para conseguir que el balón entre en la portería del otro equipo, consiguiendo así un gol. El equipo que ha marcado más goles al

final del partido es el ganador, y si marcan el mismo número de goles se considera un empate. (Pérez, 2007)

Futbolersimos (2012), En el artículo acerca de las reglas del juego en las canchas sintéticas las describe:

REGLAS DE JUEGO

EQUIPOS Y JUGADORES

1. Cada equipo deberá estar conformado por un mínimo de 8 jugadores los mismos que deberán ser inscritos con nombres, apellidos y número de cédula, (se debe presentar la cédula de identidad o licencia de conducir para jugar cada partido).
2. La fecha tope para cerrar las nóminas de los equipos será el tercer partido.
3. El número mínimo de jugadores en cancha para el inicio de un partido es de cuatro.
4. Se permitirá un número indeterminado de sustitutos, permitiéndose el reingreso de jugadores que hayan sido reemplazados con anticipación.
5. Para las sustituciones no será necesario parar el juego.
6. No se permitirá el ingreso de un suplente antes de la salida por completo del jugador que estaba en cancha.
7. Todo equipo deberá estar perfectamente uniformado exigiéndose que todas las camisetas sean iguales y numerada.
8. El portero usará colores que lo distingan del resto del equipo y que no se confunda con el árbitro.

DURACIÓN Y FORMAS DE JUEGO

1. El tiempo de duración del partido es de 50 minutos, dividido en dos mitades de 25 minutos cada una y con un descanso de 5 minutos.

2. La modalidad de puntaje será de 3 puntos para el ganador, 1 punto para cada equipo en caso de empate y 0 puntos para el perdedor.
3. Se lo realizará desde el centro del terreno de juego con un toque al campo contrario, el mismo jugador no podrá tocar dos veces seguidas el balón. Será válido un gol realizado directamente de un saque de salida. Para el reinicio del juego deben estar mínimo 4 jugadores en su propio campo
4. Los tiros libres se los realizará con barrera a 3 metros de distancia.

TIRO PENAL

Se lo ejecutará por faltas efectuadas dentro del área del arquero, tomando un metro de carrera.

1.3 COMERCIO ELECTRONICO

Porto (2016) define al comercio electrónico como: “La transacción que implica la compra y/o venta de un producto”.

Originalmente el término se aplicaba a la realización de transacciones mediante medios electrónicos, como por ejemplo el intercambio electrónico de datos. Sin embargo, con el advenimiento de la Internet a mediados de los años 90, comenzó el concepto de venta de servicios por la red, usando como forma de pago medios electrónicos como las tarjetas de crédito. (Merino, 2015)

Por otra parte, personas han visto en esta nueva manera de hacer negocios una gran oportunidad para emprender y tener una actividad comercial propia en la que triunfan cuando entienden que en el e-commerce no existen barreras ni fronteras, y que el espacio geográfico no es el que determina el target; que se deben tener presentes muchos aspectos y ver la otra cara de la moneda; que sin creatividad y sin ofrecer una propuesta de valor realmente diferenciadora se hace complicado surgir en este amplio mundo como unos grandes vencedores. (Merino, 2015)

1.3.1 LOS RETOS DEL E-COMMERCE EN EL ECUADOR

El ahorro de tiempo en ir a una tienda y la posibilidad de revisar opiniones sobre un producto o servicio son dos de los rasgos que el comercio electrónico tiene como piedra angular para su desarrollo. Progreso que, en Sudamérica, según un informe de la Fundación e-commerce, en 2014 fue del 18 por ciento en comparación al año anterior, al llegar a más de 37 mil millones de dólares. (Cavagnaro, 2015)

Similar opinión tiene Jorge Terán, gerente de la asesora Edutic Ecuador, quien agrega que sí hay ganas de comprar vía online, pero que las marcas nacionales deben dar confianza, beneficios, algo que agregue valor a esa venta. “Si llegas al consumidor con la oferta adecuada, con el método de pago que necesita, y una entrega segura, esto crecerá”. Por ahora indica que el 98 por ciento de las compras online se hacen en sitios del exterior. (Cavagnaro, 2015)

1.3.2 EL ABC DEL E-COMMERCE

Ramírez (2015), define en términos simples al comercio electrónico: “Es el proceso mediante el cual dos o más partes realizan una transacción de negocios a través de una computadora y una red de acceso” en ocho pasos.

1. Definir qué tipo de producto va a vender

El proceso de implementar y colocar un sitio web para vender productos o servicios en línea empieza desde definir el tipo de producto a vender, pues no todos los productos o servicios son susceptibles de venderse en línea.

Antes de fundar Amazon.com, Jeff Bezos realizó una inmensa lista de productos posibles y optó por los libros luego de darse cuenta de que éstos ofrecían un alto porcentaje de utilidades, tenían pocos errores de fabricación, y una presencia establecida en el mercado, eran fáciles de almacenar y susceptibles a todo tipo de ofertas.

2. Buscar un proveedor especializado

Además de empresas multinacionales como IBM, Microsoft o Hewlett Packard, existen en Ecuador varias firmas especializadas en ofrecer soluciones completas a empresas interesadas en hacer comercio electrónico, entre ellas MercadoShops y Kichink.

Para que pueda generar comercio electrónico, asegure de que el proveedor de hosting (quien colocará su página en el servidor) le garantice transacciones seguras, de modo que la información confidencial de sus clientes permanezca encriptada durante y después de su transmisión.

3. Cuidar el diseño

Aunque no es fundamental, el diseño de su página web sí es importante. Ésta deberá distinguirse de los millones de páginas existentes, pero, sobre todo, deberá contener espacios atractivos para ofertas o promociones.

4. Asegurar la producción

Procure utilizar fotos o imágenes de los productos o servicios que ofrece, pero asegúrese de que sean artículos con disponibilidad en inventarios. Es mejor ofrecer lo que ya se tiene y no quedar mal con un producto anunciado que podrías no tener existente.

5. Planear la logística

Apoyarse en empresas de mensajería o paquetería para empaquetado, rastreo y entrega de mercancía.

6. Establecer un plan de cobranza

En Ecuador existen actualmente tres formas de asegurar el pago seguro de una venta electrónica: la primera consiste en recibir depósitos en una cuenta bancaria previo a cerrar la venta y, aunque así lo hacen muchas tiendas virtuales, no es un método útil si quiere vender en el extranjero.

La otra forma de pago involucra el uso de una tarjeta de crédito (opción muy utilizada ya por los grandes de comercio electrónico), pero que todavía presenta algunos problemas ante la falta de sistemas seguros y de encriptamiento de información.

7. No perder de vista a sus clientes

Tener una tienda virtual no significa que deba olvidarse de sus clientes; por el contrario, un buen sitio web le ayudará a tener información en línea detallada y actualizada sobre sus clientes actuales y potenciales de modo que puedas ofrecerles servicio durante y después de la venta.

Procure que los consumidores registren sus nombres junto con otra información (hobbies, estilo de vida, profesión, etc.) y, a cambio, compénsalos con algo significativo como noticias personalizadas, entretenimiento, artículos promocionales o membresías.

8. ¿Cómo promover su negocio digital?

Aun cuando cumpla con todo lo anterior, la falta de promoción de su tienda virtual es casi como instalar una tienda física en un departamento interior de un quinto piso, de un edificio sin anuncio exterior: los clientes no tendrían manera de encontrarlo.

Por fortuna, promocionarse y anunciarse en el mundo virtual es mucho más fácil y barato de lo que mucha gente cree. Lo primero que deberá hacer es registrarse en los principales motores de búsqueda y directorios de internet, como Google y Yahoo.

Por otro lado, Google Adwords es una plataforma que le permite anunciar tu negocio en Google, lo que incrementa de manera notable las ventas en línea. Este servicio únicamente se cobra cuando los usuarios clic en su anuncio para visitar su sitio web.

CAPÍTULO 2

2. METODOLOGÍA Y DIAGNÓSTICO

2.1 METODOLOGÍA

Para el desarrollo de este proyecto se realizó una investigación de campo para identificar las expectativas de los clientes que hacen uso de las canchas sintéticas de fútbol en Guayaquil, permitiéndonos conocer la futura demanda de un sitio web y aplicación web para la reservación de canchas sintéticas de fútbol. Además, se cruzaron estos datos con entrevistas a profundidad dirigidas a los propietarios que ofrecen servicios de alquiler de canchas sintéticas de fútbol, las cuales nos dieron a conocer su situación laboral y la aceptación para implementación de una herramienta web que ofrezca dar a conocer sus servicios.

Se realizó una investigación cualitativa mediante entrevistas a profundidad dirigida a los Propietarios, (Anexo 2). Los cuales se encuentran ubicados en el sector del norte de la ciudad de Guayaquil donde se concentra más la demanda de alquiler, para determinar las necesidades y dificultades que se presentan al ofrecer servicios de alquiler de canchas de fútbol.

En referencia a la investigación cuantitativa se realizó una encuesta a clientes que practican fútbol en la ciudad de Guayaquil (Anexo 1), mediante un muestreo no probabilístico, (Anexo 4). Para ello, se realizó un estudio a 384 usuarios, determinado por una población de más de 100.000 clientes del área urbana de la ciudad de Guayaquil que practican fútbol por lo menos 1 vez al mes. Con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%, permitiendo identificar los factores más importantes en alquiler de canchas sintéticas de futbol.

2.1.1 Resultados de Entrevistas a Propietarios de las canchas

Se elaboró una guía de entrevista (Anexo 2) para aplicar a 10 propietarios dedicados al alquiler de canchas sintéticas de fútbol. Los entrevistados expresaron sus opiniones respecto a la implementación de un nuevo sistema para realizar reservas online, además señalaron aspectos importantes los cuáles serán tomados en cuenta en la propuesta.

A continuación los resultados encontrados:

Con respecto a los clientes se dividen en dos tipos, los clientes fijos que son aquellos que forman parte de la empresa desde que iniciaron y los clientes nuevos que se adhieren al negocio día a día, y el métodos que utilizan para obtener clientes nuevos son las redes sociales que son una herramienta de fácil uso y sin costo alguno, adicional utilizan volantes o más conocido como Flyers, para dar a cabo esto contratan un grupo de personas para realizar entregas en puntos estratégicos cerca del negocio.

La mayoría de los propietarios entrevistados consideran que es de mucha importancia darle un excelente mantenimiento al césped debido a que es la base y la presentación del negocio, el mantenimiento se realiza cada 6 meses y se renueva el

césped cada 5 años que es el tiempo que mayormente adquieren debido a presupuesto.

Respecto a los servicios que brindan el 40% de los propietarias ofrecen karaoke, sala de eventos, área VIP para realizar reuniones pre, durante y post reuniones tales como campeonatos olimpiadas,etc.

En el ámbito de innovación acotaron que la tecnología es una herramienta necesaria para poder llegar al cliente, recordando que el cliente siempre será el punto clave, por eso es importante innovar por ellos y para ellos, ya que ayuda a darles mayor facilidad y comodidad ya que son los clientes que consumen el servicio.

Los propietarios consideran que es una muy buena idea y califican como interesante el proyecto de realizar reservaciones en línea, ya que de esta manera el cliente va ahorrar tiempo, y al mismo tiempo le estarían brindando un nuevo servicio que ayudara a resolver las dificultades que se le presentan al momento de realizar una reservación, por cuestión de trabajo o ciertas ocasiones no cuentan con un transporte para trasladarse hasta el sitio. Pero a la vez podría generar un problema ya que no todas las personas cuentan con una tarjeta de débito o crédito para realizar el abono vía online, pero en si es una buena propuesta que ayudaría para generar nuevos clientes.

En cuanto a la valoración de una propuesta de servicio como la planteada en esta investigación, el promedio fue de 8 sobre 10 puntos, los propietarios creen que es una buena propuesta para brindarle al cliente y estarían dispuestos a unirse al proyecto.

Finalmente 8 de los 10 dueños de cancha demostraron preferencia por una tarifa mensual de \$20 a \$25, y 2 entrevistados opinaron que estarían dispuestos a pagar un valor máximo de \$20 por el servicio debido a que no todos cuentan con una tarjeta de crédito o débito.

2.1.2 Resultados de Encuestas a clientes

A continuación se realiza la interpretación de los resultados obtenidos en las 384 encuestas realizadas a personas de todos los extractos sociales entre 15 y más de 40 años de Guayaquil (Anexo 3).

En lo que corresponde al rango de edad de los clientes encuestados como se muestra en la figura 1, se determinó que el 39,06% correspondían las edades entre 15 y 20 años, el 33,59% entre 21 y 30 años, el 6,51% entre 30 y 40 años y el 20,83% son clientes de más de 40 años.

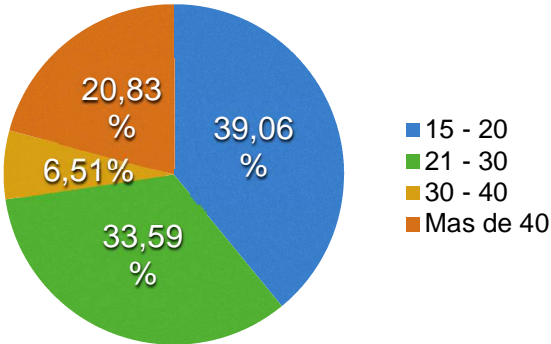


Figura 1. Rango de edad

Las encuestas fueron contestadas por un 76,56% sexo masculino y un 23,44% de sexo femenino como se muestra en la figura 2.

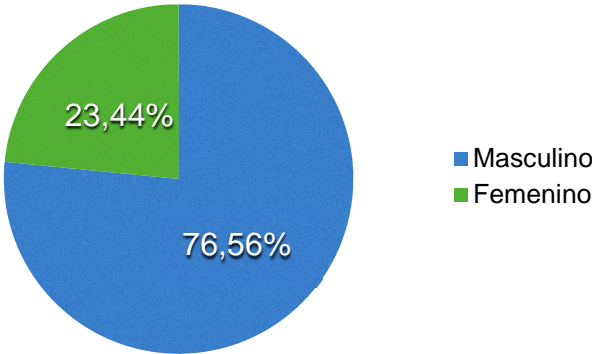


Figura 2. Sexo clientes

Los resultados de la figura 3 indican que el 25,26% de clientes encuestados juegan una vez por semana, el 26,56% dos veces por semana, el 28,65% una vez al mes, y el 19,53% dos veces al mes.

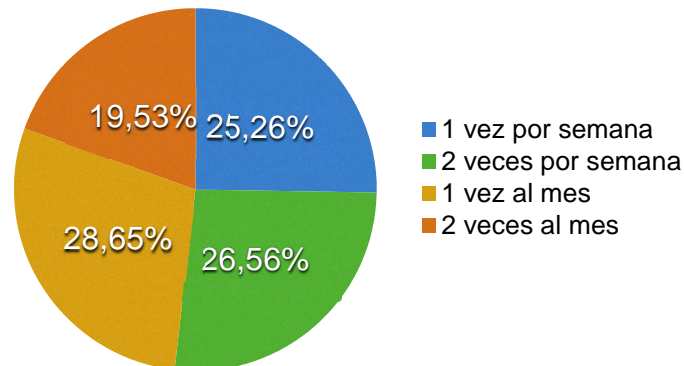


Figura 3. Frecuencia de juego en canchas

A través de la tabulación de resultados se ha podido definir que a la hora de realizar la reserva de una cancha sintética el 22,92% lo realiza a través de una vía Telefónica, el 1,56% mediante un depósito bancario y el 75,52% lo realiza trasladándose hasta el sitio como se muestra en la figura 4.

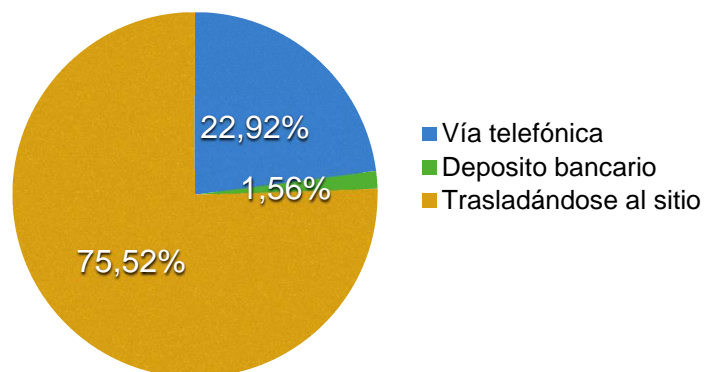


Figura 4. Métodos para realizar una reserva

En la figura 5 se expresa que el 57.29% de clientes si han realizado una reservación para algún servicio en línea, mientras que el 42.71% no ha realizado ninguna reservación en línea.

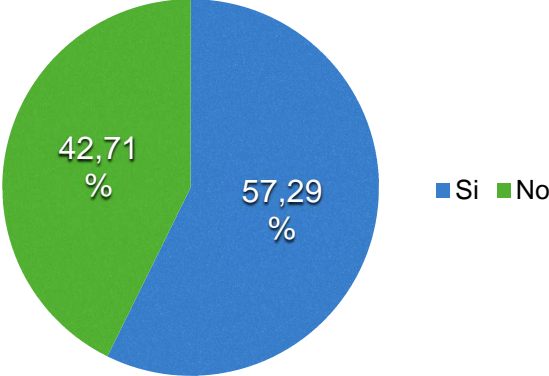


Figura 5. Reservaciones en línea para algún servicio (Cine, Restaurante, Hotel, etc)

Como se muestra en la figura 6 el 97.92% mostraron interés en realizar la reserva de una cancha sintética de fútbol online y el 2.08% mostraron que no les gustaría.

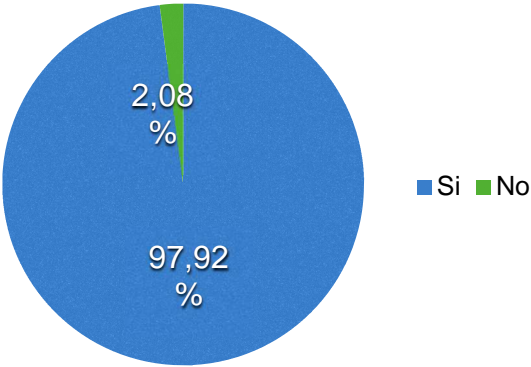


Figura 6. Interés en reservar una cancha Sintética de fútbol Online

El 56.51% mencionaron que estarían dispuestos a pagar un valor por el servicio, mientras el 43.49% menciona que no estarían dispuestas a pagar por el servicio como se muestra en la figura 7.

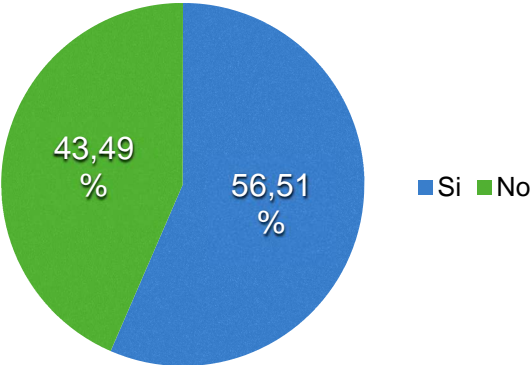


Figura 7. Interés en pagar por el servicio

En cuanto a la calificación como se muestra en la figura 8, el 65.36% de clientes expresaron que el proyecto les parece interesante, el 31.25% expresaron que se encuentran en una posición neutra, el 2.60% expresaron que les parece poco interesante mientras el 0.78% no demuestran ningún interés y les parece nada interesante.

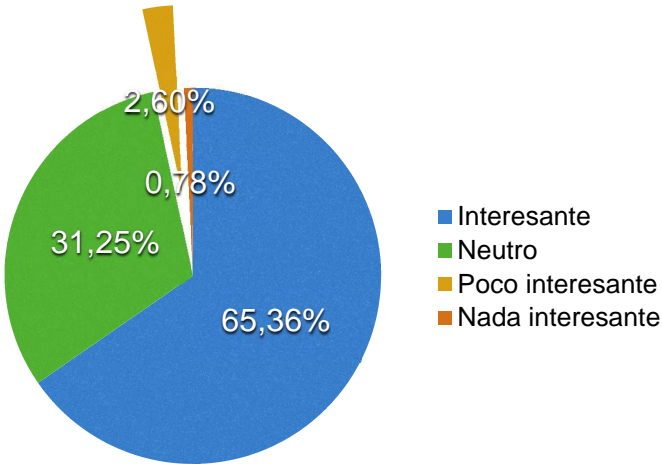


Figura 8. Calificación al proyecto Peloteoec.com

En la figura 9 el 44.01% de los clientes expresaron que el servicio que brindan las canchas sintéticas es muy bueno, el 29.17% les parece bueno, el 26.04% expreso que les parece regular, el 0.78% de los clientes expresaron que les parece malo y ningun cliente expreso que el servicio brindado por las canchas es muy malo.

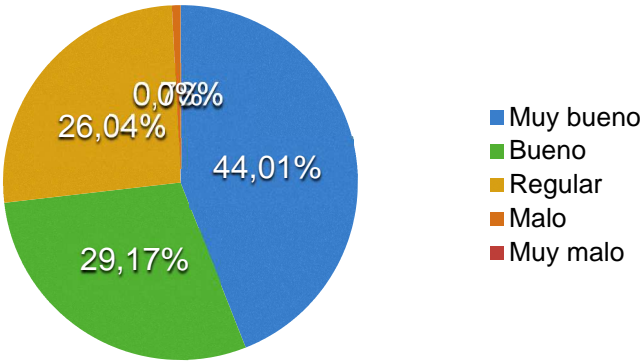


Figura 9. Servicio que brindan las canchas sintéticas

Entre los medios para para realizar la reserva de una cancha sintética de fútbol el 6.25% de los clientes menciona que le gustaría realizarla a través de vía telefónica, el 38.28% menciona que le gustaría realizar la reserva vía online quiere decir a través de un sitio web, el 8.59% menciona que le gustaría realizarla trasladándose hasta el sitio mientras el 46.88% menciona que lo mejor sería realizar una reserva a través de una aplicación web (App) como se muestra en la figura 10.

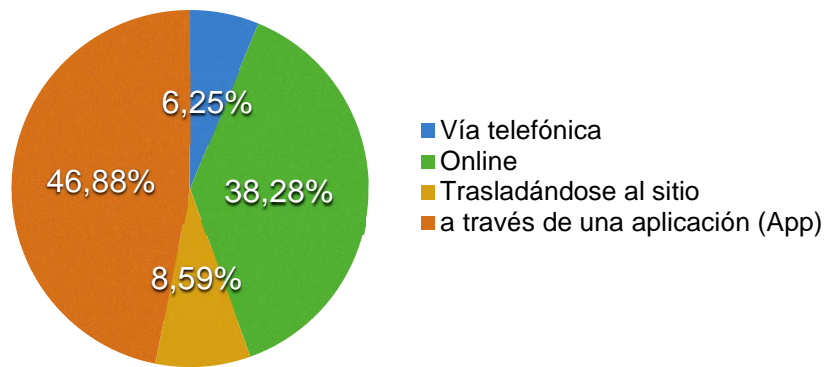


Figura 10. Reservas de canchas sintéticas de Fútbol

En la figura 11 el 69.53% los clientes expresaron que la implementación de este servicio sería la solución para resolver los problemas al momento de realizar una reservación mientras que el 30.46% expreso que no lo ve como una solución para resolver el problema de las reservas de las canchas sintéticas.

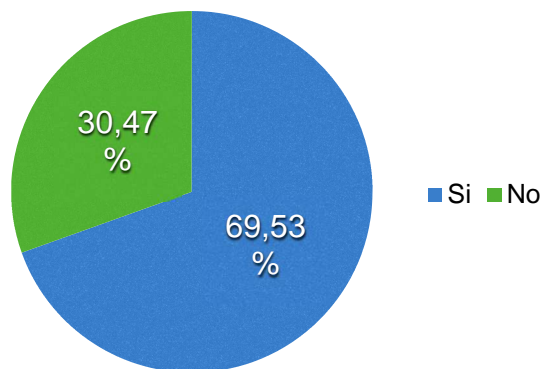


Figura 11. Solución del problema para la reservación de canchas sintéticas de fútbol

Como se observa en la figura 12 se determinó que el 95.57% de clientes creen absolutamente que la implementación de una aplicación web generara nuevos clientes para la empresa, mientras el 4.43% le pareció que de esta forma no generaría nuevos clientes.

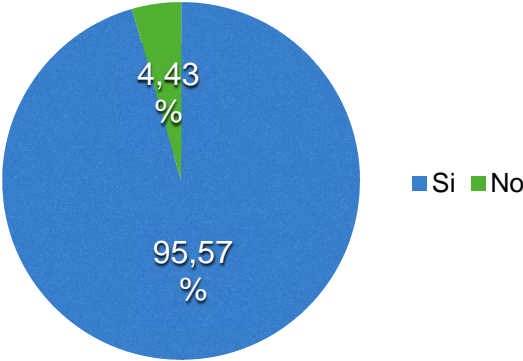


Figura 12. Implementación de aplicación para generar clientes

Con el análisis de los resultados se puede concluir que la implementación de una herramienta de e-commerce para realizar reservas de canchas sintéticas de fútbol tiene un grado de incidencia positivo ya que no existe todavía en el mercado este tipo de herramienta. Esta solución tecnológica atrae significativamente a los clientes que son los propietarios y al mismo tiempo los clientes.

Además de haber realizado las respectivas entrevistas a profundidad a los propietarios y encuestas a clientes se determinó que existe la necesidad de implementar una herramienta de e-commerce, ya que los clientes no cuentan con una herramienta de esta categoría y por otra parte a los propietarios también les atrae contar con una aplicación en donde puedan brindar un nuevo servicio y ahorrar el tiempo del cliente.

CAPÍTULO 3

3. PROPUESTA

La tecnología ha desarrollado en la actualidad nuevas formas y herramientas de simplificar procesos que provoquen que las personas se desenvuelvan en sus ámbitos laborales optimizando su tiempo. En el entrenamiento local más específico en la práctica no profesional del fútbol como una actividad de relajarse y quitarse el estrés en canchas sintéticas se han detectado algunos inconvenientes que pueden afectar con la implementación de una solución tecnológica que atienda a esas necesidades.

En la investigación de campo se pudo determinar que existe la necesidad e interés de los propietarios de las canchas sintéticas de fútbol en adquirir una herramienta de e-commerce que permita facilitar los procesos de reserva que se realizan todos los días.

A continuación se detallan los aspectos que comprenden la propuesta:

3.1. Producto

Peloteo busca solucionar problemas con la reserva de las canchas sintéticas de fútbol en la ciudad de Guayaquil, se desarrollará una aplicación web y un sitio web a la que se pueda acceder desde dispositivos móviles, tablets y computadoras.

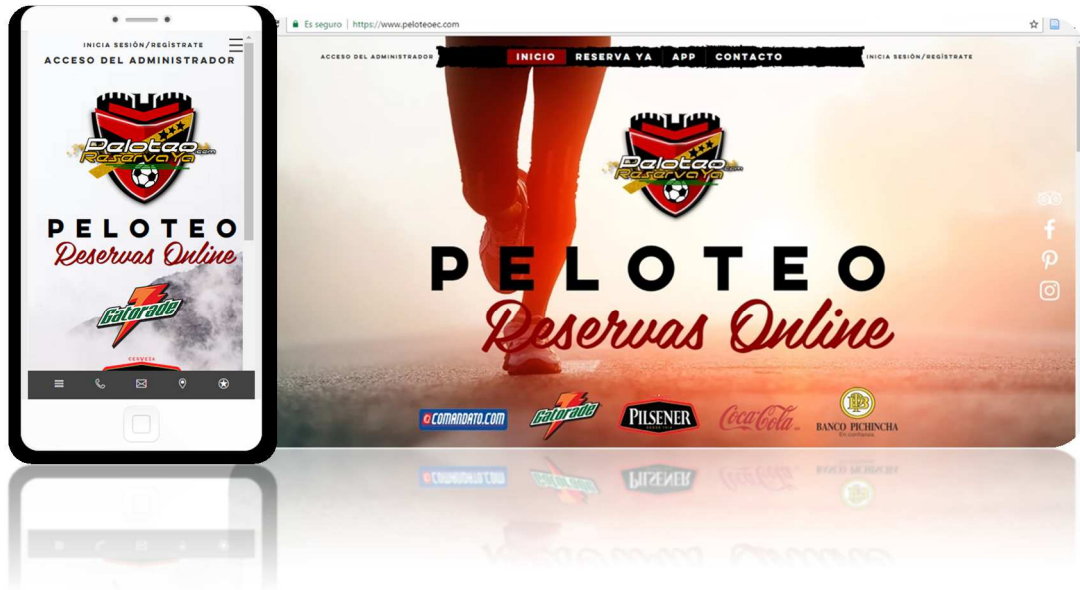


Figura 13. Sitio Web Peloteoec.com

- El desarrollo estará dividido en 3 etapas, la primera etapa buscará cubrir las bases del proyecto y servirá como prototipo para mostrar el producto y poder seguir mejorándolo.
- En la primera etapa se desarrollara el sitio web y la aplicación para ganar reconocimiento a nivel del consumidor.
- La segunda etapa del proyecto es expandirlo a ciudades cercanas (Samborondon, Duran, Daule y Milagro) a partir del mes 15.
- La tercera etapa del proyecto iniciara una vez que las reservas de canchas sintéticas en la ciudad de Guayaquil se hagan en su mayoría en nuestra aplicación, ofreceremos la creación, administración y organización de campeonatos de futbol a instituciones privadas y a público en general con lo que se generara un ingreso superior al planteado.
- La plataforma contará con 3 perfiles de usuario: administrador, propietario de cancha y clientes.

- El administrador gestionará toda la plataforma, podrá ver a todos los usuarios ingresados, crear usuarios, editar permisos y roles.
- Los propietarios podrán registrar horarios, hacer reservas y modificar reservas previamente coordinadas con el cliente, también podrán visualizar reservas hechas por los usuarios.
- Para capacitar a los propietarios de las canchas en el uso de la plataforma inicialmente se utilizará documentación, video tutoriales y manuales de uso. También se asignará un recurso para brindar una hora de capacitación personalizada donde el propietario de la cancha se sienta cómodo.

3.2. Mercado

El mercado meta de la investigación corresponde a canchas sintéticas de fútbol de la ciudad de Guayaquil, que requieran la reserva y sincronización de dichas reservas.

El contar con una aplicación web de esta categoría permite que los usuarios tengan acceso a información actualizada desde cualquier dispositivo electrónico y en cualquier momento poder realizar deporte y el tiempo que disponen para el mismo y lo más importante poder realizar el pago en línea.

Una vez que el producto esté posicionado se iniciará una campaña para el control de satisfacción de usuarios, para ello se utilizará como herramienta encuestas de calidad a los usuarios cada cierto tiempo para obtener su apreciación sobre el servicio y conocer sus necesidades para ajustar el producto a través de un plan de desarrollo.

3.2.1 Necesidades del mercado

El desarrollo de una solución tecnológica que permita realizar la reserva de canchas sintéticas de fútbol y el pago en línea, efectivamente cubre este mercado que no ha sido explotado por completo.

Según las opiniones de diferentes propietarios de canchas, no existen softwares que permitan gestionar el agendamiento de reservas, y poder realizar el pago en línea.

Por otro lado, los usuarios de las canchas indican que es muy difícil hacer la reserva ya que para esto es necesario trasladarse hasta la cancha a dejar el abono de la reserva, esto sería solucionado con el pago en línea

3.3. Competencia

De acuerdo a lo investigado se detectaron algunas competencias en el mercado, Existen software en otras ciudades que tienen planeado llegar a la ciudad (Guayaquil) con su producto pero tiene un a problema ya que en otras ciudades por ejemplo Cuenca las personas confían mucho en las palabras de la otra persona, por esta razón no se realiza el pago en línea y solo se confirma la reserva a través del correo electrónico y finalmente existe un software en el mercado que recoge todas las características que se están proponiendo en esta investigación.

3.3.1 Competencia directa

Cancheros (creado en cuenca) (<http://cancheros.mybluemix.net/nuestrasCanchas/>) ya cuenta con una aplicación web con características muy similares a las que se buscan ofrecer: reservas de canchas sintéticas de fútbol pero correspondientes solo a dicha ciudad debido ya que tienen problemas para llegar a otros mercados por que no cuentan con un sistema de pasarela de pago para el cliente pero si tienen algunas canchas afiliadas a sus servicios en Guayaquil.

3.3.2 Productos sustitutos

Varios de los propietarios fueron entrevistados expresaron que para realizar la reserva de una de sus canchas la gran parte de clientes lo elaboran de la forma tradicional, llamando al sitio o trasladándose al sitio y muy pocos lo realizan desde el sitio web de ellos que cuentan con reservas online pero el proceso es mediante un correo electrónico y no de una forma rápida y eficaz que el cliente pueda seleccionar automáticamente el día y la fecha sin tener contacto con el propietario.

3.3.3 Análisis FODA

Fortalezas

- Pago en línea
- Gestión y control de reservas
- Sincronización de información con canchas – Clientes
- Información disponible a cualquier hora y desde cualquier dispositivo con acceso a internet

Oportunidades

- Gran número de Canchas sintéticas en la ciudad de Guayaquil
- Software desactualizados
- Rápida expansión y fácil acceso a internet
- Aumento de dispositivos inteligentes

Debilidades

- Bajos recursos económicos para rápida escalabilidad
- Poca fuerza de ventas
- Bajo reconocimiento en el mercado
- Falta de personal para soporte técnico

Amenazas

- Rechazo a la tecnología
- Mala situación económica del país

3.4 Distribución

La plataforma se comercializará a través de internet. Los propietarios de las canchas deberán pagar mensualmente un valor por el servicio.

El servicio será distribuido a través de una plataforma web, se asignarán usuarios y contraseñas para que los propietarios puedan acceder al panel de administración.

El pago de \$25 por la licencia será mensual y tendrá la misma validez de tiempo, la licencia sólo será cobrada al propietario, los clientes podrán utilizar el sistema de forma gratuita sin necesidad de realizar un pago.

Dentro de la aplicación web se especificarán los términos y condiciones de uso. Se elaborará un contrato de servicio para 6 meses que contemplará los pagos mensuales por el acceso a la plataforma, en este documento legal se especificará que en caso de que un propietario suspenda su suscripción antes de la fecha de finalización del contrato, deberá cancelar los saldos pendientes hasta la fecha.

3.5 Marca

Ser la primera empresa en implementar un sistema de reservas en el ámbito deportivo significa poder ser identificada y brindar confianza fácilmente a los clientes.



Figura 14. Logotipo de la empresa.

Para llegar a ser líderes y posicionarnos en el mercado, es muy importante brindar un nombre que sea fácilmente reconocido, la marca será un identificador de calidad, y un medio de publicidad.

3.6 Promoción y Publicidad

Al estar enfocados en la reservación de canchas sintéticas de fútbol mediante un sitio web y una aplicación web, es de gran importancia crear campañas publicitarias en internet, para esto se usará campañas publicitarias mediante redes sociales tales como Facebook e Instagram, asegurando así llegar a gran cantidad de personas.

Los medios tradicionales de publicidad como volantes también serán parte de nuestra campaña, entregar volantes en lugares estratégicos donde estaría la mayor concentración de clientes ayudara a la empresa a crear clientes potenciales y al mismo tiempo darla conocer.

Como parte del lanzamiento del producto se les ofrecerá a las canchas el uso de nuestro sistema de forma gratuita a cambio de que nos dejen hacer activaciones y colgar banners, carteles publicitarios en sus establecimientos.

Tener acuerdos con empresas que comercialicen productos relacionados con el fútbol, y de esta manera tener banners y carteles publicitarios que den a conocer la empresa y los servicios que se ofrecen a través del sitio web.

3.7 Talento Humano

En la empresa existirán dos tipos de personal, el personal interno que son quienes forman parte de la empresa como tal, estará compuesto por:

El Gerente general el cual estará encargado de planificar, organizar y coordinar el trabajo en la empresa.

Trabajadores de oficina que son quienes se encargarán de receptar las reservaciones de las canchas mediante el sitio web y redirigir a los propietarios de las canchas, estos irán aumentando de acuerdo a la demanda de los servicios.

Personal externo, Asesores Comerciales, son la base fundamental del proyecto, están encargados de vender y dar a conocer el proyecto y de esta manera obtener mayores clientes.

Se va a realizar capacitaciones a los propietarios de las canchas enfocados a la reservación de canchas online y demás factores determinados en las encuestas. Se aportará credenciales y uniformes a los Asesores Comerciales para que se identifiquen como miembros de Peloteo.

3.8 Planificación financiera

En lo referente a la planificación financiera se utiliza el flujo de caja proyectado, ya que al inicio de una actividad empresarial la liquidez es el factor financiero más preponderante, por lo que se debe considerar el capital inicial requerido, el período de recuperación del capital inicial y el punto de equilibrio de la operación.

Para iniciar las operaciones de la empresa, se obtendrán \$4,000 como aportación de los socios. Se utilizará el concepto de remuneración básica unificada para el pago de nuestro personal, los sueldos básicos se incrementarán a partir del segundo año en un 6% tomando en cuenta la inflación e incentivos.

3.8.1 Talento humano

Tabla 1

Talento humano

Recursos humanos	
Año 1	Año 2
Administrador	Administrador
Asesor Comercial	Asesor Comercial
	Secretaria

3.8.2 Asunciones financieras

Tabla 2

Asunciones financieras primer año

Cargo	Sueldo Anual	Aporte Patronal	Décimo tercer sueldo	Décimo cuarto sueldo	Vacaciones	Fondos de reserva	Total presupuesto de nómina	Cantidad colaboradores	Total presupuesto nomina
Administrador	4.800,00	583,20	\$ 400,00	\$ 366,00	\$ 200,00	\$ 400,00	6.749,20	1	6.749,20
Asesor Comercial	4.800,00	583,20	\$ 400,00	\$ 366,00	\$ 200,00	\$ 400,00	6.749,20	1	6.749,20
Total	9.600,00	1.166,40	800,00	732,00	400,00	800,00	13.498,40	2	13.498,40

Tabla 3

Asunciones financieras segundo año

Cargo	Sueldo Anual	Aporte Patronal	Décimo tercer sueldo	Décimo cuarto sueldo	Vacaciones	Fondos de reserva	Total presupuesto de nómina	Cantidad colaboradores	Total presupuesto nomina
Administrador	6.000,00	729,00	\$ 500,00	\$ 366,00	\$ 250,00	\$ 500,00	8.345,00	1	8.345,00
Asesor Comercial	6.000,00	729,00	\$ 500,00	\$ 366,00	\$ 250,00	\$ 500,00	8.345,00	1	8.345,00
Secretaria	4.800,00	83,20	\$ 400,00	\$ 366,00	\$ 200,00	\$ 400,00	6.749,20	1	6.749,20
Total	16.800,00	2.041,20	1.400,00	1.098,00	700,00	1.400,00	23.439,20	3	23.439,20

3.8.3 Proyección de ventas

Durante los primeros tres meses se ofrecerá la aplicación de forma gratuita para que la prueben los dueños de las canchas y dar conocer el servicio de la misma manera generar tráfico a la página y generar ingresos a través de google adense, se cobrará por el servicio a partir del cuarto mes y se establecerá como meta la venta de 30 membresías nuevas hasta el octavo mes y 38 hasta finalizar el primer año. A partir del segundo año se incluirá un recurso adicional (secretaria) y se aprovechará el posicionamiento de la marca para aumentar la meta de ventas a 2 membresías nuevas mensuales y llegar a ciudades cercanas a Guayaquil como por ejemplo Duran, Daule, Milagro y Samborondon. Además de seguir generando ingresos mensuales a través de publicidad por tres espacios en nuestra pagina

$$\text{RPM} = (\text{Ingresos estimados}/\text{Número de visitas a páginas}) * 1.000$$

Tabla 4

Precio licencia

Detalle precio mensual licencia		
Descripción	Unidad	Precio
Membresía Mensual	1	\$15,00
Visualizaciones Adsense	1	\$ 0.005

Tabla 5

Proyección de ventas primer año

Primer Año												
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Membresia mensual	0	0	0	22	24	26	28	30	32	34	36	38
Visualizaciones Adsense	25000	27500	30250	33275	36603	40263	44289	48718	53590	58949	64844	71328
Ingreso Membresia	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 440,00	\$ 480,00	\$ 520,00	\$ 560,00	\$ 600,00	\$ 640,00	\$ 680,00	\$ 720,00	\$ 760,00
Ingreso publicidad	\$ 375,00	\$ 412,50	\$ 453,75	\$ 499,13	\$ 549,04	\$ 603,94	\$ 664,34	\$ 730,77	\$ 803,85	\$ 884,23	\$ 972,65	\$ 1.069,92
Total de ingresos	\$ 375,00	\$ 412,50	\$ 453,75	\$ 939,13	\$ 1.029,04	\$ 1.123,94	\$ 1.224,34	\$ 1.330,77	\$ 1.443,85	\$ 1.564,23	\$ 1.692,65	\$ 1.829,92

Tabla 6

Proyección de ventas segundo año

Segundo Año												
	Mes 13	Mes 14	Mes 15	Mes 16	Mes 17	Mes 18	Mes 19	Mes 20	Mes 21	Mes 22	Mes 23	Mes 24
Membresia mensual	40	42	44	46	48	50	52	54	56	58	60	62
Visualizaciones Adsense	72041	72762	73489	74224	74966	75716	76473	77238	78010	78790	79578	80374
Ingreso Membresia	\$ 800,00	\$ 840,00	\$ 880,00	\$ 920,00	\$ 960,00	\$ 1.000,00	\$ 1.040,00	\$ 1.080,00	\$ 1.120,00	\$ 1.160,00	\$ 1.200,00	\$ 1.240,00
Ingreso publicidad	\$ 1.080,62	\$ 1.091,42	\$ 1.102,34	\$ 1.113,36	\$ 1.124,50	\$ 1.135,74	\$ 1.147,10	\$ 1.158,57	\$ 1.170,15	\$ 1.181,86	\$ 1.193,67	\$ 1.205,61
Total de ingresos	\$ 1.880,62	\$ 1.931,42	\$ 1.982,34	\$ 2.033,36	\$ 2.084,50	\$ 2.135,74	\$ 2.187,10	\$ 2.238,57	\$ 2.290,15	\$ 2.341,86	\$ 2.393,67	\$ 2.445,61

3.8.4 Gastos administrativos

Se utilizará un servidor compartido con ancho de banda, espacio en disco, cuentas de correo, número de dominios ilimitados, respaldos, firewall, acceso FTP y estadísticas por un valor de \$17 mensuales de WIX.com por dos años.

Tabla 7

Gastos administrativos primer año

GASTOS OPERATIVOS			
DESCRIPCION	UND	Costo	Costo Mensual
Hosting y dominio	1	\$ 17,00	\$ 17

GASTOS POR SERVICIOS BASICOS	
DESCRIPCION	COSTO MENSUAL
Electricidad	\$ 10,00
Agua	\$ 10,00
Internet	\$ 25,00
Teléfono	\$ 10,00
TOTAL	\$ 55,00

3.8.5 Inversión inicial

Tabla 8

Inversión inicial

ACTIVOS	\$ 850,00	\$ 952,00
ADECUACIONES		\$ -
UNIFORMES	\$ 120,00	\$ 134,40
TOTAL INVERSIÓN	\$ 970,00	\$ 1.086,40

3.8.6 Flujo de caja

Tabla 9

Flujo de caja Primer año

FLUJO DE CAJA PROYECTADO													
Ingresos en efectivo	Mes 0	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Capital Propio	\$ 4.000,00												
Cantidad		0,00	0,00	0,00	22	24	26	28	30	32	34	36	38
Valor unitario		\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00
Venta Bruta		\$ -	\$ -	\$ -	\$ 550,00	\$ 600,00	\$ 650,00	\$ 700,00	\$ 750,00	\$ 800,00	\$ 850,00	\$ 900,00	\$ 950,00
Publicidad		\$ 375,00	\$ 412,50	\$ 453,75	\$ 499,13	\$ 549,04	\$ 603,94	\$ 664,34	\$ 730,77	\$ 803,85	\$ 884,23	\$ 972,65	\$ 1.069,92
(+) Ingresos	\$ 4.000,00	\$ 375,00	\$ 412,50	\$ 453,75	\$ 1.049,13	\$ 1.149,04	\$ 1.253,94	\$ 1.364,34	\$ 1.480,77	\$ 1.603,85	\$ 1.734,23	\$ 1.872,65	\$ 2.019,92
(-) Egresos	\$ -	\$ 1.196,87	\$ 1.196,87	\$ 1.196,87	\$ 1.196,87	\$ 1.196,87	\$ 1.196,87	\$ 1.196,87	\$ 1.196,87	\$ 1.196,87	\$ 1.196,87	\$ 1.196,87	\$ 1.196,87
Gastos Operativos		\$ 17,00	\$ 17,00	\$ 17,00	\$ 17,00	\$ 17,00	\$ 17,00	\$ 17,00	\$ 17,00	\$ 17,00	\$ 17,00	\$ 17,00	\$ 17,00
Gastos por Servicios Basicos		\$ 55,00	\$ 55,00	\$ 55,00	\$ 55,00	\$ 55,00	\$ 55,00	\$ 55,00	\$ 55,00	\$ 55,00	\$ 55,00	\$ 55,00	\$ 55,00
Sueldos y Salarios		\$ 1.124,87	\$ 1.124,87	\$ 1.124,87	\$ 1.124,87	\$ 1.124,87	\$ 1.124,87	\$ 1.124,87	\$ 1.124,87	\$ 1.124,87	\$ 1.124,87	\$ 1.124,87	\$ 1.124,87
(+) Flujo Operativo	\$ 4.000,00	\$ -821,87	\$ -784,37	\$ -743,12	\$ -147,74	\$ -47,83	\$ 57,07	\$ 167,47	\$ 283,90	\$ 406,98	\$ 537,36	\$ 675,79	\$ 823,05
(-) Flujo de Inversiones	\$ -	\$ 90,50	\$ 90,50	\$ 90,50	\$ 90,50	\$ 90,50	\$ 90,50	\$ 90,50	\$ 90,50	\$ 90,50	\$ 90,50	\$ 90,50	\$ 90,50
Activos		\$ 79,33	\$ 79,33	\$ 79,33	\$ 79,33	\$ 79,33	\$ 79,33	\$ 79,33	\$ 79,33	\$ 79,33	\$ 79,33	\$ 79,33	\$ 79,33
Uniformes		\$ 11,17	\$ 11,17	\$ 11,17	\$ 11,17	\$ 11,17	\$ 11,17	\$ 11,17	\$ 11,17	\$ 11,17	\$ 11,17	\$ 11,17	\$ 11,17
(=) Flujo operativo menos inversiones	\$ 4.000,00	\$ -912,37	\$ -874,87	\$ -833,62	\$ -238,24	\$ -138,33	\$ -33,43	\$ 76,97	\$ 193,40	\$ 316,48	\$ 446,86	\$ 585,29	\$ 732,55
(+) Flujo de actividades financieras	\$ 116,40	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Pago de IVA por inversiones	\$ 116,40												
(=) Flujo Operativo Neto	\$ 3.883,60	\$ -912,37	\$ -874,87	\$ -833,62	\$ -238,24	\$ -138,33	\$ -33,43	\$ 76,97	\$ 193,40	\$ 316,48	\$ 446,86	\$ 585,29	\$ 732,55
Flujo operativo acumulado	\$ 3.883,60	\$ 2.971,23	\$ 2.096,37	\$ 1.262,75	\$ 1.024,51	\$ 886,18	\$ 852,75	\$ 929,72	\$ 1.123,12	\$ 1.439,60	\$ 1.886,47	\$ 2.471,75	\$ 3.204,31

\$ 4.375,68

Tabla 10

Flujo de caja Segundo año

FLUJO DE CAJA PROYECTAD												
Ingresos en efectivo	Mes 13	Mes 14	Mes 15	Mes 16	Mes 17	Mes 18	Mes 19	Mes 20	Mes 21	Mes 22	Mes 23	Mes 24
Capital Propio												
Cantidad	40,00	42,00	44,00	46,00	48,00	50,00	52,00	54,00	56,00	58,00	60,00	62,00
Valor unitario	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00
Venta Bruta	\$ 1.000,00	\$ 1.050,00	\$ 1.100,00	\$ 1.150,00	\$ 1.200,00	\$ 1.250,00	\$ 1.300,00	\$ 1.350,00	\$ 1.400,00	\$ 1.450,00	\$ 1.500,00	\$ 1.550,00
Publicidad	\$ 1.080,62	\$ 1.091,42	\$ 1.102,34	\$ 1.113,36	\$ 1.124,50	\$ 1.135,74	\$ 1.147,10	\$ 1.158,57	\$ 1.170,15	\$ 1.181,86	\$ 1.193,67	\$ 1.205,61
(+) Ingresos	\$ 2.080,62	\$ 2.141,42	\$ 2.202,34	\$ 2.263,36	\$ 2.324,50	\$ 2.385,74	\$ 2.447,10	\$ 2.508,57	\$ 2.570,15	\$ 2.631,86	\$ 2.693,67	\$ 2.755,61
(-) Egresos	\$ 1.196,87	\$ 1.196,87	\$ 1.196,87	\$ 1.196,87	\$ 1.196,87	\$ 1.196,87	\$ 1.196,87	\$ 1.196,87	\$ 1.196,87	\$ 1.196,87	\$ 1.196,87	\$ 1.196,87
Gastos Operativos	\$ 17,00	\$ 17,00	\$ 17,00	\$ 17,00	\$ 17,00	\$ 17,00	\$ 17,00	\$ 17,00	\$ 17,00	\$ 17,00	\$ 17,00	\$ 17,00
Gastos por Servicios Basicos	\$ 55,00	\$ 55,00	\$ 55,00	\$ 55,00	\$ 55,00	\$ 55,00	\$ 55,00	\$ 55,00	\$ 55,00	\$ 55,00	\$ 55,00	\$ 55,00
Sueldos y Salarios	\$ 1.124,87	\$ 1.124,87	\$ 1.124,87	\$ 1.124,87	\$ 1.124,87	\$ 1.124,87	\$ 1.124,87	\$ 1.124,87	\$ 1.124,87	\$ 1.124,87	\$ 1.124,87	\$ 1.124,87
(+) Flujo Operativo	\$ 883,75	\$ 944,56	\$ 1.005,47	\$ 1.066,50	\$ 1.127,63	\$ 1.188,87	\$ 1.250,23	\$ 1.311,70	\$ 1.373,29	\$ 1.434,99	\$ 1.496,81	\$ 1.558,74
(-) Flujo de Inversiones	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Activos												
Uniformes												
(=) Flujo operativo menos inversiones	\$ 883,75	\$ 944,56	\$ 1.005,47	\$ 1.066,50	\$ 1.127,63	\$ 1.188,87	\$ 1.250,23	\$ 1.311,70	\$ 1.373,29	\$ 1.434,99	\$ 1.496,81	\$ 1.558,74
(+) Flujo de actividades financieras	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Pago de IVA por inversiones												
(=) Flujo Operativo Neto	\$ 883,75	\$ 944,56	\$ 1.005,47	\$ 1.066,50	\$ 1.127,63	\$ 1.188,87	\$ 1.250,23	\$ 1.311,70	\$ 1.373,29	\$ 1.434,99	\$ 1.496,81	\$ 1.558,74
Flujo operativo acumulado	\$ 4.088,06	\$ 5.032,62	\$ 6.038,09	\$ 7.104,58	\$ 8.232,21	\$ 9.421,08	\$ 10.671,32	\$ 11.983,02	\$ 13.356,31	\$ 14.791,29	\$ 16.288,10	\$ 17.846,85

CONCLUSIONES

- En las entrevistas a profundidad se determinó que el 100% de los propietarios manejan sus registros y reservas manuales, y que sería de gran ayuda tener un nuevo método para realizar reservas.
- Existe una gran acogida al uso de las nuevas tecnologías en el campo del deporte, así también las personas están cada vez más dispuestas a utilizar un servicio que les permita reservar desde su celular, laptop, tablet y computadora de escritorio sin necesidad de acudir al sitio.
- El 97% de los encuestados manifestaron que si desearían realizar reservas a través de un sitio web o una aplicación web.
- Implementar una herramienta de comercio electrónico para reservas en línea ayudará a los propietarios a incrementar sus clientes y por ende incrementaran también sus ganancias.
- Desde el punto de vista financiero, se tiene una inversión inicial de \$4,000, se logra el punto de equilibrio en el sexto mes y se recupera el capital en el mes 17.
- De manera general se concluye que la implementación de una herramienta de comercio electrónico para la reservación de canchas sintéticas de fútbol, tendrá una incidencia positiva dentro de la ciudad de Guayaquil.

RECOMENDACIONES

- De acuerdo a la información de mercado recolectada en la investigación se recomienda que en el futuro se agreguen otras funcionalidades para escalar la aplicación y volverla más atractiva para el cliente.
- También se podría implementar un sistema de calificación para los propietarios y un blog informativo para todos los clientes, donde se puedan leer noticias actuales de fútbol a nivel mundial.
- Finalmente, por tratarse de un servicio de reservas, sería posible implementar un sistema pago y facturación electrónica para los propietarios, de esta forma podríamos comercializar la aplicación web en otros países sin necesidad de tener una presencia física.

BIBLIOGRAFÍA

- Carla Gutierrez. (2015). Salud a través del fútbol — La Juventud Opina. Recuperado 20 de febrero de 2017, a partir de <http://www.voicesofyouth.org/es/posts/salud-a-traves-del-futbol>
- Cristina Rodriguez Merino. (2015, agosto 12). ¿Qué es E-commerce o comercio electrónico? Recuperado a partir de <http://marketingdigital.bsm.upf.edu/e-commerce-comercio-electronico/>
- FIFA.com. (2009). Fútbol para la salud - Fútbol para la salud: 11 sesiones. Recuperado 20 de febrero de 2017, a partir de <http://es.fifa.com/development/medical/football-for-health/11sessions/index.html>
- Futbolersimos. (2012, mayo 9). Las canchas sintéticas. Recuperado a partir de <https://futbolersimos.wordpress.com/2012/05/09/las-canchas-sinteticas/>
- Guillermo Pérez. (2007). Historia del fútbol : Origen, cuándo se inventó, quién lo creó, orígenes de las reglas de juego. Recuperado 20 de febrero de 2017, a partir de <http://www.granfutbol.com/historia-del-futbol.html>
- Jorge Cavagnaro. (2015, noviembre 9). Los retos del e-commerce en Ecuador. Recuperado 20 de febrero de 2017, a partir de <http://vistazo.com/seccion/pais/los-retos-del-e-commerce-en-ecuador>
- Julian Perez Porto. (2016). Definición de comercio electrónico — Definicion.de. Recuperado 20 de febrero de 2017, a partir de <http://definicion.de/comercio-electronico/>
- Miguel Angel Aroca. (2012, febrero 14). EL FÚTBOL CALLEJERO. Recuperado a partir de <http://www.lasoledaddelentrenador.com/el-futbol-callejero/>

- Ramírez, J. A. (2015, junio 22). El ABC del e-commerce. Recuperado 20 de febrero de 2017, a partir de <https://www.entrepreneur.com/article/268503>
- RecreaSport. (2017). Medidas Cancha de Fútbol 7 - RecreaSport. Recuperado a partir de <http://recreasport.com/medidas-cancha-de-futbol-7/>
- Silvia Contreras. (2012, agosto 23). La importancia del fútbol en la sociedad. Recuperado a partir de <https://educaduc.wordpress.com/2012/08/23/la-importancia-del-futbol-en-la-sociedad/>
- SNG. (2013, mayo 15). Iluminación de canchas de fútbol: complementos para una calidad excelente. Recuperado a partir de <http://sngperu.pe/iluminacion-de-canchas-de-futbol-complementos-para-una-calidad-excelente>

ANEXOS

ANEXO 1

Preguntas para la Encuesta

- 1) ¿Qué Edad tiene?
 - a) De 15-20
 - b) De 21-30
 - c) De 30-40
 - d) Más de 40

- 2) Sexo
 - a) Masculino
 - b) Femenino

- 3) ¿Con que frecuencia juega en canchas sintéticas?
 - a) 1 vez por semana
 - b) 2 veces por semana
 - c) 1 vez al mes
 - d) 2 veces al mes

- 4) ¿Cómo Realizan la reserva de una cancha Sintética?
 - a) Vía telefónica
 - b) Depósito bancario
 - c) Trasladándose hasta la cancha

- 5) Usted ha hecho reservaciones en línea para algún servicio (Cine, Restaurante, Hotel, etc.)
- a) Si
 - b) No
- 6) ¿Le gustaría poder reservar una cancha Sintética Online?
- a) Si
 - b) No
- 7) ¿Estaría dispuesto a pagar por este servicio?
- a) Si
 - b) No
- 8) ¿Como calificaría al proyecto Peloteo Online para este servicio?
- a) Muy interesante
 - b) Interesante
 - c) Neutro
 - d) Poco interesante
 - e) Nada interesante
- 9) ¿Cómo Califica el servicio que brindan las canchas?
- a) Muy bueno
 - b) Bueno
 - c) Regular
 - d) Malo
 - e) Muy malo
- 10) ¿Cómo le gustaría reservar una cancha sintética de Fútbol?
- a) Vía telefónica
 - b) Depósito bancario
 - c) Trasladándose hasta la cancha

- d) Reserva en línea
- e) Uso de la aplicación

11) ¿Cree usted que la implementación de este servicio solucionaría el problema de la reservación de la cancha?

- a) Si
- b) No

12) ¿Cree usted que la implementación de una aplicación (App) para realizar reservas generaría un mayor incremento de clientes?

- c) Si
- d) No

ANEXO 2

Guía de entrevista a propietarios de las canchas

1) Clientes

- a) Los Clientes son renovables o fijos
- b) Son fieles
- c) Cada que tiempo hay clientes nuevos
- d) Que métodos utilizan para obtener nuevos clientes

2) Mantenimiento

- a) Que mantenimiento se les da a las canchas
- b) Cada que tiempo se renueva el césped

3) Servicios

- a) Que servicios ofrecen ustedes a los clientes aparte de las canchas
- b) Que tan importante es la calidad del césped

4) Innovación

- a) Qué opina del uso de tecnologías en el negocio
- b) Qué opina de la reservación de canchas en línea
- c) Cree que tendría acogida la reserva de cancha de fútbol en línea
- d) Estaría dispuesto a pagar un valor mensual por este servicio

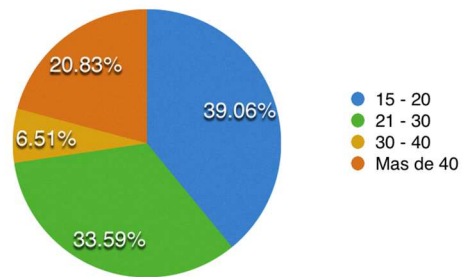
5) Conclusión

6) Recomendaciones

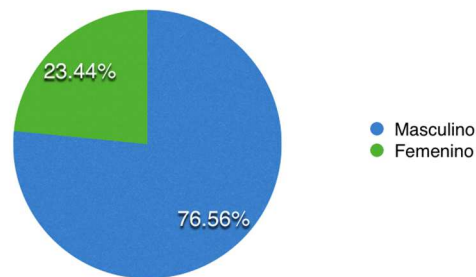
ANEXO 3

RESULTADOS ENCUESTA

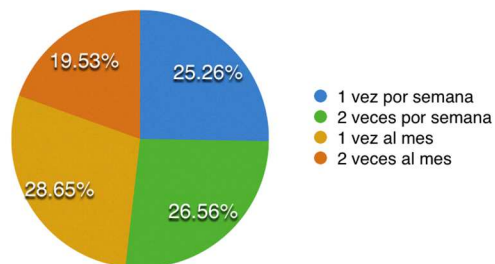
1) ¿Qué Edad tiene? (384 respuestas)



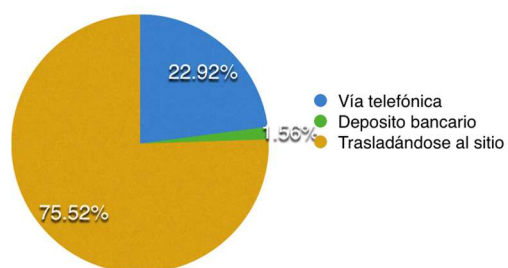
2) Sexo (384 respuestas)



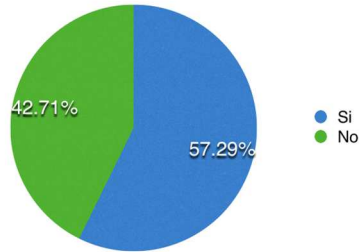
3) ¿Con que frecuencia juega en canchas sintéticas? (384 respuestas)



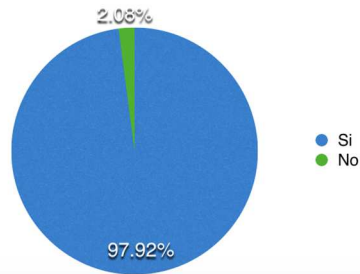
4) ¿Cómo Realizan la reserva de una cancha Sintética? (384 respuestas)



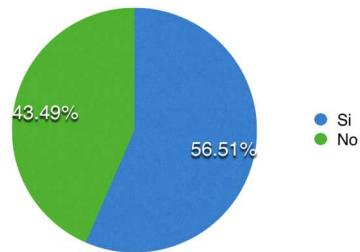
5) ¿Usted ha hecho reservaciones en línea para algún servicio (Cine, Restaurante, Hotel, etc)? (384 respuestas)



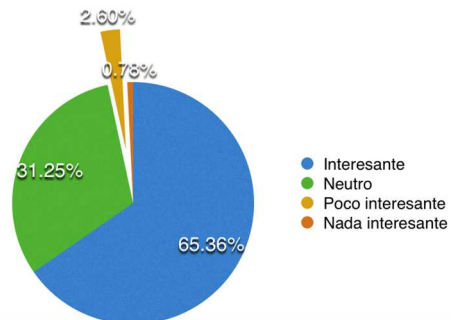
6) ¿Le gustaría poder reservar una cancha Sintética Online? (384 respuestas)



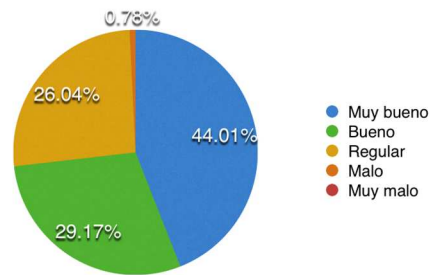
7) ¿Estaría dispuesto a pagar por este servicio? (384 respuestas)



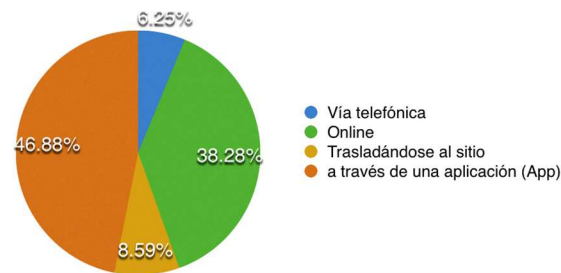
8) ¿Como calificaría al proyecto Peloteo Online para este servicio? (384 respuestas)



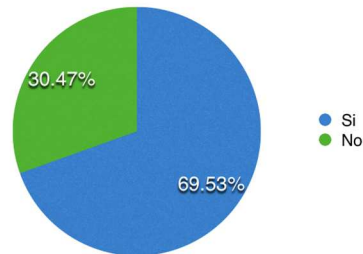
9) ¿Cómo Califica el servicio que brindan las canchas sintéticas? (384 respuestas)



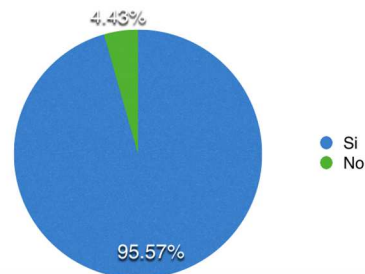
10) ¿Cómo le gustaría reservar una cancha sintética de Fútbol? (384 respuestas)



11) ¿Cree usted que la implementación de este servicio solucionaría el problema de la reservación de la cancha? (384 respuestas)



12) ¿Cree usted que la implementación de una aplicación (App) para realizar reservas generaría un mayor incremento de clientes? (384 respuestas)



ANEXO 4

FÓRMULA PARA CÁLCULO DE MUESTRA

$$n = \frac{N * \sigma^2 * z^2}{(N - 1)e^2 + \sigma^2 * z^2}$$

n= tamaño de la muestra

N= tamaño de la población (105.123)

z= coeficiente de confianza (1,95)

σ = Desviación estándar de la población, valor constante (50%)

e= margen de error (5%)

$$n = \frac{105,123 * 0,5^2 * 1,95^2}{(105,123 - 1)0,05^2 + 0,5^2 * 1,95^2}$$

$$n = 384$$

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Nosotros, **Edgar Bryan Escobar Quinde**, con C.C: #0951190164 y **Roberth Jaime Pineda Chérrez**, con C.C: #0923002448 autores del trabajo de titulación: **Implementación de herramientas de comercio electrónico para la reservación de canchas sintéticas de fútbol en la ciudad de Guayaquil** previo a la obtención del título de **Ingeniero en Comercio Electrónico** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaramos 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 titulación 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.- Autorizamos a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 14 de Marzo de 2017

f. _____

Nombre: **Edgar Bryan**

Escobar Quinde

C.C: **0951190164**

f. _____

Nombre: **Roberth Jaime**

Pineda Chérrez

C.C: **0923002448**



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Implementación de herramientas de comercio electrónico para la reservación de canchas sintéticas de fútbol en la ciudad de Guayaquil		
AUTORES	ESCOBAR QUINDE, EDGAR BRYAN PINEDA CHÉRREZ, ROBERTH JAIME		
REVISOR/TUTOR	TAFUR AVILÉS, GUILLERMO CÉSAR		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Especialidades Empresariales		
CARRERA:	Ingeniería en Comercio Electrónico		
TITULO OBTENIDO:	Ingeniero en Comercio Electrónico		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	14 de Marzo de 2017	No. DE PÁGINAS:	72
ÁREAS TEMÁTICAS:	Comercio electrónico, aplicación web para reservas online.		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Clientes de Fútbol; Reservas; Canchas sintéticas; Guayaquil / Soccer customers; Bookings; synthetic fields; Guayaquil.		

RESUMEN

Este proyecto de investigación busca determinar el grado de impacto en la implementación de una herramienta de comercio electrónico para las reservas de canchas sintéticas de fútbol en la ciudad de Guayaquil. Para ello, los autores realizaron entrevistas en profundidad con los propietarios de canchas sintéticas de fútbol en la ciudad de Guayaquil y también aplicaron encuestas a clientes de todos los extractos sociales.

Los instrumentos aplicados demostraron que, de hecho, es necesario que los propietarios y clientes adquieran una aplicación de las características mencionadas; Los propietarios mencionaron la importancia de tener un sistema para hacer reservas en línea. Mientras tanto, el 98% de los clientes dijeron que están muy interesados en suscribirse a una aplicación que mantiene sus horarios y puedan realizar una reserva en línea para ahorrar tiempo y evitar dificultades.

Después de analizar los resultados, se elaboró una propuesta junto con un prototipo funcional de la aplicación de reservas online, que fue diseñada de acuerdo a las necesidades y sugerencias de los propietarios de las canchas sintéticas de fútbol.

ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTORES:	Teléfono: +593-4-2125983 / 4-2939124	E-mail: roberthpineda2307@gmail.com edbry18@gmail.com
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::	Nombre: CRUZ LUZURIAGA, MARIA ISABEL	
	Teléfono: +593 04 2206950 ext 5028	
	E-mail: maria.cruz09@cu.ucsg.edu.ec	

SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA

Nº. DE REGISTRO (en base a datos):	
Nº. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):	