



**FACULTAD DE NEGOCIOS**

**TESIS**

**ESTUDIO DE MERCADO DE UNA CANCHA DEPORTIVA DE  
CÉSPED SINTÉTICO EN IQUITOS, AÑO 2022**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO  
EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**AUTORES: ROSANA DEL PILAR BARCO DÁVILA  
JEYSSON PIERRE PEIXOTO ORBE**

**ASESOR : LIC. ADM. MARCO ANTONIO REATEGUI MEZA, MGR.**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: PROSPECTIVA DE  
MERCADOS Y TERRITORIOS**

**IQUITOS – PERÚ**

**2023**

## DEDICATORIA

A mi familia, en especial a mi hija Annie.

***Pilar***

A mi madre Betty.

***Jeysson.***

## **AGRADECIMIENTO**

A mi compañero de vida, Jeysson; por su motivación constante en verme crecer profesionalmente día a día.

***Pilar***

A mi madre Betty, porque con su ejemplo de superación y constante dedicación, es mi modelo a seguir; que me motiva a avanzar en la vida.

***Jeysson.***

ACTA DE SUSTENTACIÓN

Con Resolución Decanal N° 036-2023-UCP-FAC.NEGOCIOS, del 1 de febrero de 2023, se autorizó la sustentación para el día miércoles 8 de febrero de 2023.

Siendo las 11.00 horas del día 8 de febrero de 2023 se constituyó de modo presencial el Jurado para escuchar la presentación y defensa de la Tesis ESTUDIO DE MERCADO DE UNA CANCHA DEPORTIVA DE CÉSPED SINTÉTICO EN IQUITOS, AÑO 2022.

Presentado por:

BARCO DÁVILA ROSANA DEL PILAR

Para optar el título profesional de Licenciado en Administración de Empresas

PEIXOTO ORBE JEYSSON PIERRE

Para optar el título profesional de Licenciado en Administración de Empresas

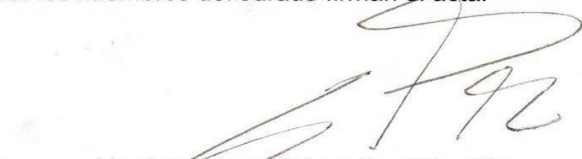
Asesor: Lic. Adm. Marco Antonio Reátegui Meza, Mgr.

Luego de escuchar la sustentación y formuladas las preguntas, el Jurado pasó a la deliberación en privado, llegando a la siguiente conclusión:

La sustentación es: APROBADO POR MAYORIA

A las 12.35 horas culminó el acto público.

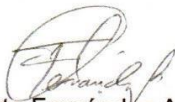
En fe de lo cual los miembros del Jurado firman el acta.



Lic. Adm. Jorge Pérez Santillán, Mgr.  
Presidente del jurado



Lic. Adm. Yvan Germán Yoplack Arana, Mgr..  
Miembro del Jurado



Lic. Est. Gilberto Fernández Arica, Mgr.  
Miembro del Jurado

**CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN  
DE LA UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL PERÚ - UCP**

El presidente del Comité de Ética de la Universidad Científica del Perú - UCP

Hace constar que:

La Tesis titulada:

**"ESTUDIO DE MERCADO DE UNA CANCHA DEPORTIVA DE CESPED  
SINTÉTICO EN IQUITOS, AÑO 2022"**

De los alumnos: **ROSANA DEL PILAR BARCO DÁVILA Y JEYSSON PIERRE  
PEIXOTO ORBE** de la Facultad de Negocios, pasó satisfactoriamente la  
revisión por el Software Antiplagio, con un porcentaje de **4% de plagio**.

Se expide la presente, a solicitud de la parte interesada para los fines que  
estime conveniente.

San Juan, 09 de noviembre del 2022.



Dr. César J. Ramal Asayag  
Presidente del Comité de Ética - UCP

CIRA/r/a  
471-2022

### Document Information

---

Analyzed document	UCP_2023_Administración_Tesis_BarcoPilaryPeixotoJeysson_V1.pdf (D147829288)
Submitted	2022-11-07 11:35:00
Submitted by	Comisión Antiplagio
Submitter email	revision.antiplagio@ucp.edu.pe
Similarity	4%
Analysis address	revision.antiplagio.ucp@analysis.arkund.com

### Sources included in the report

---

**SA** Plan de tesis-Jenner Alegre .pdf  
Document Plan de tesis .pdf (D1293598781)

 3

### Entire Document

---

FACULTAD DE NEGOCIOS TESIS ESTUDIO DE MERCADO DE UNA CANCHA DEPORTIVA DE CESPED SINTÉTICO DE IQUITOS, AÑO 2022 PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS AUTORES: ROSANA DEL PILAR BARCO DÁVILA JEYSSON PIERRE PEIXOTO ORBE ASESOR LIC. ADM. MARCO ANTONIO REATEGUI MEZA, MGR. LINEA DE INVESTIGACIÓN PROSPECTIVA DE MERCADOS Y TERRITORIOS IQUITOS PERÚ 2022.

A mi familia, en especial a mi hija Annie. Pilar A mi madre Betty Jeysson.

Agradecimiento A mi compañero de vida, Jeysson; por su motivación constante en verme crecer profesionalmente día a día. Pilar A mi madre Betty, porque con su ejemplo de superación y constante dedicación, es mi modelo a seguir, que me motiva a avanzar en la vida. Jeysson

ii Acta de sustentación

iii Constancia de Antiplagio

## ÍNDICE DE CONTENIDO

	Pág.
PORTADA	
DEDICATORIA .....	ii
AGRADECIMIENTO .....	iii
ACTA DE SUSTENTACIÓN .....	iv
CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD.....	v
ÍNDICE DE CONTENIDO .....	vi
ÍNDICE DE TABLAS .....	viii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	ix
RESUMEN.....	x
ABSTRACT.....	xi
<b>CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>01</b>
1.1. Antecedentes del estudio .....	01
1.2. Bases teóricas .....	03
1.2.1. Actividades deportivas .....	03
1.2.2. Normas para las canchas sintéticas para las diversas categorías de futbol.....	08
1.2.3. Estudio de mercado .....	08
1.3. Definición de términos básicos .....	11
<b>CAPÍTULO II: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....</b>	<b>13</b>
2.1. Descripción del problema .....	13
2.2. Formulación del problema .....	14
2.2.1. Problema general.....	14
2.2.2. Problemas específicos.....	14
2.3. Objetivos .....	14
2.3.1. Objetivo general.....	14
2.3.2. Objetivos específicos .....	14
2.4. Hipótesis.....	15
2.4.1. Hipótesis general .....	15

2.4.2. Hipótesis específicas .....	15
2.5. Variables .....	15
2.5.1. Identificación de las variables .....	15
2.5.2. Operacionalización de las variables .....	16
<b>CAPÍTULO III: METODOLOGÍA .....</b>	<b>17</b>
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	17
3.2. Población y muestra .....	17
3.3. Técnicas, instrumentos y procedimientos de recolección de datos... 18	
3.4. Procesamiento y análisis de datos.....	20
<b>CAPÍTULO IV: RESULTADOS .....</b>	<b>21</b>
4.1. Oferta del producto.....	21
4.2. Demanda del producto .....	32
<b>CAPÍTULO V: DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>38</b>
5.1. Discusión.....	38
5.2. Conclusiones.....	39
5.3. Recomendaciones.....	40
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>41</b>



## ÍNDICE DE TABLAS

<b>N°</b>	<b>TÍTULO</b>	<b>Pág.</b>
01	Operacionalización de variable	16
02	Canchas deportivas de césped sintético	21
03	Características de las canchas de césped sintéticos en Iquitos	31
04	Edad de los encuestados	32
05	Género de los encuestados	33
06	Frecuencia de asistencia	33
07	Con quien acude a las canchas deportivas	34
08	Horario de asistencia	34
09	Tiempo de permanencia en las canchas deportivas	35
10	¿Qué le gustaría encontrar en las canchas deportivas?	35
11	Conformidad con los servicios recibidos	36
12	¿Qué se debería mejorar?	36
13	¿Le gustaría más canchas deportivas?	37

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>N°</b>	<b>TÍTULO</b>	<b>Pág.</b>
01	Cancha deportiva con césped sintético	06
02	Medidas de canchas sintéticas	07
03	Clasificación de la investigación de mercados	10
04	Cancha deportiva Champions	22
05	Servicios adicionales de Champions	22
06	Cancha deportiva Maracaná Sport	23
07	Servicios adicionales de Maracaná Sport	24
08	Cancha deportiva F7	25
09	Servicios adicionales de F7	26
10	Cancha deportiva La Número 10	27
11	Estacionamiento de La Número 10	28
12	Servicios adicionales de La Número 10	28
13	Acceso a la cancha deportiva la número 5	29
14	Instalaciones de La Número 5	30

## RESUMEN

Estudio de mercado de una cancha deportiva de césped sintético en  
Iquitos, año 2022

Rosana del Pilar Barco Dávila  
Jeysson Pierre Peixoto Orbe

La investigación tuvo como objetivo determinar la oferta y la demanda en el negocio de las canchas deportivas. La metodología fue de diseño descriptiva, transversal y no experimental. La población y muestra estuvo conformada por 384 usuarios, a quienes aplicó encuesta, en 5 de estas canchas deportivas, localizadas en diversos sectores de la ciudad.

Se concluye que, existen 19 canchas en la ciudad, de las cuales 5 canchas cumplen con las normas establecidas; además, cuentan con servicios adicionales, restaurante, bar, estacionamiento, duchas, vestuarioy otros, con horario de atención 7 am hasta la medianoche, incluyendo sábados y domingos. El precio del alquiler por cancha es 80 soles en todos los establecimientos, no existe promoción ni rebajas, conocidas como tarifa plana.

Existe alta demanda en el negocio, el 49% de los usuarios, prefieren acudir a estos lugares por las noches; el 36.7% prefiere acudir los fines de semana por las mañanas, por los compromisos laborales. El 87.7% sostiene que está conforme con los servicios, y el 40.4% que se debería reducir los precios del alquiler, debido a que consideran que 80 soles es elevado.

**Palabras claves:** estudio de mercado, canchas deportivas, Iquitos, deporte

## **ABSTRACT**

Market study of a synthetic grass sports court in Iquitos, year  
2022

Rosana del Pilar Barco-Dávila  
Jeysson Pierre Peixoto-Orbe

The objective of the investigation was to determine the supply and demand in the business of sports fields. The methodology was descriptive, cross-sectional and non-experimental design. The population and sample consisted of 384 users, to whom a survey was applied in 5 of these sports fields located in various sectors of the city.

It is concluded that there are 19 courts in the city, of which 5 courts meet the established standards; In addition, they have additional services, restaurant, bar, parking, showers, changing room and others, with opening hours from 7 am to midnight, including Saturdays and Sundays. The rental price per field is 80 soles in all establishments, there are no promotions or discounts, known as flat rates.

There is high demand in the business, 49% of users prefer to go to these places at night; 36.7% prefer to go on weekends in the morning, due to work commitments. 87.7% maintain that they are satisfied with the services, and 40.4% that the rental prices should be reduced, because they consider that 80 soles is high.

Keywords: market study, sports fields, Iquitos, sport.

## CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

### 1.1. Antecedentes del estudio.

Se presentan a continuación artículos académicos que abordan la temática tratada en el presente estudio, cada uno desde su perspectiva particular.

Herrera Concha (2012), en su investigación *Estudio defactibilidad para la creación de una cancha sintética de fútbol techada, en la ciudad de La Unión, región De Los Ríos*, tuvo como objetivo determinar la factibilidad de la instalación y administración de una cancha, las condiciones del mercado, las condiciones legales, procesos de gestión y estructura organizacional, lo cual garantizarán la sostenibilidad del proyecto en el largo plazo.

La investigación fue descriptiva; su población comprende a los usuarios, y muestra 18 de ellos, a quienes aplicó encuesta.

Concluye que, el nivel de aceptación del servicio a ofrecer es alto, por lo tanto, existe un mercado potencial importante para el negocio. Los viernes, sábado y domingo, son días con mayor probabilidad de que se practique este deporte, de esto se puede deducir que las jornadas laborales y educacionales, representan las primeras barreras para que pueda ser practicado durante la semana.

Jiménez García, Palacios Parrales y Villamar García (2010), en su investigación *Proyecto de factibilidad de la creación de una cancha sintética de fútbol en la ciudadela Abel Gibert en Durán*, tuvo como objetivo analizar la comercialización del servicio de alquiler de una cancha sintética y el nivel de aceptación.

La investigación fue descriptiva; con población formada por 44,529 hombres, quienes practican fútbol, entre las edades de 15 a 55 años, y muestra 13,248 de ellos, a quienes aplicó encuesta.

Concluyen que, la ubicación es estratégica debido a que el lugar es conocido y existen pocas canchas de este material. También, el deporte ayuda a mejorar la salud mental y física. Además, prevenir problemas de índole social induciendo a los jóvenes a no involucrarse con pandillas. También el nivel de aceptación de los habitantes de jugar en cancha de césped sintético debido a los diferentes beneficios y a la satisfacción que les representa este deporte.

Hoyos Casas (2018), en su investigación *Cancha de fútbol en césped artificial*, tuvo como objetivo determinar la factibilidad de la instalación y administración de una cancha.

La investigación fue descriptiva; con población formada por hombres entre 18 a 40 años quienes viven y trabajan en diferentes distritos de Lima, y muestra 104 de ellos, a quienes aplicó la encuesta.

Concluye que, este proyecto da una oportunidad, debido a la poca competencia que hay en la zona y la gran demanda de las personas que practican el deporte. Así mismo, contribuiría con la sociedad para bajar el índice de personas sedentarias, mejorar la salud física, mental y su círculo social. También, celebrar convenios o contratos de instituciones o clubes que vengán a practicar su deporte, realizar torneos, donde habrá fluencia de personas que conozcan la empresa.

Alarcón Lazo y Montalván Cueto (2015), en su investigación *Plan de negocios para la creación de un complejo deportivo en el distrito de Sachaca, Arequipa 2015*, tuvo como objetivo desarrollar un plan de negocio de un complejo deportivo.

La investigación fue descriptiva; con población formada por 14,764 hombres, entre las edades 18 a 65 años del distrito de Sachaca, y muestra 374 de ellos, a quienes aplicó encuesta.

Concluyen que, actualmente en el mercado no se encuentra un servicio como este con elementos innovadores y que estén enfocados a la calidad, además se considera que son muy difíciles de imitar. También la estrategia de diferenciación ayudara a capturar gran variedad de clientes haciéndoles sentir que siempre saldrán satisfechos y con una buena experiencia. Y por último las características únicas del servicio, la localización y distribución y el trato al cliente son muy importantes para el éxito del negocio.

## **1.2. Bases teóricas**

### **1.2.1. Actividades deportivas**

El deporte ejerce influencia importante en la sociedad, sustentando valoración económica y comercialización, asociado a su creciente socialización y ayudado por los avances tecnológicos en información, comunicación y transporte. El fútbol, se rige como la disciplina con más adeptos y, con determinadas condiciones, un negocio casi seguro (Arévalo, 1999).

En el Perú las primeras manifestaciones se remontan a la época preincaica y el incanato. Esta práctica se transformó con la llegada de los españoles, quienes implantaron manifestaciones deportivas traídas desde Europa. Además, la ideología de la educación física y la práctica del deporte.

La legislación deportiva de los últimos decenios, ha reflejado los ideales de los gobernantes respecto al deporte en tanto medio educativo y de salud, cauce del tiempo libre, etc. orientado a masificar su práctica buscando forjar un país con una población sana y fuerte en valores morales, con una elite de deportistas calificados que lo prestigie internacionalmente, etc. (Arévalo, 1999).

Los orígenes de la práctica del fútbol en el Perú se remontan a las últimas décadas del siglo XIX. Fueron estos inmigrantes extranjeros los que fundaron los primeros clubes de fútbol tales como el Lima Cricket. Luego el deporte se fue popularizando y los propios peruanos fundaron su club, el Unión Cricket. Era común que estos dos equipos se enfrentaran en lo que se vivía como una verdadera competencia entre peruanos contra ingleses (Pahuacho, 2018).

El historiador Gerardo Álvarez (2001), afirma que con la llegada del nuevo siglo se van fundando nuevos clubes y la competencia deportiva fue creciendo en nuestro país. El Estado, a través de las escuelas y los municipios, jugó un papel fundamental en esa propagación, pues se consideraba que este deporte cultivaba los ideales modernos y de culto a la preparación física, influencia del positivismo de aquellos años.

Pahuacho (2018), en su investigación sostiene que:

La primera selección nacional peruana recién se conforma para disputar el Campeonato Sudamericano de Selecciones en 1927. Antes, países como Argentina, Uruguay o Chile nos habían tomado la delantera, afiliándose a instituciones que hasta la fecha perduran como la FIFA o la Confederación Sudamericana de Fútbol (Conmebol). Perú sólo le ganó a Bolivia en aquella oportunidad, lo que significó su primer triunfo oficial a nivel de selecciones en el torneo que se disputó en Lima. Conforme la práctica del fútbol se iba difundiendo en territorio peruano, su selección iba ingresando al



ámbito de la competencia internacional participando, aunque no con mucha fortuna, en los Campeonatos Sudamericanos de 1929 y 1935, la Copa del Mundo de 1930 y los Juegos Olímpicos de Berlín en 1936.

Álvarez Escalona (2001), en su investigación afirma:

El fútbol, junto al cine, la radio y la televisión, son los eventos de masas más importantes surgidos en el siglo XX. Pero a diferencia de ellos (en especial de la televisión), el fútbol no ha recibido el mismo interés desde los estudios sociales, pese a que resulta particularmente llamativa su aceptación en casi todo el globo. En casi todos los países donde se ha alojado se ha convertido en el deporte más importante e incluso es llamado el deporte nacional. Ha creado identidades y expresiones tan propias y únicas a cada país como las rivalidades entre clubes (clásicos enfrentamientos que expresan rivalidades locales, étnicas, políticas, económicas, culturales, regionales, etc.) o los sitios de juego.

### **Cancha deportiva de césped sintético**

Es una superficie de césped compuesto en su totalidad de materiales sintéticos, haciendo del deporte al que fuese destinado (golf, fútbol, indoor fútbol, tenis, etc.), más placentero y con menos riesgo de contraer lesiones graves como sucede en el césped natural, además permite a las personas estrechar sus lazos de amistad, salir de la rutina diaria, mantenerse en forma, o simplemente conocer nuevas personas (Cáceres y Cortéz, 2010).

Las canchas sintéticas son conocidas desde hace tiempo atrás, y que precisamente desde sus inicios fue desarrollado para superar limitaciones que se presentan en el uso del césped natural, brindando así ventajas (Cáceres y Cortez, 2010). Se detallan algunas ventajas y limitaciones que normalmente se presentan:

### **Limitaciones del césped natural**

- a) Condiciones climatológicas extremas (altas y bajas temperaturas).
- b) Tiempo de uso limitado debido al mantenimiento.

### **Ventajas del césped sintético**

- a) Resistencia a difíciles condiciones climáticas
- b) Ideal para todo tipo de infraestructura
- c) Bajo costos de mantenimiento.
- d) Prolongadas horas de uso
- e) Multiusos (práctica y entrenamiento de diferentes deportes, eventos de concurrencia masiva)
- f) Alta durabilidad

### **Desventajas del césped sintético**

- a) Costo elevado del material principal que es el césped artificial
- b) Falsas especulaciones sobre las consecuencias negativas, como el cáncer, debido al contacto con el césped artificial.
- c) Eventual elevación del precio.

**Figura N° 01**

### **Cancha deportiva con césped sintético**



Fuente: tomado de [www.aportealaingcivil.blogspot.com](http://www.aportealaingcivil.blogspot.com)

## Dimensiones del terreno de juego

La dimensión del terreno de juego varía dependiendo de la capacidad monetaria y del terreno con el que cuenta el inversionista, por tal motivo la cancha sintética tiene dimensiones variables, aunque a menudo similares a las de otros deportes como el fútbol sala suele ser un rectángulo de 40 metros de largo por 20 metros de ancho, dando un total de 800 metros cuadrados de terreno de juego. Los límites del terreno de juego están formados por muros construidos de malla de cerramiento de altura aproximada de 2.5 metros, adicional a esto se coloca malla de pescador de una altura media de 5 metros, quedando el cerramiento de 7.5 metros de alto (Cáceres, 2010).

También existen otras medidas como las de fútbol 5, fútbol 6 y fútbol 7, cuyas medidas fluctúan entre los 500 y 1,000 m<sup>2</sup> (Fig. 02).

**Figura N° 02**  
**Medidas de canchas sintéticas para fútbolo**



Fuente: tomado de [www.lidergrassperu.com](http://www.lidergrassperu.com)

### **1.2.2. Normas para las canchas sintéticas para las diversas categorías de fútbol.**

Según las reglas de la FIFA, la cancha de fútbol es rectangular y que la longitud de la línea de banda debe ser superior a la de la línea de fondo. El reglamento oficial también recoge que la cancha contiene dos arcos, una pelota y la finalidad del juego es hacer un gol. Estas normas de fútbol son indiscutibles y se aplican a todas sus modalidades.

Sin embargo, otras reglas, como por ejemplo las medidas de la cancha de fútbol o el número de jugadores, varían según la disciplina. Actualmente FIFA solamente establece dimensiones oficiales para fútbol 11 y fútbol 5, también conocido como fútbol sala. Con respecto a fútbol 6, 7, 8, 9 FIFA no indica unas medidas reglamentarias. En consecuencia, este tipo de canchas se construye con medidas proporcionales que permitan un juego cómodo para los jugadores.

Además, FIFA señala que los equipos pueden optar a un rango de metros dentro de las medidas oficiales. Por lo tanto, no hay una sola medida reglamentaria para todos los clubes. A sí mismo, hay dimensiones para duelos locales y otras para los partidos de fútbol internacionales.

### **1.2.3. Estudio de mercado**

La American Marketing Association propone la siguiente definición formal de la investigación de mercados:

La investigación de mercados es la función que conecta al consumidor, al cliente y al público con el vendedor mediante la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y los problemas del marketing; para generar, perfeccionar y evaluar las acciones de marketing; para monitorear el desempeño del marketing y mejorar su comprensión como un proceso.

La investigación de mercados especifica la información que se requiere para analizar esos temas, diseña las técnicas para recabar la información, dirige y aplica el proceso de recopilación de datos, analiza los resultados, y comunica los hallazgos y sus implicaciones(Malhotra, 2008).

La investigación de mercados es la identificación, recopilación, análisis, difusión y uso sistemático y objetivo de la información con el propósito de mejorar la toma de decisiones relacionadas con la identificación y solución de problemas y oportunidades de marketing.

### **Clasificación de la investigación de mercados**

De acuerdo con Naresh Malhotra, la investigación de mercados se divide en dos categorías:

- a) Investigación para la identificación del problema
- b) Investigación para la solución del problema

El primero se lleva a cabo para identificar problemas que quizá no sean evidentes a primera vista, pero que existen o es probable que existan. Una vez que se ha identificado el problema u oportunidad se realiza la investigación para la solución del problema.

**Figura N° 03**

### **Clasificación de la investigación de mercados**



Fuente: Malhotra, N (2008), *Investigación de mercados*.

### **Diversas etapas de un estudio de mercado**

Conforme a algunos alcances efectuados, INDECOPI (2016), ha identificado las siguientes etapas al momento de efectuar un estudio de mercado:

a) Definir el alcance del producto

El primer paso antes de iniciar un estudio es definir el alcance del proyecto. Esto implica:

1. Identificar los límites geográficos y de producto del mercado (o mercados) a estudiar.
2. Destacar la naturaleza del problema que se sospecha pueda estar impidiendo que el mercado funcione eficientemente.
3. Especificar las características del mercado y el problema en el que se centrará la atención. El alcance del proyecto servirá de guía para el equipo.

b) Seleccionar el equipo que trabajará en el estudio

La selección del equipo que realizará el estudio es un paso de suma importancia, al hacerlo, se asegura de que los recursos necesarios se identifiquen y se comprometan al proyecto. La capacidad y habilidades del equipo dependerán de la

naturaleza y dimensión del mercado a estudiar, así como de la complejidad de los problemas a los que se puedan enfrentar.

c) Producir un plan de proyecto y un calendario con objetivos claves Se desarrollará un plan de proyecto que establecerá el tiempo necesario para realizar todas las etapas del estudio de conformidad con los recursos disponibles y la complejidad de los problemas, e identificará los objetivos clave y un calendario para su cumplimiento.

d) Identificar a los interesados y plantear una estrategia para involucrarlos en el estudio.

Identificará a todos los interesados en el mercado. Estos pueden incluir: productores activos en el mercado, así como sus proveedores, consumidores (ya sean empresas, individuos u organismos públicos), asociaciones comerciales, organizaciones de consumidores, reguladores económicos (INDECOPI, 2016).

### **1.3. Definición de términos básicos.**

**a) Oferta:**

En economía, oferta se define como todos los bienes y servicios disponibles en el mercado que los socios comerciales pueden adquirir a cambio de dinero, bienes materiales u otros servicios. A menudo, lo primero que se nos viene a la cabeza son los bienes de consumo (como los que nos solemos encontrar en los comercios), pero el término se usa en un sentido mucho más amplio y también se aplica a la mano de obra, el tráfico de bienes, divisas, materias primas, etc. (lonos, 2019)

**b) Demanda:**

La demanda es el término complementario de la oferta. Designa la necesidad real de determinados bienes o servicios que tienen potenciales socios comerciales como empresas u hogares particulares (Ionos, 2019).



## **CAPÍTULO II: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **2.1. Descripción del problema.**

El fútbol es un deporte cuyos orígenes data de hace muchos años atrás. Hay algunos que lo consideran como el deporte más popular del mundo, dado a su numerosa fanaticada a nivel mundial, lo que la ha sellado con el eslogan de “el deporte rey”.

Diversos clubes del mundo gastan millonarias sumas para contratar a los mejores futbolistas, siendo la liga europea una de las que más gasta en contrataciones, inclusive hay planillas como la del Paris Saint Germain que el costo total de sus jugadores bordea lo 1,000 millones de euros.

El Perú si bien está a mucha distancia de esas contrataciones millonarias, también es un país con fuerte arraigo futbolístico. Los últimos acontecimientos deportivos de la selección peruana de fútbolhan hecho revivir la pasión por el deporte más popular del país.

Por muchos lugares a nivel nacional han inaugurado losas deportivas donde personas de ambos sexos y de todas las edades seconstituyen para practicar el deporte de su preferencia, siendo el fútbol el más popular.

Una buena alternativa para practicar fútbol son las canchas deportivas de césped sintético, que en la actualidad son las preferidasde los amantes de este deporte. En Iquitos, existen algunos lugares donde al finalizar la tarde se llenan con una concurrencia ávida por practicar fútbol y tener momentos de sano esparcimiento entre amigos y familiares. Esta investigación hará un estudio de mercado que midala preferencia de los stakeholders a través de la oferta y demanda y dé respuesta a los objetivos planteados.

## **2.2. Formulación del problema.**

### **2.2.1. Problema general.**

¿Cómo es el mercado del negocio de las canchas deportivas de césped sintético en Iquitos, año 2022?

### **2.2.2. Problemas específicos.**

¿Cómo es la oferta en el negocio de las canchas deportivas de césped sintético en Iquitos, año 2022?

¿Cómo es la demanda en el negocio de las canchas deportivas de césped sintético en Iquitos, año 2022?

## **2.3. Objetivos.**

### **2.3.1. Objetivo general.**

Determinar el mercado del negocio de las canchas deportivas de césped sintético en Iquitos, año 2022.

### **2.3.2. Objetivos específicos.**

- a) Determinar la oferta en el negocio de las canchas deportivas de césped sintético en Iquitos, año 2022.
- b) Determinar la demanda en el negocio de las canchas deportivas de césped sintético en Iquitos, año 2022.

## **2.4. Hipótesis**

### **2.4.1. Hipótesis general.**

Se observa buen mercado del negocio de las canchas deportivas de césped sintético en Iquitos, año 2022.

### **2.4.2. Hipótesis específicas.**

Se observa alta oferta en el negocio de las canchas deportivas de césped sintético en Iquitos, año 2022.

Se observa alta demanda en el negocio de las canchas deportivas de césped sintético en Iquitos, año 2022.

### **2.5.1. Variables.**

#### **2.5.1. Identificación de las variables.**

- Estudio de mercado

## 2.5.2. Operacionalización de las variables.

Tabla N° 01

### Operacionalización de variable potencialidad económica

Variable	Indicador	índice
Estudio de mercado	1. Oferta	1.1 Localización
		1.2 Infraestructura
		1.3 Servicios adicionales
		1.4 Precios
		1.5 Horario
	2. Demanda	2.1 Necesidad que satisface
		2.2 Frecuencia de uso
		2.3 Opinión de uso
		2.5 Servicios adicionales

Fuente: elaboración propia

## CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

### 3.1. Tipo y diseño de investigación.

La investigación fue de diseño descriptivo y no experimental, toda vez que no se efectuó ninguna acción comparativa luego de obtener los resultados.

Es un estudio transversal, ya que la aplicación del instrumento, así como la recolección de datos observables se realizaron en un solomomento, no efectuándose en varias etapas.

### 3.2. Población y muestra.

Para el presente estudio se determinó realizar las siguientes características de inclusión:

Elemento : estudio de mercado

Alcance : clientes de las canchas deportivas de césped sintético.

Unidad de muestreo : 384 clientes de las canchas deportivas de césped sintético.

Unidad de análisis : cuestionario de respuestas.

Tiempo : entre el 15 de junio al 15 de julio del 2022.

Formula de población infinita:

$$n = \frac{Z^2 P \cdot Q}{E^2}$$

Donde:

Z= Nivel de confianza .95%

P= variabilidad positiva

Q= variabilidad negativa

E= precisión o error 5%  
n= muestra

Hallando la muestra

Parámetro	Insertar valor
Z	1.96
P	0.5
Q	0.5
E	0.05

$$1.96^2 * 0.5 * 0.5.$$

$$n= 0.052$$

Tamaño de la muestra

$$n = 384 \text{ personas}$$

La muestra representativa de la investigación en cuanto a clientes fue de 384, quienes se seleccionaron al acudir a las canchas de césped sintético.

La muestra para la selección de las canchas deportivas fue no probabilística, por cuanto la población es pequeña y se utilizó el criterio intencional para seleccionar a los integrantes a la muestra.

### **3.3. Técnicas, instrumentos y procedimientos de recolección de datos.**

Las técnicas que se utilizaron para el recojo de información en la presente investigación fueron la hoja de observación y la encuesta, las mismas que se aplicaron a los clientes concurrentes a estos locales deportivos.

El instrumento fue un cuestionario de 09 preguntas, que se aplicó a las personas seleccionadas, la cual dio respuesta a los objetivos del presente trabajo, fue sometido a la prueba de validación de expertos y el análisis de confiabilidad de constructo, el mismo cuyo resultado fue de 0.793; lo que demuestra alta consistencia interna de la prueba.

<u>Alfa de Cronbach N de elementos</u>	
.793	09

La recolección de datos se efectuó solicitando la autorización al administrador de las canchas deportivas de césped sintético seleccionados, seguidamente, se procedió a realizar la encuesta a los clientes voluntarios que se ofrecieron a participar en el estudio.

Para la aplicación de la encuesta se construyeron las preguntas que cumplan con esclarecer los objetivos de la investigación.

Además, se realizaron las siguientes acciones:

- a) Se coordinó con el administrador del local, para obtener su autorización, y proceder a la aplicación de la encuesta.
- b) Se brindaron instrucciones explicándoles el motivo de realizar la presente investigación.
- c) Por último, se aplicó la encuesta.

### **3.4. Procesamiento y análisis de datos.**

El resultado obtenido a través de la aplicación del instrumento y las hojas de observación, fueron sometidos a un análisis, las mismas que sirvieron para dar respuesta a los objetivos planteados, tanto de la oferta como de la demanda.

Los datos estadísticos fueron sometidos al software estadístico SPSS en su versión 28, el mismo que sirvió para obtener frecuencias del estudio descriptivo seleccionado.



## CAPÍTULO IV: RESULTADOS

### 4.1. Oferta del producto.

En la presente investigación para dar respuesta a los objetivos planteados, se visitaron las instalaciones de 5 canchas deportivas de césped sintético de diversos puntos de la ciudad, así se tiene:

**Tabla N° 02**  
**Canchas deportivas de césped sintético**

	<b>Nombre</b>	<b>Ubicación</b>
1	Cancha sintética Champion	Av 28 de julio Punchana
2	Cancha sintética Maracaná	Calle 15 de Junio /Trujillo Versalles
3	Cancha sintética F7 Morona cocha	Calle Gonzáles Vigil Iquitos
4	Cancha sintética La número 10	Calle Leticia/Palmera Iquitos
5	Cancha sintética La número 5	Calle Cauper/Trujillo

Fuente: elaboración propia

Se visitaron cada uno de los locales seleccionados y en ella se pudieron constatar que a la par del servicio de cancha deportiva con césped sintético que ofrecen, también brindan los siguientes:

- a) Quiosco
- b) Comidas
- c) Bebidas
- d) Baños con vestuario y duchas
- e) Estacionamiento privado
- f) Música

## Localización e infraestructura

Los locales se encuentran ubicados en lugares con amplia viabilidad vehicular, de tal manera que es accesible a los diversos clientes que acuden a las canchas deportivas:

### a) Cancha deportiva Champions

Se encuentra ubicado en la Av. 28 de Julio del distrito de Punchana, local con amplia zona para estacionar vehículos motorizados.

**Figura N° 04**

**Cancha deportiva Champions**



Fuente: los autores.

Cuenta además como servicios adicionales con: vestuario, baños con duchas, restaurante y bar; lo cual hace la preferida por muchos clientes practicantes de fútbol.

**Figura N° 05**

**Servicios adicionales de Champions**



Fuente: los autores

## PRECIO

Los precios del alquiler de las canchas sintéticas son de 80 soles por hora, que es similar en todas las canchas que se dedican a este negocio; por lo que las diferencias que se destacan al momento de elegir una para la práctica de fútbol es en la infraestructura del local y los servicios adicionales que brinda.

## HORARIO

El horario de atención es desde las 7 am como hora de apertura, hasta las 12 de la medianoche como hora de cierre, en horario corrido; lo que equivale a 17 horas continuas de atención al público.

**b) Cancha deportiva Maracaná**

Se encuentra ubicado en la esquina de las calles 15 de junio con Trujillo en el asentamiento humano Versalles del distrito de Punchana.

**Figura N° 06**

**Cancha deportiva Maracaná Sport**



Fuente: los autores

Posee un amplio estacionamiento para vehículos, lo que permite brindar comodidad a sus usuarios al momento de encontrarse en el lugar; también posee servicio de vigilancia.

Entre los servicios adicionales que brindan se tienen:

- a) Vestuario
- b) Duchas
- c) Restaurante
- d) Quiosco
- e) Bar

## Figura N° 07

### Servicios adicionales de Maracaná Sport



Fuente: los autores

#### PRECIO

El alquiler por hora de uso en la cancha sintética es de 80 soles, pudiendo realizar reserva de juego con 24 horas de anticipación.

#### HORARIO

El horario de atención es corrido desde las 7 am hasta la medianoche, incluyendo el restaurante; sin embargo, este tiene un horario diferente, su atención va desde las 9 am hasta las 11 pm.

**c) Cancha deportiva F7**

Se encuentra ubicada en la calle Gonzáles Vigil de la zona de Morona Cocha en el distrito de Iquitos.

**Figura N° 08**  
**Cancha deportiva F7**



Fuente: los autores

Posee un amplio estacionamiento para vehículos, con vigilancia incluido lo que permite brindar comodidad a sus clientes mientras se encuentran en sus instalaciones.

Entre los servicios adicionales que brindan se tiene:

- a) Vestuario
- b) Duchas
- c) Restaurante
- d) Bar

**Figura N° 09**  
**Servicios adicionales de F7**



Fuente: los autores

**PRECIO**

El alquiler por hora de uso en la cancha sintética es de 80 soles, pudiendo realizar reserva de juego con 24 horas de anticipación.

**HORARIO**

El horario de atención es corrido desde las 7 am hasta la medianoche, incluyendo el restaurante; sin embargo, este tiene un horario diferente, su atención va desde las 8 am hasta las 11 pm.

**d) Cancha deportiva La Número 10**

Este local se encuentra ubicado en la esquina de las calles Leticia con Las Palmeras, cerca de la Plaza Bolognesi, en el distrito de Iquitos.

Tiene amplio espacio para el estacionamiento vehicular, tanto en la parte externa como al interior del establecimiento.

**Figura N° 10**  
**Cancha deportiva La Número 10**



Fuente: los autores

Entre los servicios adicionales que brindan se tienen:

- a) Vestuario
- b) Duchas
- c) Bar
- d) Restaurante



**Figura N° 11**  
**Estacionamiento de La Número 10**



Fuente: los autores

**Figura N° 12**  
**Servicios adicionales de La Número 10**



Fuente: vista propia de los autores

El alquiler por hora de uso en la cancha sintética es de 80 soles, el horario de atención es desde las 7 am hasta las 11 pm, de manera corrida.

**e) Cancha deportiva La número 5**

Se encuentra ubicado en la esquina de la calle Navarro Cauper con Trujillo en el distrito de Punchana.

Posee estacionamiento en el interior de sus instalaciones, con espacios reducidos para muchos vehículos motorizados, sobre todo de automóviles.

**Figura N° 13**

**Acceso a la cancha deportiva la número 5**



Fuente: los autores

Entre los servicios adicionales que brindan se tiene:

- a) vestuario
- b) duchas
- c) bar

El precio del alquiler de la cancha es de 80 soles por hora; encontrándose abierto desde las 7 am hasta la medianoche.

**Figura N° 14**  
**Instalaciones de La Número 5**



Fuente: los autores

En lo que se refiere a las promociones en el negocio del alquiler de canchas deportivas con césped sintético es nulo, no existiendo este sistema como forma de fidelización del cliente. Solo se limitan al alquiler de los espacios de manera plana, no existiendo descuentos por tratarse de eventos corporativos.

**Tabla N° 03**

**Características de las canchas de césped sintéticos en Iquitos**

	Nombre	a	b	c	d	e	f
1	Champion	x	x	x	x	x	x
2	Maracaná	x	x	x	x	x	x
3	F7	x	x	x	x	x	x
4	La número 10	x		x	x	x	x
5	La número 5	x		x	x	x	
6	Qatar Sport	x		x	x	x	
7	Anaconda	x	x	x	x	x	x
8	Pie Grande	x	x	x	x	x	x
9	Don Pepe	x	x	x	x	x	x
10	Netrimac	x	x	x	x	x	
11	Cavalli Club	x	x	x	x	x	
12	Corner	x	x	x	x	x	x
13	Golden Arena	x	x	x	x	x	
14	Consortio Padres Agustinos	x		x	x	x	
15	El centenario	x		x	x		
16	Club Tenis	x	x	x	x	x	x
17	Rosa Panduro				x		
18	Colegio de Contadores	x	x	x	x	x	x
19	Cancha Sintética Pardo	x	x	x	x	x	x

Fuente: los autores

**Leyenda**

- |            |                           |                    |
|------------|---------------------------|--------------------|
| a) Quiosco | c) Bebidas                | e) Estacionamiento |
| b) Comida  | d) Baños con<br>vestuario | f) Música          |

#### 4.2. Demanda del producto.

Se acudió a las diferentes canchas deportivas que tienen césped sintético con la finalidad de dar respuesta a los objetivos planteados, obteniéndose el siguiente resultado:

Se tiene que el 38% de los presentes en estas canchas deportivas son personas entre los 26 y 35 años de edad, seguido muy de cerca de personas entre los 36 y 45 años (36.7%); lo que indica que básicamente es un público relativamente joven quienes gustan del disfrute de estos lugares de esparcimiento.

Con un porcentaje menor se encuentran el público entre los 18 y 25 años (9.6%) y las personas mayores a los 46 años con el 15.6%(Tabla N° 04).

**Tabla N° 04**  
**Edad de los encuestados**

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
18-25 años	37	9.6
26-35 años	146	38.0
36-45 años	60	36.7
más de 45		15.6
Total	384	100.0

Fuente: encuesta

Respecto al género de los encuestados y por lo general son los que acuden a las canchas deportivas, se obtuvo que el 90.1% son varones y el 9.9% mujeres; que en su mayoría acuden acompañando a sus familiares o amigos, quienes en su mayoría hacen la función de espectador.

**Tabla N° 05**  
**Género de los encuestados**

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Hombre	346	90.1
Mujeres	38	9.9
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100.0</b>

Fuente: encuesta

Seguidamente, se les consultó la frecuencia con la que asisten a las canchas deportivas, el 43.5% sostuvo que lo hacen algunos días de la semana, seguido muy de cerca de los que lo hacen los fines de semana (41.1%), que sugiere una tendencia a ser concurrentes asiduos a estos lugares en su mayoría. Hubo un 15.4% que indicó que acuden de vez en cuando; que en realidad es el público en minoría de los que se encontraban en el lugar (Tabla N° 05).

**Tabla N° 06**  
**Frecuencia de asistencia**

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Los fines de semana	158	41.1
Algunos días de la semana	167	43.5
De vez en cuando	59	15.4
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100.0</b>

Fuente: encuesta

Al consultárseles acerca de con quien acostumbran a acudir a las canchas deportivas, el 43% sostuvo que lo hacen solo y con compañeros de trabajo; existiendo un 57% que lo hacen con amigos, siendo este el grupo mayoritario.

Se evidencia que muy pocos son los que acuden solo a estos lugares (4.2%), siendo este una forma bastante interesante de encontrarse y compartir entre amigos (incluye pareja o algún familiar) y compañeros de trabajo.

**Tabla N° 07**

**Con quien acude a las canchas deportivas**

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Solo	16	4.2
Compañeros de trabajo	149	38.8
Con amigos	219	57.0
Total	384	100.0

Fuente: encuesta

Por lo general, las personas que acuden a estos lugares, que en su mayoría son personas que trabajan lo hacen por las noches, corroborado en la encuesta con un 38.8% quienes indicaron esta respuesta, seguido por un 36.7% quienes sostuvieron que lo hacen por las mañanas, haciendo referencia que las personas que marcaron esta respuesta acuden a las canchas deportivas los fines de semana, razón que también trabajan (Tabla N° 08).

**Tabla N° 08**

**Horario de asistencia**

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Mañana	141	36.7
Tarde	55	14.3
Noche	188	49.0
Total	384	100.0

Fuente: encuesta

Uno de los aspectos importantes de la actividad deportiva del futbol, es realizar practica de un deporte, a la par de compartir con los familiares y amigos que los acompañan; esto se ve corroborado con la respuesta que dieron al consultárseles que tiempo permanecen en las canchas deportivas, el 45.6% indicó que después de jugar comparte con sus amigos, incluso existe un 28.9% que manifestaron que se quedan varias horas.

**Tabla N° 09**

**Tiempo de permanencia en las canchas deportivas**

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
- El tiempo de un juego de fútbol	27	7.0
- El tiempo que sea necesario	71	18.5
- Juego y luego comparto con amigos	175	45.6
- Varias horas	111	28.9
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100.0</b>

Fuente: encuesta

Se les preguntó sobre lo que les gustaría encontrar cada vez que acuden a una cancha deportiva; el 57.8% indicó que debería haber un kiosko, lugar donde puedan conseguir una bebida que apalanche el desgaste físico después de la práctica de deporte (agua, bebidas energizantes, etc), otros, sostuvieron que les gustaría encontrar un bar; en ese sentido, va dirigido más al compartir entre amigos terminado el juego (Tabla N° 10).

**Tabla N° 10**

**Que le gustaría encontrar en las canchas deportivas**

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Restaurante	50	13.0
Bar	112	29.2
Quiosco	222	57.8
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100.0</b>

Fuente: encuesta

Al preguntar sobre si están conforme con los servicios que reciben en la actualidad de las diversas canchas deportivas con césped sintético que existen en la ciudad; el 87.8% manifestó que, si está conforme, frente al 12.2% que no lo está y que hay cosas que se deben mejorar.



**Tabla N° 11**

**Conformidad con los servicios recibidos**

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	337	87.8
No	47	12.2
Total	384	100.0

Fuente: encuesta

A la pregunta de, que les gustaría mejorar en las canchas deportivas de césped sintético; el 40.4% manifestó que debería haber una revisión en los precios (S/ 80 soles por hora de alquiler de una cancha), toda vez que lo consideran elevado, otro aspecto que resaltaron que no existe promociones (23.2% lo sostuvieron), no existe ninguna diferencia por si alquilas el local por una hora o varias durante el día o si se trata de un evento corporativo (Tabla N° 12).

**Tabla N° 12**

**Que se debería mejorar**

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Instalaciones	59	15.4
Servicios adicionales	81	21.1
Precios	155	40.4
Promociones	89	23.2
Total	384	100.0

Fuente: la encuesta

Al consultar si les gustaría que exista en la ciudad más canchas deportivas con césped sintético; el 100% indicó que si, lo que corrobora que en la actualidad es un negocio que tiene bastante aceptación entre el público. .

**Tabla N° 13**

**Le gustaría más canchas deportivas**

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	384	100.0
Total	384	100.0

Fuente: encuesta

## CAPÍTULO V: DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 5.1. Discusión

- a) Con los resultados obtenidos en la cual existe una gran demanday aceptación por parte del público para la vigencia del negocio de las canchas deportivas con césped sintético, estas se corrobora con la investigación realizada por Herrera Concha (2012), en su investigación *Estudio de factibilidad para la creación de una cancha sintética de fútbol techada, en la ciudadde La Unión, región De Los Ríos*, en la Argentina, que tuvo por objetivo determinar la factibilidad de la instalación y administración de una cancha de césped sintético.
- b) Hoyos Casas (2018), en su investigación *Cancha de fulbito en césped artificial*, en la ciudad de Lima, tuvo como objetivo evaluar la factibilidad del negocio; así concluye que es viable y auspicioso el desarrollo del mismo, así mismo sostiene que contribuye con la sociedad para bajar el índice de personas sedentarias, mejorar la salud física, mental y su círculo social.
- c) En la investigación se aprecia que la mayor cantidad de clientesson varones, la edad mayoritaria es entre los 26 y 35 años de edad, la asistencia se da por lo general en las noches y por las mañanas en fines de semana. Se aprecia que el negocio tiene bastante aceptación, inclusive es respaldado con el 100% para la apertura de nuevos negocios de este rubro.

## 5.2. Conclusiones

- a) OE1: Determinar la oferta en el negocio de las canchas deportivas de césped sintético en Iquitos, año 2022.

Se tiene que existe alrededor del distrito de Iquitos alrededor de 28 canchas deportivas con césped sintético, los cuales cuentan en su mayoría con alrededor de 3 a 5 cancha por instalación; los que cuentan con servicios adicionales como: restaurante, bar, estacionamiento, duchas, vestuario y quioscos para ingesta ligera de comidas y bebidas. El horario de atención es prácticamente todo el día, abriendo alrededor de las 7 am y cerrando a la medianoche, atendiendo de manera corrida, incluyendo sábados y domingos.

El precio del alquiler por cancha es de 80 soles en todos los establecimientos, no existe promoción ni rebajas por la cantidad de horas utilizadas, es lo que se conoce como *tarifa plana*.

- b) OE2: Determinar la demanda en el negocio de las canchas deportivas de césped sintético en Iquitos, año 2022.

Existe alta demanda en el negocio de las canchas deportivas con césped sintético, toda vez que en todo el recorrido que se hizo para entrevistar a los clientes, siempre las instalaciones estaban con bastante afluencia de usuarios.

El 49% de los usuarios, prefieren acudir a estos lugares por las noches, debido a que trabajan durante el día; el 36.7% prefiere acudir los fines de semana por las mañanas, por los compromisos laborales. El 87.7% sostiene que está conforme con los servicios que recibe en estos lugares; y el 40.4% sostiene que se debería mejorar en los precios del alquiler, debido a que consideran que 80 soles es elevado. Por último, el 100% de los usuarios considera que debe haber más canchas deportivas con césped sintético en la ciudad, por lo que les gustaría que haya más inauguraciones de ellas.

### 5.3. Recomendaciones

- a) Definitivamente la práctica de algún deporte, donde el esfuerzo de la actividad física esté presente; siempre será beneficioso para la salud, más aún, si hoy en día los datos de personas que fallecen por problemas cardiacos y enfermedades relacionadas al sedentarismo son recurrentes, por lo tanto; se debe fomentar el deporte como un estilo de vida saludable, donde desde pequeños se motive su desarrollo, desde una visión practica y sistemática de desarrollo a largo plazo. Para ello, se recomienda la creación de academias deportivas, que sean semilleros de nuevas figuras deportivas para el país, donde la disciplina, el trabajo constante y adecuado, aunado a un estilo de vida diferente sea el horizonte por seguir.
  
- b) Establecer alianzas estratégicas con instituciones públicas y privadas, que no cuenten con la infraestructura adecuada para la práctica de deporte (futbol 7), con la finalidad de que sus integrantes puedan disfrutar de las instalaciones de las canchas deportivas con césped sintético, acogándose a descuentos y promociones; a la vez de generar una base de datos donde se establezca un marketing relacional entre la empresa con sus clientes.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

- Alarcón Lazo, Ernesto y Montalván Cueto, José (2015), *Plan de negocios para la creación de un complejo deportivo en el distrito de Sachaca Arequipa 2015*. Tesis de titulación, Universidad Católica San Pablo, Arequipa, Perú.
- Álvarez Escalona, G. (2001). *La difusión del fútbol en Lima*. (Tesis de licenciatura). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima.
- Arévalo Navarro, G. (1999), *El deporte en el Perú: análisis y propuestas. El caso del fútbol*. Tesis de licenciatura, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú.
- Cáceres Morquecho, M. y Cortez Pérez, J. (2010), *Elaboración de un plan de negocio para la creación de una cancha sintética en la ciudad de Guaranda, en el año 2009*. Tesis de titulación, Universidad Politécnica Salesiana, Cuenca, Ecuador.
- Herrera Concha, Álvaro (2012), *Estudio de factibilidad para la creación de una cancha sintética de fútbol techada, en la ciudad de La Unión, región De Los Ríos*. Trabajo de titulación, Universidad Austral de Chile, Puerto Montt, Chile.
- Hoyos Casas, José (2018), *Cancha de fútbol en césped artificial 20x30 m*. Tesis grado de maestro, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima, Perú.
- INDECOPI (2016), *Guía de estudios de mercados*, Comisión de Defensa de la Libre Competencia, Lima, Perú.
- Ionos (2019), *La oferta y demanda*”, StarUp Guide, Revista digital, Madrid.
- Jiménez García Shirley, Palacios Parrales María y Villamar García Silvia (2010), Escuela Superior Politécnica del Litoral, Trabajo de titulación, Guayaquil, Ecuador.
- Malhotra, N. (2008), *Investigación de mercados*, Editorial Prentice Hall, México.

Pahuacho Portella, A. (2018), *Aproximación a los estudios sobre el fútbol peruano y comunicación: prensa escrita, radio y televisión*, Revista Scielo Perú, Revista de Comunicación No 17 no 1 Piura, Perú.

**ANEXO 1**  
**HOJA DE OBSERVACIÓN**

1. Localización del negocio

a) Ubicación: .....

2. Accesibilidad del negocio

- |                       |   |                          |
|-----------------------|---|--------------------------|
| a) Poco accesible     | 1 | <input type="checkbox"/> |
| b) Algo accesible     | 2 | <input type="checkbox"/> |
| c) Bastante accesible | 3 | <input type="checkbox"/> |

3. Precios de alquiler

- |                                |   |                          |
|--------------------------------|---|--------------------------|
| a) Muestra precios de alquiler | 1 | <input type="checkbox"/> |
| b) Muestra ofertas             | 2 | <input type="checkbox"/> |
| c) Muestra promociones         | 3 | <input type="checkbox"/> |

4. Infraestructura del negocio

- |                                 |   |                          |
|---------------------------------|---|--------------------------|
| a) Cuenta con varias canchas    | 1 | <input type="checkbox"/> |
| b) Tiene piscina                | 2 | <input type="checkbox"/> |
| c) Tiene enrejado de protección | 3 | <input type="checkbox"/> |
| d) Estacionamiento              | 4 | <input type="checkbox"/> |

5. Servicios adicionales

- |                              |   |                          |
|------------------------------|---|--------------------------|
| a) Quiosco                   | 1 | <input type="checkbox"/> |
| b) Restaurante               | 2 | <input type="checkbox"/> |
| c) Seguridad                 | 3 | <input type="checkbox"/> |
| d) Anfitrionas para atención | 4 | <input type="checkbox"/> |



## ANEXO 2

### CUESTIONARIO PARA CLIENTES

La presente encuesta tiene por finalidad investigar desde una perspectiva académica a los clientes de las canchas deportivas de césped sintético, le agradecemos su ayuda y colaboración.

01. ¿Cuántas veces a la semana acude a la cancha deportiva?

- |                             |   |                          |
|-----------------------------|---|--------------------------|
| a) Todos los días           | 1 | <input type="checkbox"/> |
| b) Los fines de semana      | 2 | <input type="checkbox"/> |
| c) Algunos días a la semana | 3 | <input type="checkbox"/> |

02. ¿Con quién asiste a las canchas deportivas?

- |                         |   |                          |
|-------------------------|---|--------------------------|
| a) Solo                 | 1 | <input type="checkbox"/> |
| b) Compañero de trabajo | 2 | <input type="checkbox"/> |
| c) Con amigos           | 3 | <input type="checkbox"/> |

03. ¿En qué horario acostumbra a acudir a las canchas deportivas?

- |                        |   |                          |
|------------------------|---|--------------------------|
| a) En las mañanas      | 1 | <input type="checkbox"/> |
| b) En la noche         | 2 | <input type="checkbox"/> |
| c) Los fines de semana | 3 | <input type="checkbox"/> |

04. ¿Qué tiempo permanece en las canchas deportivas?

- |                                      |   |                          |
|--------------------------------------|---|--------------------------|
| a) El tiempo de un juego de futbol   | 1 | <input type="checkbox"/> |
| b) El tiempo que sea necesario       | 2 | <input type="checkbox"/> |
| c) Juego y luego comparto con amigos | 3 | <input type="checkbox"/> |
| d) Varias horas                      | 4 | <input type="checkbox"/> |

05. ¿Qué le gustaría encontrar en las canchas deportivas de césped sintético, adicionales al servicio que ofrecen?

- a) Restaurant 1
- b) Bar 2
- c) Quiosco 3
- d) Espectáculo musical 4
- e) Otros (¿qué?) 5

06. ¿Está usted conforme con los servicios que en la actualidad ofrecen las canchas deportivas de césped sintético?

SI  1 NO  2

07. ¿Qué mejoraría?

- a) Las instalaciones 1
- b) Los servicios adicionales 2
- c) Los precios 3
- d) Las promociones 4
- e) Los horarios 5

08. ¿De inaugurarse una nueva cancha deportiva de césped sintético que le gustaría encontrar?

.....

09. ¿Le gustaría que haya más canchas deportivas de césped sintético en la ciudad?

SI  1 NO  2

**I. DATOS GENERALES**

Apellidos y nombres del informante : Mgr. José Rubén Ruíz Del Águila

Título del trabajo de investigación:

Autor del Instrumento: Rosana Del Pilar BARCO D. y Jeysson Pierre REIXOTO O.

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN**

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 00 – 20				REGULAR 21 – 40				BUENA 41 – 60				MUY BUENA 61 – 80				EXCELENTE 81 – 100				
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. CLARIDAD	Es formulado con lenguaje apropiado													61								
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en habilidades observables														67							
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la tecnología														70							
4. ORGANIZACION	Existe una organización lógica															74						
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad										49											
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar el tema																	84				
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos científicos y legales												60									
8. COHERENCIA	Entre los objetivos, hipótesis e indicadores															76						
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la Investigación																		90			

III. OPINIÓN DE LA APLICABILIDAD : Aplicable SI (  x )

NO (  )

IV. PROMEDIO DE VALORACION :

70.1

*José Rubén Ruíz Del Águila*  
05203297

Lugar y Fecha: Iquitos, 10 de Junio del 2022

**V. DATOS GENERALES**

Apellidos y nombres del informante : Mgr. Boris Guido Morey Sifuentes

Título del trabajo de investigación:

Autor del Instrumento: Rosana Del Pilar BARCO D. y Jeysson Pierre REIXOTO O.

**VI. ASPECTOS DE VALIDACIÓN**

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 00 – 20				REGULAR 21 – 40				BUENA 41 – 60				MUY BUENA 61 – 80				EXCELENTE 81 – 100			
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
1. CLARIDAD	Es formulado con lenguaje apropiado												63								
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en habilidades observables													68							
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la tecnología													70							
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica														74						
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad										49										
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar el tema																	84			
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos científicos y legales											60									
8. COHERENCIA	Entre los objetivos, hipótesis e indicadores														76						
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la Investigación																	90			

VII. OPINIÓN DE LA APLICABILIDAD: Aplicable SI (  x )

NO (  )

VIII. PROMEDIO DE VALORACIÓN :

69.7

Lugar y Fecha: Iquitos, 10 de Junio del 2022

**IX. DATOS GENERALES**

Apellidos y nombres del informante : Dr. Juan Pio Flores Tang

Título del trabajo de investigación:

Autor del Instrumento: Rosana Del Pilar BARCO D. y Jeysson Pierre PEIXOTO O.

**X. ASPECTOS DE VALIDACIÓN**

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 00 – 20				REGULAR 21 – 40				BUENA 41 – 60				MUY BUENA 61 – 80				EXCELENTE 81 – 100			
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
1. CLARIDAD	Es formulado con lenguaje apropiado													67							
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en habilidades observables												65								
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la tecnología														71						
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica														74						
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad									50											
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar el tema																	85			
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos científicos y legales											58									
8. COHERENCIA	Entre los objetivos, hipótesis e indicadores															79					
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la Investigación																		90		

XI. OPINIÓN DE LA APLICABILIDAD: Aplicable SI (  ) NO (  )

XII. PROMEDIO DE VALORACION :

71

Lugar y Fecha: Iquitos, 10 de junio del 2022