

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



**FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN,
ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING

Tema: “Estudio de mercado para el servicio de patinaje sobre hielo sintético en la ciudad de Tulcán”

Trabajo de titulación previa la obtención del
Título de Ingeniera en Administración de Empresas y Marketing

AUTORA: Claudia Lizeth Cepeda Auz

TUTOR: Ing. Edwin Marcelo Cahuasquí Cevallos, MSc.

TULCÁN - ECUADOR

2018

CERTIFICADO JURADO EXAMINADOR

Certificamos que la estudiante Claudia Lizeth Cepeda Auz con el número de cédula 1500851314 ha elaborado el trabajo de titulación: “Estudio de mercado para el servicio de patinaje sobre hielo sintético en la ciudad de Tulcán”

Este trabajo se sujeta a las normas y metodología dispuesta en el Reglamento de Titulación, Sustentación e Incorporación de la UPEC, por lo tanto, autorizamos la presentación de la sustentación para la calificación respectiva.


F.....
Ing. Edwin Marcelo Cahuasquí Cevallos, MSc.


F.....
Ing. Roberth Patricio Pérez Quiroz, MSc.

Tulcán, 20 de abril de 2018

AUTORÍA DE TRABAJO

El presente trabajo de titulación constituye requisito previo para la obtención del título de Ingeniera de la Facultad de Comercio Internacional, Integración, Administración y Economía Empresarial.

Yo, Claudia Lizeth Cepeda Auz con cédula de identidad número 1500851314 declaro: que la investigación es absolutamente original, autentica, personal. Los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

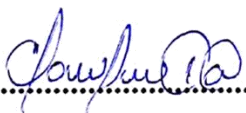
F. .....

Claudia Lizeth Cepeda Auz

Tulcán, 20 de abril de 2018

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Claudia Lizeth Cepeda Auz declaro ser autora de los criterios emitidos en el trabajo de investigación: “Estudio de mercado para el servicio de patinaje sobre hielo sintético en la ciudad de Tulcán” y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

F.....

Claudia Lizeth Cepeda Auz

Tulcán, 20 de abril de 2018

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por haberme dado la vida y el placer de compartirla junto a mis seres queridos.

A toda mi familia por su cariño y apoyo total para el cumplimiento de mis metas.

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo de grado principalmente a mis padres quienes me han apoyado de manera incondicional, brindándome su cariño, amor y comprensión.

A mi hermano por confiar en mí y apoyarme moral y emocionalmente.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CERTIFICADO JURADO EXAMINADOR.....	2
AUTORÍA DE TRABAJO.....	3
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN.....	4
AGRADECIMIENTO	5
DEDICATORIA.....	6
RESUMEN.....	13
ABSTRACT	14
INTRODUCCIÓN.....	15
I. PROBLEMA	17
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	17
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	18
1.3. JUSTIFICACIÓN.....	18
1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN.....	19
1.4.1. Objetivo general.	19
1.4.2. Objetivos específicos.....	19
1.4.3. Preguntas de investigación.	19
II.FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	20
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	20
2.1.1. Factibilidad para la creación de centros recreativos.....	20
2.1.2. Datos INEC	21
2.2. MARCO TEÓRICO.....	21
2.2.1. Administración general.	21
2.2.2. Marketing.	21
2.2.3. Estudio de mercado.	22
2.2.4. Mercado.....	22
2.2.5. Segmentación del mercado.....	22
2.2.5.1. Tipos de segmentación de mercado.	22
2.2.6. Metodología para un estudio de mercados.	23
2.2.7. Servicio.....	23
2.2.7.1. Análisis del servicio.	23

2.2.8.	Demanda.....	24
2.2.8.1.	<i>Análisis de la demanda.</i>	24
2.2.8.2.	<i>Demanda potencial insatisfecha.</i>	24
2.2.8.3.	<i>Demanda potencial.</i>	24
2.2.9.	Comportamiento del consumidor.....	25
2.2.9.1.	<i>Comportamiento hacia actividades de recreación.</i>	25
2.2.10.	Precio.....	25
2.2.11.	Oferta.....	25
2.2.11.1.	<i>Análisis de la oferta</i>	26
2.2.11.2.	<i>Oferta competitiva o de mercado libre.</i>	26
III.	METODOLOGÍA	27
3.1.	ENFOQUE METODOLÓGICO	27
3.1.1.	Enfoque.	27
3.1.2.	Tipo de investigación.	27
3.2.	IDEA A DEFENDER.....	27
3.3.	DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	28
3.4.	MÉTODOS UTILIZADOS.....	29
3.4.1.	Métodos.....	29
3.4.1.1.	<i>Analítico – Sintético.</i>	29
3.4.1.2.	<i>Inductivo – Deductivo.</i>	29
3.4.2.	Técnicas para la recolección de datos.	30
3.4.2.1.	<i>Fuentes de información primaria.</i>	30
3.4.2.2.	<i>Fuentes de información secundaria.</i>	30
3.5.	ANÁLISIS ESTADÍSTICO.....	30
3.5.1.	Población.....	31
3.5.1.1.	<i>Total de la población de Tulcán.</i>	31
3.5.1.2.	<i>Población económicamente activa (PEA) del Carchi.</i>	31
3.5.1.3.	<i>PEA de la ciudad de Tulcán.</i>	31
3.5.2.	Muestra.....	32
3.5.2.1.	<i>Muestreo no probabilístico.</i>	32
3.5.2.2.	<i>Aplicación de la fórmula del cálculo muestral.</i>	32

IV.	RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	35
4.1.	RESULTADOS.....	35
4.1.1.	Análisis de las encuestas.....	35
4.1.1.1.	<i>Datos generales.....</i>	35
4.1.1.1.1.	<i>Lugar de residencia.....</i>	35
4.1.1.1.2.	<i>Género.....</i>	36
4.1.1.1.3.	<i>Edad.....</i>	37
4.1.1.1.4.	<i>Nivel económico.....</i>	38
4.1.1.2.	<i>Gustos y preferencias.....</i>	39
4.1.1.2.1.	<i>Asistencia a una pista de patinaje sobre hielo.....</i>	39
4.1.1.2.2.	<i>Motivo de asistencia.....</i>	40
4.1.1.2.3.	<i>Posibilidad de existencia de una pista de patinaje sobre hielo sintético.....</i>	41
4.1.1.2.4.	<i>Razones para no crear una pista de patinaje sobre hielo.....</i>	42
4.1.1.2.5.	<i>Ubicación para la pista de patinaje sobre hielo sintético.....</i>	43
4.1.1.2.6.	<i>Posibilidad de asistir a la pista de patinaje sobre hielo.....</i>	44
4.1.1.2.7.	<i>Practicar patinaje.....</i>	45
4.1.1.2.8.	<i>Personas que practicarían patinaje.....</i>	46
4.1.1.2.9.	<i>Frecuencia para practicar patinaje.....</i>	47
4.1.1.2.10.	<i>Lugares favoritos de visita.....</i>	48
4.1.1.2.11.	<i>Características valoradas.....</i>	49
4.1.1.2.12.	<i>Preferencia de servicios complementarios.....</i>	50
4.1.1.3.	<i>Comportamiento de consumo.....</i>	51
4.1.1.3.1.	<i>Disposición de pago.....</i>	51
4.1.1.3.2.	<i>Tiempo de salida para divertirse.....</i>	52
4.1.1.3.3.	<i>Aspectos relevantes para la adquisición de un servicio.....</i>	53
4.1.2.	Análisis de las entrevistas.....	54
4.1.2.1.	<i>Oferta directa.....</i>	54
4.1.2.2.	<i>Oferta sustituta.....</i>	57
4.2.	DISCUSIÓN.....	59
4.2.1.	Servicio.....	59
4.2.2.	Demanda.....	60

4.2.2.1.	<i>Demanda potencial.</i>	66
4.2.3.	Precio.....	67
4.2.4.	Oferta.....	68
4.2.4.1.	<i>Oferta del servicio sustituto.</i>	70
4.2.5.	Cálculo de la demanda potencial insatisfecha.....	71
4.2.6.	Cálculo de la demanda real.	72
4.2.7.	Proyecciones.....	73
4.2.7.1.	<i>Proyección de la oferta potencial sustituta.</i>	73
4.2.7.2.	<i>Proyección de la demanda potencial.</i>	74
V.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	75
5.1.	CONCLUSIONES	75
5.2.	RECOMENDACIONES	76
VI.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	77
VII.	ANEXOS.....	80
7.1.	ANEXO 1	81
7.1.1.	Abreviaturas.	81
7.2.	ANEXO 2.....	82
7.2.1.	Cuestionario de la encuesta.....	82
7.3.	ANEXO 3.....	84
7.3.1.	Entrevistas oferta directa.....	84
7.3.2.	Entrevista oferta sustituta.....	85
7.4.	ANEXO 4.....	85
7.4.1.	Ingresos por turismo y por exportaciones según producto principal.	85
7.5.	ANEXO 5.....	86
7.5.1.	Peso del consumo turístico receptor en el PIB.....	86
7.6.	ANEXO 6.....	86
7.6.1.	Listado de los principales destinos del Ecuador para turismo receptivo 2017.....	86

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Matriz de operacionalización de variables	28
Tabla 2. Población de Tulcán	31
Tabla 3. Población económicamente activa del Carchi	31
Tabla 4. Segmentación poblacional.....	32
Tabla 5. Sectores por conveniencia	33
Tabla 6. Porcentaje del lugar de residencia.	35
Tabla 7. Frecuencia de género.	36
Tabla 8. Porcentaje en rangos de edad.....	37
Tabla 9. Porcentaje de nivel económico.	38
Tabla 10. Porcentaje de visitas a la pista de patinaje sobre hielo.	39
Tabla 11. Porcentaje de personas que han asistido.....	40
Tabla 12. Porcentaje de personas que gustan la existencia de una pista de patinaje sobre hielo .	41
Tabla 13. Porcentaje de personas que no quieren una pista de patinaje sobre hielo	42
Tabla 14. Porcentaje de aceptación por el lugar de ubicación.....	43
Tabla 15. Porcentaje de asistencia	44
Tabla 16. Porcentaje de personas que practicaría patinaje	45
Tabla 17. Frecuencia de personas que asistirían.....	46
Tabla 18. Frecuencia para visitar la pista de patinaje sobre hielo.	47
Tabla 19. Frecuencia de lugares a visitar en el tiempo libre.	48
Tabla 20. Frecuencia de características valoradas	49
Tabla 21. Porcentaje de servicio complementario preferido	50
Tabla 22. Porcentaje de dinero a pagar por patinar	51
Tabla 23. Frecuencia de días destinados a la diversión	52
Tabla 24. Frecuencia de aspectos relevantes en el servicio.....	53
Tabla 25. Gastos para el entretenimiento.	65
Tabla 26. Oferta sustituta (patinaje sobre ruedas)	70
Tabla 27. Discriminantes de la demanda.....	72
Tabla 28. Demanda real.....	72
Tabla 29. Oferta sustituta proyectada	73

Tabla 30. Demanda potencial proyectada.....	74
Tabla 31. Ingreso por turismo y exportaciones.	85
Tabla 32. Peso del conturec en el PIB	86
Tabla 33. Listado de los principales destinos turísticos	86

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Lugar de residencia	35
Figura 2. Género de los habitantes de la ciudad de Tulcán	36
Figura 3. Edad de los habitantes de la ciudad de Tulcán.....	37
Figura 4. Nivel económico de los habitantes de la ciudad de Tulcán	38
Figura 5. Asistencia a una pista de patinaje sobre hielo.....	39
Figura 6. Motivo de asistencia.....	40
Figura 7. Posibilidad de existencia de una pista de patinaje sobre hielo sintético	41
Figura 8. Razones para no crear una pista de patinaje sobre hielo en la ciudad de Tulcán.....	42
Figura 9. Ubicación para la pista de patinaje sobre hielo sintético	43
Figura 10. Posibilidad de asistir a la pista de patinaje sobre hielo	44
Figura 11. Practicar patinaje.....	45
Figura 12. Personas que practicarían patinaje	46
Figura 13. Frecuencia para practicar patinaje.....	47
Figura 14. Lugares favoritos de visita	48
Figura 15. Características valoradas.....	49
Figura 16. Preferencia de servicios complementarios	50
Figura 17. Disposición de pago	51
Figura 18. Tiempo de salida para divertirse	52
Figura 19. Aspectos relevantes para la adquisición de un servicio	53
Figura 20. Asistencia a una pista de patinaje sobre hielo.....	62
Figura 21. Motivo de asistencia a la pista de patinaje sobre hielo	63
Figura 22. Frecuencia de asistencia a la pista de patinaje sobre hielo	64
Figura 23. Lugar de diversión favorito.....	65
Figura 24. Disponibilidad de pago	68

RESUMEN

El presente trabajo de grado tiene como objetivo realizar un estudio de mercado para el servicio de patinaje sobre hielo sintético en la ciudad de Tulcán como posible solución para la limitada infraestructura recreacional local. Fue necesario conocer mediante datos del INEC la población de Tulcán, segmentando la PEA. A partir de la población total de 37.404 personas se determinó la muestra con un nivel de confianza del 95%. Para la demanda se realizó una investigación de campo mediante 380 encuestas aplicables a los ciudadanos en un rango de 15 a 64 años de edad. Para la oferta se utilizó como instrumento la entrevista, consiguiendo como resultado la necesidad de ofertar el servicio de patinaje sobre hielo para una demanda insatisfecha de 17.950 personas. El 94,7% de las personas manifestaron gran aceptación y entusiasmo con la idea debido a la inexistencia del servicio. Se evidenció mayor interés en padres de familia que buscan que sus hijos estén inmersos en el deporte, jóvenes quienes buscan entretenimiento y finalmente niños que quieren experimentar nuevas emociones. Además señalaron que practicarían semanalmente, es decir, fines de semana por disponibilidad de tiempo. También se dio a conocer a los encuestados que la finalidad era presentar nuevas ideas de inversión con el propósito de fomentar el deporte como actividad de diversión y presentarlo como alternativa para mejorar el dinamismo económico, social y cultural. Además, podría ser visto como atractivo turístico para las personas que transitan diario al país vecino, Colombia y puedan generar mayores ingresos para la ciudad de Tulcán. A ello, las personas que ofertan servicios complementarios como heladería, restaurante, entre otros., también se verían beneficiados. El patinaje sobre hielo es un deporte que generalmente se observa en ciudades o países de temperaturas bajas, pero la idea de trabajar con hielo sintético es por los beneficios que presenta que es 100% reciclable y además generar la misma apariencia y adrenalina que el verdadero.

Palabras clave: patinaje, estudio de mercado, dinamismo económico, demanda insatisfecha.

ABSTRACT

The objective of this research is to conduct a market study for the synthetic ice skating service in Tulcán city as a possible solution for the limited local recreational infrastructure. It was necessary to know the population in Tulcán through INEC data, segmenting the PEA. From the total settlement of 37,404, the sample was determined with a 95% confidence level. For the demand, field research was carried out using 380 surveys applicable to citizens in a range of 15 to 64 years of age. For supply the interview was used as an instrument, resulting in the need to offer the ice skating service for an unsatisfied demand of 17,950 people. The 94.7% of respondents expressed great acceptance and enthusiasm with the idea due to the inexistence of service. There was greater interest in parents who want their children to be immersed in sport, teenagers who are looking for entertainment and finally kids who want to experience new emotions. They also indicated that they would practice weekly, that is, weekends due to time availability. Respondents were also informed that the aim was to present new investment ideas to promote sport as a fun activity and to present it as an alternative to improve economic, social and cultural dynamism. Besides, it could be seen as a tourist attraction for people who travel daily from Colombia and can generate more income to Tulcán city. Suppliers complementary services such as ice cream shop, restaurant, among others, would also benefit from this. Ice skating is a sport that is generally observed in cities or countries with low temperatures, but the idea of working with synthetic ice is because of the benefits it offers that it's 100% recyclable and also generate the same appearance and adrenaline as the real one.

Keywords: Skating, market study, economic dynamism, unsatisfied demand.

INTRODUCCIÓN

En la ciudad de Tulcán actualmente no se oferta el servicio de patinaje sobre hielo, pero si existen las instalaciones y la oferta del servicio de patinaje sobre ruedas dirigida principalmente a los niños y jóvenes como un deporte alternativo y poco tradicional, es por ello que se planteó la idea de hacer un estudio de mercado para el servicio de patinaje sobre hielo sintético en la ciudad de Tulcán para lo cual se realizó la presentación del mismo en cuatro capítulos:

En el Capítulo I, Problema, es una percepción de la idea de negocio que tiene como resultado una investigación de campo a los pobladores de la ciudad de Tulcán que se encuentren en un rango de 15 a 64 años de edad. Así también, se identificó el problema central, conjuntamente las causas y efectos del mismo que conllevan a fijar objetivos y preguntas de investigación respectivamente para un mejor desarrollo y entendimiento del problema de estudio.

En el Capítulo II, Fundamentación teórica, muestra la información científica y términos técnicos empleados para el desarrollo del tema de investigación que fue sustentado mediante fuentes secundarias como libros, revistas y documentos de internet, a su vez, fueron un apoyo bibliográfico importante para realizar el análisis de resultados, conclusiones, ampliar el análisis y descripción del problema de estudio; facilitando la identificación de las variables y su fundamentación.

En el Capítulo III, Metodología, empleando un enfoque cuali-cuantitativo se diseñó instrumentos adecuados como encuesta y entrevista para la recolección de datos de la demanda y oferta que permitan responder e interpretar las preguntas de investigación planteadas; tomando en cuenta emociones, experiencias y opiniones de la población de estudio.

Se tomó como base un tipo de muestreo probabilístico y no probabilístico para una mejor inmersión en el problema, para ello, fue necesario obtener el total de la población de Tulcán y la población económicamente activa según el INEC. A partir de esto, se discriminó según rangos de edad y nivel de ingresos para finalmente obtener una muestra de 380 unidades de análisis que reflejarían los resultados para el total de la población mediante técnicas univariantes, bivariantes y tablas de contingencia que facilitaron la interpretación de los datos.

En el Capítulo IV, Resultados y discusión, se hace el análisis de la información obtenida a partir de las encuestas y entrevistas realizadas; así mismo, una descripción del servicio, establecimiento

de la demanda, precio, oferta, la relación oferta-demanda para finalmente determinar la demanda insatisfecha y demanda real del servicio de patinaje sobre hielo sintético.

La descripción del servicio analizó la situación actual de la ciudad y la acogida que el servicio sustituto, patinaje sobre ruedas, ha tenido por parte de la población; cual es la opinión y el interés de los pobladores ante la existencia de una pista de patinaje sobre hielo sintético al ser un servicio no ofertado en Tulcán pero si en ciudades como Quito o países como Colombia y Perú.

En el estudio de la demanda, con la información obtenida de los encuestados se conoció la realidad de la población, es decir, si han asistido a una pista de patinaje sobre hielo, cuáles han sido los motivos de asistencia, la frecuencia con que estarían dispuestos a practicarlo, los lugares de diversión favoritos, como es considerado este deporte, personas con quienes han asistido o asistirían y los aspectos que valoran al adquirir un servicio.

En cuanto al precio, con la información obtenida de las entrevistas y las encuestas donde se puso a consideración algunos rangos de precios para adquirir el servicio, se determinó que las personas estarían dispuestas a pagar por el servicio haciendo una comparación con la calidad del mismo, la atención prestada al cliente y el precio ofertado en el mercado.

En el estudio de la oferta, con los datos proporcionados por la competencia directa como el Palacio del Hielo y competencia sustituta como el patinaje sobre ruedas apoyado por la Alcaldía Municipal de Tulcán se consiguió determinar la oferta directa en un entorno cercano y sustituta en el mercado local; esta última debido a que Tulcán no oferta el servicio de patinaje sobre hielo. También se logró conocer aspectos relevantes en la atención que prestan a sus clientes para una fidelización exitosa.

De esta manera, se establece una relación directa entre oferta y demanda mediante el cálculo de la demanda y oferta potencial que permiten determinar la existencia de una demanda potencial insatisfecha de 17.950 personas; demostrando así que existe una demanda real de 2.508 personas para el servicio en cuestión y actividades de entretenimiento similares.

Finalmente conclusiones y recomendaciones de los resultados de la investigación.

I. PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El turismo se ha convertido en un gran potencial que contribuye al desarrollo económico, por lo cual explotarlo es una buena alternativa. En la ciudad de Tulcán, el mayor atractivo turístico es el cementerio y aunque existen otros lugares en los alrededores estos no son promocionados y la difusión es deficiente.

Es por esta razón que la localidad se notó afectada principalmente en su economía, además, de acuerdo a datos del INEC (2010) el 22,2% de la población de Tulcán se había dedicado al comercio como una buena alternativa de trabajo, pero eso cambió por motivos como la devaluación del peso colombiano frente al dólar, a nivel nacional el turismo sufrió una ligera disminución, en 2016 el porcentaje de consumo turístico receptor (Conturec) en cuanto al PIB fue 1,5% mientras que en 2015 fue 1,6% (ver Anexo 5); así también, Evelyn Vaca en (El Comercio, 2016), de la operadora Ceiba Tours manifiesta: “La industria ha tenido que luchar con retos muy grandes para subsistir, como la devaluación de las monedas en Colombia y Perú, lo cual nos hizo un país caro para visitar”. Cabe resaltar que el turismo genera ingresos de gran peso en la economía de un país e influye drásticamente en indicadores como el PIB; para el Ecuador el ingreso de divisas percibido por concepto de turismo para el año 2016 fue 1.449,3 millones de dólares según el Ministerio de Turismo en su Boletín de Estadísticas Turísticas 2012-2016, permitiéndole ubicar en tercer lugar el aporte de ingresos por turismo (ver Anexo 4).

A ello, los recursos económicos limitados, la escasa visión empresarial de los ciudadanos de Tulcán que no permite que se desarrollen nuevas ideas de negocio, la preferencia por la diversidad turística de Colombia y la facilidad de conocer diferentes lugares sin necesidad de gastar tanto dinero. Esto ha generado que Tulcán sea visto solo como una ciudad de paso o simplemente como la frontera con Colombia y sea poco atractiva para los turistas, también la escasez de fuentes de empleo. Por ello, muchas personas han salido de la ciudad a buscar trabajo dejando atrás pequeños negocios de abarrotes, comida rápida, entre otros.

Los principalmente afectados con esta situación son los pobladores de la ciudad de Tulcán, en su mayoría las personas de 18 años en adelante, quienes necesitan trabajo y un sustento económico y no logran conseguirlo debido a que no hay dinamización comercial, es decir, las personas

económicamente inactivas y desempleadas; así también, los inversionistas porque desconocen la posible existencia de un nicho de mercado. Cabe resaltar que esta situación se había venido dando hace algún tiempo atrás, generando desinterés por parte de los pobladores.

Si no se presta atención a la prioridad de fomentar aún más el sector turístico y comercial, la ciudad será cada vez menos visitada por turistas y seguirá siendo una ciudad de paso, la falta de fuentes de empleo hará que las personas tengan la idea de la búsqueda de mejores condiciones económicas. Por lo tanto, Tulcán se verá afectado por el deficiente dinamismo económico.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Existe demanda potencial insatisfecha para el servicio de patinaje sobre hielo sintético en la ciudad de Tulcán?

1.3. JUSTIFICACIÓN

En la actualidad Ecuador declara “zona deprimida a la provincia del Carchi, frontera con Colombia, con lo que busca ayudar a los comerciantes que se han visto seriamente afectados por la devaluación del peso colombiano frente al dólar” (El Comercio, 2015), esto debido a factores críticos como: ubicación geográfica, limitado desarrollo económico, comercial e industrial, entre otros.

En la ciudad de Tulcán se ha vuelto evidente la necesidad de dinamizar la economía mediante la creación de nuevas ideas de negocio, no obstante este panorama es diferente porque estos lugares turísticos son poco atractivos para los visitantes. Haciendo un enfoque a la situación actual de la localidad se puede deducir que esta podría dinamizar su economía mediante un cambio de visión empresarial.

De acuerdo al estilo de vida actual, las personas frecuentemente buscan lugares que les ofrezcan calidad en los servicios adquiridos y permitan experimentar mayor intensidad en ambientes libres, de esparcimiento, diversión y relajación. Por ello, se plantea la idea de innovar e incursionar en un estudio de mercado para ofertar el servicio de patinaje sobre hielo sintético, plasmándolo como un atractivo moderno para el reconocimiento y desarrollo de la ciudad.

Además, conocer esta realidad origina que en un futuro esta idea sea llevada a cabo y consecuente a esto se pueden crear mayores fuentes de empleo y mejores formas de negocio que contribuyan al desarrollo económico, turístico y empresarial a través del emprendimiento.

1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1.4.1. Objetivo general.

Realizar un estudio de mercado para el servicio de patinaje sobre hielo sintético en la ciudad de Tulcán.

1.4.2. Objetivos específicos.

- Fundamentar teóricamente la investigación para respaldar el estudio de mercado para el servicio de patinaje sobre hielo sintético en la ciudad de Tulcán.
- Diseñar instrumentos para el levantamiento de información que permita establecer la oferta y demanda del servicio de patinaje sobre hielo sintético en la ciudad de Tulcán.
- Analizar la demanda del servicio de patinaje sobre hielo sintético en la ciudad de Tulcán.

1.4.3. Preguntas de investigación.

- ¿Cuáles son las características que describen el servicio de patinaje sobre hielo que debe ofertarse en relación a las expectativas de la demanda?
- ¿Cuál es la demanda y los factores que valoran los clientes al momento de adquirir un servicio de patinaje sobre hielo?
- ¿Qué elementos afectan la demanda del servicio de patinaje sobre hielo?

II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Para el logro de los resultados y la discusión fue necesario revisar investigaciones previas que permitieron dimensionar teóricamente las variables así como datos micro y macro de censos del INEC para la determinación de la población de estudio, a continuación se presentan los antecedentes investigativos que se emplearon como sustento teórico:

2.1.1. Factibilidad para la creación de centros recreativos

Fue importante entender lo que presenta Silvia Álvarez en su tema de tesis consistente en la creación de una pista de patinaje sobre hielo con servicio de cafetería en la ciudad de San Gabriel, cantón Montúfar, provincia del Carchi” por ser un antecedente con un diagnóstico situacional y una realidad similar a la ciudad de Tulcán.

Haciendo énfasis en los resultados obtenidos por la investigadora y al observar que obtiene demanda insatisfecha sobre el servicio, se consideró necesario emplear las mismas herramientas de recolección de datos como la encuesta y entrevista. Además, se consideró como una pregunta en la encuesta saber si las personas estarían dispuestas a adquirir un servicio complementario como cafetería, heladería o restaurante. Esta información coincidió con los resultados de Silvia Álvarez porque realmente los encuestados manifestaron necesaria la existencia de servicios complementarios al patinaje sobre hielo.

También se consideró la tesis realizada por Wilman Costa en el año 2016 determinando la afectación positiva o negativa del entorno, competencia y tendencias de consumo actuales. Se concuerda que en la actualidad las personas buscan lugares de diversión y esparcimiento en los cuales puedan compartir en familia de una manera sana.

Siendo así, se hizo una comparación del entorno de la ciudad de Quito con Tulcán donde se pudo concluir que aunque esta primera cuenta con más habitantes, la cultura es similar. A su vez, esta investigación sirvió como base para realizar algunas preguntas de la encuesta para una mejor obtención de información por parte de la demanda.

Finalmente, fue importante comprender el trabajo de tesis de Jimmy Freire porque permitió reforzar el diseño de instrumentos de recolección de datos al igual que el marco teórico, tomando como

fundamento las bases teóricas y bibliográficas analizadas por el autor y poder desarrollarlo de manera correcta y acorde las preguntas de investigación planteadas.

2.1.2. Datos INEC

Para el establecimiento de la población de estudio fue necesario consultar el fascículo del Carchi del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) del año 2010; donde se pudo obtener el total de la población de la ciudad de Tulcán, el porcentaje de la población económicamente activa del Carchi y el porcentaje de personas según rangos de edad establecidos.

De esta forma, se logró segmentar y obtener una población de estudio de 37.404 personas; y a partir de ello establecer la muestra correspondiente a 380 unidades de análisis. Así también, se consiguió el porcentaje de hombres y mujeres existente en la ciudad de Tulcán y en Ecuador para equilibrar un balance y ser equitativos al aplicar las encuestas.

2.2.MARCO TEÓRICO

2.2.1. Administración general.

De acuerdo a Coulter, M. & Robbins, S. (2010) la administración es un proceso que involucra la coordinación y supervisión de las actividades de una empresa para que se lleven a cabo de forma efectiva.

Por lo tanto, la administración es un pilar fundamental en la organización y toma de decisiones que ayudan al progreso de una empresa, así también, porque involucra no solamente el proceso de diseñar y mantener un entorno grupal para que los individuos puedan cumplir con sus actividades efectivamente, también es la manera de utilizar los diversos recursos materiales, humanos, tecnológicos, financieros y administrativos para alcanzar un mejor desempeño en torno a la empresa o actividad que se esté realizando.

2.2.2. Marketing.

Según Lamb, Ch., Hair, J. & McDaniel, C. (2013) menciona que el marketing se fundamenta en la razón de ser de una organización evaluada en términos sociales, económicos, políticos y culturales en la medida que satisface los deseos y necesidades de los clientes en el transcurso del tiempo, alcanzando finalmente los objetivos organizacionales y llegando al punto de pensar que los bienes o servicios producidos no tienen importancia para su éxito pero la opinión de los clientes que están comprando (valor percibido) sí define el negocio.

2.2.3. Estudio de mercado.

Kotler, Bloom y Hayes citados por Dobón, M. (2014) consideran que un estudio de mercado es la manera de recolectar u obtener información acerca de un problema o tema de investigación, obteniendo como resultados datos importantes que contribuyan a su desarrollo. En estos estudios se analiza la oferta, demanda, comportamiento del consumidor, competidores, entre otros; lo que facilita la toma de decisiones.

2.2.4. Mercado.

Arboleda, G. (2013) menciona como mercado el contexto donde se realiza intercambios de bienes y servicios, es decir, se unen las fuerzas de oferta, demanda, compras y ventas con la finalidad de fijar un precio único establecido por el valor de los bienes y servicios, para exponerlo a los clientes o usuarios.

2.2.5. Segmentación del mercado.

Lovelock, C. & Wirtz, J. (2009) señalan que la segmentación del mercado es una estrategia de mayor dificultad para los mercadólogos de servicios. Esta consiste en clasificar el mercado en distintas categorías que compartan características similares o comunes entre sí y sean relevantes para diferenciarse de otros consumidores.

La segmentación de un mercado tiene como finalidad administrar eficientemente los costos que genera segmentar una población.

2.2.5.1. Tipos de segmentación de mercado.

De acuerdo a Baca, G. (2013) existen diferentes tipos de segmentación de mercados; para la investigación se empleó la segmentación geográfica que consiste en subdividir los mercados en segmentos locacionales como país, ciudad o región donde se encuentran los clientes potenciales y la segmentación demográfica que toma como referencia datos correspondientes a género, edad, edad, nivel económico, entre otros.

2.2.6. Metodología para un estudio de mercados.

Según Baca, G. (2013) menciona algunos pasos generales para realizar un estudio de mercados: En primer lugar la definición del problema, hipótesis, definir las necesidades de información, diseño de la recopilación de la información, análisis de los datos recopilados e informe.

Esta metodología para realizar un estudio de mercado será útil porque permitirá tomar decisiones y clarificar cual es el problema que se pretende resolver, establecer hipótesis, definir las necesidades, es decir, que es lo que pretendemos solucionar.

De esta manera, también diseñar una encuesta o instrumento de recopilación de datos para conocer de mejor manera la aceptación, rechazo e incluso la veracidad del problema que se está analizando, para finalmente según los datos obtenidos emitir un informe.

2.2.7. Servicio.

Según manifiesta Lovelock, C. & Wirtz, J. (2009) un servicio es más difícil venderlo porque es un bien intangible que el cliente o usuario no podrá percibir o poseer; este incluye la realización de un trabajo para el usuario, donde éste paga por adquirirlo y sienta que el valor monetario que entregó realmente valió la pena.

Para ofertar un servicio se debe tener en cuenta que el usuario debe llevarse una buena imagen de la empresa y el servicio adquirido, para ello se necesita de una buena atención, amabilidad y cordialidad por parte del talento humano de la misma; siendo así, sustancialmente se generará una preferencia por parte del usuario hacia dicha empresa.

Un servicio está enfocado en brindar un valor agregado, buscando distribuirse de forma correcta y oportuna, de tal manera que satisfagan las necesidades de los usuarios.

2.2.7.1. Análisis del servicio.

Prieto, J. (2014) señala que para analizar el servicio es necesario que la empresa le de valor al cliente o usuario, puesto que el servicio debe ser claro y único para que se establezca una ventaja competitiva basada en la fortaleza del mismo. Además, la última decisión la tiene el cliente; por eso hay que asegurarse de prestar un buen servicio, aceptando retos y riesgos para llegar al éxito. Sin embargo, esto no es tan complicado, pues cuando el cliente solicita el servicio, hay diferentes grados de relación con él, dependiendo de las características del servicio.

Para ello, el entregar un servicio de acuerdo con los requerimientos presupone un análisis detenido y detallado de nuestro segmento de mercado y de lo que en verdad estamos ofertando. Pero para

hacerlo bien, es necesaria una evaluación del servicio mediante el cual se escuche al cliente de manera periódica y permanente para detectar fallas en la prestación del mismo.

2.2.8. Demanda.

De acuerdo a Rivera, J. & Garcillán, M. (2012) la demanda hace énfasis a las preferencias del consumidor por un producto o servicio que es ofertado en el mercado, así también, a sus hábitos de compra y la información que tiene a su disposición acerca del producto o servicio de interés, de esa manera se influye en la decisión y el poder de compra de las personas para poder adquirirlo.

2.2.8.1. Análisis de la demanda.

Baca, G. (2013). El principal propósito es determinar y medir cuáles son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado respecto a un bien o servicio, por tanto, es necesario para el análisis de la demanda tener presente la cantidad de bienes o servicios que es probable que se consuma en el mercado los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo.

De esta manera, se considera que se encuentran abiertas las posibilidades de sacar al mercado un producto novedoso que el segmento de mercado analizado esté dispuesto a adquirir.

2.2.8.2. Demanda potencial insatisfecha.

Según Morales, A. & Morales, J. (2009) este tipo de demanda se presenta cuando la oferta que realizan los productores es insuficiente para satisfacer las necesidades del mercado, es decir, representa al número de posibles consumidores o interesados en adquirir cierto producto o servicio; esto expresado en el nivel de preferencia y el poder de compra en un determinado tiempo y condiciones, ya sean económicas, culturales, entre otras.

Además, el hecho de que esta necesidad no esté siendo satisfecha en su totalidad o la satisfacción sea completamente nula en el mercado por las empresas existentes.

2.2.8.3. Demanda potencial.

De acuerdo a Rubira, Albert. (2013) es el volumen máximo que podría alcanzar el servicio ofertado en ciertas condiciones y tiempo determinado que se expresa en unidades monetarias. La demanda potencial del mercado está acorde a cuantos individuos serían posibles compradores del servicio que se forma a partir de demandas individuales.

2.2.9. Comportamiento del consumidor.

Para Hoyer, W. & MacInnis, D. (2010) el comportamiento del consumidor incluye diferentes aspectos y no se trata solamente de la forma en que actúan las personas al adquirir un bien o servicio; las empresas entienden que este expresa el total de decisiones tomadas por los consumidores en la compra, consumo o desecho de productos, servicios, experiencias, actividades o ideas que serán evaluadas en el transcurso del tiempo con la finalidad de crear y ofrecer a los consumidores algo que ellos van a querer, les gustara y desearan adquirir.

2.2.9.1. Comportamiento hacia actividades de recreación.

Hoyer, W. & MacInnis, D. (2010) manifiestan que en los consumidores es más frecuente la actitud hedonista, es decir, las personas van en busca de placer que pretenden alcanzar a través de productos, servicios y experiencias que los hagan sentir bien, como centros de entretenimiento y vacaciones emocionantes.

A ello, se unen las teorías psicosociales que propone una actitud de diferente en situaciones sociales que satisfagan dichas necesidades, caracterizándose por una orientación agresiva que expresa poder y les permite ser extrovertidos; siendo así, los estilos de vida son un factor determinante porque manifiestan las opiniones, actitudes e intereses del consumidor y de esto depende la adquisición del bien o servicio.

2.2.10. Precio.

Para Kotler, P. & Armstrong, G. (2008) el precio es el valor expresado en términos monetarios que entregan los clientes a cambio de adquirir un producto o servicio, siendo uno de los factores más relevantes en la toma de decisiones de los clientes; puesto que este valor debe representar o asegurar de cierta manera el valor agregado del mismo, es decir, que el cliente reciba lo que está buscando.

2.2.11. Oferta.

Morales, A. & Morales, J. (2009). Es la cantidad de bienes o servicios disponibles en el mercado a determinados precios. La oferta se ve condicionada por la cantidad de ofertantes existentes en el mercado, siempre que la cantidad de ofertantes sea elevada los precios disminuyen y cuando la cantidad de ofertantes es reducida los precios de los productos aumenta.

2.2.11.1. *Análisis de la oferta*

Baca, G. (2013) manifiesta que el propósito que se persigue mediante el análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o un servicio. Además, evaluar la disponibilidad y capacidad de producción de la misma, así como el nivel de producción de la competencia y como los clientes se sienten ante el producto o servicio ofertado por la empresa analizada y por el de la competencia; tratando de establecer una ventaja competitiva que no necesariamente debe estar basada en el precio.

2.2.11.2. *Oferta competitiva o de mercado libre.*

Este tipo de oferta señala que en ella existen productores que trabajan en contextos de libre competencia, esto porque la cantidad de productores existente de dicho producto o servicio y la participación en el mercado es determinada por aspectos como precio, calidad, y el servicio ofertado al consumidor; generalmente se diferencia porque nadie domina el mercado, de acuerdo a lo manifestado por Baca, G. (2013).

III. METODOLOGÍA

3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO

3.1.1. Enfoque.

Para la investigación fue necesario un enfoque cuali-cuantitativo; el enfoque cualitativo se empleó para realizar el análisis del problema, la investigación bibliográfica referencial y apoyando la idea de Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010) se procedió a recolectar la información de campo para el análisis de los datos y a partir de ello interpretar emociones y experiencias de la población de estudio.

El enfoque cuantitativo se empleó para delimitar la población de estudio que en este caso fue de 37.404 personas, además, se partió de una idea que fue el estudio de mercado para el servicio de patinaje sobre hielo sintético al cual se acotaron los objetivos y preguntas de investigación correspondientes.

3.1.2. Tipo de investigación.

El tipo de investigación empleada fue la descriptiva, se utilizó porque resultó útil para el levantamiento de información en la ciudad de Tulcán donde se encuentra la población de estudio; contemplando la idea de Niño, V. (2011) fue manejada con la finalidad de conocer si existe o no demanda potencial insatisfecha para el servicio de patinaje sobre hielo sintético. De la misma manera facilitó la descripción de hechos y resultados, obtenidos a raíz de la recolección de datos para finalmente esclarecer la relación entre las variables trabajadas.

3.2. IDEA A DEFENDER

Un estudio de mercado permitirá conocer la demanda potencial insatisfecha y la oferta del servicio de patinaje sobre hielo sintético en la ciudad de Tulcán.

3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

3.3.1. Definición de variables.

3.3.1.1. Variable independiente.

De acuerdo a Rivera, J. & Garcillán, M. (2012) menciona como demanda la apreciación razonada de las posibilidades cuantitativas referentes a la venta de un producto o servicio en un determinado periodo para una clientela definida., también es un parámetro de conocimiento de los deseos del mercado potencial y está condicionada por los recursos del comprador.

3.3.1.2. Variable dependiente.

La oferta según Morales, A. & Morales, J. (2009) es la cantidad de productos o servicios que los diversos productores o prestadores de servicios exhiben en el mercado a disposición de los posibles clientes o consumidores para satisfacer sus necesidades.

3.3.2. Operacionalización de variables.

Tabla 1. Matriz de operacionalización de variables

Variable	Dimensión	Indicadores	Técnica	Instrumento
Servicio	Características del servicio	Atención al cliente	Encuesta	Formulario 001
		Tiempo de espera	Encuesta	Formulario 001
		Calidad del servicio	Encuesta	Formulario 001
		Servicios complementarios	Encuesta	Formulario 001
		Características valoradas	Encuesta	Formulario 001
Mercado	Demanda	Lugares de preferencia recreacional	Encuesta	Formulario 001
		Frecuencia de visita	Encuesta	Formulario 001
		Personas con quienes asistiría	Encuesta	Formulario 001
		Cantidad demandada	Encuesta	Formulario 001
		Disposición del valor a pagar	Encuesta	Formulario 001
	Oferta	Servicios sustitutos	Entrevista	Formulario 002
		Número de oferentes	Entrevista	Formulario 002
		Preferencia de ubicación	Entrevista	Formulario 002
		Factores de motivación	Entrevista	Formulario 002
		Nivel de aceptación	Entrevista	Formulario 002
Estrategias de marketing	Entrevista	Formulario 002		
Nivel económico	Encuesta	Formulario 001		

3.4. MÉTODOS UTILIZADOS

3.4.1. Métodos.

3.4.1.1. Analítico – Sintético.

De acuerdo a Eliseo, R. (2009) es un método filosófico que permite llegar a la verdad de las cosas, para ello, es necesario separar los elementos que intervienen en la realización del problema en estudio; después se reúnen los elementos que tienen relación lógica entre sí hasta finalmente completar y demostrar la verdad del conocimiento.

Para el desarrollo de la investigación, este método contribuyó de sobre manera a sistematizar el marco teórico porque se recopiló información de diferentes fuentes bibliográficas; apoyada en consultas, análisis y crítica de documentos relevantes en cuanto a la investigación, pues aunque la información existente referente a un tema era demasiada solo se debía escoger la realmente válida y útil para su posterior análisis y finalmente aplicarla al producto final de la investigación. Además, este se aplicó al momento de analizar los datos obtenidos de las encuestas.

3.4.1.2. Inductivo – Deductivo.

Eliseo, R. (2009) manifiesta que es un método filosófico, que lleva a la obtención del conocimiento mediante un razonamiento minucioso y profundo de los hechos particulares conocidos, llegando a obtener una conclusión general de las cosas y su realización.

Este método fue empleado igualmente para la fundamentación del marco teórico, es decir, para inducirse en el problema u objeto de estudio; trabajando desde lo más pequeño o particular hasta lo general, con la finalidad de obtener los insumos e información necesaria para el servicio de patinaje sobre hielo sintético; después, se realizó las respectivas conclusiones y recomendaciones sobre lo más importante y destacado de los resultados obtenidos a partir de la recolección de datos mediante las encuestas y entrevista.

3.4.2. Técnicas para la recolección de datos.

3.4.2.1. Fuentes de información primaria.

La información primaria se la obtuvo directamente de los pobladores de la ciudad de Tulcán, para lo cual se aplicó los siguientes instrumentos de investigación:

- Encuesta: Este instrumento fue empleado con la finalidad de realizar la recopilación de información que permita determinar la demanda para el servicio de patinaje sobre hielo sintético en la ciudad de Tulcán; por lo tanto se aplicaron 380 encuestas.
- Entrevista: Este instrumento fue importante aplicarlo para conocer precios y características generales que se ofertan en una pista de patinaje sobre hielo existente en la ciudad de Quito, de la misma manera, conocerlos en el patinaje sobre ruedas tratado como servicio sustituto en la ciudad de Tulcán.

3.4.2.2. Fuentes de información secundaria.

Adicionalmente se indagó información secundaria en libros, revistas, datos del INEC y documentos de internet con la finalidad de sustentar la información y complementar la investigación.

3.5. ANÁLISIS ESTADÍSTICO

La presente investigación se realizó mediante dos tipos de muestreo: no probabilístico porque se hizo por medio de estratos o cuotas; debido a que se eligió un estrato de edad, seleccionando a las personas en un rango de 15 a 64 años de edad; se enfocó principalmente en los padres y madres de familia por ser quienes disponen de recursos económicos, dan sustento a ella actuando de manera responsable y velan por el bienestar de la misma; así también se tomó en cuenta la opinión de los jóvenes y estudiantes de bachillerato quienes estarían en contacto directo con el servicio y harían uso de este; también un estrato de ingresos, seleccionando a la población económicamente activa. De la misma manera, se empleó el muestreo probabilístico porque al momento de la aplicación de la encuesta se seleccionó a los encuestados de una manera aleatoria, sin discriminación alguna.

3.5.1. Población.

3.5.1.1. Total de la población de Tulcán.

Tabla 2. Población de Tulcán

Hombres	Mujeres	TOTAL
42.584	43.914	86.498

Adaptado de: Datos INEC (2010)

3.5.1.2. Población económicamente activa (PEA) del Carchi.

Tabla 3. Población económicamente activa del Carchi

Hombres	Mujeres	TOTAL
44.402	24.104	68.506
64,81%	35,19%	100%

Adaptado de: Datos INEC (2010)

3.5.1.3. PEA de la ciudad de Tulcán.

Según datos publicados por el INEC, (2010) en el censo de población y vivienda se determinó que la población económicamente activa de Tulcán equivale al 54.6% de la PEA de la provincia del Carchi; por lo tanto, se realizaron los siguientes cálculos:

Donde:

- PEA Carchi es 68.506
- PEA Tulcán es 54,6%

$$68.506 \rightarrow 100\%$$

$$x \rightarrow 54,6\%$$

$$x = \frac{54,6 * 68.506}{100} \cong 37.404 \text{ personas}$$

Obteniendo una población económicamente activa de 37.404 personas en la ciudad de Tulcán.

A continuación, se muestra la segmentación de mercado realizada, se debe tener en cuenta que no se trabajaron porcentajes exactos por aplicarse un muestreo probabilístico aleatorio en la aplicación de las encuestas correspondientes; sin embargo, se tomaron en cuenta los siguientes aspectos para una mejor selección, además se consideraron personas que cuenten con capacidad de pago y puedan convertirse fácilmente en clientes o usuarios, es decir, niños y jóvenes que harían uso de la pista y practicarían con mayor frecuencia el patinaje y adultos que pueden ser padres de familia o abuelos.

3.5.2. Muestra.

3.5.2.1. Muestreo no probabilístico.

Tabla 4. Segmentación poblacional

Caracteres de segmentación	
Género	Masculino
	Femenino
	LGBTI
Zona geográfica	Norte
	Centro
	Sur
Rangos de edad	15-25
	26-36
	37-47
	48-58
	59-64
Nivel económico	Muy alto
	Alto
	Medio
	Bajo
Encuestados	Muy bajo
	Padres y madres de familia
	Comerciantes
	Estudiantes

Para la definición de la muestra se aplicó la fórmula señalada a continuación, empleando un nivel de confianza del 95%, un error de estimación del 5% y una varianza de 0,5; con lo cual se obtuvo el siguiente resultado de encuestas a realizar:

3.5.2.2. Aplicación de la fórmula del cálculo muestral.

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

Donde,

N = Población

Z^2 = Nivel de confianza del 95%

σ^2 = Varianza

e^2 = Error de estimación

Siendo así,

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)^2 37.404}{(37.404-1)(0,05)^2 + (1,96)^2(0,5)^2} = \frac{(3,84)(0,25)37.404}{(37.403)(0,0025) + (3,84)(0,25)}$$

$$n = \frac{35.907,84}{93,51 + 0,96} = \frac{35.907,84}{94,47} = 380 \text{ ua}$$

Después de realizar los cálculos correspondientes se obtuvo una muestra de 380 unidades de análisis, aplicables a los pobladores de la ciudad de Tulcán.

De esta manera se diseñó primeramente el instrumento para la recolección de datos (encuesta), tomando en cuenta la variable demanda conjuntamente con sus dimensiones; después se diseñó la guía estructurada para la entrevista a la oferta principal (patinaje sobre hielo) en un lugar cercano (Quito) y la oferta sustituta (patinaje sobre ruedas) en Tulcán.

Luego de hacer aprobar los instrumentos (encuesta y entrevista) se procedió a la aplicación de 30 encuestas piloto, a ello, se hicieron los cambios o ajustes respectivos para finalmente proceder a realizar el trabajo de campo en su totalidad; seleccionando sectores por conveniencia, es decir, lugares que cuentan con gran afluencia de personas como:

Tabla 5. Sectores por conveniencia

Lugares de aplicación de las encuestas	
Principales calles	Bolívar
	Av. Universitaria
	Av. Veintimilla
	Av. Coral
Parques	“Isidro Ayora”
	Central
Mercados	“Cepia”
	Plaza Central
	“San Miguel”
	Mercado del Sur
	Mercado Popular
Colegios	“Bolívar”
	“Tulcán”
	“Vicente Fierro”
	“Consejo Provincial”
Otros lugares	Supermercado “AKÍ”
	Obelisco
	UPEC
	Policía Nacional

Seguidamente, se procedió a tabular los datos obtenidos mediante el programa informático estadístico IBM SPSS Statistics, para hacer el respectivo análisis e interpretación de los resultados se empleó el modelo estadístico mediante técnicas univariantes y bivariantes para manejar e interpretar de mejor manera la información obtenida; los cuales fueron presentados en gráficos de pastel y de barras. Cabe resaltar que para una mayor profundización en la investigación se diseñó una guía estructurada para una entrevista; lo cual permitió empaparse más de la realidad de la información investigada.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1.RESULTADOS

4.1.1. Análisis de las encuestas.

4.1.1.1.Datos generales.

4.1.1.1.1. Lugar de residencia.

Tabla 6. Porcentaje del lugar de residencia.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Norte	178	46,80%
Centro	112	29,50%
Sur	90	23,70%
Total	380	100%

Fuente: Habitantes de la ciudad de Tulcán.

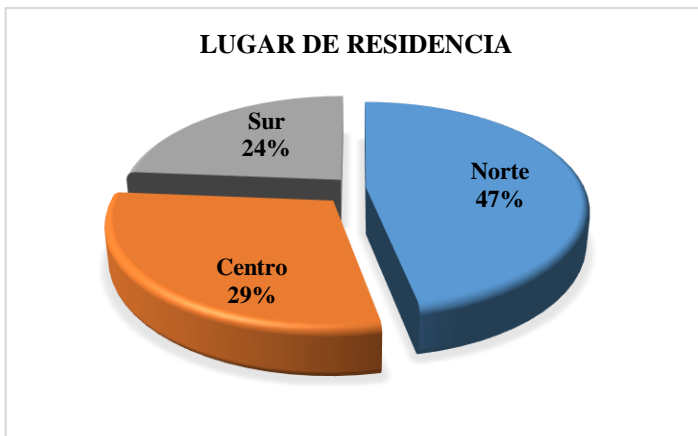


Figura 1. Lugar de residencia

Fuente: Habitantes de la ciudad de Tulcán.

Respecto a la variable lugar de residencia, se puede concluir que la mayoría de la población se encuentra en el norte de la ciudad de Tulcán, esto debido a la existencia de mayor espacio para residencias, el centro es un lugar no tan habitado por ser un área netamente comercial; mientras que en el sur es el área menos habitada por ser considerado la salida de la ciudad.

4.1.1.1.2. Género.

Tabla 7. Frecuencia de género.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	181	47,60%
Femenino	189	49,70%
LGBTI	10	2,60%
Total	380	100%

Fuente: Habitantes de la ciudad de Tulcán.

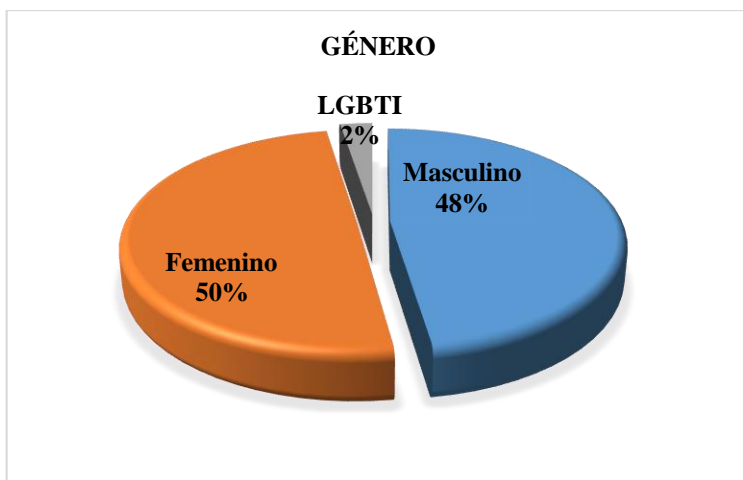


Figura 2. Género de los habitantes de la ciudad de Tulcán

Fuente: Habitantes de la ciudad de Tulcán.

El porcentaje de mujeres es mayor que de hombres, aunque realmente la diferencia es mínima; mientras que el porcentaje de población LGBTI es significativamente inferior con respecto a los dos géneros populares; esto debido a que esa tendencia se ha presentado en los últimos años especialmente en niños/as y jóvenes.

4.1.1.1.3. Edad.

Tabla 8. Porcentaje en rangos de edad.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
15-25	75	19,70%
26-36	96	25,30%
37-47	106	27,90%
48-58	69	18,20%
De 59 en adelante	34	8,90%
Total	380	100%

Fuente: Habitantes de la ciudad de Tulcán.

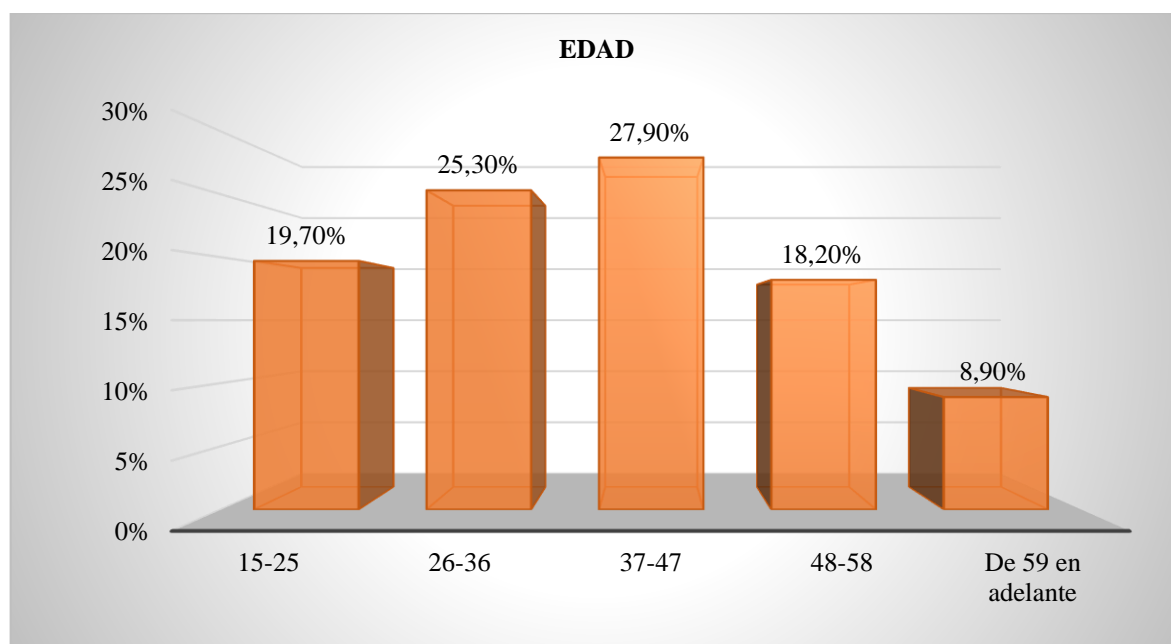


Figura 3. Edad de los habitantes de la ciudad de Tulcán

Fuente: Habitantes de la ciudad de Tulcán.

La población de la ciudad de Tulcán oscila entre 37 a 47 años de edad ocupando un porcentaje más alto; no obstante, las personas de 15 a 25 años y de 26 a 36 años de edad abarcan una representatividad mayor a los demás rangos, por lo tanto se puede deducir que la mayoría de la población de Tulcán es joven.

4.1.1.1.4. Nivel económico.

Tabla 9. Porcentaje de nivel económico.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Muy Alto	1	0,30%
Alto	88	23,20%
Medio	239	62,90%
Bajo	47	12,40%
Muy Bajo	5	1,30%
Total	380	100%

Fuente: Habitantes de la ciudad de Tulcán.

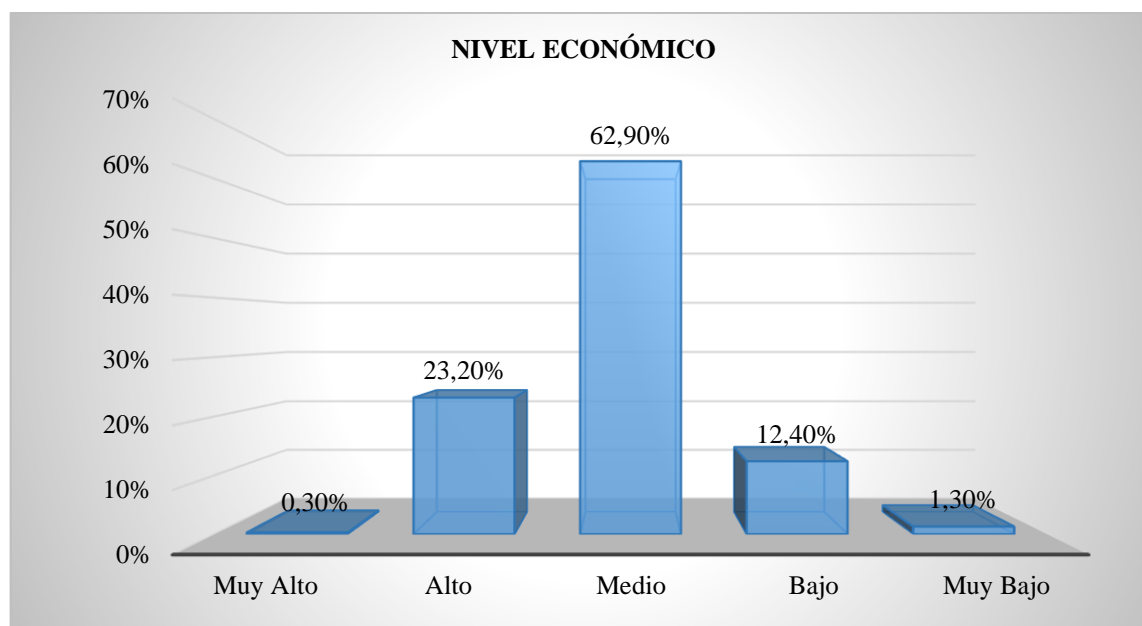


Figura 4. Nivel económico de los habitantes de la ciudad de Tulcán

Fuente: Habitantes de la ciudad de Tulcán.

Haciendo referencia al nivel económico de los habitantes de la ciudad de Tulcán, se puede observar que la mayoría de la población se encuentra en un nivel económico medio, convirtiéndose en la más alta trascendencia; mientras que un porcentaje no muy representativo señaló que su nivel económico es alto y la minoría optaron por un nivel económico bajo.

4.1.1.2. Gustos y preferencias.

4.1.1.2.1. Asistencia a una pista de patinaje sobre hielo.

Tabla 10. Porcentaje de visitas a la pista de patinaje sobre hielo.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	117	30,80%
No	263	69,20%
Total	380	100%

Fuente: Habitantes de la ciudad de Tulcán.



Figura 5. Asistencia a una pista de patinaje sobre hielo

Fuente: Habitantes de la ciudad de Tulcán.

En esta pregunta se puede observar que 7 de cada 10 personas encuestadas no han asistido a una pista de patinaje sobre hielo. Mientras que en un porcentaje menor las personas que asistieron señalan como la principal ciudad a Quito, y países como Colombia y Perú; esto debido a que en la ciudad de Tulcán no existe una pista de patinaje sobre hielo.

4.1.1.2.2. Motivo de asistencia.

Tabla 11. Porcentaje de personas que han asistido.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Patinaje libre	41	10,80%
Cursos	5	1,30%
Eventos	18	4,70%
Curiosidad	53	13,90%
*No aplica	263	69,20%
Total	380	100%

* Pertenece a las personas que no han asistido a una pista de patinaje sobre hielo

Fuente: Habitantes de la ciudad de Tulcán.

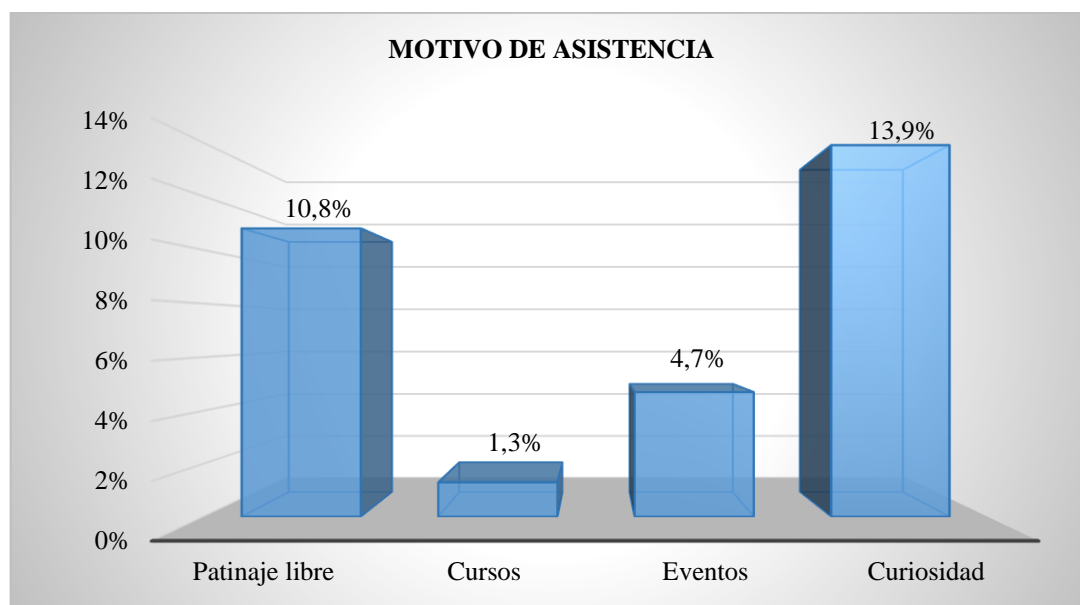


Figura 6. Motivo de asistencia

Fuente: Habitantes de la ciudad de Tulcán.

De acuerdo a la pregunta anterior, se puso a consideración los motivos por los cuales los encuestados asistieron a la pista de patinaje sobre hielo; entre los más destacados se señaló la curiosidad y en segundo lugar el patinaje libre. En un porcentaje menor, se mencionó que han asistido por eventos y finalmente lo que respecta a cursos, estos no han sido un motivo de visita.

4.1.1.2.3. Posibilidad de existencia de una pista de patinaje sobre hielo sintético.

Tabla 12. Porcentaje de personas que gustan la existencia de una pista de patinaje sobre hielo

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	360	94,70%
No	20	5,30%
Total	380	100%

Fuente: Habitantes de la ciudad de Tulcán.

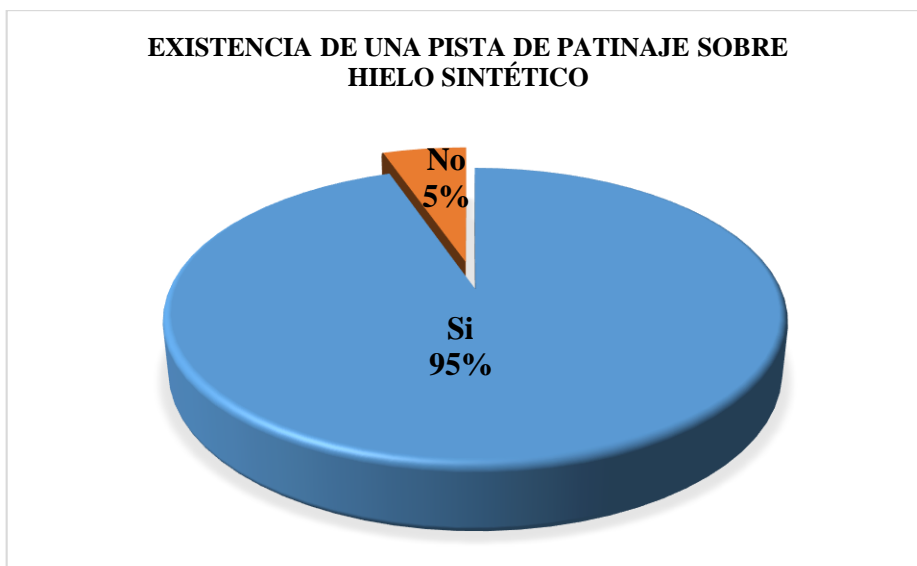


Figura 7. Posibilidad de existencia de una pista de patinaje sobre hielo sintético

Fuente: Habitantes de la ciudad de Tulcán.

Los encuestados respondieron positivamente ante la posibilidad de la existencia de una pista de patinaje sobre hielo sintético en la ciudad de Tulcán; siendo aprobada por la mayoría de la población de estudio optando por un lugar diferente a los que existen en la localidad; incentivando un ambiente sano. Además, esta tendencia se presenta por la curiosidad que el deporte genera y porque la ciudad no cuenta con una pista de esta índole.

4.1.1.2.4. Razones para no crear una pista de patinaje sobre hielo.

Tabla 13. Porcentaje de personas que no quieren una pista de patinaje sobre hielo

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Porque no le gusta el patinaje	1	0,30%
Porque no le parece interesante	11	2,90%
Porque no puede patinar	5	1,30%
Porque no es adecuado para el clima	3	0,80%
*No aplica	360	94,70%
Total	380	100%

* Personas que si desean la existencia de una pista de patinaje sobre hielo sintético en la ciudad de Tulcán.

Fuente: Habitantes de la ciudad de Tulcán.

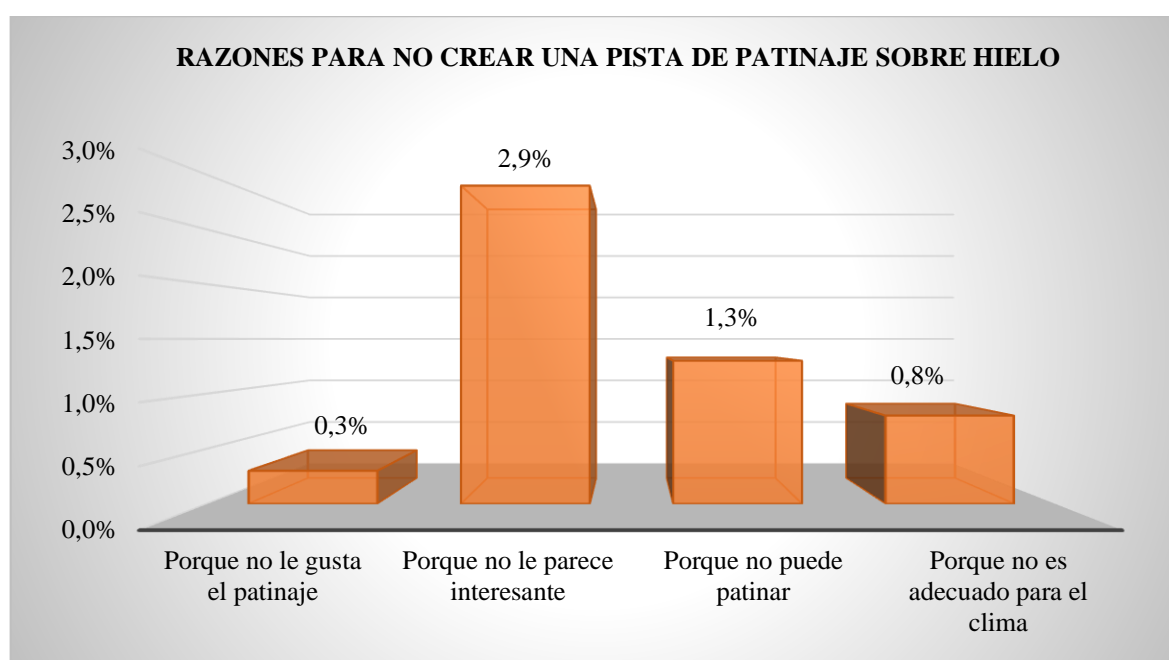


Figura 8. Razones para no crear una pista de patinaje sobre hielo en la ciudad de Tulcán

Fuente: Habitantes de la ciudad de Tulcán.

Las personas encuestadas que respondieron negativamente a la existencia de una pista de patinaje fue un porcentaje mínimo; en lo cual, la mayor de las causas fue que el patinaje no es considerado como un deporte interesante, mientras que otra parte manifestó que no les agrada la idea porque no saben patinar o porque el clima no está acorde a las necesidades del mismo.

4.1.1.2.5. Ubicación para la pista de patinaje sobre hielo sintético.

Tabla 14. Porcentaje de aceptación por el lugar de ubicación

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Norte	100	26,30%
Centro	214	56,30%
Sur	46	12,10%
*No aplica	20	5,30%
Total	380	100%

* Personas que decidieron que no quieren una pista de patinaje sobre hielo en la ciudad de Tulcán.

Fuente: Habitantes de la ciudad de Tulcán.

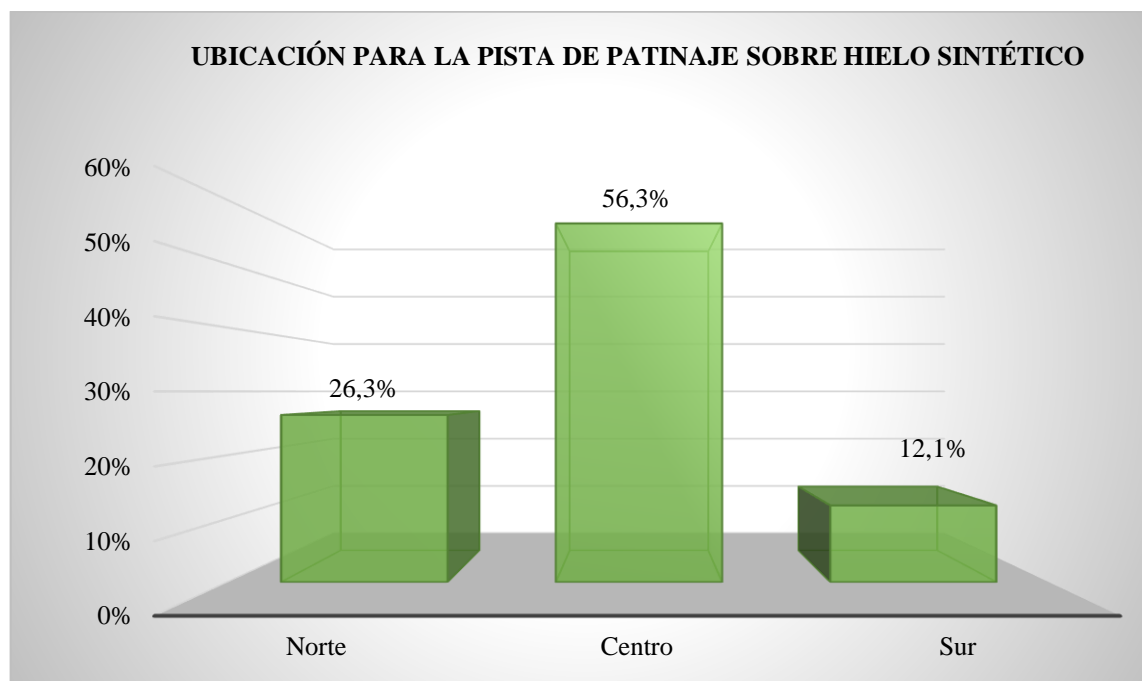


Figura 9. Ubicación para la pista de patinaje sobre hielo sintético

Fuente: Habitantes de la ciudad de Tulcán.

Respecto a la decisión de los encuestados, la mayoría de ellos sin importar su lugar de residencia optaron como la mejor opción para ubicar la pista de patinaje sobre hielo sintético es el centro de la ciudad de Tulcán; también optaron al norte debido a que en este se encuentran lugares deportivos como el coliseo, el velódromo, entre otros.

4.1.1.2.6. Posibilidad de asistir a la pista de patinaje sobre hielo.

Tabla 15. Porcentaje de asistencia

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Solo/a	12	3,20%
Acompañado/a	348	91,60%
*No aplica	20	5,30%
Total	380	100%

* Personas que decidieron que no quieren una pista de patinaje sobre hielo en la ciudad de Tulcán.

Fuente: Habitantes de la ciudad de Tulcán.

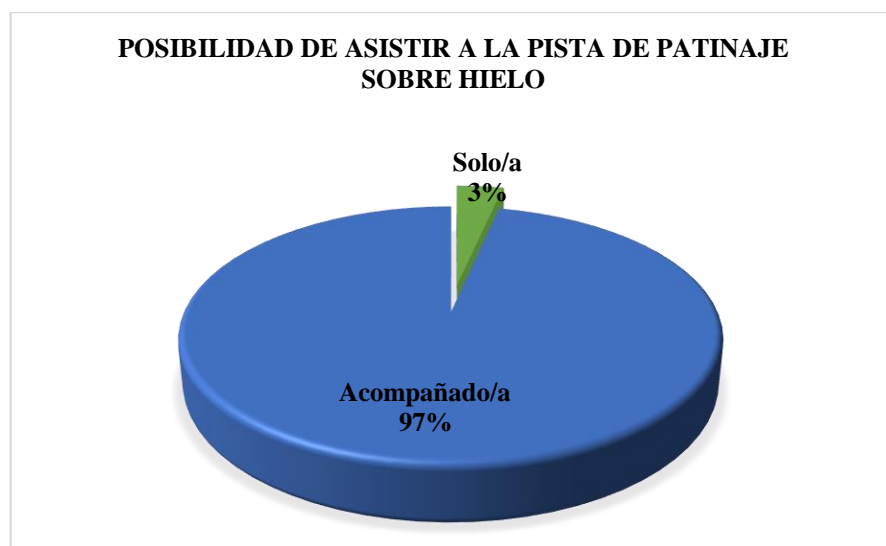


Figura 10. Posibilidad de asistir a la pista de patinaje sobre hielo

Fuente: Habitantes de la ciudad de Tulcán.

La mayoría de los encuestados dieron a conocer que ellos asistirían acompañados a la pista de patinaje sobre hielo sintético porque consideran que es más práctico y divertido; además, ellos prefieren un entorno familiar o de amistad lo que hace que el ambiente del lugar conjuntamente con lo novedoso del deporte se vuelva una experiencia inolvidable.

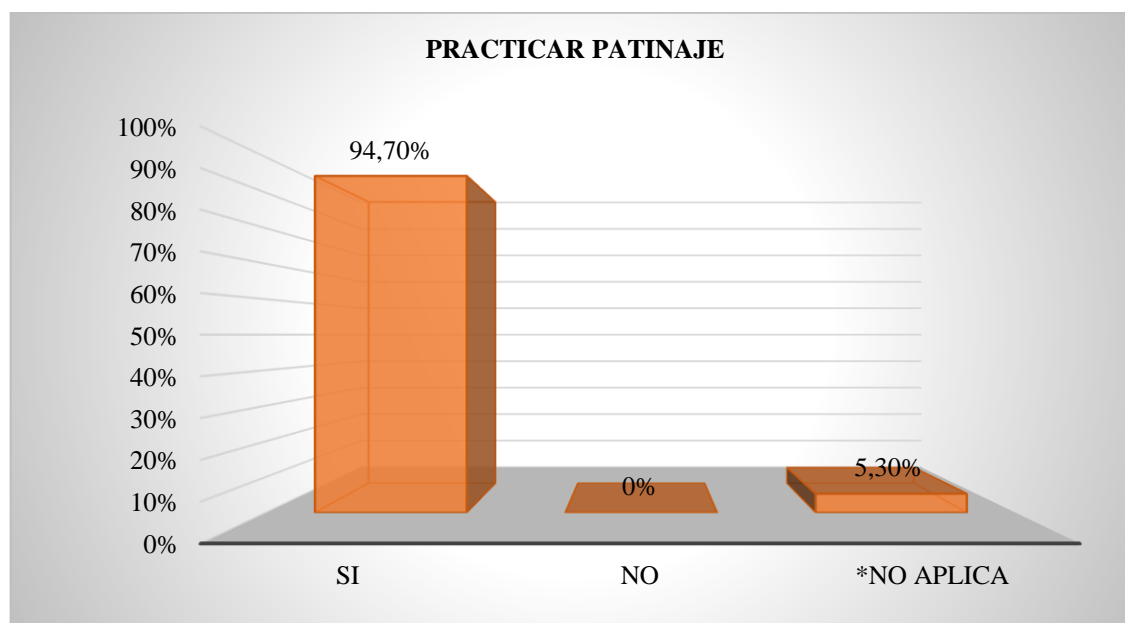
4.1.1.2.7. Practicar patinaje.

Tabla 16. Porcentaje de personas que practicaría patinaje

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	360	94,70%
No	0	0%
*No aplica	20	5,30%
Total	380	100%

* Personas que decidieron que no quieren una pista de patinaje sobre hielo en la ciudad de Tulcán.

Fuente: Habitantes de la ciudad de Tulcán.



* Personas que decidieron que no quieren una pista de patinaje sobre hielo en la ciudad de Tulcán.

Figura 11. Practicar patinaje

Fuente: Habitantes de la ciudad de Tulcán.

La mayoría de los encuestados están dispuestos a practicar patinaje sobre hielo o que alguien de su familia lo haga; considerando que este deporte incentiva a nuevos cambios para niños/as, jóvenes y adultos. Además, es un deporte nuevo y novedoso por practicarse con mayor frecuencia en lugares con temperaturas bajas o en los cuales se presentan las cuatro estaciones climáticas.

4.1.1.2.8. Personas que practicarían patinaje.

Tabla 17. Frecuencia de personas que asistirían

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Hijos	234	65%
Padres	22	6,10%
Hermanos	57	15,80%
Nietos	90	25%
Amigos	53	14,70%
Pareja	58	16,10%
Solo/a	3	0,80%
Total	517	143,60%

Fuente: Habitantes de la ciudad de Tulcán.

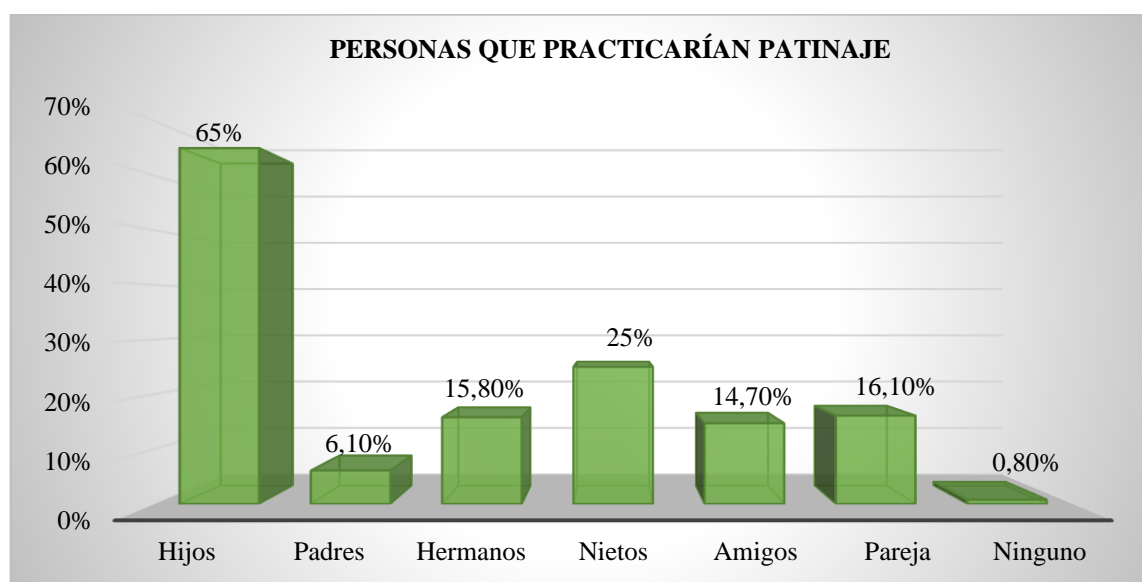


Figura 12. Personas que practicarían patinaje

Fuente: Habitantes de la ciudad de Tulcán.

La mayoría de los encuestados prefieren practicar patinaje y asistir en un ambiente familiar (hijos, nietos, hermanos), mientras que un porcentaje menor considera que el patinaje es mejor practicarlo en un ambiente social o de amistad (amigos, pareja), considerando que es un deporte que disfrutarían practicar acompañados.

4.1.1.2.9. Frecuencia para practicar patinaje.

Tabla 18. Frecuencia para visitar la pista de patinaje sobre hielo.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Diaria	79	20,80%
Semanal	210	55,30%
Quincenal	47	12,40%
Mensual	22	5,80%
Trimestral	1	0,30%
Semestral	1	0,30%
*No aplica	20	5,30%
Total	380	100%

* Personas que decidieron que no quieren una pista de patinaje sobre hielo en la ciudad de Tulcán.

Fuente: Habitantes de la ciudad de Tulcán.

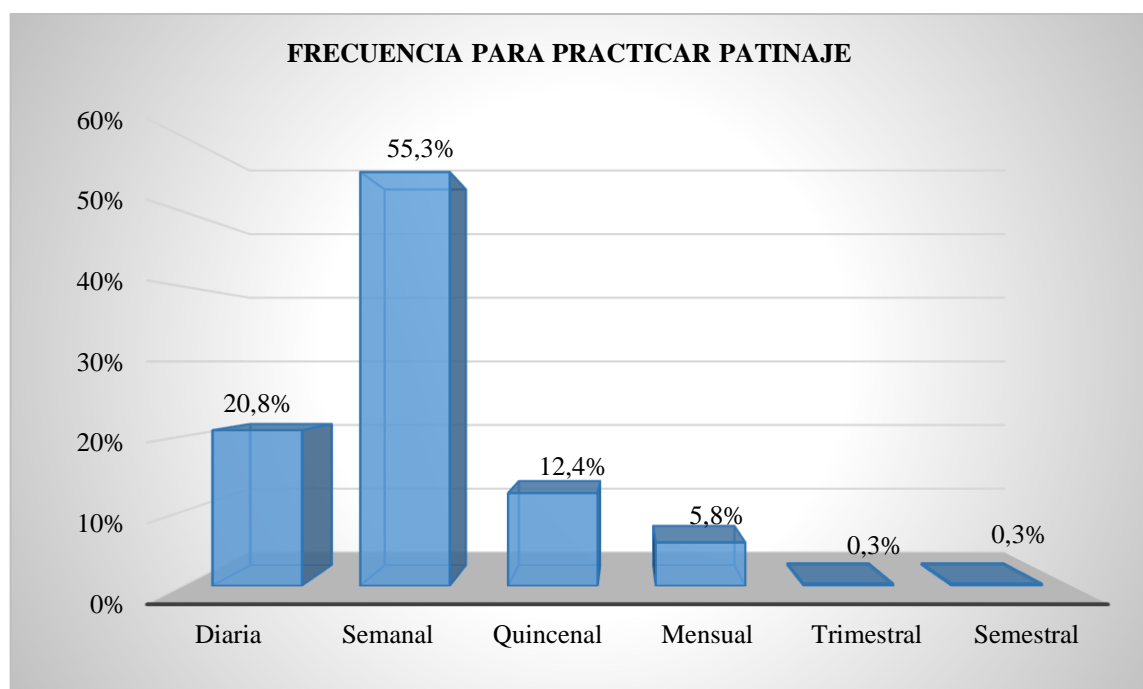


Figura 13. Frecuencia para practicar patinaje

Fuente: Habitantes de la ciudad de Tulcán.

Para la mayoría de los encuestados la frecuencia adecuada con que se debería practicar patinaje sobre hielo es semanalmente; esto debido a la disponibilidad de tiempo en los fines de semana. Un porcentaje minoritario de la población manifestó que sería más conveniente practicarlo diariamente pero a manera de curso o para participación en competencias para un mejor aprendizaje.

4.1.1.2.10. Lugares favoritos de visita.

Tabla 19. Frecuencia de lugares a visitar en el tiempo libre.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Centros comerciales	73	19,20%
Centros recreacionales	94	24,70%
Parques	193	50,80%
*No aplica	20	5,30%
Total	380	100%

* Personas que decidieron que no quieren una pista de patinaje sobre hielo en la ciudad de Tulcán.

Fuente: Habitantes de la ciudad de Tulcán.

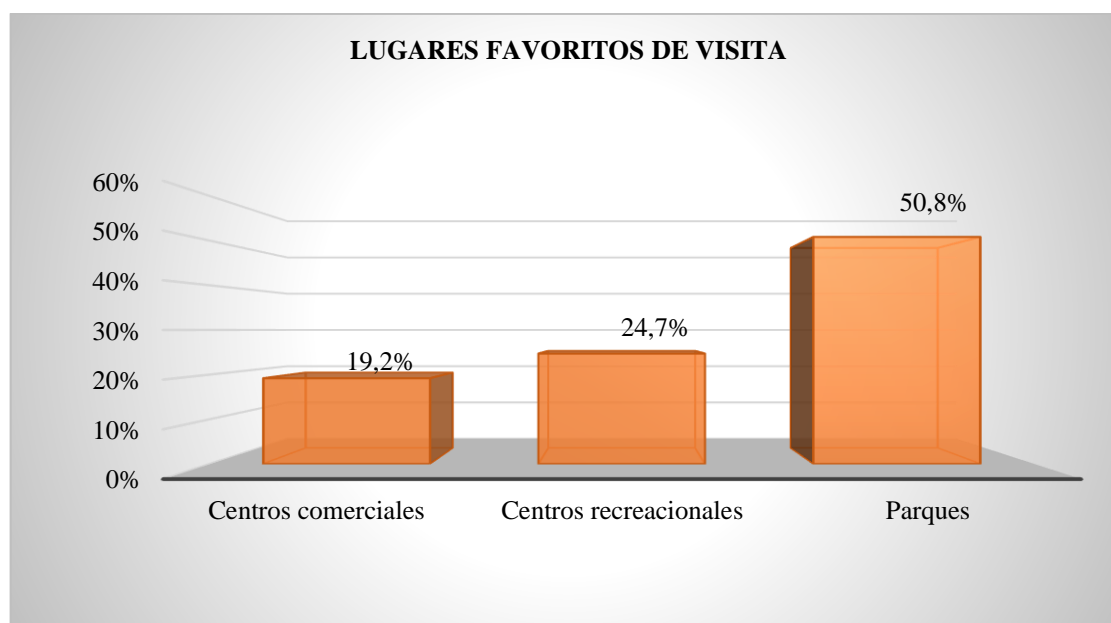


Figura 14. Lugares favoritos de visita

Fuente: Habitantes de la ciudad de Tulcán.

Con respecto a la opinión de los encuestados, seis de cada diez personas prefieren visitar lugares como parques o centros comerciales que les permitan compartir en familia y pasar momentos amenos y divertidos que facilitan el acceso a espacios libres y sanos. Por otra parte, un porcentaje menor declaró que es mejor visitar centros recreacionales o comerciales porque tienen mayor diversidad.

4.1.1.2.11. Características valoradas.

Tabla 20. Frecuencia de características valoradas

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Adecuación	123	34,20%
Ubicación	88	24,40%
Parqueadero	41	11,40%
Iluminación	37	10,30%
Limpieza	132	36,70%
Guardería	21	5,80%
Total	442	122,80%

Fuente: Habitantes de la ciudad de Tulcán.

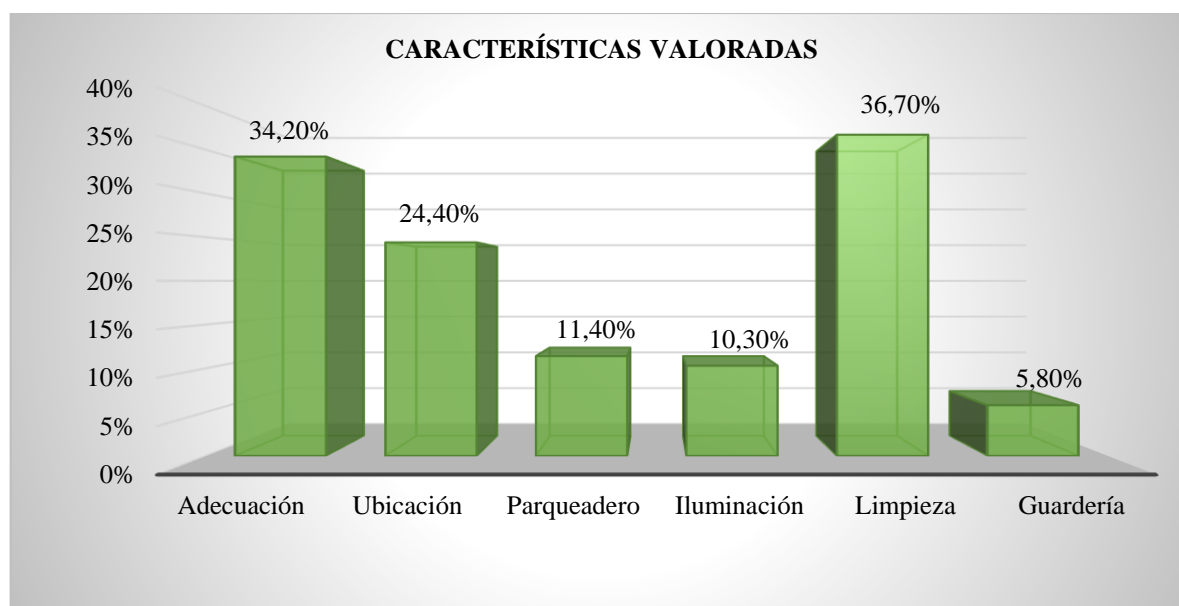


Figura 15. Características valoradas

Fuente: Habitantes de la ciudad de Tulcán.

Los encuestados decidieron que lo más importante en los lugares que suelen visitar es la limpieza; conjuntamente a ello la adecuación y ubicación del mismo; haciendo que se sientan satisfechos con el servicio adquirido y que el lugar se vuelva propicio para visitarlo. Además, esto genera que los clientes se sientan comprometidos e importantes para la empresa que está ofertando el servicio.

4.1.1.2.12. Preferencia de servicios complementarios.

Tabla 21. Porcentaje de servicio complementario preferido

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Heladería	167	46,40%
Restaurante	162	45%
Cafetería	99	27,50%
Total	428	118,90%

Fuente: Habitantes de la ciudad de Tulcán.

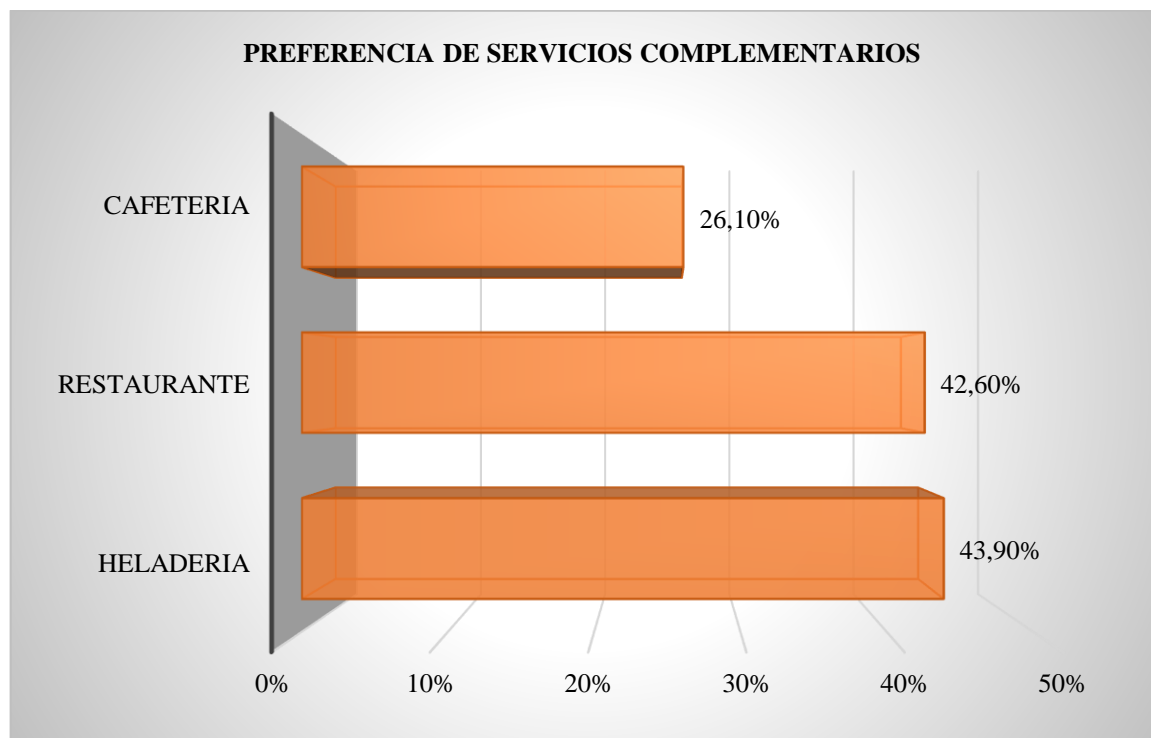


Figura 16. Preferencia de servicios complementarios

Fuente: Habitantes de la ciudad de Tulcán.

Para los encuestados complementariamente con el servicio de patinaje sobre hielo, les gustaría adquirir en su mayoría los servicios de heladería y restaurante; en opinión de los mismos es necesario para los niños e incluso para ellos mismos poder alimentarse. Además, son considerados esenciales en un lugar que ofrece entretenimiento y diversión; haciendo del deporte y del servicio una mejor experiencia.

4.1.1.3. Comportamiento de consumo.

4.1.1.3.1. Disposición de pago.

Tabla 22. Porcentaje de dinero a pagar por patinar

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
De \$5 a \$15	285	75%
De \$16 a \$26	68	17,90%
Más de \$27	7	1,80%
*No aplica	20	5,30%
Total	380	100%

* Personas que decidieron que no quieren una pista de patinaje sobre hielo en la ciudad de Tulcán.

Fuente: Habitantes de la ciudad de Tulcán.

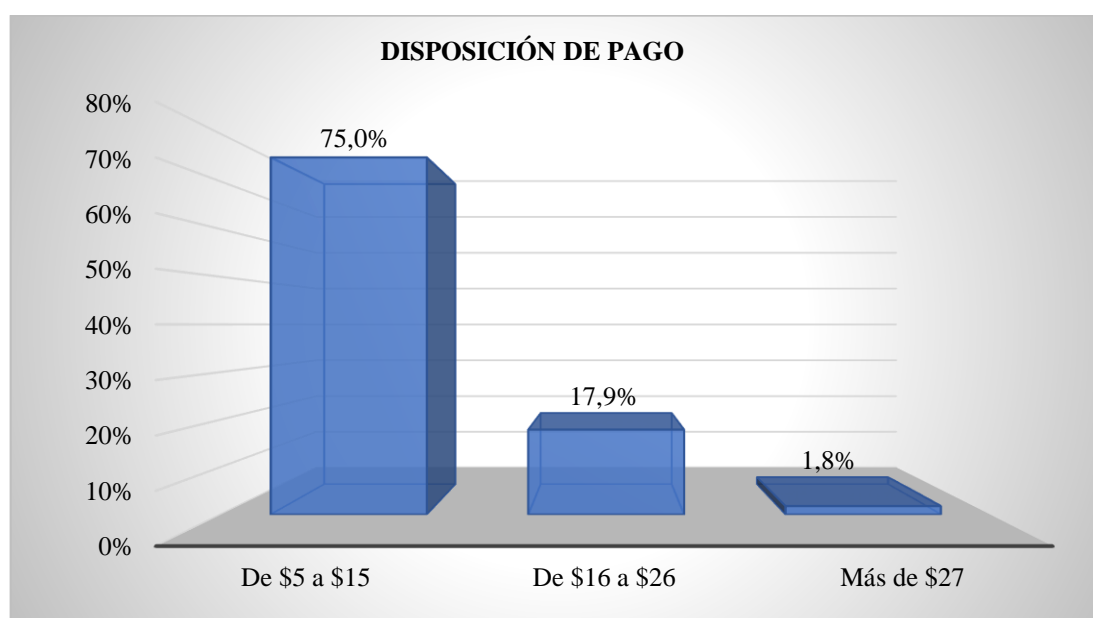


Figura 17. Disposición de pago

Fuente: Habitantes de la ciudad de Tulcán.

De acuerdo a la información recolectada ocho de cada diez personas encuestadas manifestaron que estarían dispuestos a pagar por patinar sobre hielo sintético un valor que oscila de \$5 a \$15, lo cual comparando con los precios que se encuentran en la ciudad de Quito estos son similares, de la misma manera hay un porcentaje inferior que pagaría de \$16 a \$26 sin importar su nivel económico.

4.1.1.3.2. Tiempo de salida para divertirse.

Tabla 23. Frecuencia de días destinados a la diversión

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Entre semana	43	11,30%
Fines de semana	300	78,90%
Todos los días	17	4,50%
*No aplica	20	5,30%
Total	380	100%

* Personas que decidieron que no quieren una pista de patinaje sobre hielo en la ciudad de Tulcán.

Fuente: Habitantes de la ciudad de Tulcán.

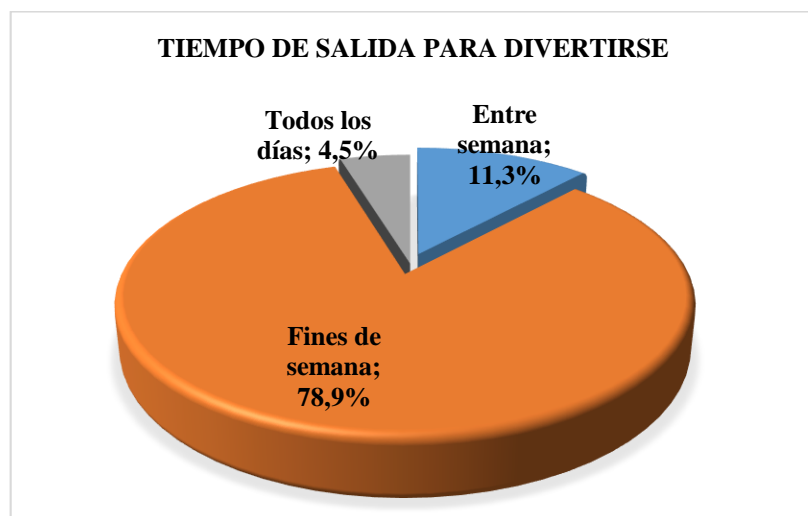


Figura 18. Tiempo de salida para divertirse

Fuente: Habitantes de la ciudad de Tulcán.

Con respecto a los días preferentes dedicados a actividades de entretenimiento y diversión, la mayoría de los encuestados prefieren salir los fines de semana debido a la disponibilidad de tiempo libre. Mientras que otro pequeño porcentaje prefiere salir entre semana; esto debido a que por cuestiones de trabajo y tiempo; a veces deben trabajar los fines de semana y les dificulta compartir tiempo con sus familiares o amigos.

4.1.1.3.3. Aspectos relevantes para la adquisición de un servicio.

Tabla 24. Frecuencia de aspectos relevantes en el servicio

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Tiempo de espera	42	11,70%
Calidad	97	26,90%
Atención al cliente	251	69,70%
Total	390	108,30%

Fuente: Habitantes de la ciudad de Tulcán.

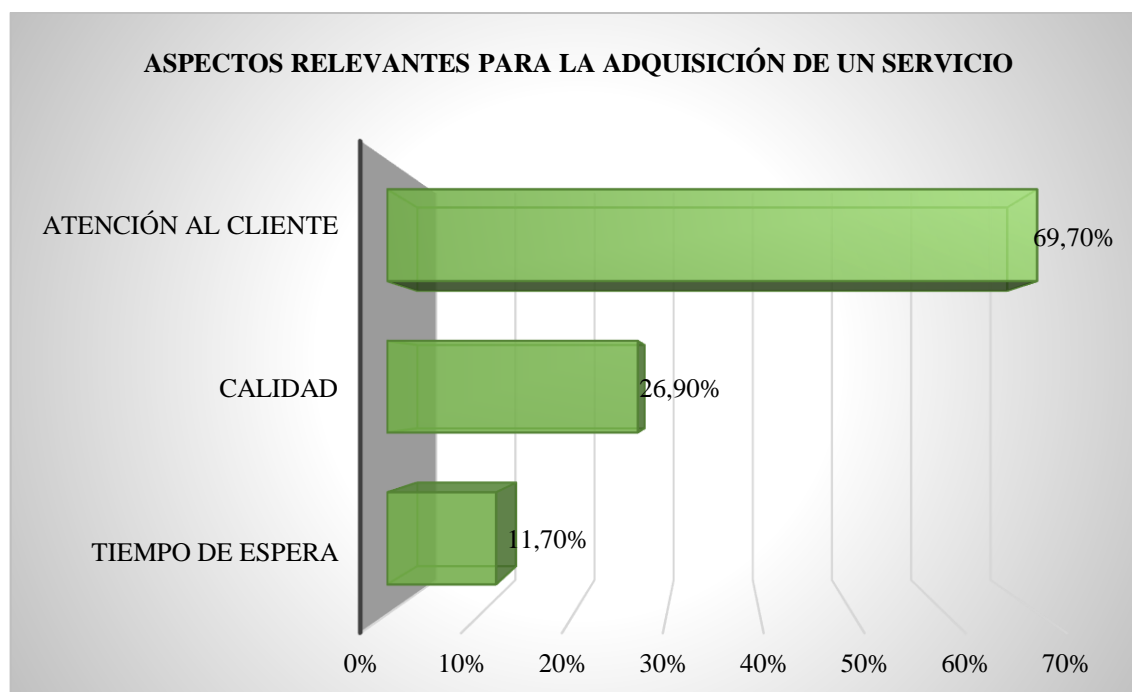


Figura 19. Aspectos relevantes para la adquisición de un servicio

Fuente: Habitantes de la ciudad de Tulcán.

De acuerdo a la opinión de las personas encuestadas, con respecto a aspectos considerados relevantes al momento de adquirir un servicio; estos decidieron que es más importante la atención al cliente, sea de las personas que se encargan de ofertar el servicio, personas de limpieza o seguridad; inmersa en ello la cordialidad y la calidad del servicio prestado hacen una combinación efectiva para los clientes.

4.1.2. Análisis de las entrevistas.

Para la realización de las entrevistas se tomaron dos enfoques; la oferta directa (patinaje en hielo) en un lugar cercano, en este caso la ciudad de Quito y la oferta por sustitución (patinaje sobre ruedas) en la ciudad de Tulcán.

Para la oferta directa, se entrevistó al administrador y director de la escuela de patinaje del Palacio del Hielo; en cuanto a la oferta sustituta, en la localidad existen seis clubs de patinaje sobre ruedas; por lo cual se entrevistó al entrenador de la escuela de patinaje de la Alcaldía Municipal de Tulcán.

4.1.2.1.Oferta directa.

Jorge Luis Cañizares Mena.

Nacido en Quevedo, Los Ríos, Ecuador.

34 años de edad.

Diseñador multimedia. Miembro de la PSA.

Actualmente es Director de la escuela de patinaje en el Palacio del Hielo CCI.

Entrevista estructurada

1. ¿Cuáles considera que son los factores que motivan a las personas a asistir a una pista de patinaje sobre hielo?

Principalmente lo novedoso del deporte, es algo que es difícil de encontrar aquí en Ecuador, en Sudamérica en general, estando en un clima tropical tener una pista de hielo es un lujo y conforme lo vas probando la sensación combinada con el movimiento del frío del hielo y el hacer ejercicio es una combinación única. Por ponerlo en una sola palabra, se puede decir que el principal motivo es la curiosidad.

2. ¿Cómo ha sido la aceptación de las personas hacia el servicio de patinaje sobre hielo?

La aceptación del patinaje sobre hielo ha sido muy bueno, con el tiempo se van creando clientes frecuentes y se vuelve un punto de encuentro. La mayoría de personas que asisten están entre los 10 y 25 años de edad, especialmente los fines de semana. Usualmente los jóvenes van en grupos y entre familia cuando son más niños.

3. ¿Qué servicios oferta? Y ¿Cuántos matriculados existen actualmente?

El principal servicio es patinaje al público, pero también está la escuela de patinaje, que en su totalidad tiene más de 70 alumnos inscritos en diferentes niveles y horarios; además existen fiestas de cumpleaños, reservación de pista para eventos y por supuesto equipos de hockey que asisten regularmente a jugar y entrenar.

4. ¿Cuántas personas son contratadas para enseñar patinaje?

En la escuela de patinaje artístico existen cinco entrenadores, incluyéndome a mí que soy el Director de la escuela.

5. De acuerdo a su experiencia, ¿qué tan viable considera la existencia de una pista de patinaje sobre hielo sintético en la ciudad de Tulcán?

Personalmente, no me gusta el hielo sintético, al menos en los que he tenido la oportunidad de patinar no me ha gustado; aunque depende mucho de la ubicación del lugar y sobre todo toma un tiempo posicionarse y debe manejarse muy bien la publicidad de medios. El hielo que nosotros manejamos es diferente, los químicos que tiene el sintético es básicamente colorante blanco y el otro es un polímero súper absorbente; una vez que se cubre es básicamente agua congelada, es decir, hielo casi natural. En el caso de una pista de hielo si es factible, pero la ubicación es clave.

Jaime Oswaldo Garcés Garcés.

Nacido en Quito, Pichicha, Ecuador.

55 años de edad.

Estudió en la Escuela Politécnica Nacional, Ingeniería Electrónica.

Actualmente es administrador en Palacio del Hielo CCI.

Entrevista estructurada

1. ¿Qué fue lo que lo motivo a crear una pista de patinaje sobre hielo?

El creador o fundador del Palacio del Hielo es el Doctor Silvio Heller, un ecuatoriano nato.

Considero que el principal motivo para instituir una pista de hielo fue crear un centro de diversión con un deporte no popular; esta fue una brillante idea puesto que se observó que en otros países tenía una muy buena acogida; aunque por el momento no se ha considerado la posibilidad de abrir alguna sucursal.

2. ¿Cómo ha sido la aceptación de las personas hacia el servicio de patinaje sobre hielo?

Desde el inicio siempre se ha tenido muy buena acogida y a lo largo del tiempo la asistencia y recurrencia de público a la pista de patinaje en hielo se ha mantenido estable; en algunas temporadas como vacaciones escolares los clientes incrementan y esto a su vez ha generado fidelidad por parte de nuestros clientes y usuarios hacia el Palacio del Hielo.

3. ¿Qué estrategias de marketing y administración utiliza para ofertar el servicio de patinaje sobre hielo? ¿Por qué?

Fundamentalmente damos a conocer nuestros servicios por medio de redes sociales, alianzas con medios de comunicación como prensa y radio; también se realizan eventos regularmente a lo largo del año, los cuales son transmitidos por estos medios de comunicación; esto a su vez hace que estemos con mayor frecuencia en el pensamiento de los jóvenes y potenciales clientes.

4. ¿Cuáles considera que son los factores que motivan a las personas a asistir a una pista de patinaje sobre hielo?

El principal motivo es que las personas tenemos la necesidad de divertirnos; siendo así, la diversión conlleva a que se aprecien otros factores como ver al patinaje como un deporte sano y diferente, además también valoran que las instalaciones del lugar sean adecuadas y brinden un entorno familiar o de amistad.

5. ¿Cómo ha sido la afluencia de personas en los últimos años? ¿Cuál es su factor diferenciador?

La afluencia ha sido excelente, el 70% de las personas que asisten se encuentran en un rango de edad de 12 hasta 35 años, el 20% son los padres de familia de los estudiantes de la escuela de patinaje que están comprendidos entre los 30 a 50 años y el 10% restante lo ocupan las personas que asisten esporádicamente a la pista por curiosidad.

Lo que nos diferencia de la competencia principalmente, es la calidad del servicio y la innovación.

6. De acuerdo a su experiencia, ¿qué tan viable considera la existencia de una pista de patinaje sobre hielo sintético en la ciudad de Tulcán?

La creación de una pista de patinaje en hielo sería ideal y viable siempre y cuando se ubique en un centro comercial o en un lugar donde haya servicios adicionales o complementarios al servicio, también se debe tener en cuenta que la ubicación es clave y de esta depende la afluencia de personas y el éxito de la pista de hielo.

4.1.2.2.Oferta sustituta.

Alberth Alexander Garreta Riascos.

Nacido en Tulcán, Carchi, Ecuador.

32 años de edad.

Corredor de patinaje activo. Campeón Nacional de Patinaje.

Actualmente es entrenador de la escuela de patinaje sobre ruedas de la Alcaldía Municipal de Tulcán.

Entrevista estructurada

1. ¿Qué opina acerca del patinaje como una nueva opción de deporte para la juventud?

El patinaje para la juventud sea sobre ruedas o en hielo, es una opción muy buena, porque se puede decir que es uno de los deportes más completos que existe en sus diferentes disciplinas; permite trabajar todos los músculos del cuerpo y además genera sentido de pertenencia y responsabilidad con el deporte al igual que su cuerpo y mente. Personalmente, yo practico patinaje desde los 8 años de edad y lo recomiendo porque ha sido una experiencia maravillosa.

2. ¿Cómo ha sido la acogida del patinaje sobre ruedas por los habitantes de la ciudad de Tulcán?

El patinaje sobre ruedas ha tenido una buena acogida en la ciudad de Tulcán porque no existe un solo club, en la ciudad existen alrededor de seis clubs de patinaje que se entrenan cada uno en diferentes disciplinas como carreras o patinaje artístico, además son muy buenos y presentan una entrega total y responsable por parte de los deportistas.

3. ¿Qué servicios oferta? Y ¿Cuántos matriculados existen actualmente?

Los servicios que oferta particularmente la Alcaldía Municipal de Tulcán es básicamente la formación deportiva de los niños; formándose en tres diferentes categorías: inicialmente escuelitas, novatos y finalmente competitivos, en donde ya están preparados para competencias a nivel local o nacional.

Actualmente, existen 95 matriculados y se trabaja de lunes a viernes pero los días lunes, miércoles y viernes se trabaja en las instalaciones del velódromo y los días martes y jueves se trabaja en las canchas de básquet al lado del Coliseo “19 de Noviembre”.

4. ¿Cuántas personas son contratadas para enseñar patinaje?

Por el momento solo existe una persona por parte del Municipio, esto debido a cuestiones como el estudio los niños no asisten en su totalidad todos los días, pero generalmente cada día se trabaja con mínimo 25 estudiantes.

5. ¿Qué características tienen las personas que practican patinaje?

El patinaje lo puede practicar cualquier persona, ya sea introvertida o extrovertida sin importar la edad; pero lo más importante es ser responsables, arriesgadas, comprometidas al momento de representar a la provincia y al país.

6. ¿Considera conveniente la existencia de una pista de patinaje sobre hielo sintético en la ciudad de Tulcán? ¿Por qué?

Personalmente, creo que sería una estupenda idea y un buen proyecto porque los niños, jóvenes e incluso adultos pueden experimentar algo nuevo y diferente que por lo general solo se mira en las grandes ciudades o en lugares que el clima lo permite.

4.2.DISCUSIÓN

Después de realizar la recolección de información mediante encuestas a la población de Tulcán y entrevistas a la empresa Palacio del Hielo en la ciudad de Quito acerca del servicio de patinaje sobre hielo sintético, se logró observar la situación económica, social, política y especialmente cultural de la localidad.

Para una mejor comprensión y explicación de los resultados obtenidos a raíz de la investigación fue necesario fundamentarse en la metodología de Gabriel Baca que plantea que los elementos de un estudio de mercado deben constar de un análisis de: producto o servicio, demanda, precio, oferta y comercialización aunque esta última no es aplicable al tema de investigación tratado.

Con respecto a los resultados obtenidos se puede hacer las siguientes interpretaciones:

4.2.1. Servicio.

El patinaje sobre hielo según Saiz, L. (2017) es un deporte de invierno que consiste en realizar piruetas, giros y acrobacias sobre una superficie en hielo. En la ciudad de Tulcán, actualmente no existe una pista de patinaje sobre hielo, pero el patinaje sobre ruedas cuenta con instalaciones adecuadas para practicarlo.

Haciendo referencia en lo anterior, se preguntó a los encuestados si les gustaría la existencia de una pista de patinaje sobre hielo sintético, la mayoría dio una respuesta positiva ante la idea y expresó interés como muestra la Figura 7, esto demuestra que las personas están abiertas a nuevas opciones de diversión o entretenimiento y a adquirir otro tipo de servicios que satisfagan sus necesidades, de acuerdo a Lage, R. (2016) manifiesta los tipos de necesidades de Maslow, el servicio de patinaje sobre hielo se identifica con (...) las sociales que se refieren a la necesidad de pertenecer y ser aceptados en un grupo social, incluyendo afecto, amistad y cariño que además le permita desarrollar todo su potencial.

De esta forma, los encuestados manifestaron e hicieron una comparación entre la calidad del servicio y el precio ofertado en la ciudad de Quito, concluyendo que la creación de una pista en hielo sería adecuada si el precio fuese similar al ofertado en el mercado actual, tomando en cuenta factores como atención al cliente y calidad del servicio, en la Figura 19 se evidencia como estos últimos son considerados relevantes para la demanda.

Aunque las expectativas del cliente varían al momento de evaluar un buen servicio y con el pasar del tiempo; se puede decir que las pocas personas que han asistido a una pista de hielo se encuentran satisfechas con el servicio, por lo tanto, el patinaje sobre hielo puede ser tratado como un servicio deseado que de acuerdo a Lovelock, C. & Wirtz, J. (2009) es el tipo de servicio que los clientes esperan recibir de la empresa elegida. Se trata de un nivel anhelado, una combinación de lo que los clientes creen que pueden y deben recibir en el contexto de sus necesidades personales; servicio que las pistas de la ciudad de Quito han sabido ofertar, cumpliendo y generando expectativas de satisfacción en los clientes y usuarios.

4.2.2. Demanda.

La investigación de campo realizada manifestó resultados en su mayoría positivos para el servicio de patinaje sobre hielo sintético; cabe resaltar que la muestra inicial, obtenida a partir de la población de estudio era 380 personas, pero de ellas 20 decidieron que no estarían de acuerdo con esa idea como se indica en la Figura 7; esto debido a razones como el clima o que el patinaje es considerado un deporte poco interesante como se evidencia en la Figura 8.

Por lo tanto, la muestra real con que se trabajó fue 360 unidades de análisis que están de acuerdo en invertir tiempo y dinero en actividades de recreación y entretenimiento, convirtiéndose en el mercado meta, considerado por Garnica, C. & Maubert, C. (2009) como una parte del mercado disponible calificado, que consiste en un grupo de compradores que reúnen características y necesidades similares que la empresa decide servir.

De esta manera, es necesario analizar un enfoque macro de la situación turística del Ecuador y el mundo para entender y comprender el comportamiento de la demanda hacia actividades de esta índole. En este caso, según información emitida por la OMT, (2016) en su Barómetro del Turismo Mundial para 2016 se registraron 1.237 millones de llegadas internacionales superiores en un 3,9% respecto a las contabilizadas en 2015 en cuanto al sector turístico mundial. Sin embargo, para Ecuador el panorama fue diferente, según el Ministerio de Turismo en su Boletín de Estadísticas Turísticas 2012–2016 en Ecuador se registraron 1'418.159 llegadas de extranjeros, notándose un decrecimiento del 8,18% en relación al año anterior, situación causada a partir de la devaluación del peso colombiano frente al dólar.

Así también, para la provincia del Carchi según datos de la Agenda para la transformación productiva territorial publicada por el Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad (2013), se describen los negocios actuales, potenciales y su peso relativo en la

región; allí se clasifica el turismo en: Ecoturismo y turismo de la naturaleza con un porcentaje de participación de 10%, turismo cultural 10% y finalmente turismo comunitario 25%; generando una facturación total de \$18'400.000 a nivel regional. Sin embargo, en la provincia del Carchi el turismo de convenciones es un negocio potencial que representa el 10% y factura \$3'700.000 a nivel regional.

De la misma manera se realizaron las estimaciones correspondientes para conocer el porcentaje de participación de la ciudad de Tulcán en cuanto a ingresos por motivo de turismo en la provincia del Carchi. Para ello, fue necesario emplear la población del Carchi y Tulcán; también el rubro de ingresos por turismo receptivo en Carchi.

A continuación se muestran los cálculos respectivos:

- Población del Carchi: 164.524 personas
- Población de Tulcán: 86.498 personas

$$164.524 \rightarrow 100\%$$

$$86.498 \rightarrow x$$

$$x = \frac{86.498 * 100\%}{164.524} = 53\%$$

Conociendo que Tulcán representa el 53% de la población del Carchi, se hizo la estimación de los ingresos que se perciben en Tulcán por motivos de turismo.

- Ingresos Carchi: \$18'400.000

$$\$18'400.000 \rightarrow 100\%$$

$$x \rightarrow 53\%$$

$$x = \frac{\$18'400.000 * 53\%}{100} = \$9'752.000 \text{ anuales}$$

Siendo así, se obtuvo un nivel de ingresos percibido por concepto de turismo en la ciudad de Tulcán de \$9'752.000 anuales. Para conocer la representatividad de Tulcán a nivel nacional se realizan los siguientes cálculos, obteniendo:

- Ingresos Ecuador: \$374'200.000
- Ingresos Tulcán: \$9'752.000

$$\$374'200.000 \rightarrow 100\%$$

$$\$9'752.000 \rightarrow x$$

$$x = \frac{\$9'752.000 * 100\%}{374'200.000} = 3\%$$

Con respecto a participación, la ciudad de Tulcán aporta con el 3% a los ingresos obtenidos por turismo a nivel nacional; esto debido a que en la localidad los atractivos turísticos más representativos y conocidos son el cementerio y las piscinas de Tufiño según el Ministerio de Turismo (2017).

Observando esta situación, se consideró necesario el análisis de la inversión en cuestiones de recreación y entretenimiento según el nivel económico. En las encuestas realizadas se evidencia un cambio sustancial en cuanto a actividades turísticas de esta índole (incluido el patinaje), la Figura 20 indica que las personas con un nivel económico medio son quienes han asistido con mayor frecuencia a una pista de patinaje sobre hielo y disfrutan realizarlo, cabe resaltar que la mayoría de la población encuestada se ubica en este nivel.

Haciendo una comparación con las personas que no han asistido a una pista de patinaje sobre hielo la diferencia es realmente significativa con respecto a personas de nivel económico alto que han asistido; esto demuestra que a pesar del nivel de ingresos que mantienen el patinaje es un servicio que está al alcance de todas las personas y que estas están dispuestas a adquirirlo; porque en su presupuesto tienen asignada cierta cantidad presupuestaria para actividades de entretenimiento y recreación.

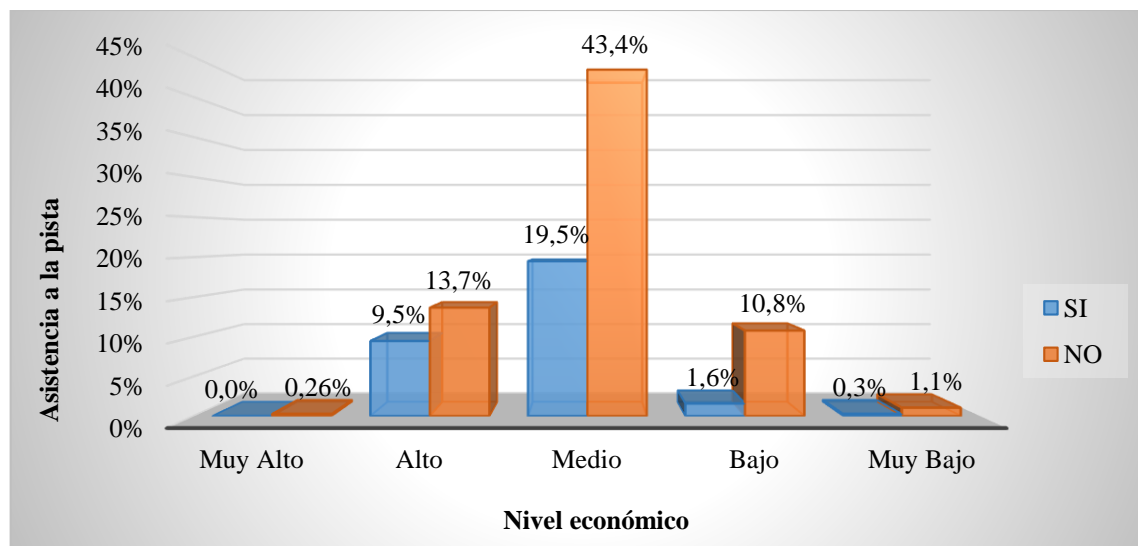


Figura 20. Asistencia a una pista de patinaje sobre hielo
Fuente: Habitantes de la ciudad de Tulcán.

Acotando a la idea anterior, en las Jefaturas de Migración ubicadas en Quito, Guayaquil, Huaquillas y Tulcán en 2016 se registró un porcentaje de 94,8% de llegadas a Ecuador, de ellas el 69% corresponden a turismo y el 52% fueron por personas económicamente activas (MINTUR, 2016);

por lo tanto, la segmentación realizada por nivel económico e ingresos (seleccionando la PEA) en la ciudad de Tulcán es verídica y contribuye de sobre manera al estudio realizado. A su vez, este panorama genera insatisfacción debido a que la provincia del Carchi o la ciudad de Tulcán no se encuentran entre los principales destinos turísticos de Ecuador para turismo receptor (ver Anexo 6), posibilidad que está abierta al mercado local y debería ser aprovechada.

A continuación, la Figura 21 destaca algunos factores valorados por los clientes al adquirir un servicio y los motivos de asistencia a una pista de patinaje sobre hielo; allí se evidencia claramente que la mayoría de la población encuestada no ha asistido a este tipo de lugares y quienes han asistido lo han hecho principalmente por curiosidad destacándose como el género más numeroso las mujeres.

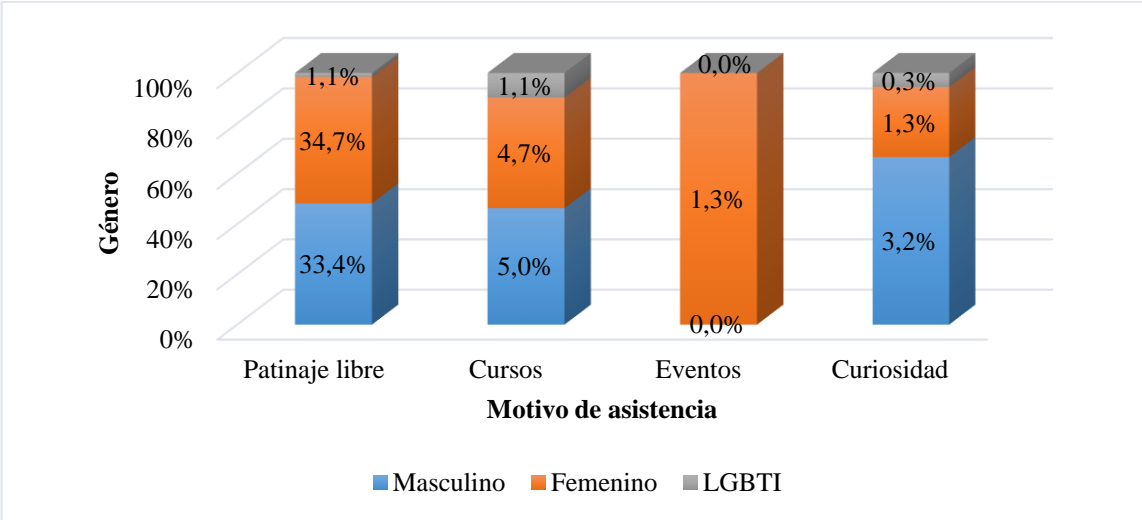


Figura 21. Motivo de asistencia a la pista de patinaje sobre hielo
Fuente: Habitantes de la ciudad de Tulcán.

Posteriormente, se encuentra el patinaje libre en que destacan los hombres, aunque realmente la diferencia es mínima; todo esto debido a que la ciudad de Tulcán no cuenta con una pista de patinaje sobre hielo. Pese a esto, para la demanda el patinaje en hielo se vuelve un deporte novedoso y hace que las personas estén más interesadas por saber de este, conocerlo e incluso practicarlo.

De la misma manera, se dio a parecer la frecuencia con que les gustaría practicar patinaje sobre hielo.

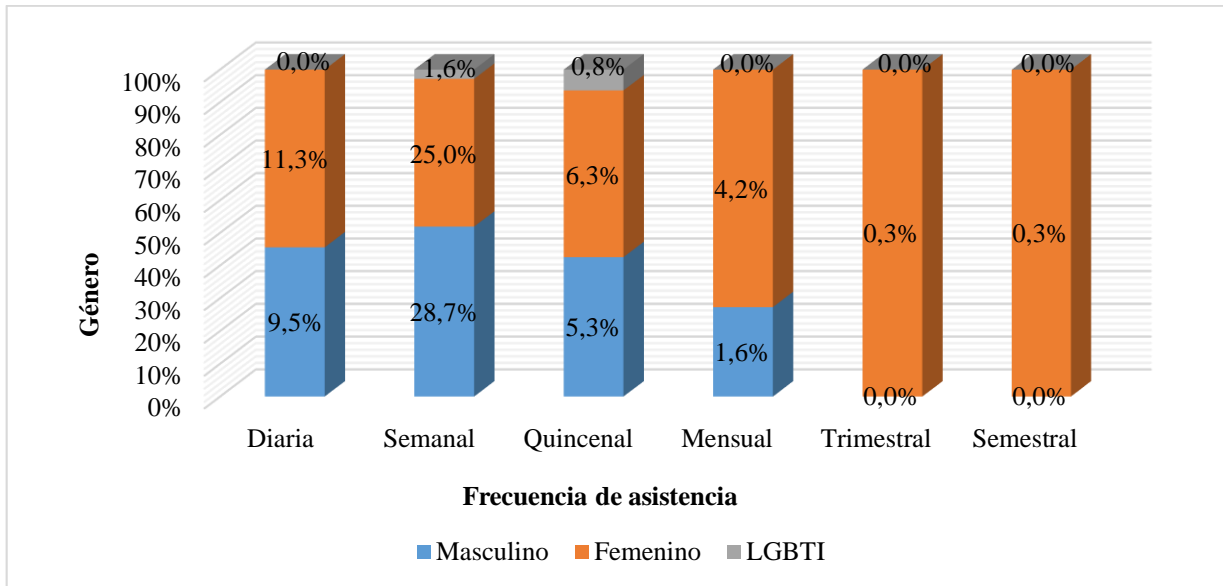


Figura 22. Frecuencia de asistencia a la pista de patinaje sobre hielo
Fuente: Habitantes de la ciudad de Tulcán.

Como se demuestra en la Figura 22, un porcentaje bastante significativo de la población masculina sugirió que una frecuencia adecuada para practicarlo sería semanal, especialmente los fines de semana; esto considerando factores como disponibilidad de tiempo entre semana, trabajo, estudio y otras ocupaciones sería difícil hacerlo todos los días; así también, la mayoría de las mujeres estuvieron de acuerdo con una periodicidad semanal. No obstante, también un porcentaje menor de hombres y mujeres consideró que lo correcto sería patinar a diario, principalmente los niños y jóvenes quienes disponen de tiempo libre después de clases; esto considerando que es un deporte atractivo y que puede generar grandes beneficios a su salud.

Asimismo, se consideró importante conocer los gustos y preferencias de la demanda; poniendo a consideración con quien asistirían a la pista de patinaje sobre hielo sintético como se muestra en la Figura 10; obteniendo como resultado que cerca del 97% de los encuestados prefieren ir acompañados, ya sea de amigos, hermanos, hijos, entre otros. Por otra parte, se manifestó los lugares que prefieren visitar en su tiempo libre; donde se destacó lo siguiente:

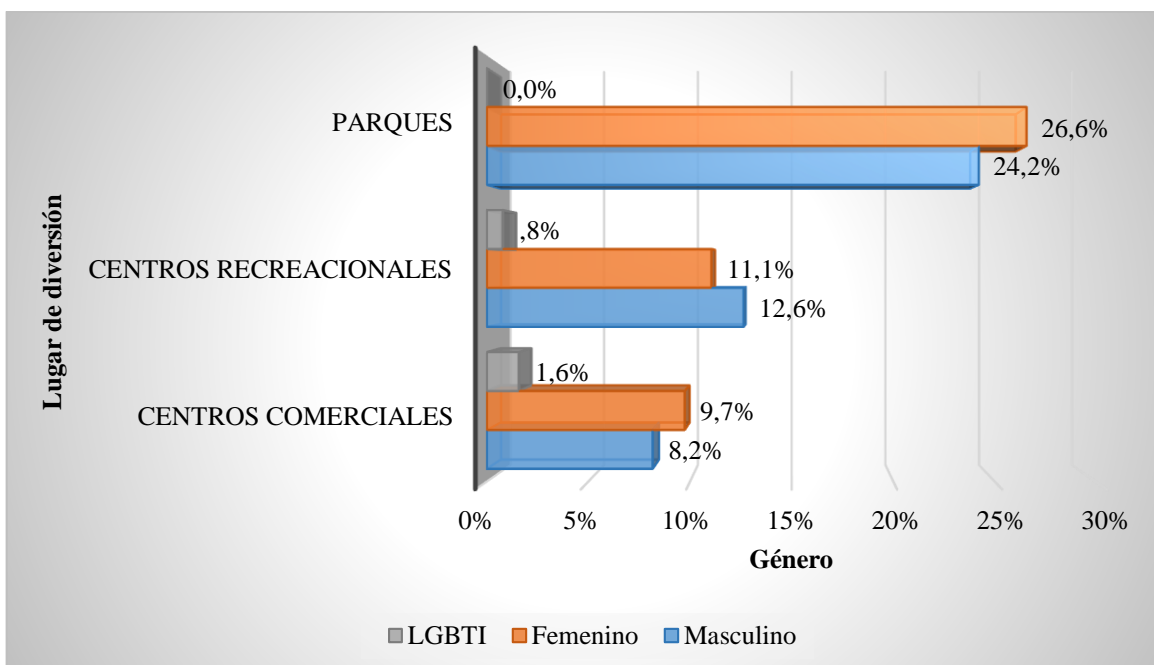


Figura 23. Lugar de diversión favorito
Fuente: Habitantes de la ciudad de Tulcán.

Para la mayoría de mujeres el lugar adecuado fueron los parques y centros comerciales debido a que brindan la posibilidad de comprar diferentes cosas y pasar en familia disfrutando de un ambiente limpio y sano; mientras que los hombres coinciden en que los parques son un buen lugar aunque también prefieren los centros recreacionales porque disponen de mayores atracciones tanto para adultos como para niños y jóvenes, plasmado en la Figura 23.

A ello, es necesario agregar que en el censo realizado por el INEC (2010) se toman en cuenta los gastos generados por actividades de entretenimiento, como se muestra a continuación:

Tabla 25. Gastos para el entretenimiento.

Concepto	Gastos (dólares)	Representatividad
Parques de diversiones	\$ 377.401,3	16%
Piscinas y complejos turísticos (balnearios)	\$ 1'732.340,9	75%
Pistas de esquí y patinaje	\$ 12.829,6	1%
Parques nacionales, jardines zoológicos y botánicos, acuarios	\$ 181.329,1	8%
TOTAL	\$ 2'303.900,9	100%

Adaptado de: Boletín de Estadísticas Turísticas 2012-2016.

De la información anterior, realizando los cálculos respectivos se observa que del presupuesto asignado para actividades de entretenimiento y recreación por los ecuatorianos fue \$ 2'303.900,9 para el año 2016; pero de ello, solo el 1% es destinado para asistir a pistas de esquí y patinaje, observándose una participación mínima a nivel nacional y posicionándose en primer lugar las piscinas y complejos turísticos (balnearios) por su mayor existencia. Con esta información se evidencia que realmente los ecuatorianos destinan un porcentaje de dinero para actividades de entretenimiento como lo habían manifestado los encuestados en la ciudad de Tulcán.

Siendo así, se concluye que la ubicación más adecuada para una pista de patinaje sobre hielo en la ciudad de Tulcán es cerca de un parque o un centro recreacional, (sitios destinados a la recreación y entretenimiento), es decir, un lugar donde haya gran afluencia de personas como lo manifiesta en su entrevista el señor Jaime Garcés “ (...) la prestación del servicio de patinaje sobre hielo es viable siempre y cuando se ubique en un centro comercial o en un lugar donde haya servicios adicionales o complementarios al mismo, también se debe tener en cuenta que la ubicación es clave y de esta depende la afluencia de personas y el éxito de la pista”.

4.2.2.1.Demanda potencial.

Tomando como referencia que las 380 encuestas equivalen al 100% y las 360 son las personas que respondieron positivamente ante la posibilidad hipotética de la existencia de una pista de patinaje sobre hielo sintético en la ciudad de Tulcán, estas últimas se convierten en la población de interés para el estudio realizado.

Posteriormente, se procedió a calcular el equivalente de la población que se tomó para el cálculo de la muestra (37.404 personas) con la finalidad de obtener la demanda potencial que de acuerdo a Rubira, Albert. (2013) es el volumen máximo que podría alcanzar el servicio ofertado en ciertas condiciones y tiempo determinado que se expresa en unidades monetarias. La demanda potencial del mercado está acorde a cuantos individuos serían posibles compradores del servicio que se forma a partir de demandas individuales; por lo tanto, para conocer la demanda potencial del servicio de patinaje sobre hielo fue necesario realizar los siguientes cálculos:

$$380 \rightarrow 100\%$$

$$360 \rightarrow x$$

$$x = \frac{360 * 100}{380} = 94,74\%$$

Por lo tanto, considerando la población económicamente activa de la ciudad de Tulcán se realizó la primera discriminación con la finalidad de conocer la demanda; siendo así:

- PEA Tulcán es 37.404 personas

$$37.404 \rightarrow 100\%$$

$$x \rightarrow 94,74\%$$

$$x = \frac{94,74 * 37.404}{100} = 35.436,55 \cong 35.437 \text{ personas}$$

De esta forma, fue necesario discriminar por segunda vez a las personas que prefieren visitar centros recreacionales, que usualmente son lugares de diversión donde pueden ubicarse las pista de patinaje sobre hielo; para ello se consideró a las 360 personas como el 100% de la población de estudio y las 94 personas que eligieron los centros recreacionales como centros de diversión preferentes como el discriminante para establecer la demanda potencial de la ciudad de Tulcán.

Cálculo Dp.

$$360 \rightarrow 100\%$$

$$94 \rightarrow x$$

$$x = \frac{94 * 100}{360} = 26,11\%$$

Por lo tanto,

$$Dp = \frac{26,11 * 35.437}{100} = 9.252,60 \cong 9.253 \text{ personas}$$

Con respecto a las encuestas realizadas el 94,74% decidieron que si les gustaría la existencia de una pista de patinaje sobre hielo y de ellas el 26,11% prefieren asistir a centros recreacionales, para lo cual, con el total de la población se puede asumir que existe una demanda potencial de 9.253 personas que están dispuestas a adquirir el servicio de patinaje sobre hielo sintético.

4.2.3. Precio.

Considerando que para los clientes de servicios, el precio es un factor relevante e incide en la toma de decisiones de la compra del mismo, se decidió evaluar la disponibilidad de pago por el patinaje sobre hielo. En la Figura 24 se hace evidente la opinión de los encuestados y manteniendo el interés por conocer la opinión de la posible demanda y con la finalidad de evaluar el comportamiento de consumo de las personas encuestadas, se dieron a parecer tres diferentes rangos de precios a pagar por una hora de patinaje sobre hielo considerando el nivel económico.

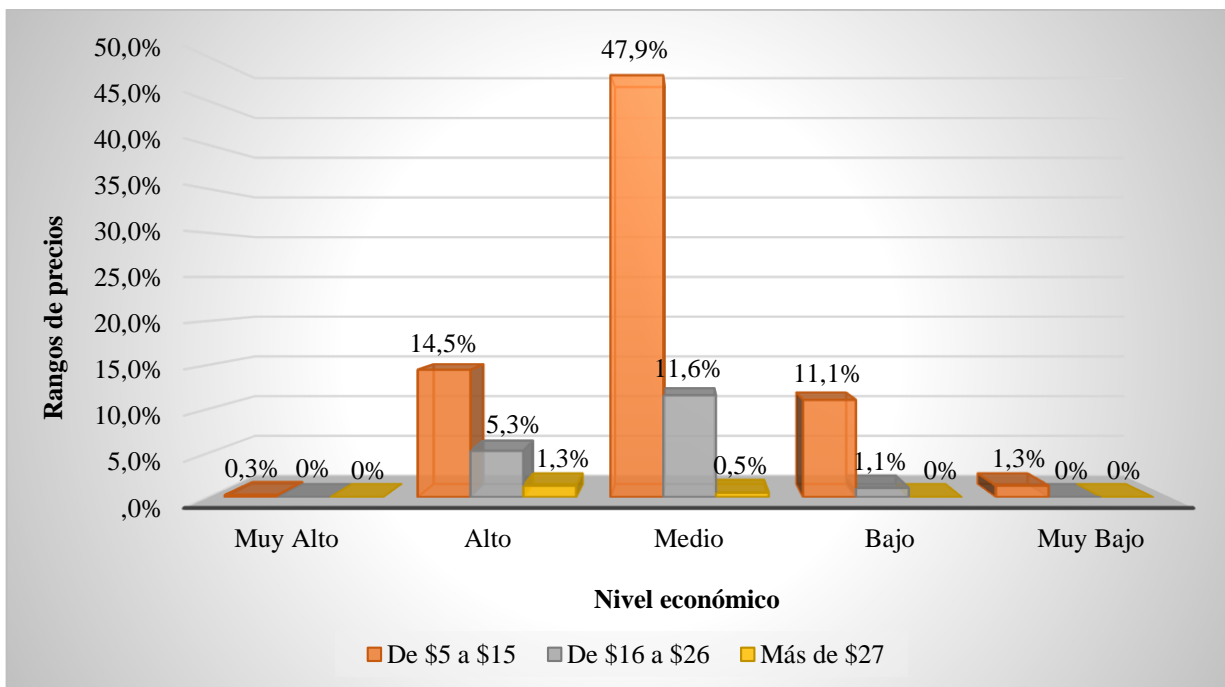


Figura 24. Disponibilidad de pago
Fuente: Habitantes de la ciudad de Tulcán.

Claramente, se puede evidenciar que las personas de un nivel medio estarían en su mayoría dispuestas a pagar el precio base que oscila de \$5 a \$15 esto en comparación al precio ofertado actualmente en el mercado, en este caso en la ciudad de Quito (\$7 dólares por una hora) por ser más cercana a Tulcán; sin embargo, un porcentaje menor también manifestó que es una idea innovadora y valdría la pena pagar un poco más por ello, alcanzando un rango de \$16 a \$26. A ello, también algunas personas de nivel económico alto y bajo optaron por la opción más económica. Así también, es necesario resaltar que aquellas personas que decidieron un rango mayor al precio establecido en el mercado, manifestaron que si decidieran practicar este deporte, el precio debería ser igual al establecido por la competencia o debería evaluarse un precio diferente para la inscripción a la escuela de patinaje.

4.2.4. Oferta.

En cuanto al patinaje sobre hielo sintético y comparando lo manifestado en las entrevistas al señor Jaime Garcés y Jorge Cañizares, administrador y entrenador de la escuela de patinaje en el Palacio del Hielo respectivamente; se puede evidenciar que tienen claro que quieren sus clientes y que pueden ofrecerles para generar una fidelización entre oferentes y demandantes a largo plazo; además coinciden en que explotar el turismo es una buena alternativa de desarrollo y potencialidad económica para una ciudad, país, entre otros.

Su experiencia en el mercado es alrededor de 16 años, esto hace que se preocupen e interesen por mantenerse siempre en la mente de los clientes ofertando un servicio novedoso e impactante, jugando con las expectativas y la curiosidad de las personas para llevarlas a su favor.

Referente a ello, el señor Jaime Garcés señaló que antes de ofertar un servicio es necesario conocer lo que es; de acuerdo a Lovelock, C. & Wirtz, J. (2009) manifiesta que los servicios son actividades económicas que se ofertan en el mercado, generalmente evalúan su desempeño basados en el tiempo para obtener los resultados positivos o negativos, también manifestó que para los clientes la atención y la calidad del servicio son factores indispensables para generar una ventaja competitiva que según Best, R. (2007) se entiende como un esfuerzo de marketing que consigue superar a la competencia en diversos factores y características únicas de la compañía como cobertura de ventas, distribución, reconocimiento de marca o una combinación de estos tres factores que son relevantes para el mercado meta y superiores a la competencia, a su vez genera una excelente relación entre cliente - empresa, información que concuerda con las declaraciones de la demanda presentada en la Figura 19, donde se señalan estos dos aspectos como los más relevantes al momento de adquirir un servicio.

Acotando la idea anterior, entre los motivos por los cuales las personas asisten a una pista de patinaje sobre hielo se destacó la curiosidad, de igual manera lo expuso el señor Jorge Cañizares, a ello agregó que: “lo más emocionante de asistir a una pista de hielo es lo novedoso del deporte, además, es algo difícil de encontrar en Ecuador por ser un clima tropical; tener una pista de hielo es un lujo y conforme lo vas probando la sensación combinada con el movimiento del frío del hielo y a la vez hacer ejercicio es una experiencia única”.

Haciendo énfasis en el servicio de patinaje sobre ruedas ofertado en la ciudad de Tulcán, este deporte ha logrado posicionarse en el mercado, creando seis clubs de patinaje entrenándose cada uno en diferentes disciplinas que son apoyados por entidades públicas como la Alcaldía Municipal de Tulcán o la Federación deportiva del Carchi manifestó el señor Alberth Garreta en su entrevista, también señaló que “el patinaje para la juventud sea sobre ruedas o en hielo, es una buena opción porque es uno de los deportes más completos que existe en sus diferentes disciplinas”.

A ello, la demanda declaró que aunque el patinaje sobre ruedas está ganando mercado y se ha posicionado de sobre manera, la idea de llevar este deporte más allá se ha visto complicada porque no se ha logrado participar en competencias artísticas nacionales o internacionales, mientras que el

patinaje sobre hielo es un deporte artístico más competitivo y podría hacer que niños y jóvenes que lo practiquen destaquen y generen turismo y comercio en la provincia del Carchi.

4.2.4.1. Oferta del servicio sustituto.

Para el cálculo de la oferta del servicio sustituto se tomó como sector poblacional la ciudad de Tulcán donde se oferta el servicio de patinaje sobre ruedas; para ello, se agrega el listado de los clubs con el número de estudiantes matriculados respectivamente; obteniendo los siguientes datos:

Tabla 26. Oferta sustituta (patinaje sobre ruedas)

Club	# Matriculados mensualmente	# Matriculados anualmente
Escuela Municipal de patinaje Tulcán	95	1.140
Club “Jorge Jota Bolaños”	50	600
Prefectura del Carchi	35	420
Kamis Club	30	360
Club de patinaje Royal Skater 04	38	456
Federación deportiva del Carchi	30	360
TOTAL	278	3.336

Fuente: Garreta, A., Entrenador Alcaldía Municipal de Tulcán.

Por lo tanto, con los datos de la Tabla 26 se facilita el cálculo de la oferta potencial sustituta existente en la ciudad de Tulcán; tomando en cuenta los seis clubs existentes de patinaje sobre ruedas y el número de matriculados por cada club en un periodo de un año; obteniendo un resultado de 3.336 servicios de patinaje sobre ruedas ofertados anualmente.

De la misma manera, como conocimiento general se consideró la oferta directa en un lugar cercano, en este caso la ciudad de Quito, tomando como datos el número aproximado de matriculados al mes en las escuelas de patinaje; cabe resaltar que Tulcán y Quito tienen entornos diferentes en cuanto a aspectos poblacionales, demográficos, culturales, entre otros.

Siendo así, se obtienen los siguientes datos:

$$\text{Patinaje en hielo} = (70 \text{ estudiantes al mes aproximadamente}) * (2 \text{ pistas}) * (12 \text{ meses})$$

$$= 1.680 \text{ matriculados anualmente}$$

4.2.5. Cálculo de la demanda potencial insatisfecha.

Después de haber determinado la demanda potencial en base a la investigación de campo obtenida mediante las encuestas y la oferta de acuerdo a las entrevistas realizadas a la competencia sustituta, se consideró una oferta por sustitución debido a la inexistencia de patinaje sobre hielo en la ciudad de Tulcán.

De esta manera, se puede deducir que efectivamente las variables demanda y oferta se relacionan, por ello se consideró necesario para la ciudad de Tulcán calcular la demanda potencial insatisfecha que según Morales, A. & Morales, J. (2009) este tipo de demanda se presenta cuando la oferta que realizan los productores es insuficiente para satisfacer las necesidades del mercado, es decir, representa al número de posibles consumidores o interesados en adquirir cierto producto o servicio; esto expresado en el nivel de preferencia y el poder de compra en un determinado tiempo y condiciones, ya sean económicas, culturales, entre otras. Además, el hecho de que esta necesidad no esté siendo satisfecha en su totalidad o la satisfacción sea completamente nula en el mercado por las empresas existentes.

Teniendo en cuenta que para el cálculo de la demanda potencial insatisfecha se necesita conocer la demanda potencial y en este caso la oferta potencial por sustitución, finalmente se realizó el cálculo de la misma de la siguiente manera:

Fórmula:

$$\text{DPI} = \text{Dp} - \text{Ops}$$

Cálculo DPI.

$$\text{DPI} = 9.253 - 278$$

$$\text{DPI} = 8.975 \text{ personas semestralmente}$$

$$\text{DPI} = (8.975 * 2) = 17.950 \text{ personas anualmente}$$

4.2.6. Cálculo de la demanda real.

Sin embargo, después de conocer la demanda potencial insatisfecha se consideró necesario realizar las discriminaciones respectivas en relación a la investigación de campo realizada para conocer la demanda real o actual para el servicio de patinaje sobre hielo sintético en la ciudad de Tulcán.

Tabla 27. Discriminantes de la demanda

Factor discriminante	Porcentaje
Motivos de asistencia	Patinaje libre + cursos + eventos → 54,69%
Lugar de ubicación	Centro → 59,44%
Ámbito familiar	Hijos + hermanos + nietos → 73,7%
Frecuencia	Semanal → 58,33%
Total	13,97%

Fuente: Habitantes de la ciudad de Tulcán

Por lo tanto, para realizar los cálculos respectivos se tiene los siguientes datos:

Tabla 28. Demanda real

Demanda Potencial Insatisfecha	Porcentaje discriminante
17.950 personas	13,97%

Obteniendo como resultado una DR de:

Fórmula:

$$DR = DPI * \% \text{ discriminante}$$

Cálculo DR.

$$DR = (17.950 * 13,97\%) = 2.507,62 \cong 2.508 \text{ servicios demandados}$$

Demostrando que el comportamiento de la demanda actual hacia actividades de entretenimiento en la ciudad de Tulcán es positivo, cabe resaltar que la demanda real está basada simplemente en las personas que estarían dispuestas a practicar patinaje libremente, asistir a eventos relacionados con el patinaje o mediante cursos dictados por la escuela de patinaje, sin tomar en cuenta a las personas que asistirían a practicar o entrenar hockey o los padres de familia que regularmente asisten a acompañar a sus hijos.

4.2.7. Proyecciones.

4.2.7.1. Proyección de la oferta potencial sustituta.

Así también, se realizó la proyección de la oferta potencial sustituta para un periodo de cinco años trabajando con la tasa de uso de pistas de esquí y patinaje, mediante la fórmula del monto para proyección de índice constante:

Fórmula:

$$M = c (1 + i)^n$$

Donde:

M= Oferta proyectada

c= Oferta potencial sustituta anual

i= Índice de crecimiento poblacional (2017)

n= Periodos

Siendo así, obtenemos los siguientes resultados proyectados:

Tabla 29. Oferta sustituta proyectada

Año	Oferta potencial sustituta /anual	Tasa de uso de pistas de esquí y patinaje (2016)	Periodo proyectado	Proyección de la oferta
2017	3.336	1,00%	0	3.336
2018	3.336	1,00%	1	3.369
2019	3.336	1,00%	2	3.403
2020	3.336	1,00%	3	3.437
2021	3.336	1,00%	4	3.471
2022	3.336	1,00%	5	3.506

De esta manera, la Tabla 29 demuestra que la proyección de la oferta potencial sustituta incrementará a 3.506 servicios ofertados para el año 2022. Cabe resaltar que la proyección presentada consiste al patinaje sobre ruedas, servicio ofertado actualmente en la ciudad de Tulcán; la oferta real del servicio de patinaje sobre hielo sintético en la ciudad de Tulcán se desconoce por ser un servicio no ofertado. Sin embargo, se conoce la oferta del patinaje sobre hielo aproximada de la ciudad de Quito equivalente a 1.680 servicios de escuela de patinaje; aunque por ser entornos diferentes esta solo fue considerada como dato general, mas no para el cálculo de la oferta actual de este servicio en la ciudad de Tulcán.

4.2.7.2. Proyección de la demanda potencial.

Finalmente, se enfatizó en la proyección de la demanda para cinco años trabajando con la tasa de crecimiento poblacional del Ecuador, mediante la fórmula del monto para proyección de índice constante:

Fórmula:

$$M = c (1 + i)^n$$

Donde:

M= Demanda proyectada

c= Demanda potencial anual

i= Índice de crecimiento poblacional (2017)

n= Periodos

Siendo así, obtenemos los siguientes resultados proyectados:

Tabla 30. Demanda potencial proyectada

Año	Demanda potencial /anual	Índice de crecimiento poblacional (2017)	Periodo proyectado	Proyección de la demanda
2017	9.253	1,28%	0	9.253
2018	9.253	1,28%	1	9.371
2019	9.253	1,28%	2	9.491
2020	9.253	1,28%	3	9.613
2021	9.253	1,28%	4	9.736
2022	9.253	1,28%	5	9.861

De esta manera, se puede observar en la Tabla 30 que la proyección de la demanda potencial, incrementará a 9.861 personas para el año 2022. Cabe resaltar que la proyección presentada consiste a la demanda potencial del patinaje sobre hielo presente en la ciudad de Tulcán, debido a que la demanda real de este servicio se desconoce por ser un servicio no ofertado actualmente en la localidad.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

- El presente trabajo de investigación concluye que la creación de una pista de patinaje sobre hielo sintético en la ciudad de Tulcán es factible en cuanto a demanda por contar con una demanda potencial insatisfecha razonable, por lo que se quiere brindar a las personas en especial niños y jóvenes una nueva opción de deporte y entretenimiento; a su vez brindar una nueva idea de negocio para las personas emprendedoras.
- El servicio de patinaje sobre hielo sintético en la ciudad de Tulcán tiene una demanda potencial estimada de 9.253 personas por ser un deporte atractivo y novedoso, además genera curiosidad para los ciudadanos por compararlo con el servicio sustituto existente como es el patinaje sobre ruedas que se encuentra actualmente en el mercado local.
- La población de Tulcán está dispuesta a demandar el servicio de patinaje sobre hielo sintético siempre que el precio sea similar o igual al ofertado en el mercado de la ciudad de Quito; además, ellos consideran necesario tomar en cuenta la calidad del servicio y la atención al cliente para fijarlo de manera correcta y que los clientes o usuarios se sientan satisfechos, por ende, se cubran sus expectativas.
- El patinaje sobre ruedas contemplado como la oferta sustituta, a pesar de estar posicionado y tener gran demanda, no logra satisfacer las expectativas de la población debido a que es considerado un deporte no tan competitivo y las personas que lo practican no han logrado especializarse o participar en competencias nacionales o internacionales y resultar ganadores.
- La mayoría de los encuestados manifestaron que acudirían de manera semanal a patinar en hielo especialmente los fines de semana por la disposición de tiempo libre, así también, expresaron que factores como la limpieza y adecuación del lugar contribuyen de sobremanera en la oferta de un servicio.

5.2. RECOMENDACIONES

- La creación de una pista de patinaje sobre hielo sintético es importante porque tiene como finalidad promover el deporte, la recreación y entretenimiento sano en niños, jóvenes y adultos, además, genera unión por ser un ambiente familiar y estimulante para realizar actividades que fortalecen el cuerpo y la mente.
- Se propone realizar investigaciones de mercado que permitan la innovación turística, industrial y comercial, además que incentiven el emprendimiento en la ciudad de Tulcán para así conseguir una mejor dinamización económica que ayude a la toma de decisiones futuras y mejores condiciones de vida.
- Se recomienda que de llevarse a cabo la creación de una pista de patinaje sobre hielo sintético en la ciudad de Tulcán, esta debería ubicarse en un lugar cercano a un parque o centro recreacional; o en el caso de existir un centro comercial sería ideal, debido a que la ubicación correcta para ofertar un servicio de este tipo tiene la condición de necesitar gran afluencia de personas.
- Para la creación de empresas se debe considerar como eje fundamental la innovación, haciendo uso de tecnología y dejando de lado las prácticas tradicionales, es decir, incursionar en proyectos novedosos que generen impactos políticos, sociales, culturales y económicos positivos para la sociedad en general. Si bien es cierto, el Carchi es una provincia netamente agrícola, también existe la posibilidad de explorar en el ámbito de la servucción y beneficiarse de ello.
- El patinaje sobre hielo es un deporte novedoso que genera interés en los pobladores de la ciudad de Tulcán, por lo tanto, entidades públicas como la Federación Deportiva del Carchi, el Ministerio de Deportes, Prefectura del Carchi y entidades financieras como BanEcuador deberían fomentar e incentivar a la realización de nueva ideas que no solo contribuyan al deporte sino también a la creación de empresa nacional.

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Álvarez, S. (2012). “*Estudio de factibilidad para la creación de una pista de patinaje sobre hielo con servicio de cafetería en la ciudad de San Gabriel, cantón Montúfar, provincia del Carchi*”. (Previo a la obtención del Título de Ingeniería en Contabilidad y Auditoría CPA, Universidad Técnica del Norte). Recuperado de: <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/2884/1/02%20ICA%20784%20TESIS.pdf>
- Arboleda, G. (2013). En “*PROYECTOS: identificación, formulación, evaluación y gerencia*”. Segunda ed. Bogotá, Colombia: Editorial Alfaomega Colombiana.
- Baca, G. (2013). En “*Evaluación de Proyectos*”. Séptima ed. México: Editorial McGraw-Hill Educación.
- Best, R. (2007). En “*Marketing Estratégico*”. Cuarta ed. Madrid: Editorial Pearson Educación S.A.
- Costa, W. (2016). “*Plan de negocio para la implementación de un centro de entretenimiento con pista de hielo en la ciudad de Quito*”. (Previo a la obtención del título de Ingeniero Comercial mención en Finanzas, Universidad de las Américas (UDLA)). Recuperado de: <http://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/5088/1/UDLA-EC-TIC-2016-09.pdf>
- Coulter, M. & Robbins, S. (2010). En “*Administración*”. Décima ed. México: Editorial Pearson Educación S.A.
- Dobón, M. (2014). www.gestion.org. Estudio de Mercado. Recuperado el 09 de marzo de 2017, de <http://www.gestion.org/economia-empresa/48967/que-es-un-estudio-de-mercado/>

Ecuavisa, (2017). *www.ecuavisa.com*. Listado de los principales destinos del Ecuador para turismo receptivo 2017. Recuperado el 02 de abril de 2018, de http://www.ecuavisa.com/sites/default/files/documentos/2017/09/27/listado18destinos_mintur.pdf

El Comercio, (2015). *www.elcomercio.com*. Ecuador, declara “zona deprimida” la frontera con Colombia por devaluación del peso. Recuperado el 09 de marzo de 2017, de <http://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador-zonadeprimida-carchi-colombia-devaluacion.html>

Eliseo, R. (2009). *niveldostic.blogspot.com*. Técnicas de Investigación de Campo. Recuperado el 09 de marzo de 2017, de <http://niveldostic.blogspot.com/2009/06/metodo-inductivo-deductivo.html>

Eliseo, R. (2009). *niveldostic.blogspot.com*. Técnicas de Investigación de Campo. Recuperado el 09 de marzo de 2017, de <http://niveldostic.blogspot.com/2009/06/metodo-analitico-sintetico.html>

Freire, J. (2010). “*Estudio de factibilidad para la creación de una escuela de patinaje sobre ruedas en el sector Norte de la ciudad de Quito, provincia de Pichincha*”. (Tesis previa a la obtención del título de Ingeniero Comercial, Universidad Politécnica Salesiana Sede Quito). Recuperado de: <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/4492/1/UPS-QT02105.pdf>

Garnica, C. & Maubert, C. (2009). En *Fundamentos de Marketing*. Primera ed. México: Editorial Pearson Educación S.A.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). En *Metodología de la Investigación*. Sexta ed. México: Editorial McGraw-Hill Educación.

Hoyer, W. & MacInnis, D. (2010). En *Comportamiento del Consumidor*. Quinta ed. México: Editorial CENGAGE Learning.

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010). *ecuadorencifras.gob.ec*. Fascículo provincial del Carchi. Recuperado el 07 de marzo de 2017, de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/carchi.pdf>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010). *app.sni.gob.ec*. Censo población y vivienda de Tulcán. Recuperado el 02 de abril de 2018, de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/0401_TULCAN_CARACHI.pdf

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010). *ecuadorencifras.gob.ec*. Infografía Turismo, Día del Turismo. Recuperado el 02 de abril de 2018, de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Infografias/Turismo2.pdf>

Jany, J. (2009). En *“Investigación integral de mercados: Avances para el nuevo milenio”*. Cuarta ed. Bogotá, Colombia: Editorial Mc Graw Hill Educación.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). En *“Fundamentos de Marketing”*. Octava ed. México: Editorial Pearson Educación.

Lage, R. (2016). *Club-mba.com*. Teorías del comportamiento del consumidor. Recuperado el 09 de marzo de 2017, de <http://www.club-mba.com/apuntes/marketing/fundamentos-de-marketing/teorias-del-comportamiento-del-consumidor/>

Lamb, Ch., Hair, J. & McDaniel, C. (2013). En *“MKTG Marketing”* Séptima ed. México D.F. Editorial CENGAGE Learning.

Lovelock, C. & Wirtz, J. (2009). En *“Marketing de servicios: personal, tecnología y estrategia”*. Sexta ed. México: Editorial Pearson Educación S.A.

Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad, (2013). En “*Agenda para la transformación productiva territorial*”. Ecuador.

Ministerio de Turismo, (2016). *servicios.turismo.gob.ec*. Boletín de Estadísticas Turísticas 2012 - 2016. Recuperado el 02 de abril de 2018, de <http://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/AnuarioEstadistico/Boletin-Estadisticas-Turisticas-2012-2016.pdf>

Morales, A. & Morales, J. (2009). En “*Proyectos de inversión: Evaluación y Formulación*”. Primera ed. México: Editorial Mc Graw Hill Educación.

Niño, V. (2011). En *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN: diseño y ejecución*. Primera ed. Bogotá, Colombia: Ediciones de la U.

Prieto, J. (2014). En “*Gerencia del servicio: La clave para ganar todos*”. Tercera ed. Bogotá, Colombia: Editorial Ecoe Ediciones

Rivera, J. & Garcillán, M. (2012). En “*Dirección de marketing: Fundamentos y aplicaciones*”. Segunda ed. México: Editorial ESIC.

Saiz, L. (2017). *www.webconsultas.com*. Tipos de Patinaje. Recuperado el 08 de marzo de 2017, de <http://www.webconsultas.com/ejercicio-y-deporte/vida-activa/tipos-de-patinaje-7466>

VII. ANEXOS

7.1.ANEXO 1

7.1.1. Abreviaturas.

Centro Comercial Iñaquito	CCI
Consumo turístico receptor	Conturec
Demanda potencial	Dp
Demanda potencial insatisfecha	DPI
Demanda real	DR
Instituto Nacional de Estadísticas y Censos	INEC
Oferta potencial sustituta	Ops
Organización Mundial de Turismo	OMT
Ministerio de Turismo	MINTUR
Producto Interno Bruto	PIB
Población económicamente activa	PEA
Por ciento	%
Professional Skater Association	PSA
Unidades de análisis	ua

7.2. ANEXO 2

7.2.1. Cuestionario de la encuesta.



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING



Tema: Estudio de mercado para el servicio de patinaje sobre hielo sintético en la ciudad de Tulcán.
Objetivo: Levantar la información de campo que permita establecer la oferta y demanda del servicio de patinaje sobre hielo sintético en la ciudad de Tulcán.
Instrucciones: Señale con una X la opción que considere adecuada.

N° Formulario: Fecha de aplicación:

DATOS GENERALES										
Lugar de residencia:	Norte	<input type="checkbox"/>	Centro	<input type="checkbox"/>	Sur	<input type="checkbox"/>				
Género:	Masculino	<input type="checkbox"/>	Femenino	<input type="checkbox"/>	LGBTI	<input type="checkbox"/>				
Rango de Edad:	15 – 25	<input type="checkbox"/>	26 – 36	<input type="checkbox"/>	37 – 47	<input type="checkbox"/>	48 – 58	<input type="checkbox"/>	De 59 en adelante	<input type="checkbox"/>
Nivel económico:	Muy Alto	<input type="checkbox"/>	Alto	<input type="checkbox"/>	Medio	<input type="checkbox"/>	Bajo	<input type="checkbox"/>	Muy Bajo	<input type="checkbox"/>

CUESTIONARIO

GUSTOS Y PREFERENCIAS	
1. ¿Ha asistido alguna vez a una pista de patinaje sobre hielo?	
01. Si	<input type="checkbox"/>
02. No	<input type="checkbox"/>
Si su respuesta es No, continúe con la pregunta 3.	
2. ¿Cuál fue el motivo por el cual asistió?	
01. Patinaje libre	<input type="checkbox"/>
02. Cursos	<input type="checkbox"/>
03. Eventos	<input type="checkbox"/>
04. Curiosidad	<input type="checkbox"/>
3. ¿Le gustaría que en la ciudad de Tulcán existiera una pista de patinaje sobre hielo sintético?	
01. Si	<input type="checkbox"/>
02. No	<input type="checkbox"/>
Si su respuesta fue positiva, continúe con la pregunta 5. Si su respuesta fue negativa, evalúe los siguientes factores.	
4. ¿Por qué razón no quisiera que exista una pista de patinaje sobre hielo sintético ?	
01. Porque no le gusta el patinaje	<input type="checkbox"/>
02. Porque no le parece interesante	<input type="checkbox"/>
03. Porque no puede patinar	<input type="checkbox"/>
04. Porque no es adecuado para el clima	<input type="checkbox"/>
Fin de la encuesta.	
5. ¿En dónde le gustaría que se ubicará la pista de patinaje sobre hielo sintético?	
01. Norte	<input type="checkbox"/>
02. Centro	<input type="checkbox"/>
03. Sur	<input type="checkbox"/>
6. ¿Con quién asistiría a la pista de patinaje sobre hielo sintético?	
01. Solo/a	<input type="checkbox"/>
02. Acompañado/a	<input type="checkbox"/>
7. ¿Le gustaría practicar a Ud. o a su familia?	
01. Si	<input type="checkbox"/>
02. No	<input type="checkbox"/>

8. ¿Quién le gustaría que practique patinaje?			
01. Hijos	<input type="checkbox"/>	05. Amigos	<input type="checkbox"/>
02. Padres	<input type="checkbox"/>	06. Pareja	<input type="checkbox"/>
03. Hermanos	<input type="checkbox"/>	07. Ninguno	<input type="checkbox"/>
04. Nietos	<input type="checkbox"/>		
9. ¿Con qué frecuencia le gustaría que se practique este deporte?			
01. Diaria	<input type="checkbox"/>	04. Mensual	<input type="checkbox"/>
02. Semanal	<input type="checkbox"/>	05. Trimestral	<input type="checkbox"/>
03. Quincenal	<input type="checkbox"/>	06. Semestral	<input type="checkbox"/>
10. ¿Qué tipo de lugares prefiere visitar en su tiempo libre?			
01. Centros comerciales	<input type="checkbox"/>		
02. Centros recreacionales	<input type="checkbox"/>		
03. Parques	<input type="checkbox"/>		
11. ¿Qué es lo que valora más en este tipo de lugares?			
01. Adecuación	<input type="checkbox"/>	04. Iluminación	<input type="checkbox"/>
02. Ubicación	<input type="checkbox"/>	05. Limpieza	<input type="checkbox"/>
03. Parqueadero	<input type="checkbox"/>	06. Guardería	<input type="checkbox"/>
12. ¿Qué tipos de servicios complementarios le gustaría adquirir?			
01. Heladería	<input type="checkbox"/>		
02. Restaurante	<input type="checkbox"/>		
03. Cafetería	<input type="checkbox"/>		
COMPORTAMIENTO DE CONSUMO			
13. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de patinaje sobre hielo sintético?			
01. De \$5 a \$15	<input type="checkbox"/>	02. De \$16 a \$26	<input type="checkbox"/>
		03. Más de \$27	<input type="checkbox"/>
14. ¿Cuándo usted sale a divertirse?			
01. Entre semana	<input type="checkbox"/>		
02. Fines de semana	<input type="checkbox"/>		
03. Todos los días	<input type="checkbox"/>		
15. ¿De los siguientes aspectos, para usted cuál es el más relevante?			
01. Cordialidad	<input type="checkbox"/>		
02. Tiempo de espera	<input type="checkbox"/>		
03. Calidad	<input type="checkbox"/>		
04. Atención al cliente	<input type="checkbox"/>		

7.3.ANEXO 3.

7.3.1. Entrevistas oferta directa.

Entrevista entrenador Palacio del Hielo.

Nombres y Apellidos:

Lugar de Nacimiento:

Edad:

Estudios:

Cargo que desempeña:

Entrevista estructurada

1. ¿Cuáles considera que son los factores que motivan a las personas a asistir a una pista de patinaje sobre hielo?
2. ¿Cómo ha sido la aceptación de las personas hacia el servicio de patinaje sobre hielo?
3. ¿Qué servicios oferta? Y ¿Cuántos matriculados existen actualmente?
4. ¿Cuántas personas son contratadas para enseñar patinaje?
5. De acuerdo a su experiencia, ¿qué tan viable considera la existencia de una pista de patinaje sobre hielo sintético en la ciudad de Tulcán?

Entrevista administrador Palacio del Hielo.

Nombres y Apellidos:

Lugar de Nacimiento:

Edad:

Estudios:

Cargo que desempeña:

Entrevista estructurada

1. ¿Qué fue lo que lo motivo a crear una pista de patinaje sobre hielo?
2. ¿Cómo ha sido la aceptación de las personas hacia el servicio de patinaje sobre hielo?
3. ¿Qué estrategias de marketing y administración utiliza para ofertar el servicio de patinaje sobre hielo? ¿Por qué?
4. ¿Cuáles considera que son los factores que motivan a las personas a asistir a una pista de patinaje sobre hielo?

5. ¿Cómo ha sido la afluencia de personas en los últimos años? ¿Cuál es su factor diferenciador?
6. De acuerdo a su experiencia, ¿qué tan viable considera la existencia de una pista de patinaje sobre hielo sintético en la ciudad de Tulcán?

7.3.2. Entrevista oferta sustituta.

Entrevista entrenador Municipalidad de Tulcán.

Nombres y Apellidos:

Lugar de Nacimiento:

Edad:

Estudios:

Cargo que desempeña:

Entrevista estructurada

1. ¿Qué opina acerca del patinaje como una nueva opción de deporte para la juventud?
2. ¿Cómo ha sido la acogida del patinaje sobre ruedas por los habitantes de la ciudad de Tulcán?
3. ¿Qué servicios oferta? Y ¿Cuántos matriculados existen actualmente?
4. ¿Cuántas personas son contratadas para enseñar patinaje?
5. ¿Qué características tienen las personas que practican patinaje?
6. ¿Considera que sería conveniente la existencia de una pista de patinaje sobre hielo en la ciudad de Tulcán? ¿Por qué?

7.4. ANEXO 4.

7.4.1. Ingresos por turismo y por exportaciones según producto principal.

Tabla 31. Ingreso por turismo y exportaciones.

Años	Turismo	Banano y plátano	Camarón	Total
2014	1.487,20	2.577,20	2.513,50	25.724,40
Ubicación	3	1	2	
2015	1.557,40	2.808,10	2.279,60	18.330,60
Ubicación	3	1	2	
2016	1.499,30	2.734,20	2.580,20	16.797,70
Ubicación	3	1	2	

Adaptado de: Boletín de Estadísticas Turísticas 2012-2016.

7.5. ANEXO 5.

7.5.1. Peso del consumo turístico receptor en el PIB.

Tabla 32. Peso del conturec en el PIB

Años	Conturec	PIB	Participación en el PIB (%)
2012	1.038,80	87.925,00	1,20
2013	1.251,20	95.130	1,30
2014	1.487,20	101.726,00	1,50
2015	1.557,40	99.290	1,60
2016	1.449,30	98.614,00	1,50

Adaptado de: Boletín de Estadísticas Turísticas 2012-2016.

7.6. ANEXO 6.

7.6.1. Listado de los principales destinos del Ecuador para turismo receptivo 2017.

Tabla 33. Listado de los principales destinos turísticos

Ranking	Destino	Ranking	Destino
1	Quito	10	Yasuni
2	Galápagos	11	Baños de agua santa
3	Otavalo	12	Parque nacional Machalilla
4	Guayaquil	13	Cotacachi
5	Tren crucero	14	Cuyabeno
6	Cuenca	15	Papallacta
7	P. N. Cotopaxi	16	Salinas
8	Tena	17	Montañita
9	Míndo	18	Reserva de producción de fauna Chimborazo

Adaptado de: Ecuavisa.



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACION, ADMINISTRACION Y ECONOMIA EMPRESARIAL
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS Y MARKETING

ACTA

DE LA SUSTENTACIÓN DE PREDEFENSA DEL INFORME DE INVESTIGACIÓN DE:

NOMBRE: CLAUDIA LIZETH CEPEDA AUZ
NIVEL/PARALELO: 10MO "A"

CÉDULA DE IDENTIDAD: 1500851314
PERIODO ACADÉMICO: OCT 2017-FEB 2018

TEMA DE INVESTIGACIÓN: "ESTUDIO DE MERCADO PARA EL SERVICIO DE PATINAJE SOBRE HIELO SINTÉTICO EN LA CIUDAD DE TULCÁN"

Tribunal designado por la dirección de esta Carrera, conformado por:

PRESIDENTE: MSC. SONIA MARILU MALQUIN VERA
LECTOR: MSC. ROBERTH PATRICIO PÉREZ QUIROZ
ASESOR: MSC. EDWIN MARCELO CAHUASQUI CEVALLOS

De acuerdo al artículo 21: Una vez entregados los requisitos para la realización de la pre-defensa el Director de Carrera integrará el Tribunal de Pre-defensa del informe de investigación, fijando lugar, fecha y hora para la realización de este acto:

EDIFICIO DE AULAS: 1 **AULA:** 109
FECHA: 27 DE MARZO DE 2018
HORA: 8H00

Obteniendo las siguientes notas:


1) Sustentación de la predefensa:	4,25
2) Trabajo escrito	2,25
Nota final de PRE DEFENSA	7,00

Por lo tanto: **APRUEBA CON OBSERVACIONES** ; debiendo acatar el siguiente artículo:

Art. 25.- De los estudiantes que aprueban el Plan de Investigación con observaciones. - El estudiante tendrá el plazo de 15 días para proceder a corregir su informe de investigación de conformidad a las observaciones y recomendaciones realizadas por los miembros Tribunal de sustentación de la pre-defensa.

Para constancia del presente, firman en la ciudad de Tulcán el 27 DE MARZO DE 2018


MSC. SONIA MARILU MALQUIN VERA
PRESIDENTE


MSC. EDWIN MARCELO CAHUASQUI CEVALLOS
TUTOR


MSC. ROBERTH PATRICIO PÉREZ QUIROZ
LECTOR

Adj.: Observaciones y recomendaciones