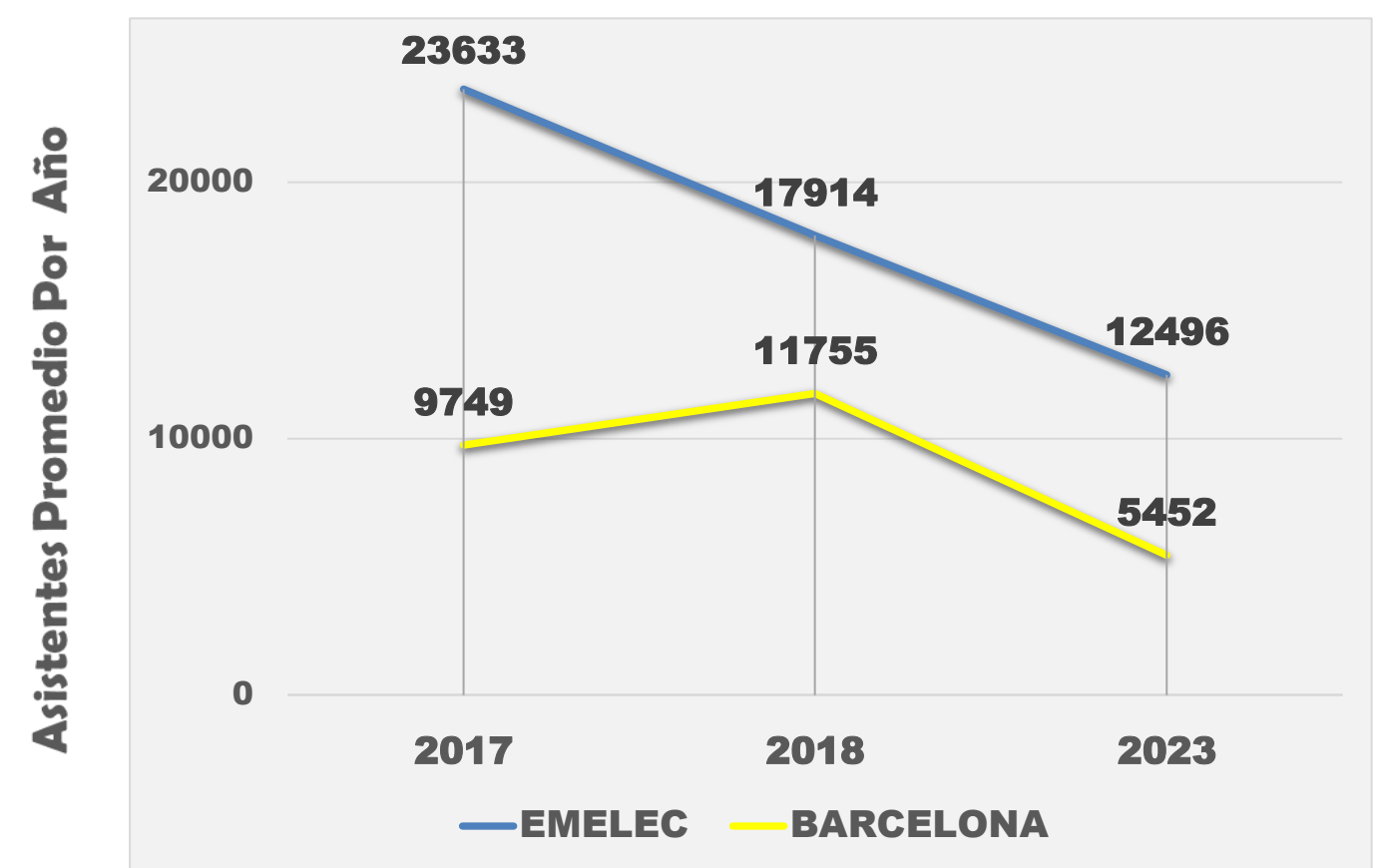


Estrategias de *User Experience* Aplicables en Estadios de Fútbol Ecuatorianos

PROBLEMA

Contrario al aumento de reconocimiento internacional y organizativo, la liga profesional de fútbol ecuatoriano ha experimentado disminuciones en el número de asistencias a los distintos estadios del país. El creciente aumento de inseguridad, como los cambios del mercado de entretenimiento deportivo se muestran como las razones principales del problema.



OBJETIVO GENERAL

Generar alternativas estratégicas por medio del análisis del *user experience* cuya aplicabilidad en los estadios de fútbol en Ecuador pueda aumentar el atractivo de asistencia a los eventos de entretenimiento deportivos en Ecuador.

PROPUESTA

1 Segmentar y estudiar distintos tipos de hinchas

Con soporte de estudios de comportamiento de hinchas y UX de Inglaterra, USA e Italia, se generó un estudio en la ciudad de Guayaquil enfocado en determinar perfiles de fanáticos distintivos y sus preferencias.

2 Evaluación de User Experience dentro de los estadios

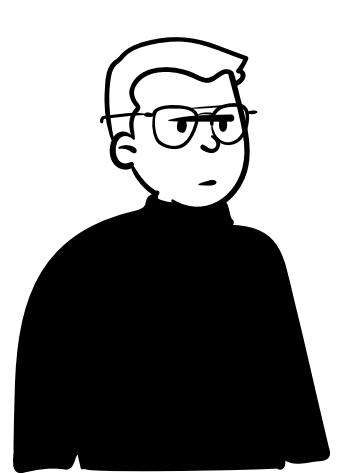
En dicho estudio se midieron los niveles de experiencia y comportamientos de los usuarios en los estadios de Barcelona y Emelec

3 Renovar el entretenimiento deportivo

Definimos las preferencias de implementaciones en propuestas de actividades de entretenimiento deportivo.

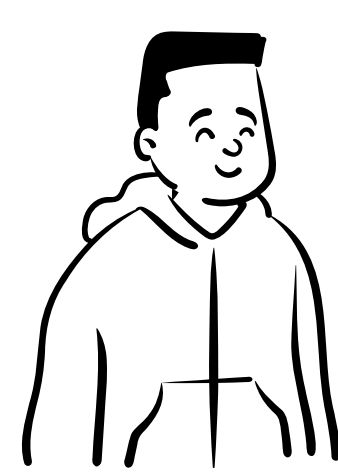
RESULTADOS

Perfiles de fanáticos identificados



"Inasistente"

Nunca ha asistido a un estadio. En su mayoría mujeres solteras entre 18 y 25 años. La mayoría no muestra afinidad por algún equipo de fútbol. La seguridad es lo más importante en un estadio de fútbol.



Asistente Casual

Ha asistido al estadio el último año (menos de 4 veces). En promedio asiste con dos personas. Su motivación es disfrutar el ambiente y los partidos atractivos. Es elástico respecto al precio de las entradas.



Asistente Pasado

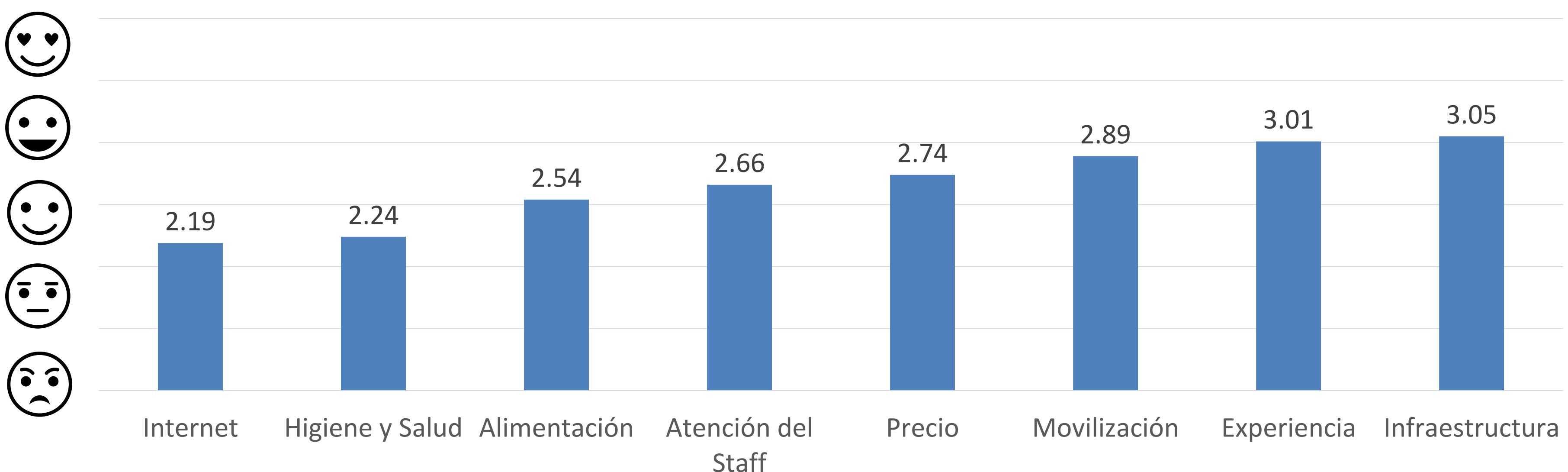
No ha asistido a un estadio en más de un año. Personas entre los 25 y 45 años. Disfrutar el ambiente lo motiva a asistir a un estadio. El atractivo de un partido les motiva menos a regresar si llevan más de 4 años sin asistir.



Asistente Leal

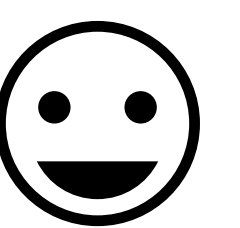
Asiste al estadio de forma recurrente (más de 4 veces por año). Hombres solteros entre 18 a 25 años. Motivación emocional, apoyar al equipo y disfrutar el ambiente. Demanda menos elástica a precios de entradas. Asiste con amigos y en grupos de 3 personas en promedio.

Evaluación del servicio actual



Nivel de Servicio General

2.85



CONCLUSIONES

Analizando la información obtenida, es importante destacar lo siguiente:

- La aplicación de estrategias de UX requiere de inversión, por lo que lo más factible es ceder los derechos de las actividades de mayor impacto a empresas a través de contratos de patrocinio.
- Un óptimo nivel de UX requiere que todas las categorías de servicio tengan una calificación alta, por lo que se deben realizar mejoras en los aspectos con mayor deficiencia.
- Adaptar las estrategias de UX a la cultura del fanático y la infraestructura del estadio.
- Los sponsors deben analizar la viabilidad económica y beneficios de la exposición de su marca en el consumidor de entretenimiento deportivo.



¿Quieres conocer más de nuestro trabajo?
Contáctate con nosotros

