



**FACULTAD DE NEGOCIOS**

**TESIS**

**ESTUDIO DE MERCADO DE CASAS DE APUESTAS DEPORTIVAS, EN  
LA CIUDAD DE IQUITOS, AÑO 2022**

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

**AUTORES**

**FULTON JUNIOR CHU DEL AGUILA  
JOSE LUIS PEREZ MACCA**

**ASESOR**

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

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

**PROSPECTIVA DE MERCADOS Y TERRITORIOS**

**IQUITOS – PERÚ**

**2022**

## DEDICATORIA

Dedico este logro a mis padres y mis hermanos, que, a pesar de mis errores, estuvieron ahí apoyándome constantemente. A mis hijos, quienes son la razón por la cual salí adelante y seguiré dándole por el bienestar de ellos.

*José Luis.*

A mi abuelo Enrique Del Águila, quien ha sabido formarme con buenos sentimientos, hábitos y valores.

A mi madre, que me dio la vida y estar a mi lado.

*Fulton Junior.*

## AGRADECIMIENTO

Primeramente, agradezco a la Universidad, por haberme dado la oportunidad de formar parte de ella.

A los profesores quienes dieron sus conocimientos y el tiempo para poder alcanzar mi objetivo de ser un profesional de bien.

A mi amiga Zully Panaifo, quien estuvo conmigo en cuanto las puertas se me cerraban y me brindó su apoyo para poder continuar y concluir lo más anhelado.

*José Luis.*

Agradezco a Dios, quien me ha guiado y me ha dado la fortaleza para seguir adelante, a mi compañero de equipo; como también a mi pareja por sus consejos y apoyo constante.

Y a todas las personas que de una y otra forma me apoyaron en la realización de este trabajo.

*Fulton Junior.*

## ACTA DE SUSTENTACIÓN

FACULTAD DE  
NEGOCIOS



### ACTA DE SUSTENTACIÓN

Con Resolución Decanal N° 787-2022-UCP-FAC.NEGOCIOS, del 23 de noviembre de 2022, se autorizó la sustentación para el día lunes 28 de noviembre de 2022.

Siendo las 12.00 horas del día 28 de noviembre del 2022 se constituyó de modo presencial el Jurado para escuchar la presentación y defensa del Informe final de Tesis ESTUDIO DE MERCADO DE CASAS DE APUESTAS DEPORTIVAS, IQUITOS, AÑO 2022.

Presentado por:

CHU DEL AGUILA FULTON JUNIOR

Para optar el título profesional de Licenciado en Administración de Empresas

PEREZ MACCA JOSE LUIS

Para optar el título profesional de Licenciado en Administración de Empresas

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

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

La sustentación es: Aprobado por unanimidad

A las 1:15 p.m. horas culminó el acto público.

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

Lic. RR II. Salvador Calderón Ferreira, Mgr.  
Presidente del Jurado

Lic. Adm. Daniel George Tafur Veintemilla, Mgr.  
Miembro del Jurado

Dra. Olga Mireya Pinedo Flores, Mgr.  
Miembro del Jurado

Contactos:

Sede Iquitos - Perú  
065 - 261088 / 065 - 262240  
Av. Abelardo Quiñones Km. 2.5

Filial Tarapoto - Perú  
042-564903  
Av. Aviación N° 228-228

Universidad Científica del Perú  
www.ucp.edu.pe

# CONSTANCIA DE ANTIPLAGIO



"Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"

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

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

Hace constar que:

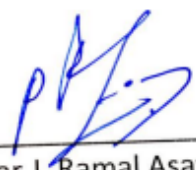
La Tesis titulada:

**"ESTUDIO DE MERCADO DE CASAS DE APUESTAS DEPORTIVAS, EN LA  
CIUDAD DE IQUITOS, AÑO 2022"**

De los alumnos: **FULTON JUNIOR CHU DEL AGUILA Y JOSÉ LUIS PÉREZ  
MACCA** de la Facultad de Negocios, pasó satisfactoriamente la revisión por el  
Software Antiplagio, con un porcentaje de **9% de plagio**.

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

San Juan, 10 de OCTUBRE del 2022.



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

CIRA/ri-a  
426-2022

## TABLA DE CONTENIDO

DEDICATORIA .....	ii
AGRADECIMIENTO .....	iii
ACTA DE SUSTENTACIÓN .....	iv
ÍNDICE DE TABLAS .....	viii
ÍNDICE DE FIGURAS .....	ix
RESUMEN.....	1
ABSTRACT .....	2
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO.....	3
1.1. Antecedentes del estudio.....	3
1.2. Bases teóricas. ....	6
1.2.1. Casas de apuestas .....	6
1.2.2 Estudio de mercado.....	12
1.3. Definición de términos básicos. ....	15
CAPÍTULO II: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	16
2.1. Descripción del problema. ....	16
2.2.1. Problema general. ....	18
2.2.2. Problemas específicos.....	18
2.3. Objetivos.....	18
2.3.1. Objetivo general.....	18
2.3.2. Objetivos específicos. ....	18
2.4.1 Hipótesis general .....	19
2.4.2 Hipótesis específicas. ....	19
2.5 Variables.....	19
2.5.1. Identificación de las variables.....	19
2.5.2. Operacionalización de las variables. ....	19
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA.....	20
3.1. Tipo y diseño de investigación. ....	20
3.2 Población y muestra. ....	20

3.3	Técnicas, instrumentos y procedimientos de recolección de datos.....	22
3.4	Procesamiento y análisis de datos.....	23
CAPÍTULO IV: RESULTADOS .....		24
4.1	Oferta .....	24
4.2	Demanda .....	46
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....		51
5.1	Discusión .....	51
05.2	Conclusiones.....	53
5.3	Recomendaciones .....	54
Referencias bibliográficas.....		38

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Modelo del sistema de mercados.....	12
Tabla2: Operacionalización de variable.....	17
Tabla 3: Casas de apuestas observadas en Iquitos.....	23
Tabla 4: Resultado de hoja de observación.....	28
Tabla 5: Frecuencia de uso.....	29
Tabla 6: Comportamiento de uso.....	30
Tabla 7: Frecuencia de asistencia.....	31
Tabla 8: Tiempo de permanencia.....	32
Tabla 9: Preferencia en alguna casa de apuesta.....	33
Tabla 10: Valoración de las casas de apuestas.....	33
Tabla 11: Le gustaría que haya más casa de apuesta.....	34



## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Casa de apuestas “Te Apuesto”.....	23
Figura 2: Casa de apuesta “Golero Sport”.....	24
Figura 3: Ambientación de las casas de apuestas deportivas.....	25
Figura 4: Plataforma de apuestas.....	26
Figura 5: Tarjeta de jugadas.....	27

## RESUMEN

Estudio de mercado de casas de apuestas deportivas, en la ciudad de Iquitos, año 2022

Fulton Junior Chu del Águila  
Jose Luis Pérez Macca

La presente investigación tuvo como objetivo determinar el mercado del negocio de casa de apuestas deportivas en la ciudad de Iquitos, así como señalar la demanda y determinar la oferta competitiva del negocio.

Su metodología fue descriptiva, transversal y no experimental, teniendo como población a los ciudadanos que acuden a las casas de apuestas deportivas en la ciudad, seleccionando una muestra representativa de 384 clientes escogidos de manera aleatoria.

Concluyen que, existe alta oferta competitiva en el negocio de las casas de apuestas deportivas, toda vez que hay una variedad de estos locales de entretenimiento, además; existe alta demanda del negocio en la ciudad, siendo el horario preferido de los competidores las tardes y noches, sobre todo cuando hay eventos deportivos en competencia.

Palabras claves: estudio de mercado, apuestas deportivas, entretenimiento.

## **ABSTRACT**

Market study of sports betting houses, in the city of Iquitos, 2022

Fulton Junior Chu del Águila

Jose Luis Pérez Macca

The objective of this research was to determine the market for the sports betting house business in the city of Iquitos, as well as to indicate the demand and determine the competitive offer of the business.

Its methodology was descriptive, cross-sectional and non-experimental, having as population the citizens who go to the sports betting houses in the city, selecting a representative sample of 384 randomly chosen clients.

They conclude that there is a high competitive offer in the business of sports betting houses, since there is a variety of these entertainment venues, in addition; there is a high demand for the business in the city, with the preferred time of the competitors being the afternoons and evenings, especially when there are sporting events in competition.

Keywords: market research, sports betting, entertainment.

## CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

### 1.1. Antecedentes del estudio.

Mendivil Majluf, (2018) en su *Plan de negocio para la apertura de una empresa de asesoría de apuestas deportivas online “Tipster”*, tuvo como objetivo analizar la viabilidad de un negocio en el que se van a tener en cuenta aspectos como la población, competidores, oportunidades de negocio y un análisis económico, político y legal del mundo de las apuestas deportivas online.

Su metodología fue descriptiva; con una población formada por negocios similares, y su instrumento de recopilación de datos fue la encuesta y entrevistas estructuradas. La elaboración del modelo de negocio siguió la metodología del lienzo desarrollada por Osterwalder y Pigneur.

Concluye que, el negocio de las casas de apuestas es bastante viable de acuerdo con los indicadores económicos financieros analizados; además de contar con las condiciones del entorno social muy favorable para su realización. El proyecto es viable como lo demuestra en todos sus análisis, siendo el principal factor para tomar en cuenta la estrategia de llegada a los mercados meta.

Molina Cevallos (2011), en su tesis *Los juegos de azar en el Ecuador: prohibiciones, causas y consecuencias*, tuvo como objetivo determinar la situación de las empresas de este rubro en el aspecto económico, social, laboral, etc. Además, plantear el problema de los juegos de azar en el Ecuador mostrando la relatividad que estos han tenido dentro de la sociedad.

Su metodología fue descriptiva; con población formada por los asistentes a los casinos y una muestra de 65 de ellos.

Concluye que, aunque dicha actividad viene desde tiempos colonias en el mundo y en el Ecuador, en el país jamás ha existido una ley y régimen de control y supervisión de los juegos de azar y casinos. De igual manera podemos ultimar que las salas de juego han fomentado la industria del entretenimiento, siendo estos sitios donde se concentra el turismo y la recreación de las personas que los frecuentan.

Garate Paima (2020), en su tesis *Estrategias y gestión empresarial de la casa de apuesta Tinbet Moyobamba, 2019*, tuvo como objetivo establecer la relación entre estrategias y gestión empresarial de este negocio.

Su metodología fue no experimental y diseño correlacional de corte transversal; tuvo como población a concurrentes a los casinos y muestra de 18 colaboradores, a quienes aplicó encuesta.

Concluye que, existe una relación positiva muy alta entre estrategias y la gestión empresarial, de acuerdo con el coeficiente de 0,931 (correlación positiva muy alta), el mismo que permite inferir que el 93.1% de las estrategias se relaciona con la gestión empresarial, en dicha empresa.

Rea Sotelo (2018), en su tesis *El financiamiento y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas en las casas de apuestas deportivas en Huaraz, 2017*, tuvo como objetivo describir las características del financiamiento y la rentabilidad de las empresas de casas de apuestas deportivas.

Su metodología fue de diseño descriptivo; y no experimental, con población muestral constituida por 7 micro y pequeñas empresas, a quienes aplicó encuesta.

Concluye que, respecto al financiamiento: se puede apreciar que el 71% de las micro y pequeñas empresas tuvieron financiamiento propio al comenzar sus actividades y el 29% fueron de terceras personas. El 100% de las micro y pequeñas empresas obtuvieron financiamiento de terceros al pasar los años; respecto a la rentabilidad: el 100% han mejorado su rentabilidad con el financiamiento obtenido.

## **1.2. Bases teóricas.**

### **1.2.1. Casas de apuestas**

El Ibérico (2021), uno de los diarios de mayor circulación en España y el Reino Unido, señala que casa de apuestas es uno de los términos más antiguos en relación con las apuestas porque, sin una casa de apuestas, los apostadores no tendrían ningún lugar donde colocar sus apuestas. Un corredor de apuestas es la compañía responsable de ofrecer cuotas, aceptar apuestas y garantizar pagos en carreras, deportes y otros eventos especiales.

Por ejemplo, continúa El Ibérico (2021), si deseas realizar una apuesta en una carrera de caballos o en un partido de fútbol, necesitarás una casa de apuestas para aceptar tu apuesta. Muchas casas de estas también aceptan apuestas en eventos no deportivos como política, reality shows y los Oscar. Las casas de apuestas operan en tiendas de apuestas físicas, en eventos deportivos y en línea.

Asimismo, manifiesta que, la realidad en cuanto al perder y pagar una apuesta en las casas de juego, un error común que mucha gente tiene es que apostar es una batalla entre el corredor de apuestas y el apostador. Si bien es cierto que, si un apostador gana, la casa de apuestas tiene que pagar las ganancias, la realidad es que este dinero proviene de otro apostador que hizo la apuesta opuesta y perdió.

De acuerdo con el portal Legal (2020) se entiende esta actividad como un término que abarca lo siguiente:

- a) Apostar en punto de venta
- b) Apostar online

Es importante hacer esta diferenciación, ya que tanto la Ley N° 10293, como la Ley N° 27153 impactan en ambas actividades de forma diferente.

Cuando se realizan en punto de venta o en un local de funcionamiento, son amparadas en ambas leyes totalmente.

Es decir, deben ser para mayores de 18 años, no promoverlas en carreras de perros y deben cumplir las regulaciones que tiene cualquier casino: de contar con un lugar físico, impuestos, autorización para operar, entre otros.

El punto que debe quedar más claro para los apostadores es que en esta modalidad se cobra un impuesto en ganancias a partir de S/ 5,000. Cosa que no pasa a nivel online. (Legal, 2020)

### **Iniciativas legislativas en Perú**

En marzo de 2021, se presentó un proyecto de ley en el Congreso de la República con la finalidad de regular los juegos de azar y apuestas deportivas y no deportivas a distancia que utilicen internet o cualquier otro medio de comunicación.

El proyecto legislativo apunta a prevenir que estas actividades puedan ser utilizadas para cometer delitos, a proteger a la población vulnerable y crear un impuesto especial.



El marco normativo del proyecto de ley presentado propone lo siguiente:

- a) Los gobiernos locales son los encargados de entregar la licencia de funcionamiento para esta actividad económica.
- b) Los titulares de las autorizaciones para estas actividades están obligados a proporcionar información a la Unidad de Inteligencia Financiera.
- c) La Dirección General de juegos de casino y máquinas tragamonedas del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo es la autoridad encargada de supervisar el cumplimiento de los aspectos técnicos, legales, económicos, entre otros, por parte de los operadores.
- d) Los titulares de los operadores deben presentar una garantía para cubrir el pago de premios, multas e impuestos.
- e) Señalar los términos y condiciones de las apuestas y sus modalidades.
- f) Tipificar las infracciones y sus sanciones administrativas, y definir a la entidad encargada del proceso administrativo sancionador.
- g) Crear un impuesto especial que grava la explotación económica del juego y apuesta deportiva y no deportiva que utilice internet o cualquier otro medio de comunicación. (Congreso, 2021).

### **Requisitos para abrir una casa de apuestas en Perú**

Para poder abrir una casa de apuesta se requiere:

- a) Capital monetario, liquidez para realizar los pagos y la inversión inicial en la construcción de una casa de apuesta
- b) Amplio conocimiento del tipo de competencia o actividad que se vaya a incluir en las apuestas.
- c) Conocer qué es, cómo funciona y el reglamento básico de las casas de apuestas
- d) Nombre original

- e) Licencias para el local o de juego online
- f) Sitio físico o sitio web
- g) Personal
- h) Seguridad informática
- i) Asesores
- j) Sistemas de pago
- k) Pago de impuestos

### **Permisos para casa de apuesta en Perú**

Los permisos para la creación de casas de apuestas van a depender del marco legislativo de cada país, hay algunos que exigen más permisos que otros, de allí la importancia de conocer primeramente el marco legal que ampara este tipo de negocios. Sin embargo, en líneas generales los permisos solicitados son los siguientes:

- a) Inscripción y permiso ante el organismo gubernamental encargado en la fiscalización de juegos de azar (Mincetur, es el organismo que regula, autoriza, revoca, fiscaliza y sanciona la explotación de juegos a distancia y apuestas deportivas).
- b) Concesión para la realización de este negocio en espacio físico u online por parte de la administración del Estado
- c) Licencia de operador de juego
- d) Registro en el servicio de impuestos fiscales y contribuyentes
- e) Registro bancario y de comercio.

### **Requisitos para licencia de funcionamiento**

Los requisitos para obtener la licencia de funcionamiento en la Municipalidad Provincial de Maynas son los siguientes:

- a) Rellenar declaración jurada de licencia de funcionamiento
- b) Ficha RUC
- c) Vigencia de poder y/o declaración jurada (en caso de ser persona jurídica)
- d) Contrato de alquiler
- e) Copia de DNI
- f) Derecho de pago
- g) Tramitar en paralelo el Certificado de Defensa Civil (ITSE)
- h) Si es riesgo bajo, realizar pago único de S/ 229.00 soles por derecho de licencia de funcionamiento y Certificado de Defensa Civil 182.60 soles.

### **Ley para la prevención y el tratamiento de la ludopatía en las salas de juegos de casino y máquinas tragamonedas (LEY No 29907)**

La presente Ley tiene por objeto regular la prevención y el tratamiento de la ludopatía en los juegos de azar que se realizan en los establecimientos destinados a la explotación de juegos de casino y máquinas tragamonedas.

Entiéndase por ludopatía la alteración progresiva del comportamiento a través de una incontrolable necesidad de apostar, sin medir las consecuencias negativas que de ello se deriven (Art 2, Ley 29907).

Para la explotación de juegos de casino y máquinas tragamonedas, los interesados deben presentar la solicitud ante la autoridad competente, adjuntando los siguiente:

Plan de prevención de ludopatía, que debe contener las acciones concretas que la empresa operadora se compromete a realizar, por ella misma o asociada con otras empresas, con la finalidad de disminuir los riesgos de la ludopatía en la población, cada dos años y presenta los resultados a la Dirección General de Juegos de Casino y Máquinas Tragamonedas que remite un informe a la Comisión Nacional de Prevención y Rehabilitación de Personas Adictas a los juegos de azar (Art. 14, Ley 29907).

### 1.2.2 Estudio de mercado

Con el estudio de mercado tratamos de averiguar la respuesta del mercado ante un producto o servicio, con el fin de plantear la estrategia comercial más adecuada.

El mercado se puede entender como un lugar donde se realizan intercambios, pero en este caso, desde una óptica comercial, utilizaremos este término como el conjunto de compradores y vendedores de un producto o servicio.

Duvivier (2017), sostiene que el primer objetivo del estudio de mercado es la rentabilidad. Se tiene que vender la cantidad suficiente de productos o de servicios para que los ingresos sean superiores a tus gastos. Para ello, se tiene que conocer bien las grandes tendencias del mercado, las fortalezas y debilidades, etc. Se debe haber establecido de antemano una estrategia comercial que se apoye en elementos tangibles y, especialmente, de saber quiénes son los clientes y competidores potenciales y a qué precio se tiene que vender el producto.

El segundo objetivo es el crecimiento y la sostenibilidad. La oferta tiene una duración limitada en el tiempo y experimentará:

- a) una fase de lanzamiento y de desarrollo (que implicarán inversiones y, por tanto, precisarán de una necesidad de fondo de maniobra que es conveniente anticipar).
- b) una fase de madurez (durante la que tendrás que adaptar tus precios y reajustar tus productos o servicios para fidelizar a tus clientes); y una fase de declive (que no quiere decir abandonar tu proyecto, sino que tendrá que encontrar su ritmo o renovarse para mantenerse en el tiempo).

La empresa de investigación de mercados Recode Social & Market research (2016), sostiene que el estudio de mercado ayuda a conocer la respuesta de los posibles clientes (target) y proveedores y analizar el producto, precio, distribución y, en definitiva, todos los factores a analizar en el plan de marketing de un negocio. Cuestiones que toda empresa debería conocer, que en muchas ocasiones pasa por alto y que ayudan a tomar las decisiones más acertadas.

### **Importancia de realizar un estudio de mercado**

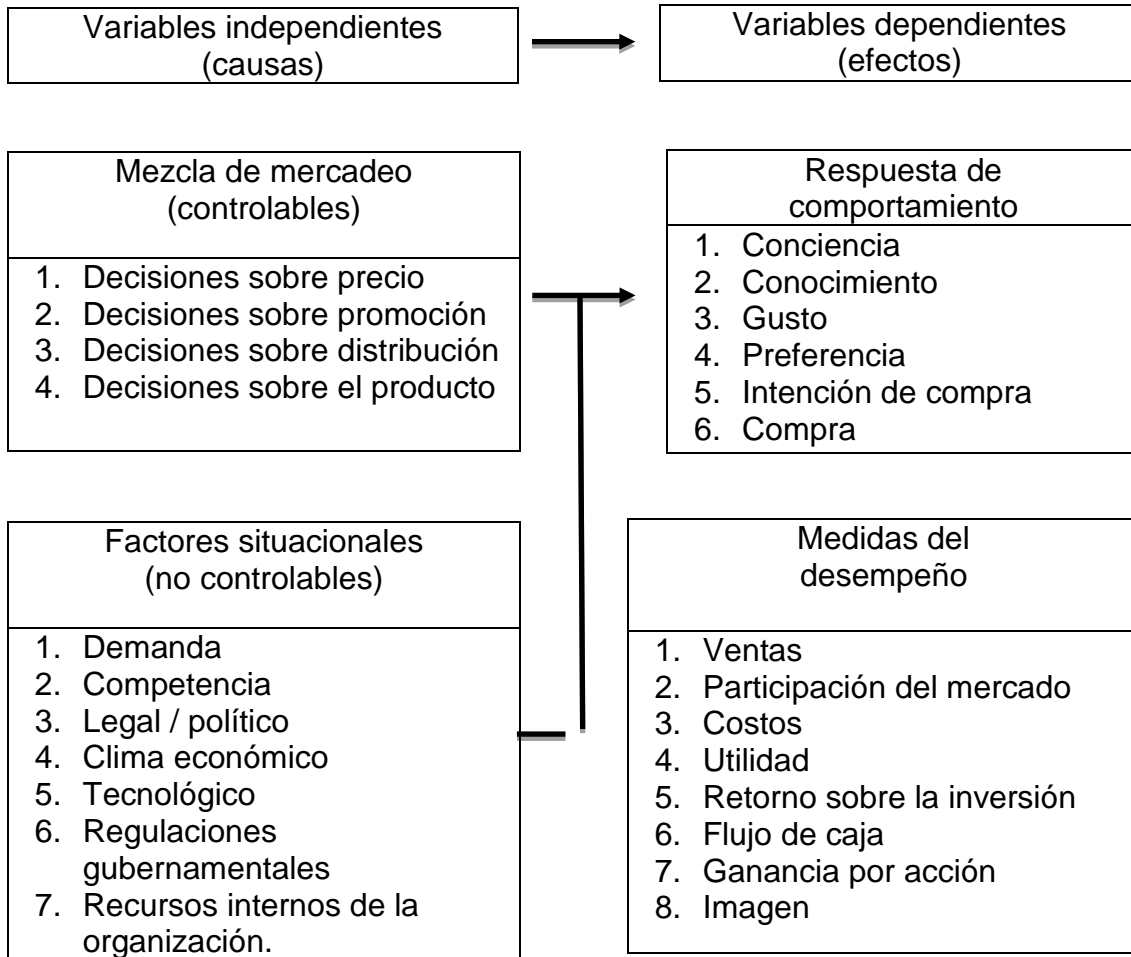
Questionpro (2020), sostiene que el éxito de un negocio depende de la actualización de las expectativas de los clientes mediante la realización de un auténtico estudio de mercado. Aquí hay 3 razones principales por las que debes realizar un estudio de mercado:

**Comprender el potencial del mercado:** Es vital para poder predecir los riesgos potenciales del negocio. Confiar en un estudio de mercado permitirá comprender mejor el alcance de las pérdidas, y búsqueda de soluciones anticipadas.

**Análisis de la competencia:** Un estudio de mercado puede ser una fuente confiable para obtener información y realizar un análisis de competencia. Así podrás implementar mejores estrategias de tecnología, ventas y otros factores.

**Iniciar actividades de marketing organizadas:** Las actividades de marketing como la campaña AdWords se pueden ejecutar sistemáticamente con estudios de mercado. (Questionpro, 2020).

**Tabla 1**  
**Modelo del sistema de mercadeo**



Fuente: Recode Social & Market Reserch (2016)

Malhotra (2016), sostiene que existen variables independientes que ejercen influencia sobre las variables dependientes (efectos); esto a través de una mezcla de estrategias de mercadeo como: decisión sobre el precio, promoción, distribución y características del producto; aunado a fuerzas no controlables como: la demanda, competencia y aspectos políticos/legales, que a la larga ejercerán influencia sobre la respuesta del usuario/cliente, que

se verá reflejado en el posicionamiento, conocimiento del producto, gusto, preferencia e intención de compra del producto o servicio que se ofrezca (Tabla 1).

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

#### **a) Oferta:**

En economía, es la cantidad de bienes y servicios que los oferentes están dispuestos a poner a la venta en el mercado a unos precios concretos (economía, 2018)

#### **b) Demanda:**

Es la solicitud para adquirir algo. En economía, la demanda es la cantidad total de un bien o servicio que la gente desea adquirir (economía, 2018).



## CAPÍTULO II: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

### 2.1. Descripción del problema.

Las casas de apuestas deportivas de hace tiempo atrás, se ha convertido en un negocio bastante atractivo para los emprendedores e inversionistas a nivel mundial; ello, debido al auge e interés de las personas por apostar en diversos eventos deportivos, aunado a los atractivos pagos que se efectúan a los que aciertan en las apuestas.

El Perú no ha sido ajeno al auge producido por las casas de apuestas alrededor del mundo, hoy en día es un negocio lucrativo y que mueve mucho dinero en juegos deportivos.

Actualmente, el interés del público de manera general en apostar en diversos eventos deportivos como el tenis, basquetbol, carrera de caballos y sobre todo el fútbol se ha convertido en una necesidad de interrelación entre amigos, familiares e incluso compañeros de trabajo; la diversión y competencia predictiva se ha tornado muy atractiva por los usuarios de estos juegos.

El ocio es importante para aliviar las tensiones del trabajo y las presiones ocasionadas por el quehacer diario. Muchos acuden al juego de apuestas como forma de *escape* de esta presión estresante, sin embargo, se debe tener mucho cuidado cuando estos juegos se pueden tornar enfermizos y caer en la ludopatía.

Existen algunas casas de apuestas reconocidas como: Betsson Perú, Intralot, LiveSport, Inkabet, Betway, Geniobet, Sportimba, MrGreen, Chances.pe, Doradobet, 1xBet, Apuesta Total, Timberazo, NetBet, Betmotion, Sportinbet y Madbet; quienes controlan el negocio de los juegos deportivos a nivel nacional.

Gonzalo Pérez Silva, gerente general de la casa de apuestas Online; sostuvo que el negocio de las casas de apuestas deportivas en el Perú, está moviendo alrededor de S/ 1,800 millones de soles anuales, lo cuál la ha convertido en un negocio rentable y que este interés se centra por lo general durante la realización de los eventos deportivos (75%) y antes de ellos (25%), eventos como: la liga 1, champions league, premier league; son los más populares en el público usuario.

Asimismo, sostuvo Pérez; un público resaltante en las apuestas deportivas es el sector de los millennials, pues gran parte de los jugadores se encuentran entre los 18 y 35 años. Además, ha crecido el uso de las apps de las casas de apuestas y hoy cerca del 80% de las mismas se hacen a través del uso del smartphone.

Esta investigación pretende evaluar desde una perspectiva de la oferta y demanda la factibilidad del negocio de casas de apuestas deportivas en Iquitos.



Fuente: imagen tomada del diario Gestión (2019)

## **2.2. Formulación del problema.**

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

¿Cómo es el mercado del negocio de las casas de apuestas deportivas en la ciudad de Iquitos, el año 2022?

### **2.2.2. Problemas específicos.**

¿Existe suficiente demanda en el negocio de casas de apuestas deportivas en la ciudad de Iquitos, año 2022?

¿Cuál es la oferta competitiva en el negocio de casa de apuestas deportivas en la ciudad de Iquitos, año 2022?

## **2.3. Objetivos.**

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

Determinar el mercado del negocio de casa de apuestas deportivas en la ciudad de Iquitos, año 2022.

### **2.3.2. Objetivos específicos.**

- a) Señalar la demanda de las casas de apuestas deportivas en la ciudad de Iquitos, año 2022.
- b) Determinar la oferta competitiva del negocio de casa de apuestas deportivas en la ciudad de Iquitos, año 2022.

## 2.4 Hipótesis

### 2.4.1 Hipótesis general

Se observa buen mercado en el negocio de casas de apuestas deportivas en la ciudad de Iquitos, año 2022.

### 2.4.2 Hipótesis específicas.

Se observa alta demanda en el negocio de casa de apuestas deportivas en la ciudad de Iquitos, año 2022.

Se observa alta oferta competitiva en el negocio de casa de apuestas en la ciudad de Iquitos, año 2022.

## 2.5 Variables.

### 2.5.1. Identificación de las variables.

Estudio de Mercado

### 2.5.2. Operacionalización de las variables.

**Tabla 2**  
**Operacionalización de variable estudio de mercado**

Variable	Indicador	índice
Estudio de mercado	1. Oferta	1.1 Tipo de competidores
		1.2 Localización e infraestructura
		1.3 Servicios que brinda
		1.4 Precios
	2. Demanda	2.1 Comportamiento de compra
		2.2 Comportamiento de uso
		2.3 Horario
		2.4 Frecuencia de asistencia

Fuente: elaboración propia

## CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

### 3.1. Tipo y diseño de investigación.

La investigación es descriptiva porque sólo se especificaron los hechos que ocurren en el estudio de mercado, no alterando ni comparando los datos.

El diseño es no experimental porque no se aplicó ningún trabajo que modifique o altere los datos y comportamiento de los sujetos de estudio.

Es transversal porque la recopilación de datos se efectuó en un solo momento, no haciéndolo en diferentes etapas u horizonte.

### 3.2 Población y muestra.

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

#### a) Casas de apuestas

Elemento : casas de apuestas deportivas en Iquitos

Alcance : casas de apuestas seleccionadas

Unidad de muestreo : 15 casas de apuestas deportivas

Unidad de análisis : oferta competitiva de las casas de apuestas.

Tiempo : entre el 01 de julio al 30 de septiembre del 2022.

b) Clientes

Elemento	: clientes de las casas de apuestas deportivas en Iquitos.
Alcance	: personas que acuden a las casas de apuestas
Unidad de muestreo	: 384 clientes seleccionados.
Unidad de análisis	: demanda de los clientes que acuden a las casas de apuestas.
Tiempo	: entre el 01 de julio al 30 de septiembre del 2022.

La muestra representativa de la investigación fue de 384 clientes que se seleccionó al acudir a las casas de apuestas deportivas.

Formula de población infinita:

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

Donde:

Z= Nivel de confianza .95%

P= variabilidad positiva

Q= variabilidad negativa

E= precisión o error 5%

n= muestra

Hallando la muestra

Parámetro	Insertar valor
Z	1.96
P	0.5
Q	0.5
E	0.05

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2}$$

Tamaño de la muestra

$$n = 384$$

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

Para recopilar los datos se utilizó la técnica de encuestas y las hojas de observación a los locales seleccionados al azar de las casas de apuestas deportivas, asimismo se aplicó una encuesta a los clientes que asisten a estos negocios de apuestas.

Se construyó las preguntas que cumplen con esclarecer los objetivos planteados en la investigación.

Además, se realizó las siguientes acciones:

- a) Se coordinó con el propietario y/o administrador de las casas de apuestas deportivas, para obtener su autorización, y proceder a la aplicación de la encuesta.

- b) Se brindaron instrucciones a los administradores de las casas de apuestas deportivas, así como a los clientes seleccionados, explicándoles el motivo de realizar la presente investigación.
- c) Por último, se aplicó la encuesta y se efectuó el análisis del local a través de la hoja de observación.

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

Una vez obtenido la información recopilada a través de la encuesta a los clientes, se procesó la información utilizando el software estadístico SPSS en su versión 28, la misma que contribuyó a fortalecer la rigurosidad científica de la investigación.

Asimismo, se analizó los datos obtenidos por medio de la hoja de observación, el mismo que sirvió para esclarecer la oferta competitiva que ofrecen las casas de apuestas deportivas.



## CAPÍTULO IV: RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

### 4.1 La oferta de las casas de apuestas deportivas

En la presente investigación para dar respuesta a los objetivos planteados, se visitó las instalaciones de 15 casas de apuestas localizadas en diversos puntos de la ciudad, así se tiene:

**Tabla 3**  
**Casas de apuestas observadas en Iquitos, año 2022**

	<b>Nombre</b>	<b>Ubicación</b>
1	Bet Gana	Av. del Ejército cuadra 10
2	Aciértalas Casa Deportiva	Av. Marsical Cáceres cuadra 7
3	Te apuesto	Plaza 28 de julio
4	El Golero Sport	calle 2 de mayo cuadra 5
5	Apuesta Total	calle Huallaga cuadra 6
6	Apuesta Total	calle Sargento Lores cuadra 5
7	Bets América	calle Putumayo cuadra 20
8	Apuesta Total	Calle Pevas cuadra 5
9	Bets América	calle San Martín cuadra 3
10	La Fija apuestas y Sport Bar	calle Bermúdez cuadra 7
11	Tribunas Casas de Apuestas	calle 2 de mayo /Chávez
12	Tinbet	calle San Martín cuadra 4
13	Maracana Salón Sport	calle Condamine cuadra 4
14	Te apuesto	calle San Martín cuadra 4
15	Apuesta Total	calle Iquitos Mzna 2 lote 3

Fuente: elaboración propia en base a hoja de observación.

En cada una de las casas deportivas, la mayor cantidad de ellas ofrecen los mismos beneficios a sus clientes, vale decir:

- a) Promociones en cada juego deportivo: por ejemplo en Intralot regala un bono de 20 soles por cada ticket generado de acuerdo a los equipos que se apuesta.
- b) Transmisiones de juegos en vivo: implementación de varias pantallas de TV, en las cuales los apostantes pueden visualizar a los equipos que están compitiendo en ese mismo instante (en vivo), de tal manera que siguen la secuencia del juego al instante.
- c) Bono de bienvenida: se dan mayormente por las aplicaciones de apuestas, las cuales pueden fluctuar entre 40 y 50 soles al momento de crear una cuenta.

Ofrecen también servicios como:

a) Cash Out

Consiste en que el sitio para apostar te ofrece la opción de saldar tu apuesta antes de que termine el evento. De este modo, si tu equipo empieza ganando, puedes cerrar la apuesta y cobrar una parte de los beneficios o si empieza perdiendo, asumir pérdidas a cambio de no perderlo todo.

b) Transmisión en streaming

Son las apuestas en vivo. En algunos casos, además de poder apostar mientras se juega el partido, podrás verlo en streaming desde la propia web de la casa de apuestas.

En estas transmisiones no se suelen ver partidos muy importantes porque los derechos de dichos partidos estarán en manos de algún canal de televisión. Sin embargo, se puede ver partidos de deportes como fútbol, baloncesto, tenis, voleibol que aunque no sean de primer nivel, serán interesantes.

En Iquitos existen muchas casas de apuestas, lo que hace que la competencia por la captación de clientes se vuelva competitiva; existen casas que utilizan *programas* de empresas reconocidas como: “Te Apuesto”, que es de Intralot (La Tinka) y Golero Sport que es de Tinbet.

### **Localización e infraestructura**

Los locales se encuentran ubicados en sitios con amplia viabilidad vehicular, de tal manera que sea accesible a los diversos clientes. Además, visibles a los peatones que se trasladan por esos lugares (Figura 1).

**Figura 1**  
**Casa de apuestas “Te Apuesto”**  
**(Plaza 28 de Julio)**

Fuente: hoja de observación

En ella se encuentra una serie de enseres que hacen que el visitante se sienta confortable al momento de acudir al local y realizar sus puestas y/o ver eventos deportivos en vivo, como: juegos de fútbol, de tenis, carreras de caballos, etc

**Figura 2**  
**Casa de apuestas “Golero Sport”**  
**(Plaza de Armas)**

Fuente: vista propia con uno de los investigadores

### **Servicios que brinda**

La esencia de las casas de apuestas es ofrecer a sus clientes un momento de entretenimiento, disfrutando el momento realizando apuestas *Online* y con eventos deportivos *en vivo*. A la vez, algunas de estas casas ofrecen servicios adicionales como: alimentación (venta de bocadillos, empanadas, golosinas, etc.) y bebidas (gaseosas, cervezas, jugos, etc.).

Lo que definitivamente hará la estadía del cliente más agradable mientras disfruta del juego deportivo.

**Figura 3**  
**Ambientación de las casas de apuestas deportivas**



Fuente: tomado de casas de apuestas deportivas.com

## Precios

En cuanto a los precios que se ofertan, estos dependen de varios factores, entre ellos:

- Variación de precios
- Depende el juego a apostar
- De las condiciones de la jugada (equipos favoritos a ganar, pagan menos, por ejemplo).
- Estas se cotizan de acuerdo con los programas informáticos que ya están establecidos conforme a cada juego de manera individual.
- No hay un precio estándar a pagar.
- El precio mínimo para apostar depende de la casa de juegos, generalmente el mínimo es de S/. 2.00.

En la figura 4 se muestra la variación de precios por pago de apuestas dependiendo de los resultados, por ejemplo: *la casa paga S/.1.33 si paga Liverpool, S/. 4.00 si empatan y S/. 17.00 si gana Manchester.*

**Figura 4**  
**Plataforma de apuestas**



Fuente: tomado de Betsson.com (juegos deportivos).

**Figura 5**  
**Tarjeta de jugadas**



Fuente: vista propia con investigador

El resumen de la Hoja de Observación es que, el 100% de las casas de apuestas deportivas cuentan con *buena accesibilidad* a sus instalaciones, debido principalmente que se ubican en calles y avenidas de mucha movimiento vehicular y peatonal; por otro lado, el 73% de los negocios *muestran los precios y ofertas* del día, y el 27% *muestran el precio de las apuestas*; lo que demuestra que los clientes están bien informados de los precios que se manejan en el local de juego.

También se puede señalar que, cuando el cliente genera su ticket de apuesta mientras se encuentra sentado en alguna de las máquinas, éste ya no se tiene que acercar a la caja del establecimiento, sino, que son anfitrionas que se acercan al cliente para cobrar y entregar el ticket, lo que constituye un valor agregado en algunas casas de apuestas.

## **Accesibilidad al local de apuestas**

### **01. Bet Gana**

Ubicación del local : Av. Del Ejército cuadra 10, Iquitos.

Accesibilidad del local : buena accesibilidad

Precios de apuestas : muestra precios y ofertas

Infraestructura : regular condiciones

Servicios adicionales : comidas y bebidas

**Figura 6**  
**Casa de apuestas deportivas Bet Gana**

Fuente: vista propia del investigador



## **02. Aciértalas Casa Deportiva**

- a) Ubicación del local : Av. Mariscal Cáceres cuadra 7
- b) Accesibilidad del local : buena accesibilidad
- c) Precios de apuestas : muestra precios y ofertas
- d) Infraestructura : buenas condiciones
- e) Servicios adicionales : comidas y bebidas; a la vez cuenta con anfitrionas para la atención de los clientes

**Figura 7**  
**Casa de apuestas deportivas Aciértalas**

Fuente: vista tomada por los investigadores

### **3. Te Apuesto**

- a) Ubicación del local : Plaza 28 de Julio
- b) Accesibilidad del local : buena accesibilidad
- c) Precios de apuestas : muestra precios y ofertas
- d) Infraestructura : buenas condiciones
- e) Servicios adicionales : comidas y bebidas; a la vez, posee juego de lotería “La Tinka” dentro del local.

**Figura 8**  
**Casa de apuestas deportivas Te apuesto**

Fuente: vista tomada por los investigadores

#### **4. El Golero Sport**

- a) Ubicación del local : calle 2 de mayo cuadra. 5
- b) Accesibilidad del local : buena accesibilidad, sin embargo poco espacio para el estacionamiento de motos y carros.
- c) Precios de apuestas : muestra precios y ofertas
- d) Infraestructura : regular condiciones
- e) Servicios adicionales : pequeño snack que ofrece golosinas y gaseosas.

**Figura 9**  
**Casa de apuesta deportiva El Golero Sport**

Fuente: vista tomada por los investigadores

## **5. Apuesta Total**

- a) Ubicación del local : calle Huallaga cuadra 6
- b) Accesibilidad del local : buena accesibilidad, sin embargo poco espacio para el estacionamiento de motos y carros.
- c) Precios de apuestas : muestra precios y ofertas
- d) Infraestructura : buenas condiciones
- e) Servicios adicionales : pequeño snack que ofrece golosinas y gaseosas.

**Figura 10**  
**Casa de apuestas deportivas Apuesta total**

## 6. **Apuesta Total**

- a) Ubicación del local : calle Sargento Lores cuadra. 5.
- b) Accesibilidad del local : buena accesibilidad
- c) Precios de apuestas : muestra precios y ofertas
- d) Infraestructura : buenas condiciones
- e) Servicios adicionales : pequeño snack que ofrece golosinas y gaseosas.

**Figura 11**  
**Casa de apuesta deportivas Apuesta Total**

Fuente: vista tomada por los autores.

## 7. **Bets América**

- a) Ubicación del local : calle San Martín cuadra. 3.
- b) Accesibilidad del local : buena accesibilidad
- c) Precios de apuestas : muestra precios y ofertas
- d) Infraestructura : buenas condiciones
- e) Servicios adicionales : pequeño snack que ofrece golosinas y gaseosas.

**Figura 12**  
**Casa de apuesta deportiva Bets América**

Fuente: vista tomada por los autores

## 8. Apuesta Total

- a) Ubicación del local : calle Pevas cuadra. 2.
- b) Accesibilidad del local : buena accesibilidad
- c) Precios de apuestas : muestra precios y ofertas
- d) Infraestructura : buenas condiciones
- e) Servicios adicionales : pequeño snack que ofrece golosinas y gaseosas.

**Figura 12**  
**Casa de apuesta deportiva Apuesta Total**



Fuente: tomado de la página oficial de Apuesta Total

## **9. Bets América**

- a) Ubicación del local : calle Putumayo cuadra. 20.
- b) Accesibilidad del local : buena accesibilidad
- c) Precios de apuestas : muestra precios y ofertas
- d) Infraestructura : buenas condiciones
- e) Servicios adicionales : pequeño snack que ofrece golosinas y gaseosas, además; en ocasiones ofrecen comidas.

**Figura 13**  
**Casa de apuesta deportiva Bets América**

Fuente: vista de los autores



## 10. La Fija apuestas y Sport Bar

- a) Ubicación del local : calle Putumayo cuadra. 20.
- b) Accesibilidad del local : buena accesibilidad
- c) Precios de apuestas : muestra precios y ofertas
- d) Infraestructura : regular condiciones
- e) Servicios adicionales : pequeño snack que ofrece golosinas y gaseosas.

**Figura 14**  
**Casa de apuesta deportiva La Fija Sport Bar**



Fuente: vista de los autores

## 11. Tribunas Casas de Apuestas

- a) Ubicación del local : calle 2 de mayo con Chávez.
- b) Accesibilidad del local : buena accesibilidad
- c) Precios de apuestas : muestra precios y ofertas
- d) Infraestructura : buenas condiciones
- e) Servicios adicionales : pequeño snack que ofrece golosinas y gaseosas, además; cuentan con anfitrionas para atención de los clientes.

**Figura 15**  
**Tribunas casas de apuestas**



Fuente: Fanpage de Tribuna casas de apuestas Iquitos

## 12. Tinbet

- a) Ubicación del local : calle San Martín cuadra. 4
- b) Accesibilidad del local : buena accesibilidad
- c) Precios de apuestas : muestra precios y ofertas
- d) Infraestructura : buenas condiciones
- e) Servicios adicionales : pequeño snack que ofrece golosinas y gaseosas.

**Figura 16**  
**Tinbet casa de apuestas**



Fuente: fanpage Tinbet Iquitos

### 13. La Maracana Salón Sport

- a) Ubicación del local : calle Condamine cuadra. 4
- b) Accesibilidad del local : buena accesibilidad, sin embargo, hay poco espacio para estacionamiento vehicular por encontrarse muy cerca del Banco de la Nación
- c) Precios de apuestas : muestra precios y ofertas
- d) Infraestructura : regular condiciones
- e) Servicios adicionales : Venta de golosinas y gaseosas.

**Figura 17**  
**Maracana Salón Sport**



Fuente: vista de los autores.

#### **14. Te Apuesto**

- a) Ubicación del local : calle San Martín cuadra. 4
- b) Accesibilidad del local : buena accesibilidad
- c) Precios de apuestas : muestra precios y ofertas
- d) Infraestructura : buenas condiciones
- e) Servicios adicionales : pequeño snack que ofrece golosinas y gaseosas.

**Figura 18**  
**Casa de apuestas deportivas Te Apuesto**

Fuente: Vista propia de los autores

## 15. Apuesta Total

- a) Ubicación del local : calle San Martín cuadra. 4
- b) Accesibilidad del local : buena accesibilidad
- c) Precios de apuestas : muestra precios y ofertas
- d) Infraestructura : buenas condiciones
- e) Servicios adicionales : pequeño snack que ofrece golosinas y gaseosas.

**Figura 19**  
**Casa de apuestas Apuesta Total**



Fuente: vista de los autores

## 4.2 Demanda de los clientes

Se acudió a las casas de apuestas deportivas de la ciudad, en ella se pudo encontrar que el 98.7% de los asistentes son hombres, y que solo el 1.3% son mujeres, pudiendo determinar que el público que gusta de esta forma de entretenimiento es mayoritariamente masculino (Tabla 5)

**Tabla 5**  
**Género de los clientes**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Hombre	379	98.7	98.7	98.7
	Mujer	5	1.3	1.3	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

La edad de los que asisten a las casas de apuestas deportivas, es mayoritariamente un público comprendido entre los 36 y 45 años (59.9%), seguido de un segmento joven de 26 a 35 años (21.6%); que indica que son las personas cuya característica es de adulto contemporáneo quienes son los concurrentes frecuentes.

**Tabla 6**  
**Edad de los clientes**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	18-25	27	7.0	7.0	7.0
	26-35	83	21.6	21.6	28.6
	36-45	230	59.9	59.9	88.5
	46 a más	44	11.5	11.5	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

Sobre la frecuencia con la que asisten a las casas de apuestas deportivas, el 53.1% de los clientes afirmaron que lo hacen cada vez que hay un evento deportivo e inclusive, otros afirmaron que concurren algunos días de la semana (26.6%) (Tabla 5), lo que indica que existen gustos variables respecto a la frecuencia del uso que le dan los clientes.

**Tabla 7**  
**Frecuencia de asistencia**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Los fines de semana	78	20.3	20.3	20.3
	Algunos días a la semana	102	26.6	26.6	46.9
	Los días que hay juegos deportivos	204	53.1	53.1	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

Se les preguntó *con quién acuden a las casas de apuestas*, los clientes manifestaron en un 62.5% que lo hacen solo, que prefieren no ir acompañado de nadie, mientras que un 29.7% sostuvieron que prefieren ir con amigos e incluso hay un 7.8% de los encuestados que van con su pareja; lo que demuestra una diversidad de preferencias al momento de elegir la concurrencia a dichos lugares (Tabla 8).



**Tabla 8**  
**Personas con que asisten al local**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Solo	240	62.5	62.5	62.5
	En pareja	30	7.8	7.8	70.3
	Amigos	114	29.7	29.7	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

Sobre el horario en la que asisten a las casas de apuestas deportivas, los clientes indicaron que lo hacen *cuando hay un evento deportivo* (57.8%), mientras que el 31.3% sostuvieron que prefieren hacerlo por las tardes e inclusive hay un 10.9% que acuden en las noches (Tabla 9).

**Tabla 9**  
**Horario de asistencia**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Cuando hay eventos deportivos	222	57.8	57.8	57.8
	En las noches	42	10.9	10.9	68.8
	En las tardes	120	31.3	31.3	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

Se les preguntó sobre el tiempo que permanecen en las casas de apuestas, el 54.7% de los clientes respondieron que se encuentran en el lugar *cuando hay eventos deportivos*, mientras que un 26.6% sostuvo que se encuentran el lugar *el tiempo que sea necesario* y un 18.8% manifestó que se queda más de dos horas; lo que indica como en las respuestas anteriores, que los clientes en su mayoría acuden a estos lugares cuando hay deportes en vivo (Tabla 10).

**Tabla 10**  
**Tiempo de permanencia en el local**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	El tiempo que sea necesario	102	26.6	26.6	26.6
	Cuando hay eventos deportivos	210	54.7	54.7	81.3
	Más de dos horas	72	18.8	18.8	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

A la pregunta sobre si los encuestados tienen alguna o algunas casas de apuestas preferidas a las cuales asisten con frecuencia para realizar sus apuestas deportivas, el 84.4% sostuvo que si tienen, por lo que se estima que los clientes tienen asistencia recurrente a los mismos (Tabla 11).

**Tabla 11**  
**Preferencia en alguna casa de apuestas deportivas**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NO	60	15.6	15.6	15.6
	SI	324	84.4	84.4	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

Se preguntó sobre lo que valoran los clientes cuando acuden a las casa de apuestas deportivas, ellos manifestaron con un 60.9% que es la *infraestructura del local* lo que más valoran, conjuntamente a que tengan *equipos modernos* para los diversos juegos (Tabla 12).

**Tabla 12**  
**Valoración de las casas de apuestas deportivas**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Calidad de atención	48	12.5	12.5	12.5
	Equipos modernos	102	26.6	26.6	39.1
	Infraestructura del local	234	60.9	60.9	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

Como última pregunta se les consultó sobre si les gustaría que haya más casas de apuestas deportivas en la ciudad de Iquitos, y ellos con un contundente 100% manifestaron que SI les gustaría (Tabla 13).

**Tabla 13**  
**Les gustaría que hayas más casas de apuestas deportivas**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	384	100.0	100.0	100.0

## CAPÍTULO V: DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 5.1 Discusión

01. Se pudo determinar que los locales donde funcionan las casas de apuestas deportivas en Iquitos, tienen buena accesibilidad para el funcionamiento del negocio, toda vez que se encuentran en lugares transitados por peatones y vehículos, lo que la convierte en un espacio visible para los clientes.
02. Cuentan en su mayoría con locales bien implementados, con computadoras modernas y de internet con velocidad adecuada para las apuestas *Online*, además de poseer varias pantallas de televisor para que los clientes puedan apreciar los eventos deportivos en vivo.
03. El precio de las apuestas varía, siendo el aporte mínimo de 2 soles como inversión y la ganancia (si acierta), también depende del momento que en ese instante esté señalando el programa; todos estos aspectos se pueden verificar al instante en línea, siendo un proceso bastante transparente para el cliente.
04. La mayor cantidad de clientes prefieren acudir a las casas de apuestas deportivas, los días que hay juegos deportivos en competencia, pudiendo ser los fines de semana o durante la semana y el horario depende acorde a la diferencia horaria en que se está desarrollando el evento, por lo general estos se realizan por la tarde y noche.
05. En los locales además de las apuestas en línea, los clientes pueden, en muchos casos, disfrutar del consumo de golosinas y bebidas variadas (agua, gaseosa, cerveza, etc.), haciendo la estadía en el lugar agradable y placentera.

06. La totalidad de entrevistados manifestaron que les agradaría que haya más casas de apuestas deportivas en la ciudad, lo que confirma la gran acogida que tiene en la actualidad dicho negocio, motivo por el cuál existe una diversidad de ellos.

## 5.2 Conclusiones

01. Existe alta oferta competitiva en el negocio de las casas de apuestas deportivas en la ciudad de Iquitos, toda vez que en diferentes puntos de la ciudad hay una variedad de estos locales de entretenimiento, que ofrecen sus servicios a los clientes de este sector; donde se puede encontrar diversos juegos *en vivo*, e inclusive pasar el momento degustando una comida y bebida; lo que la ha convertido en un negocio bastante atractivo.
  
02. Existe alta demanda del negocio de las casas de apuestas en la ciudad de Iquitos, esto se verificó en las diversas visitas que se realizó durante el proceso de investigación y recopilación de datos, tiempo en que se constató alta presencia de clientes, en diferentes horarios de atención, siendo preferentemente concurridos en las tardes y noches, sobre todo cuando hay eventos deportivos en competencia.

### **5.3 Recomendaciones**

- 01.** Si bien existen muchas casas de apuestas deportivas en la ciudad, estas en su mayoría están localizadas en espacios comerciales relativamente pequeños para la alta demanda que tienen, lo que ocasiona un peligro para todos los que se encuentran en su interior; se debería implementar alguna medida en que existan espacios mínimos requeridos para el funcionamiento de estos negocios, en la que se garantice la integridad física de los clientes y del propio negocio.
  
- 02.** Debido a la alta demanda del negocio, las casas de apuestas deportivas deberían implementar estrategias de consolidación de relaciones con sus clientes, a través del uso de aplicaciones tecnológicas que permitan registrar a sus clientes y estos puedan recibir por el aplicativo, las ofertas, promociones y eventos deportivos a realizarse, de tal manera que se mantenga informado al cliente de novedades del sector.

## Referencias Bibliográficas.

- Aaker, David (2002), *Building Strong Brands*. New York: Simon & Schuter Inc.
- American Marketing Association. (2013). Definition of Marketing. AMA. Obtenido de <https://www.ama.org/AboutAMA/Pages/Definition-of-Marketing.aspx>
- American Marketing Association. (2017). AMA. Obtenido de <http://principiosdemarketing.blogspot.pe/2015/11/concepto-de-mercadotecnia-proceso.html>
- Arellano Marketing. (2012). *Arellano Marketing*. obtenido de <http://www.arellanomarketing.com/inicio/estilos-de-vida/>
- Booms, Bernard, & Bitner, Mary (1981). *Marketing strategies and organization structures for service firms*. Chicago: American Marketing Association.
- Comohacer (2018), *Requisitos para el negocio de casas de apuestas*, Portal digital, tomado de: <https://uncomohacer.com/>
- Congreso de la República del Perú (2021), *Proyecto de ley sobre regulaciones de juegos de azar y casas de apuestas deportivas*, Portal del Congreso de la República del Perú, Lima, Perú.
- Dick, Alan, & Basu, Kunal (1994). Journal of the academy of marketing science. (A. o. science, Ed.). *Academy of marketing science*, 22, 99-113.
- Duvivier, Julien (2017), *Aprende a realizar un buen estudio de mercado*, Editor digital: Titivillus, España.
- Doradobet (2021), *Casas de apuestas deportivas*, Portal digital de apuestas, Lima, Perú.
- Economía (2018), *Educación financiera*, Portal digital económico, tomado de:



<https://economipedia.com/>

El Ibérico (2021), *¿De qué tratan las casas de apuestas?*, El periódico español en el Reino Unido, Madrid, España.

El Peruano. (2016). El Peruano. *Mypes accederán a créditos atractivos*. Obtenido de [www.elperuano.com.pe](http://www.elperuano.com.pe): [www.elperuano.com.pe/noticia-mypes-accederan-](http://www.elperuano.com.pe/noticia-mypes-accederan-)

Gárate Paima, Paul C. (2020), *Estrategias y gestión empresarial de la casa de apuestas Tinbet, Moyobamba, 2019*, Repositorio de la Universidad César Vallejo, Tarapoto, Perú.

Gestión. (2015). Sector Servicios aporta más al PBI que Minería y Comercio. *Gestión*. Obtenido de <http://gestion.pe/economia/sector-servicios-aporta-mas-al-pbi->

IAB Spain . (2016). Estudio Anual de redes sociales. *IAB Spain*. Obtenido de <http://www.iabspain.net/wp-content/uploads/>

INEI. (2007). *Principales indicadores demográficos, sociales y económicos a nivel provincial y distrital*. Lima: INEI.

INEI. (2015). Encuesta Mensual del Sector Servicios. *INEI*. Obtenido de [http://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/boletin\\_servicios\\_nov2015.pdf](http://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/boletin_servicios_nov2015.pdf).

Instituto Peruano de Economía. (2016). *Indicador Compuesto de Actividad Economía - ICAE. Consolidado 2015*. Lima: IPE.

Ipsos Marketing. (2012). *Perfil de usuario de redes sociales -Lima y principales provincias 2013*. Lima.

Kotler, Phillip, & Armstrong, Gary. (2003). *Fundamentos de Marketing* (Sexta ed.). Mexico: PrenticeHall.

- Kotler, Phillip., & Armstrong, Gary (2007). *Marketing versión para Latinoamérica* (11 ed.). Pearson Educación, México.
- Kotler, Phillip, & Armstrong, Gary (2008). *Fundamentos de Marketing*. Naucalpan de Juarez: PearsonEducacion.
- Kotler, Phillip., & Keller, Kevin. (2012). *Marketing Management* (Catorceava ed.). New Jersey: PrenticeHall.
- La República. (2015). *El sector servicios sustenta el 60% del país. La República*. Obtenido de <http://larepublica.pe/economia/14001-el-sector-servicios->
- Lauterborn, Bob (1990). *New Marketing Litany: Four P's passe; C-words take over. Forum*. Obtenido de [http://www.business.uwm.edu/gdrive/Wentz\\_E/](http://www.business.uwm.edu/gdrive/Wentz_E/)
- Legal (2020), *Casas de apuestas*, Estudio jurídico de asesoría legal, Lima, Perú
- Llardia, Nadia (2014). *Dopple Academy*. Obtenido de: <https://blog.fromdoppler.com/branding-que-es-la-lealtad-de-marca/>
- Lovelock, Christopher., & Wirtz, Jochen (2011), *Marketing De servicios: estrategias para la creacion de valoren el nuevo paradigma de los negocios*. Mexico D.F.: Pearson Educacion.
- Malhotra, Naresh (2016), *Investigación de mercados*, Recode Social & Market Review, México.
- Mendivil Majluf, Daniel (2018), *Plan de negocio para la apertura de una empresa de asesoría de apuestas deportivas online "Tipster"*, Tesis para obtener licenciatura en negocios, Universidad Católica de Córdoba, Argentina.
- McCarthy, Jerome (1960). *Basic Marketing: A Managerial Approach*. Illinois: R.D. Irwin.
- Molina Ceballos, María Del C. (2022), *Los juegos de azar en el Ecuador. Prohibiciones, causas y consecuencias*. Tesis para licenciatura en

administración, repositorio de la Universidad de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador.

Rea Sotelo, Edgar B. (2017), *El financiamiento y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas en las casas de apuestas deportivas en Huaraz, 2017*, Tesis para licenciatura en administración, repositorio de la Universidad Los Ángeles de Chimbote, Perú.

Recode Social & Market Research (2016), *La importancia del estudio de mercado en la idea del negocio*, Marketing Review, México.

## ANEXO 1

### HOJA DE OBSERVACIÓN

1. Localización del negocio

a) Ubicación:.....

2. Accesibilidad del negocio

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

.....  
.....  
.....

3. Precios de apuestas

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

4. Infraestructura del negocio

- |                                |                          |   |
|--------------------------------|--------------------------|---|
| a) Cuenta con computadoras     | <input type="checkbox"/> | 1 |
| b) Televisores para el público | <input type="checkbox"/> | 2 |
| c) Información de eventos      | <input type="checkbox"/> | 3 |

5. Servicios adicionales

- |                              |                          |   |
|------------------------------|--------------------------|---|
| a) Snack                     | <input type="checkbox"/> | 1 |
| b) Comidas y bebidas         | <input type="checkbox"/> | 2 |
| c) Juegos de lotería         | <input type="checkbox"/> | 3 |
| d) Anfitrionas para atención | <input type="checkbox"/> | 4 |

**ANEXO 2**  
**CUESTIONARIO**  
**CLIENTES**

La presente encuesta tiene por finalidad investigar desde una perspectiva académica las casas de apuestas deportivas, le agradecemos su ayuda y colaboración.

01. ¿Tiene interés en responder las preguntas de la encuesta?

- a) SI  1      b) NO  2

**Si su respuesta es NO, finaliza la encuesta**

02. ¿Cuántas veces a la semana acude a las casas de apuestas deportivas?

- a) Todos los días  1  
b) Los fines de semana  2  
c) Algunos días a la semana  3  
d) Los días en que hay juego de futbol  4

03. ¿Con quién asiste a las casas de apuestas deportivas?

(Puede contestar con varias alternativas)

- a) Solo  1  
b) En pareja  2  
c) Con amigos  3

04. ¿En qué horario acostumbra a acudir a las casas de apuestas deportivas?

- a) En horario que hay eventos deportivos  1
- b) En las noches  2
- c) En las tardes  3
- d) En las mañanas  4

05. ¿Qué tiempo permanece en las casas de apuestas deportivas?

- a) Todo el día  1
- b) El tiempo que sea necesario  2
- c) Cuando hay eventos deportivos  3
- d) Más de dos horas  4
- e) Al paso  5

06. ¿Tiene una casa de apuestas preferida?

- a) NO  1
- b) SI  2

07. ¿Qué valora en la casa de apuesta de su preferencia?

- a) Calidad de atención  1
- b) Promociones  2
- c) Equipos modernos  3
- d) Infraestructura del local  4

08. ¿Le gustaría que haya más casas de apuestas en Iquitos?

- a) NO  1
- b) SI  2