



FACULTAD DE NEGOCIOS

**ESTUDIO DE MERCADO DE UN CENTRO DE ENTRENAMIENTO FÍSICO-
GIMNASIO, CIUDAD DE IQUITOS, AÑO 2023**

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

AUTORES:

SAENZ MUJICA, PILAR

SANJURJO RODRÍGUEZ, LUIS FERNANDO

ASESOR:

LIC. ADM. MARCO ANTONIO REATEGUI MEZA, MGR

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

IQUITOS – PERÚ

2023

DEDICATORIA

A Dios, por haberme dado la vida y guiar mi camino por poder llegar a vivir este momento tan importante de mi formación profesional.

A mi madre, por ser el pilar, soporte y apoyo incondicional; sin importar nuestra diferencia de opiniones que ha sabido formarme e inculcarme valores y luchar por mis sueños e ideales con su ejemplo.

A mi esposo, por su paciencia, tiempo y comprensión durante estos años de estudio, que pasamos momentos difíciles y lo superamos juntos, créeme valió la pena.

A mis amados hijos e hija, Thiago Valentino, Kylie Ariela y Luis Janick, por ser mi mayor motivación para nunca rendirme en los estudios y llegar a ser un ejemplo para ellos.

Pilar Sáenz.

Dedico esta tesis a Dios, a mi señora madre, que es mi motor y motivo, para nunca darme por vencido, ella es mi persona favorita que me apoya todo el tiempo y en todos mis proyectos.

A toda mi familia que siempre está ahí cuando la necesito, por su confianza y su cariño.

Luis Sanjurjo

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la Universidad Científica del Perú, por haberme permitido formar parte de ella para estudiar mi carrera, también a los diferentes docentes que me brindaron sus conocimientos como parte de mi formación profesional.

Agradezco a mi asesor, por haberme brindado la oportunidad de recurrir a su capacidad y conocimientos, así como también haber tenido la paciencia de guiarme durante el desarrollo de la tesis.

Y para finalizar, agradezco a mi familia infinitamente, por su apoyo incondicional para poder culminar satisfactoriamente mi formación profesional.

Pilar Sáenz.

A todos los docentes, quienes han sido parte de mi camino universitario; a ellos les quiero agradecer de forma muy especial por transmitirme los conocimientos y la experiencia, sin egoísmo. Por ser guías en mi formación profesional, inculcándome valores, por encaminarme a la excelencia. Sin ustedes los conceptos serían solo palabras, y las palabras, ya sabemos que se las lleva el viento.

Luis Sanjurjo

ACTA DE SUSTENTACIÓN CONSTANCIA DE ANTIPLAGIO

FACULTAD DE
NEGOCIOS



ACTA DE SUSTENTACIÓN

Con Resolución Decanal N° 409-2023-UCP-FAC.NEGOCIOS, del 04 de julio de 2023, se autorizó la sustentación para el día viernes 7 de julio de 2023.

Siendo las 11.00 horas del día 07 de julio se constituyó de modo presencial el Jurado para escuchar la presentación y defensa de la Tesis ESTUDIO DE MERCADO DE UN CENTRO DE ENTRENAMIENTO FISICO-GIMNASIO, CIUDAD DE IQUITOS, AÑO 2023.

Presentado por:

SAENZ MUJICA PILAR

Para optar el título profesional de Licenciada en Administración de Empresas

SANJURJO RODRIGUEZ LUIS FERNANDO

Para optar el título profesional de Licenciado en Administración de Empresas

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

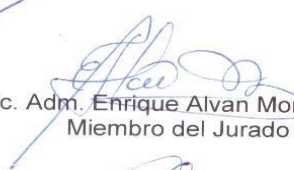
Luego de escuchar la sustentación y formuladas las preguntas, el Jurado pasó a la deliberación en privado, llegando a la siguiente conclusión:


La sustentación es: APROBADA POR UNANIMIDAD

A las 12:30 horas culminó el acto público.

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


Lic. Adm. Jorge Pérez Santillán, Mag.
Presidente del Jurado


Lic. Adm. Enrique Alvan Mori, Mag.
Miembro del Jurado


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

Contáctanos:

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

Filial Tarapoto – Perú
042-564903
Av. Aviación N° 226-228

Universidad Científica del Perú
www.ucp.edu.pe

Document Information

Analyzed document	UCP_Administración_2023_Tesis_PilarSaenz_LuisSanjurjo_VI.pdf (D170185399)
Submitted	6/9/2023 5:29:00 PM
Submitted by	Comisión Antiplagio
Submitter email	revision.antiplagio@ucp.edu.pe
Similarity	2%
Analysis address	revision.antiplagio.ucp@analysis.arkund.com

Sources included in the report

SA	Universidad Científica del Perú / UCP_2021_Administracion_TSP_MartinaSiuyGabrielaTalledo.pdf Document UCP_2021_Administracion_TSP_MartinaSiuyGabrielaTalledo.pdf (D108181257) Submitted by: revision.antiplagio@ucp.edu.pe Receiver: revision.antiplagio.ucp@analysis.arkund.com	 1
SA	Granados Guerrero Juan Carlos tesis itb.docx Document Granados Guerrero Juan Carlos tesis itb.docx (D40821261)	 2
SA	TESIS - ISIDRO.docx Document TESIS - ISIDRO.docx (D58943814)	 1
SA	Proyecto de grado DEFINITIVO DEFINITVO con certif.docx Document Proyecto de grado DEFINITIVO DEFINITVO con certif.docx (D110672347)	 2

Entire Document

FACULTAD DE NEGOCIOS TESIS ESTUDIO DE MERCADO DE UN CENTRO DE ENTRENAMIENTO FÍSICO- GIMNASIO, EN LA CIUDAD DE IQUITOS, AÑO 2023

63%	MATCHING BLOCK 1/6	SA UCP_2021_Administracion_TSP_MartinaSiuyGabriel ... (D108181257)
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS AUTORES: PILAR SAENZ MUJICA LUIS FERNANDO SANJURJO RODRÍGUEZ ASESOR: LIC. ADM. MARCO ANTONIO REATEGUI MEZA, MGR. LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: PROSPECTIVA DE MERCADOS Y TERRITORIOS IQUITOS – PERÚ 2023 1 DEDICATORIA A		

INDICE

RESUMEN.....	1
ABSTRACT	2
CAPÍTULO I: MARCO TEORICO	3
1.1 Antecedentes del estudio	3
1.2 Bases teóricas	6
1.2.2 Estudio de mercado.....	12
1.3 Definición de términos básicos.....	14
CAPÍTULO II: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	15
2.1 Descripción del problema.....	15
2.1 Formulación del problema.....	16
2.1.1 Problema general	16
2.1.2 Problemas específicos	16
2.2 Objetivos	16
2.2.1 Objetivo general.....	16
2.2.2 Objetivos específicos	17
2.2.3. Hipótesis general.....	17
2.2.4 Hipótesis específicas	17
2.5 Variables	17
2.5.1 Identificación de las variables	17
2.5.2 Operacionalización de las variables	18
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA.....	19
4.1. Tipo y diseño de investigación.....	19
4.2 Población y muestra.....	19
4.3 Técnicas, instrumentos y procedimientos de recolección de datos.....	21
4.4 Procesamiento y análisis de datos	21
CAPÍTULO IV: RESULTADOS.....	22
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	33
5.1 Discusión	33

5.2	Conclusiones.....	34
5.3	Recomendaciones.....	35
	Referencias Bibliográficas.....	36

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: operacionalización de variable.....	18
Tabla 2: población de empresas estudiadas.....	20
Tabla 3: negocios de gimnasios.....	22
Tabla 4: género de los encuestados.....	28
Tabla 5: edad de los encuestados.....	28
Tabla 6: interés en responder la encuesta.....	29
Tabla 7: localización del gimnasio de su preferencia.....	30
Tabla 8: frecuencia que asiste a los gimnasios.....	30
Tabla 9: lo que más valora del gimnasio.....	31
Tabla 10: como califica a los gimnasios de la ciudad.....	31
Tabla 11: qué espera encontrar en los gimnasios.....	32
Tabla 12: qué mejoraría en los gimnasios.....	32

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo determinar el mercado de los centros de entrenamiento físico-gimnasios, en la ciudad de Iquitos, año 2023, en la cual se identificó la oferta y la demanda del negocio. Su metodología fue descriptiva, transversal, no experimental; con muestra representativa de 05 gimnasios de la ciudad para determinar la oferta, y 384 ciudadanos, para identificar la demanda.

Se concluye que, en la oferta se aprecia una gran variedad de gimnasios, siendo los más representativos cinco, los mismos que tienen la preferencia de los clientes por: la ubicación, la accesibilidad, además de poseer membresías flexibles, también cuentan máquinas modernas, salones de spinning y baile, todas ellas con buena iluminación y como valor agregado, algunos cuentan con snack para degustar alimentos balanceados.

Asimismo, en cuanto a la demanda se aprecia que el 51.8% de los que acuden a los gimnasios son mujeres, menor a los 25 años (53.1%). El 49% acuden cerca a su domicilio. El 67.5% valora la calidad del servicio, motivo por el que el 39.3% y 41.5% califica de bueno y muy bueno a los gimnasios de la ciudad. Finalmente, el 77.9% espera encontrar buenas máquinas al acudir a entrenarse.

Palabras claves: estudio de mercado, gimnasio, entrenamiento.

ABSTRACT

The objective of this investigation was to determine the market of physical training centers-gyms, in the city of Iquitos, year 2023, in which the supply and demand of the business was identified. Its methodology was descriptive, cross-sectional, non-experimental; with a representative sample of 05 gyms in the city to determine the offer, and 384 citizens, to identify the demand.

It is concluded that, in the offer of a great variety of gyms, being the most representative 05, the same ones that have the preference of clients for: location, accessibility, in addition to having flexible memberships, they also have modern machines, spinning and dance halls, good t them with good lighting and as an added value, some have snacks to taste balanced meals.

Likewise, in terms of demand, it can be seen that 51.8% of those who go to gyms are women, under 25 years of age (53.1%). 49% go good t o their home. 67.5% value the quality of the service, which is why 39.3% and 41.5% rate the city's gyms as good and very good. Finally, 77.9% expect to find good machines when going to train.

Keywords: market study, gym, training.

CAPÍTULO I: MARCO TEORICO

1.1 Antecedentes del estudio

Bolaños Prado (2016) en su tesis *Estrategias de posicionamiento para la instalación de un gimnasio en Estelí en el año 2015*, tuvo como objetivo analizar las estrategias de mercadotecnia de un gimnasio.

La investigación fue de tipo cuantitativa y descriptiva; la población de estudio comprendió cien de ellos, a quienes aplicaron cuestionario.

Concluye que, las variables consideradas más importantes para intentar un posicionamiento exitoso fueron: los precios, la ubicación del local, la segmentación por género y el aprovechamiento de las motivaciones de las personas para visitar estos establecimientos. Los gimnasios en la ciudad de Estelí no se esfuerzan para posicionar los servicios que ofrecen a los usuarios, es decir, no promocionan sus servicios y ni hacen campañas publicitarias.

Duarte Ato (2017) en su tesis *Factibilidad para la implementación, un gimnasio en el Cantón Pindal, provincia de Loja*, tuvo como objetivo determinar si es factible implementar un gimnasio.

La investigación utilizó el método deductivo e inductivo; la población fueron cien personas, a quienes aplicaron cuestionario.

Concluye que, de acuerdo a la evaluación financiera, el Valor Actual Neto, fue, 13.923,51 dólares, una Tasa Interna de Retorno del 26,55%; la Relación Beneficio Costo de 1,13 dólares, lo cual representa que por cada dólar invertido se gana 0,13 centavos de dólar; el Periodo de Recuperación de capital es de 3 años, 3 mes y 28 días. El análisis de sensibilidad determinó que el incremento que puede soportar los costos que genera la implementación de la

empresa es de 0,02% y la disminución que puede soportar en sus ingresos es de 0,02% lo cual determina que el proyecto es sensible (0,99).

Salinas Juárez (2016) en su *Plan de negocios para la creación y promoción del gimnasio K-Gym en el puerto de Ilo*, tuvo como objetivo conocer expectativas de los clientes potenciales y la aceptación del negocio.

La investigación fue concluyente de tipo descriptiva y diseño de sección transversal; con población formada por las mujeres de la ciudad, a quienes aplico cuestionario.

Concluye que, las ratios de liquidez mostraron resultado positivo, pudiendo la empresa hacer frente a sus obligaciones a corto plazo (3.65). Se determinó indicadores positivos de solvencia, siendo de 0.08 en el 8 trimestre; asimismo, la rentabilidad sobre la inversión (0.33) y rentabilidad sobre ventas (0.39) muestran rendimientos positivos y favorables para la inversión.

Rojas Porras (2019) en su tesis *Evaluación y viabilidad de un proyecto (gimnasio) en el distrito de Bellavista – Callao*, tuvo como objetivo un plan de negocio que determinó la factibilidad.

La investigación fue descriptiva, con diseño de corte transversal; con población de los niveles socio-económico A y B, de ambos sexos, edad que oscilan entre 16 a más; con muestra de cien de ellos, a quienes aplico cuestionario.

Concluye que, de acuerdo a nuestro estudio se ha tomado en cuenta variables que nos permita evaluar la rentabilidad y proyección, como también nuestros costos fijos, variables por ello se calcula que se usará una inversión inicial aproximada será de s/. 157,157.7, y de acuerdo al estudio de la zona al inicio del negocio se pretende captar a 132 clientes y se contará con un plan estratégico que permita captar y fidelizar a más clientes.

Bardales Gil (2019) en su *Plan de negocios de un gimnasio para entrenamiento funcional, Iquitos, 2019*, tuvo como objetivo analizar la factibilidad del negocio.

La metodología fue descriptiva, no experimental; su población comprendió información económica.

Concluye que, el análisis arroja un valor actual neto (VAN) positivo de doscientos cincuentidos mil y 00/100 soles (S/. 252,870.00), con una tasa interna de retorno (TIR) de 105%, y la relación Beneficio Costo (B/C) igual a 2.66, que indica que por cada sol invertido se recuperará la inversión más doscon 66/100 soles de utilidad. Estos indicadores muestran que el negocio es viable.

1.2 Bases teóricas

1.2.1 El sector de salud

La Organización Mundial de la Salud (2022) conceptualizó la salud como un estado de completo bienestar físico, mental y social, y no solamente la ausencia de afecciones o enfermedades.

Según Mark Lalonde (1974) existen cuatro determinantes de la salud:

- a. **Biológicos:** de carácter hereditario o genético, como sexo, edad, raza, entre otros, éstos pueden afectar la salud, pero no pueden modificarse.
- b. **Ambientales:** las circunstancias en las que el hombre vive y a las que debe adaptarse del mejor modo posible para estar sano. Estas son el social, económico, cultural y físico.
- c. **Servicios de salud:** calidad, accesibilidad, diversidad, tecnología, oportunidad, éstos hacen parte del entorno social y económico, y pueden transformarse a través de procesos de empoderamiento para la concientización de los derechos sociales de los individuos.
- d. **Los factores del estilo de vida:** las actitudes personales de cada persona, de la forma particular de decidir sobre su vida. Estos pueden ser saludables siempre y cuando la persona tenga conciencia sobre sus diferentes comportamientos, el rumbo de su accionar.

Actividad física

La Organización Mundial de la Salud (2022) define la actividad física como “cualquier movimiento corporal producido por los músculos esqueléticos, con el consiguiente consumo de energía. La actividad física hace referencia a todo movimiento, incluso durante el tiempo de ocio, para desplazarse a determinados lugares y desde ellos, o como parte del trabajo

de una persona. La actividad física, tanto moderada como intensa, mejora la salud”.

Entre las actividades físicas más comunes cabe mencionar caminar, montar en bicicleta, pedalear, practicar deportes, participar en actividades recreativas y juegos; todas ellas se pueden realizar con cualquier nivel de capacidad y para disfrute de todos.

Se ha demostrado que la actividad física regular ayuda a prevenir y controlar las enfermedades no transmisibles, como las enfermedades cardíacas, los accidentes cerebrovasculares, la diabetes y varios tipos de cáncer. También ayuda a prevenir la hipertensión, a mantener un peso corporal saludable y puede mejorar la salud mental, la calidad de vida y el bienestar. (OMS, 2022)

Erikssen (2001) indica que la práctica de actividad física influye en la mejora de la condición física relacionada con la salud, y en mayor medida lo hace el ejercicio físico. No obstante, algunos trabajos reflejan la relevancia de tener niveles óptimos de condición física relacionada con la salud frente a la práctica regular de actividad física de forma aislada.

De acuerdo con el portal digital Comunidad de Madrid (2021) la actividad física comprende, además de actividades cotidianas, el ejercicio físico y el deporte:

- a. Ejercicio físico: es una actividad física estructurada, repetitiva, planificada y realizada con un objetivo relacionado con la mejora o el mantenimiento de la condición física.
- b. Deporte: es una actividad física reglada y dirigida al logro de resultados en una competición en general.

Para Cintra Cala y Balboa Navarro (2011) estos son algunos beneficios a la salud por la práctica de actividad física:

- a. Disminuye el riesgo de las enfermedades del corazón, diabetes, cáncer de colon y osteoporosis.
- b. Mantiene o incrementa la fuerza, flexibilidad y densidad de los huesos
- c. Reduce el riesgo de caídas entre personas más viejas.
- d. Mejora la salud mental y el humor.
- e. Releva síntomas de depresión, ansiedad y mejora habilidades sociales.
- f. Ayuda al mantenimiento del peso o pérdida.

Rodríguez (2001) señala que estrechamente vinculado al ámbito de la actividad física y la salud, está el ejercicio físico, que se define como la actividad física planificada, estructurada y repetida, cuyo objetivo es adquirir, mantener o mejorar la condición física. Así, un programa de ejercicio físico requiere la planificación y estructuración de la intensidad, volumen y tipo de actividad física que se desarrolla.

Gutiérrez Macías (2004) indica que actualmente el ejercicio físico dentro del gimnasio no ha tenido una rigurosidad en la estructuración. Muchos son los motivos que sustentan tal afirmación: falta de equipos para las diferentes valoraciones, capacitación insuficiente, altos costos para evaluar a todos los usuarios, entre otros. Esto acarrea gran parte de la deserción a la que se ven sometidos un alto porcentaje de gimnasios, debido a que los objetivos por los cuales ingresan los usuarios a este lugar no son logrados, y es precisamente la falta de una adecuada prescripción a partir de una valoración individual lo que permite la consecución de los resultados, algunos como reducción de tejido graso, aumento de masa muscular, mejora de la capacidad aeróbica, etc.

Se evidencia entonces la falta de evaluación de la composición corporal y

por ende el desconocimiento del estado actual de las capacidades físicas de cada persona, y el efecto directo en la consecución de los objetivos trazados, siendo más peligroso la ejecución inadecuada del ejercicio físico porque puede acarrear problemas de salud, por no tener una adecuada prescripción, ni programación acorde a las necesidades de cada individuo.

Al plantear un cambio en el ejercicio físico diseñado y estructurado para cada persona como estrategia promocional desde una perspectiva saludable, será viable hacer una intervención directa sobre las evidencias del ejercicio físico en los gimnasios, como acción formativa, sugestiva y motivacional para fomentar la inclinación hacia los hábitos saludables, concientizando a cada individuo de la importancia y los beneficios que se obtienen al realizar ejercicio físico a partir de las necesidades e individualidades de quienes los practican, aclarando que aunque el procedimiento utilizado es de carácter individual, el enfoque de la intervención es poblacional.

Los gimnasios

Con el desarrollo de las ciudades y el crecimiento de la población, las estrategias para recrearse son cada vez mayores. En las ciudades, por ejemplo, se ha vuelto muy común la construcción de espacios en donde las personas puedan realizar actividad física, como: piscina, canchas deportivas y gimnasios (Acevedo & Valencia, 2013).

Durante las tres últimas décadas los beneficios de la actividad física han sido respaldados por pruebas científicas que vinculan el aumento de ejercicio y los buenos hábitos para mejorar la calidad de vida; asimismo se ha descubierto que la inactividad física y los hábitos negativos de vida representan una seria amenaza para la salud. Por consiguiente, las personas están reflexionando acerca que la realización de actividad física trae un sinnúmero de beneficios.

Para la vida como las posibilidades de mejorar su salud física y mental, es por tal razón que las personas se ven en la necesidad de acudir a sitios especializados como los gimnasios donde puedan realizar actividades físicas de forma controlada y guiada por profesionales idóneos en el campo.

Acevedo, Valencia y Coelho (2013), afirman que el gimnasio se origina en la antigua Grecia, donde consistía en un lugar público para la práctica física, a fin de rendir culto al cuerpo y mantener la salud, es decir, era un lugar donde los griegos practicaban luchas y ejercicios gimnásticos, además de otras actividades e intercambios socioculturales.

La era moderna fomenta el sedentarismo, que se asocia a la falta de realización de actividad física y más aún con el uso de aparatos tecnológicos como los diferentes medios de transportación, se evidencia más que las personas estén sometidas a la falta de ejercicio físico y se incrementa el sobrepeso en las personas.

No obstante, los gimnasios se han convertido en una herramienta fundamental en la salud de las personas, siempre y cuando este tipo de establecimientos cuenten con los parámetros claros de brindar un buen servicio a los usuarios; e igualmente la forma de administración que se lleve en estos lugares será la base fundamental para que funcionen de manera adecuada cumpliendo con los requisitos mínimos de funcionamiento.

Para hacer un verdadero diagnóstico de los centros de ejercitación, se hizo una exploración en la web y se encontró el trabajo de Guerra y Alfonso (2012) sugieren la siguiente metodología que brindan criterios a través de un instrumento para diagnosticar los servicios que brindan los gimnasios de cultura física:

- a) Aspectos generales que considerar en el instrumento
 - 1. Características de las instalaciones
 - 2. Características de los clientes
 - 3. Características de los servicios
 - 4. Recursos humanos

- b) Indicadores de referencia, que serán desglosados en otros de carácter más específicos.
 - 1. Cantidad de instalaciones
 - 2. Medios técnicos
 - 3. Normas técnicas de fabricación
 - 4. Dimensiones del gimnasio
 - 5. Temperatura de la instalación
 - 6. Cantidad de profesores del gimnasio
 - 7. Titulación académica de los profesores
 - 8. Cursos de superación recibidos
 - 9. Sexo, edad y ocupación laboral de los practicantes
 - 10. Tiempo que realizan la actividad
 - 11. Hora en que realizan las actividades
 - 12. Modalidad del servicio
 - 13. Horarios en que se brinda el servicio Criterios para el diagnóstico de los servicios.
 - 14. Nivel de hacinamiento
 - 15. Estructura de los equipos
 - 16. Seguridad al usuario
 - 17. Ventilación de la instalación.

1.2.2 Estudio de mercado

Según Huerta Rodríguez (2016) un estudio de mercado, es un conjunto de acciones sistematizadas para aportar datos que permitan mejorar las técnicas de mercado para la venta de un producto o de una serie de productos que cubran la demanda de los consumidores, ello mediante el conocimiento de respuesta del mercado, proveedores y competencia ante un producto o servicio, analizando la oferta y demanda, así como los precios y canales de distribución.

Para Vargas (2017) se puede decir que la investigación de mercados desempeña tres funciones principales:

a. Descriptiva.

Esta incluye la recopilación y presentación de hechos, por ejemplo, ¿Cuál es la tendencia histórica de la industria? ¿Cuáles son las actitudes de los consumidores hacia un producto y su publicidad? Esta función consiste en la visualización y elaboración de un mapa estratégico que permite asignar funciones y niveles de responsabilidad con la única finalidad de resolver un problema en común.

b. Diagnostica.

Porque explica los datos o acciones de las estrategias implementadas por las organizaciones. En este apartado es importante reconocer las fortalezas y debilidades, en cuanto al impacto de las acciones implementadas con el fin de minimizar los posibles errores.

c. Predictiva.

Debido a su capacidad de predecir eventos en los mercados cambiantes. Para las empresas es importante esta etapa, porque permite con base a los resultados obtenidos establecer un plan teniendo en cuenta las diversas situaciones que se pueden presentar, ya que en el estudio

de mercados se pueden reconocer como una ciencia social, porque permite analizar las tendencias de un mercado a través de las características de los consumidores en un mercado objetivo. (Vargas, 2017).

Según la página web Questionpro (2020) 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:

- a. 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.
- b. 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.
- c. Iniciar actividades de marketing organizadas: las actividades de marketing se pueden ejecutar sistemáticamente con estudios de mercado. Con ello las empresas pueden lanzar campañas de marketing diseñadas específicamente para el público objetivo. (Questionpro, 2020).

1.3 Definición de términos básicos.

a) Oferta.

Se define oferta «como aquella cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a vender a los distintos precios del mercado. (Kotler y Armstrong, 1992).

b) Demanda.

Son cantidades de un producto que los consumidores están dispuestos a comprar a los posibles precios del mercado (Fisher, L., & Espejo, J., 2011).

CAPÍTULO II: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1 Descripción del problema

Desde los años 90, inició el auge de los gimnasios en la ciudad de Iquitos. Actualmente, operan al menos 15 establecimientos, quienes, a partir del año 2000, se caracterizan porque han tenido un crecimiento espontáneo, es decir han iniciado sus operaciones con incipientes recursos y al poco tiempo muestran un considerable crecimiento en infraestructura y equipamiento.

El éxito de estas organizaciones es el resultado de la puesta en marcha de las ideas que traen algunos emprendedores que han vivido fuera del país y conocen los beneficios de la cultura del ejercicio y de vida saludable, que es una visión que predomina en países con más desarrollo. No obstante, en Iquitos el negocio de los gimnasios ha venido evolucionando en cuanto a su infraestructura, publicidad, planes de mercado y atención al cliente, han logrado gran rentabilidad y posicionamiento económica, lo que les permite competir con gran facilidad con los gimnasios más populares del país, sin embargo, no dan abasto por la cantidad de clientes que deben de atender y que se adaptan a los horarios y espacios del establecimiento por la necesidad de lograr mejoría de sus condiciones físicas.

Esta situación evidencia que hay una demanda insatisfecha por la falta de gimnasios, lo cual se convierte en una oportunidad para inversionistas que puedan estar interesados en este tipo de negocio el introducir nuevos e innovadores servicios de los que carecen los actuales gimnasios y la conveniencia de ofrecer diferentes horarios de trabajo gimnásticos a la demanda potencial.

Es sector aparenta ser lucrativo, donde se hacen evidentes altos precios o tarifas que cobran, pero la mayoría acusan problemas de horarios de trabajo y ubicación.

Es el interés de este estudio, posibilitar o demostrar la factibilidad a potenciales inversionistas para invertir en otro local que venga a competir con innovaciones, ambientes agradables, diseñados con las mejores prácticas globales y con precios accesibles a la mayoría de los ciudadanos, esto a través de un estudio de mercado que demuestre la verdadera oferta y demanda del servicio en Iquitos.

2.1 Formulación del problema

2.1.1 Problema general

¿Cuál es el mercado de los centros de entrenamiento físico-gimnasios, en la ciudad de Iquitos, año 2023?

2.1.2 Problemas específicos

¿Cuál es la oferta en el mercado de los centros de entrenamiento físico- gimnasios, en la ciudad de Iquitos, año 2023?

¿Cuál es la demanda de los centros de entrenamiento físico-gimnasios, en la ciudad de Iquitos, año 2023?

2.2 Objetivos

2.2.1 Objetivo general

Determinar el mercado de los centros de entrenamiento físico- gimnasios, en la ciudad de Iquitos, año 2023.

2.2.2 Objetivos específicos

- a) Identificar la oferta en el mercado de los centros de entrenamiento físico- gimnasios, en la ciudad de Iquitos, año 2023.
- b) Determinar la demanda de los centros de entrenamiento físico- gimnasios, en la ciudad de Iquitos, año 2023.

2.2.3. Hipótesis general

Se observa factibilidad de mercado de los centros de entrenamiento físico-gimnasios, en la ciudad de Iquitos, año 2023.

2.2.4 Hipótesis específicas

Se observa alta oferta en el mercado de los centros de entrenamiento físico-gimnasios, en la ciudad de Iquitos, año 2023.

Se observa alta demanda de los centros de entrenamiento físico-gimnasios, en la ciudad de Iquitos, año 2023

2.5 Variables

2.5.1 Identificación de las variables

Estudio de mercado

2.5.2 Operacionalización de las variables

Tabla 1
Operacionalización de variable

Variable	Indicador	Índice
Estudio de Mercado	1. Oferta	1.1 Localización.
		1.2 Accesibilidad
		1.3 Seguridad
		1.4 Infraestructura
	2. Demanda	2.1 Sexo
		2.2 Edad
		2.3 Clasificación
		2.4 Mejoras

Fuente: elaboración propia

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

Es descriptivo y no experimental, porque no se manipuló la variable estudiada.

Por la intensidad, es transversal; porque se aplicó el instrumento en un solo momento.

3.2 Población y muestra

Elemento	: negocio de entrenamiento físico-gimnasio
Alcance distritos	: quienes vivan en la provincia y sus diferentes distritos
Unidad de muestreo	: emprendedores del negocio y clientes
Unidad de análisis	: gimnasios de la ciudad y 384 clientes
Tiempo	: febrero y marzo del 2023.

Formula de población infinita:

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 ciudadanos

La muestra representativa de la investigación en cuanto a clientes fue de 384 que se seleccionó al acudir a los centros de entrenamiento físico (gimnasio).

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

Tabla 2
Población de empresas estudiadas

Nombre	Dirección	Distrito
Jully Spa	Calle Sargento Lores 773	Maynas
Xona Fitness	Calle Sargento Lores 446	Maynas
Exousia	Calle Abtao 540	Maynas
Neka Gym	Calle Ramon Castilla 1002	Maynas
Energy Gimnasio	Calle Loreto 785	Maynas

3.3 Técnicas, instrumentos y procedimientos de recolección de datos

La técnica que se utilizó es la hoja de observación y la encuesta. El trabajo de investigación siguió el procedimiento siguiente:

- a) Se seleccionaron las unidades empresariales a ser visitadas.
- b) Se estableció el horario apropiado.
- c) Se determinó la cantidad de encuestados.

El instrumento fue un cuestionario de 09 preguntas aplicado a las personas seleccionadas, y sometida a la opinión de 3 expertos, los cuales se adjuntan como anexo.

El instrumento fue sometido a la prueba de validación de expertos y el análisis de confiabilidad de constructo, el mismo cuyo resultado fue de 0.849; lo que demuestra alta consistencia interna de la prueba.

<u>Alfa de Cronbach</u>	<u>N de elementos</u>
.849	09

3.4 Procesamiento y análisis de datos

El procesamiento y análisis de datos se realizó recopilando la información obtenida de la hoja de observación; a la vez se sometió al software estadístico SPSS en su versión 29 los datos de la encuesta.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

4.1 Oferta

Tabla 3
Negocios de gimnasios, ciudad de Iquitos 2023

Gimnasio	Accesibilidad al negocio	Tipo de membresía	Infraestructura	Servicios adicionales
Jully Spa	Bastante accesible	Diario, semanal, quincenal, mensual	Máquina, buena iluminación, sala de spinning, sala de baile	Snack, Spa, duchas y vestuarios
Xona Fitness	Bastante accesible	Diario, semanal, quincenal, mensual	Máquina, buena iluminación, sala de spinning, sala de baile	Duchas y vestuarios
Exousia	Bastante accesible	Diario, semanal, quincenal, mensual	Máquina, buena iluminación, acceso a silla de ruedas	Duchas y vestuarios
Neka Gym	Bastante accesible	Diario, semanal, quincenal, mensual	Máquina, buena iluminación, acceso a silla de ruedas	Duchas y vestuarios
Energy Gimnasio	Bastante accesible	Diario, semanal, quincenal, mensual	Máquina, buena iluminación, acceso a sillas de ruedas, sala de spinning, sala de baile	Snack, duchas y vestuarios

Fuente: los autores

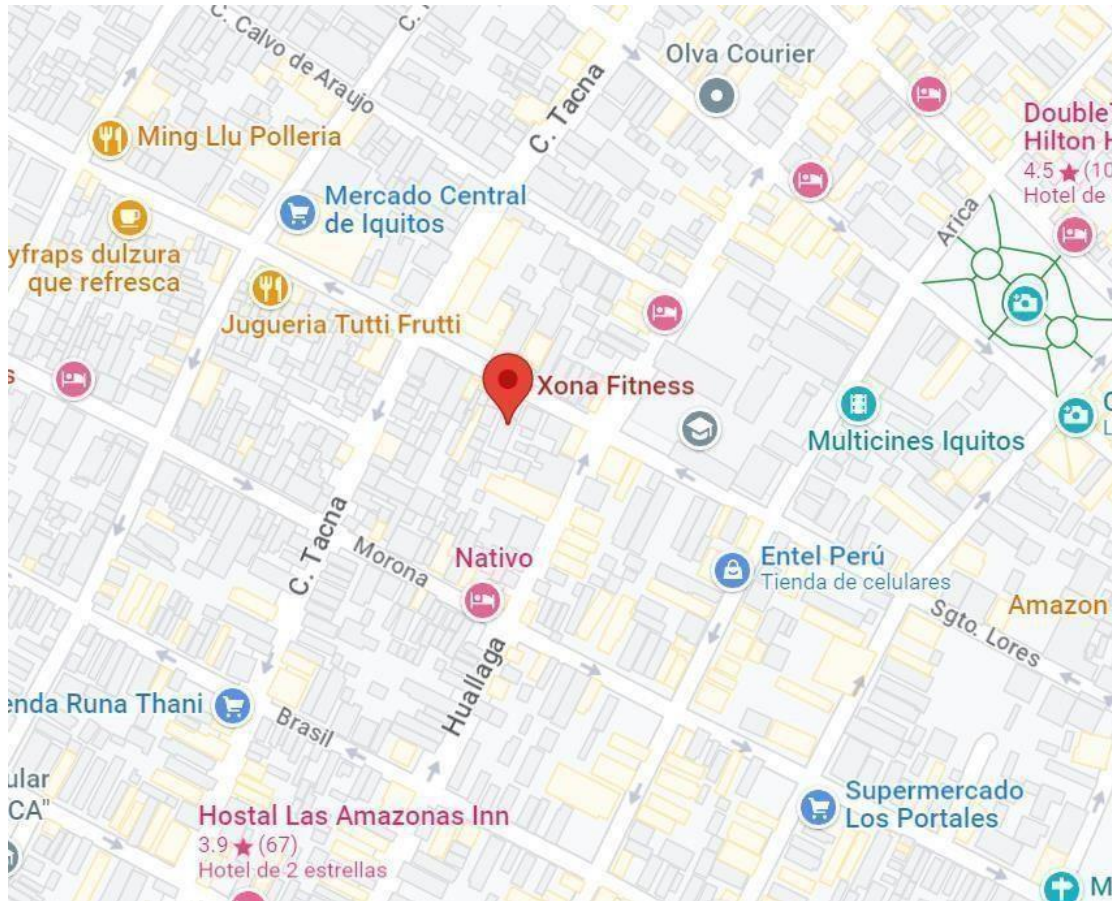
Figura 1
Localización de July Spa



Fuente: google maps

July Spa está ubicado en la calle Sargento Lores 773 de la ciudad de Iquitos, centro de la ciudad, zona urbana, Abre sus instalaciones desde las 06.00 am todos los días excepto los domingos hasta las 11.00 pm; sus instalaciones cuentan con sala de spinning, zona de baile, peluquería, piscina y snack.

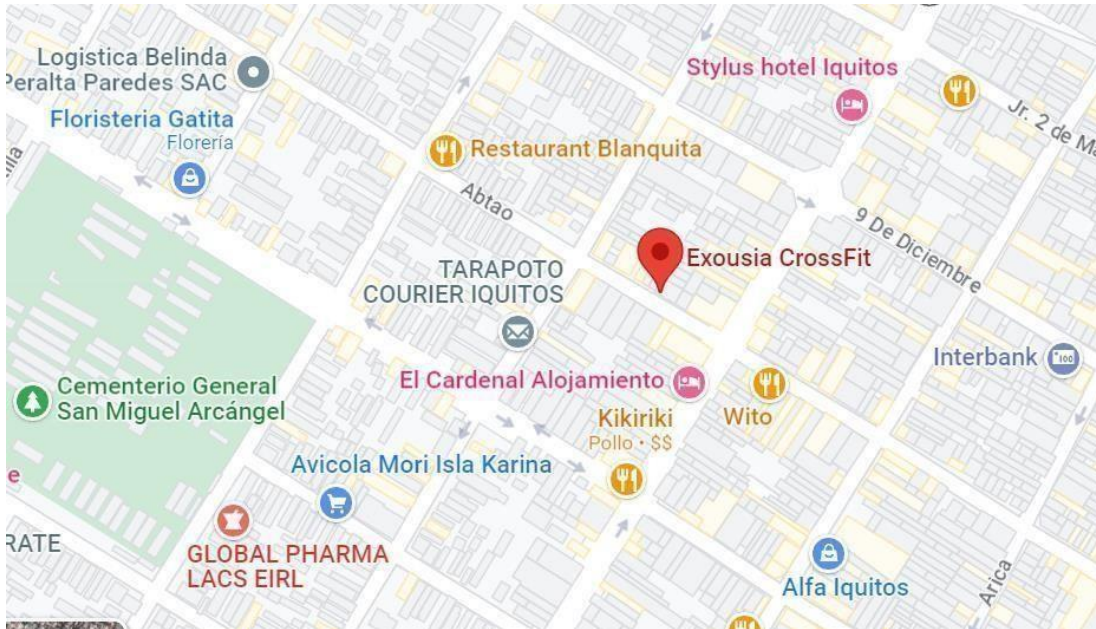
Figura 2
Localización de Xona fitness-spa



Fuente: Google maps

Xona Fitness- Spa, está ubicado en la calle Sargento Lores 446 de la ciudad Iquitos; centro de la ciudad, zona urbana, abre sus instalaciones todos los días excepto los domingos de 06.00 am hasta 10 pm, cuenta con zona de máquinas, spinning, zona de baile; dentro de sus instalaciones cuenta con seguridad ya que tiene cámaras de video vigilancia.

Figura 3
Localización de Exousia Crossfit



Fuente: Google maps

Exousia Crossfit es un negocio de entrenamiento físico, especializado específicamente en la calistenia y levantamiento de pesa a peso muerto; está localizado en la calle Abtao 540 en la ciudad de Iquitos; centro de la ciudad, a pocas cuadras de la plaza 28, Abre sus instalaciones a las 06.00 hasta las 10.00 pm de lunes a sábado, cuenta con una zona de levantamiento de pesas y musculación y snack.

Figura 4
Localización de Neka Gym



Fuente: Google maps

Neka Gym está ubicado en la esquina de la calle Mariscal Castilla con Dos de Mayo de la ciudad de Iquitos, cuenta con una zona de musculación, abre sus instalaciones a las 6 am hasta las 10 pm de lunes a sábado.

Figura 5
Localización de Energy Gimnasio



Fuente: Google maps

Energy Gimnasio está ubicado en la calle Loreto 785 de la ciudad de Iquitos, centro de la ciudad, la instalación cuenta con una zona de musculación, zona de baile, snack, abre sus instalaciones de lunes a viernes de 6.00 am a 10.00 pm y sábado 7.00 am y 9.00 pm.

4.2 Datos generales de los encuestados.

Los porcentajes encontrados de hombres y mujeres obedecen a las características demográficas de la ciudad, esto significa que hombres y mujeres toman este servicio.

Tabla 4
Género de los encuestados

	<u>Frecuencia</u>	<u>Porcentaje</u>
Hombre	185	48.2
<u>Mujer</u>	<u>199</u>	<u>51.8</u>
<u>Total</u>	<u>384</u>	<u>100.0</u>

Fuente: los autores

Las personas encuestadas por grupos de edades están fuertemente influenciadas por la juventud menos de 25 años, el 53.1%, así lo indica; esto está impactando en el comportamiento de ser vistos con un buen comportamiento físico.

Tabla 5
Edad de los encuestados

	<u>Frecuencia</u>	<u>Porcentaje</u>
Menor de 25 años	204	53.1
26 a 40 años	142	37.0
<u>Más de 40 años</u>	<u>38</u>	<u>9.9</u>
<u>Total</u>	<u>384</u>	<u>100.0</u>

Fuente: los autores

Para proseguir con la encuesta, se preguntó a los ciudadanos si tenían interés en continuar respondiendo el cuestionario; a lo que el 95.3% indicó que si, dándoles las gracias y continuando la investigación con 366 ciudadanos colaboradores.

Tabla 6
Interés en responder la encuesta

	<u>Frecuencia</u>	<u>Porcentaje</u>
NO	18	4.7
SI	366	95.3
Total	384	100.0

Fuente: los autores

Se excluyó de la investigación a los 18 ciudadanos que no desearon continuar con la encuesta. A los 366 que continuaron se les preguntó si acuden a los gimnasios, y ellos en un 95.9% indicaron que sí.

Otra de las preguntas que se realizó fue la característica respecto a la localización del gimnasio de su preferencia, a lo que el 51.4% sostuvo que prefieren el gym cerca a su casa; mientras que el 28.7% indicó que lo hacen a donde van sus amigos. En cuanto a la frecuencia en que asisten al gimnasio, el 47.5% indicó que lo hacen los fines de semana.

Tabla 7
Localización del gimnasio de su preferencia

		Frecuencia	Porcentaje válido
Válido	Cerca a mi casa	188	51.4
	En ruta a mi trabajo	29	7.9
	Centro de la ciudad	44	12.0
	Donde van mis amigos	105	28.7
	Total	366	100.0

Fuente: los autores

Tabla 8
Frecuencia que asiste al gimnasio

		Frecuencia	Porcentaje válido
Válido	Todos los días	22	6.0
	Tres veces a la semana	121	33.1
	Fin de semana	174	47.5
	De vez en cuando	49	13.4
	Total	366	100.0
Total		384	

Fuente: los autores

Lo que más valoran son quienes acuden al gimnasio es la calidad del servicio, que recibe (67.5%), seguido del ambiente del gimnasio, con un 20.5%; lo que se evidencia el valor que le da el cliente al servicio que reciben.

Tabla 9
Lo que más valora del gimnasio

		Frecuencia	Porcentaje válido
Válido	Calidad del servicio	247	67.5
	Prestigio	44	12.0
	Ambiente en el gimnasio	75	20.5
	Total	366	100.0

Fuente: los autores

Los concurrentes a los gimnasios de la ciudad, afirman que estos son muy buenos (41.5%), lo que evidencia la alta preferencia y la gran acogida de este negocio en la localidad.

Tabla 10
Como califica a los gimnasios de la ciudad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Regular	70	18.2	19.1
	Bueno	144	37.5	39.3
	Muy bueno	152	39.6	41.5
	<u>Total</u>	<u>366</u>	<u>95.3</u>	<u>100.0</u>

Fuente: los autores

Si bien la mayoría de los que asisten a los gimnasios consideran que estos son muy buenos, también se consultó respecto a que esperan encontrar dentro de ellos; el 77.9% sostuvo que desearían encontrar “*buenas máquinas*”.

Tabla 11
Qué espera encontrar en los gimnasios

		Frecuencia	Porcentaje válido
Válido	Buen trato	28	7.7
	Buenos precios	53	14.5
	Buenas máquinas	285	77.9
	Total	366	100.0
Total		384	

Fuente: los autores

Finalmente, se preguntó “qué es lo que mejorarían en los gimnasios”; el 32% manifestó que “mejoraría las máquinas”, demostrando el gran valor que le dan al tener a su disposición equipos de entrenamiento modernos.

Tabla 12
Qué mejoraría en los gimnasios

		Frecuencia	Porcentaje válido
Válido	Infraestructura	104	28.4
	Máquinas	117	32.0
	Vestuario	50	13.7
	Ventilación	95	26.0
	Total	366	100.0
Total		384	

Fuente: los autores

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Discusión

Bardales Gil (2019) en su *Plan de negocios de un gimnasio para entrenamiento funcional, Iquitos, 2019*, fue elaborado teniendo en cuenta los procesos, tuvo como objetivo analizar la factibilidad del negocio.

La metodología fue descriptiva, no experimental; su población comprendió información económica.

Concluye que, el análisis arroja un valor actual neto (VAN) positivo de doscientos cincuenta y dos mil y 00/100 soles (S/. 252,870.00), con una tasa interna de retorno (TIR) de 105%, y la relación Beneficio Costo (B/C) igual a 2.66, que indica que por cada sol invertido se recuperará la inversión más dos con 66/100 soles de utilidad. Estos indicadores muestran que el negocio es viable. Lo que indica la gran acogida que tiene el negocio del entrenamiento físico en la ciudad, tal y como se corrobora con lo encontrado en el presente estudio, que evidencia que en la actualidad el público loreto, acude de manera asidua a estos lugares.

5.2 Conclusiones

OE1: Identificar la oferta en el mercado de los centros de entrenamiento físico-gimnasios, en la ciudad de Iquitos, año 2023.

En cuanto a la oferta de gimnasios que posee la ciudad de Iquitos, se aprecia que existe una gran variedad de ellos, localizados en diversos puntos de la ciudad, sin embargo; hay cinco que representan los más concurridos y apreciados por los clientes, los mismos que tienen la preferencia de ellos porque cuentan con características bien definidas como: la ubicación del gimnasio ,está en lugar céntrico de la ciudad, bastante accesible para acudir en vehículo; además de poseer membresías flexibles, sobre cuales los clientes pueden afiliarse de manera mensual, quincenal o diaria; también cuentan máquinas para ejercitarse modernas, salones de spinning y baile, todas ellas con buena iluminación y como valor agregado, algunos cuentan con snack para degustar alimentos balanceados.

OE2: Determinar la demanda de los centros de entrenamiento físico-gimnasios, en la ciudad de Iquitos, año 2023.

Se aprecia que el 51.8% de los que acuden a los gimnasios son mujeres, siendo la edad menor a los 25 años (53.1%) los clientes más asiduos, el grupo de los que tienen entre 26 y 40 años (37%). El 49% sostuvo que acuden a los gimnasios que se encuentran cerca a su domicilio, haciéndolo en su mayoría los fines de semana (45.3%), el 67.5% valora la calidad del servicio que se les ofrece, motivo por el que el 39.3% y 41.5% califica de bueno y muy bueno a los gimnasios de la ciudad. Finalmente, el 77.9% espera encontrar buenas máquinas al acudir a entrenarse.

5.3 Recomendaciones

1. Implementar con máquinas modernas y adecuadas para el ejercicio corporal estos lugares de entrenamiento, donde se cultive el cuidado de la salud y buenas costumbres; toda vez que en los últimos años el mundo ha sufrido el avance de la pandemia del covid-19, y en muchos casos, las personas fallecidas por tener problemas de salud y sobre todo de sobrepeso, han perdido la vida.

El cuidado personal y el ejercitarse de forma continua, debe ser parte de la cultura y acciones rutinarias de las personas, de tal manera que se fortalezca el sistema inmunitario.

2. Incentivar a la juventud iquiteña en la práctica del deporte en sus diferentes disciplinas, de tal manera que a través de ella, se fomente el trabajo en equipo, disciplina y responsabilidad; a la par de fortalecer la mente y el cuerpo en acciones sanas y de beneficio para ellos.

Referencias Bibliográficas

- Bardales Gil, Claudia K. (2019). *Plan de negocios de un gimnasio para entrenamiento funcional*, Iquitos, 2019. Universidad Científica del Perú. Tesis de titulación. Repositorio Institucional. Iquitos, Perú.
- Bolaños Prado, Oscar E. (2016). *Estrategias de posicionamiento para la instalación de un gimnasio en Estelí en el año 2015*. Tesis de maestría. Repositorio Institucional. Estelí, Nicaragua. Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua.
- Cintra Cala, Osvaldo y Balboa Navarro, Yanipcia (2011). *La actividad física: un aporte para la salud*, Instituto Superior de Ciencias Médicas de La Habana. Revista Digital. Buenos Aires, Año 16, Nº 159.
- Duarte Ato, Daniel U. (2017). *Factibilidad para la implementación de un gimnasio en el Cantón Pindal*, Provincia de Loja. Universidad Nacional de Loja. Tesis de titulación. Repositorio Institucional. Loja, Ecuador, Economía (2018), *Conceptos y definiciones*, portal digital de negocios, México
- Erikssen G. *Physical fitness and changes in mortality: the survival of the fittest*. Sports Med. 2001; 31:571-576.
- Gutiérrez Macías, Liliana (2004). *Una mirada al ejercicio físico en los gimnasios de Medellín desde la promoción de la salud y prevención de la enfermedad primaria*. Tesis de Universidad de Antioquia. Medellín, Colombia.
- Huerta Rodríguez, Iván (2016). *Los secretos del estudio de mercado en las empresas*. Blog digital. Santiago de Chile, Chile.
- Lalonde, Mark. (1974) *Nuevas Perspectivas de la Salud de los canadienses*. Ottawa, Ontario, Canadá.

Organización Mundial de la Salud (2022) Portal web OMS. *La actividad física*. <https://www.who.int/es/news-room/factsheets/detail/physical-activity>.

Portal digital Comunidad de Madrid (2021). *Actividad física y salud*. Madrid, España.
<https://www.comunidad.madrid/servicios/salud/actividad-fisica-salud>.