



# PROYECTO FIN DE CARRERA

## ESTUDIO DE VIABILIDAD PISTA DE PATINAJE SOBRE HIELO

### CARTAGENAHELADA S.A.

## 2. ANÁLISIS DE MERCADO

Al presentar una empresa dedicada al mercado del ocio la primera cuestión que surge es definir exactamente que se entiende como ocio.

**OCIO:** “El Ocio no es un tiempo (tampoco es un bien de consumo ni una actividad) sino una vivencia propiciada por un estado mental que permite disfrutar de algo con los que otros tal vez no disfrutan. Este concepto se basa en la vivencia subjetiva, motivación intrínseca y la libertad percibida”. Es una capacidad humana que se manifiesta en diversos ámbitos. Es decir, la vivencia del Ocio se puede realizar a través de la cultura, el deporte, la recreación y el turismo”. *Instituto de Estudios del Ocio.*

### 2.1. ANÁLISIS DEL ENTORNO

El entorno son todos aquellos aspectos generados por variables exógenas que afectan con carácter general a todo el mercado.

Se analizarán todos aquellos agentes externos excepto aquellos que participen directamente en la actividad empresarial específica, como es el caso de clientes, competidores y proveedores.



# PROYECTO FIN DE CARRERA

## ESTUDIO DE VIABILIDAD PISTA DE PATINAJE SOBRE HIELO

### CARTAGENAHELADA S.A.



Estudiaremos el entorno desde tres perspectivas:

#### 1. POLÍTICO, FISCAL Y LEGAL.

##### - **Ventajas fiscales ante el sector:**

La ventaja principal que se encuentra es que los servicios de pista de patinaje sobre hielo tributan al 7% de IVA por tratarse de actividades deportivas, frente al 16% de la competencia, la cual se dedican exclusivamente al ocio. (Cines, teatros ,salas de recreativos, etc)

##### - **Ayudas:**

Es evidente que las ayudas no deciden la viabilidad de nuestra empresa. Nuestro negocio debe ser viable por si mismo, independientemente de los ingresos o créditos que tengamos de la Administración como premio a la puesta en marcha de nuestro proyecto. [El estudio de viabilidad de la empresa debe de realizarse “sin subvenciones”.](#) (Guía para emprender)

No se deben de tener en cuenta las ayudas debido a que no es seguro que las concedan, y el estudio financiero debe de realizarse sobre cosas seguras.



# PROYECTO FIN DE CARRERA

## ESTUDIO DE VIABILIDAD PISTA DE PATINAJE SOBRE HIELO CARTAGENAHELADA S.A.

### - Legislación:

Para la puesta en marcha del centro de ocio se hace necesario el cumplimiento de las siguientes leyes:

- a) Ley de Sociedades Anónimas, aprobado por el RD 1564/1989 de 22 de diciembre.
- b) Ley 23/1992, de 30 de julio, de seguridad privada, como su reglamento de desarrollo, aprobado por Real Decreto 2364/1994, de 9 de diciembre, que contienen las descripciones genéricas de las funciones que pueden y deben desempeñar los vigilantes de seguridad
- c) Ley de Prevención de Riesgos Laborales (1995).
- d) Plan Preventivo 2000.
- e) Vigilancia de la salud 2000
- f) Convenio Colectivo para locales de exhibición cinematográfica y teatro de la Región de Murcia (Años 2000-2003).

## 2. SOCIO- CULTURAL.

### - Tendencias culturales:

En la Región de Murcia, al igual que en todo el país, la sociedad esta demandando en la actualidad una mayor cantidad de servicios o actividades relacionadas con el ocio.

Hoy en día, las exigencias laborables y la presión existente en todas las áreas de la vida, hacen necesaria, la existencia de un mayor número de formas de disfrutar del poco tiempo libre del que se dispone.

Esto lo demuestra el gran auge de asistentes a cines y teatros, y al mayor número de personas que cada vez viajan más.

Por lo tanto es evidente que el ocio esta y seguirá aumentando, ya que la evolución de la competitividad existente en un mundo como el nuestro tan exigente, hace necesario que existan actividades o servicios alternativos, que permitan disfrutar con la familia los fines de semana, de aquello que no se puede hacer durante los días laborables.

También es evidente que la sociedad, cada vez esta más preocupada por la salud y por el aspecto físico, lo que se demuestra con la gran evolución del número de personas que cada vez más, hacen deporte.

### - Nivel cultural:

El nivel cultural de la Región de Murcia, es un nivel medio.

Esto lo demuestra, por ejemplo, el indicador de visitas a museos(**anexo1**), teatros, edición de libros, número de bibliotecas, audiencia de medios de comunicación, afluencia a cines, etc. donde el nivel es medio con respecto al total de país.



# PROYECTO FIN DE CARRERA

## ESTUDIO DE VIABILIDAD PISTA DE PATINAJE SOBRE HIELO

### CARTAGENAHELADA S.A.

#### - Datos sociodemográficos:

A continuación se presenta los datos sociodemográficos de la ciudad de Cartagena y de la Región de Murcia.

Nombre	Población	Población hombres	Población mujeres	Población 0-19 años	Población 20-64 años	Población 65-max años	Edad media poblacional	Índice de dependencia (%)	Total población Censo 2001 de (1 noviembre 2001)	Índ. concentración población. Poblaciones compactas (%)	Crecimiento vegetativo
Cartagena	197.665	99.404	98.261	22,8	62,6	14,6	42,4	59,8	184.686	354,0	838
Región de Murcia	1.294.694	652.057	642.637	23,4	62,5	14,1	42,0	59,9	1.189.931	114,4	6.742

Nombre	Tasa natalidad (%)	Tasa crecimiento vegetativo (‰)	Matrimonios (2003)	Inmigración interior	Tasa paro registrado (%)	Centros públicos de infantil	Centros privados de infantil	Centros públicos de primaria	Centros privados de primaria	Centros públicos de Ed. especial	Centros privados de Ed. Especial
Cartagena	11,6	3,5	1.095	1.811	3,6	62	20	51	13	1	0
Región de Murcia	12,6	103	6.826	4.447	175	420	131	376	98	11	5

Nombre	Centros públicos de ESO	Centros privados de ESO	Centros públicos de Bachillerato	Centros privados de Bachillerato	Centros publico de Media	Centros privado de Media	Centros publico de Superior	Centros privado de Superior
Cartagena	14	12	12	7	5	5	6	1
Región de Murcia	173	97	94	24	48	18	50	8

Nombre	Centros de infantil	Centros de primaria	Centros de Ed. especial	Centros de ESO	Centros de Bachillerato	Centros de Media	Centros de Superior	Centros públicos totales	Centros privados totales	Centros totales
Cartagena	82	64	1	26	19	10	7	151	58	209
Región de Murcia	551	474	16	270	118	66	58	1219	389	1608

Fuente:

- Cartagena en cifras.
- Región de Murcia en cifras.



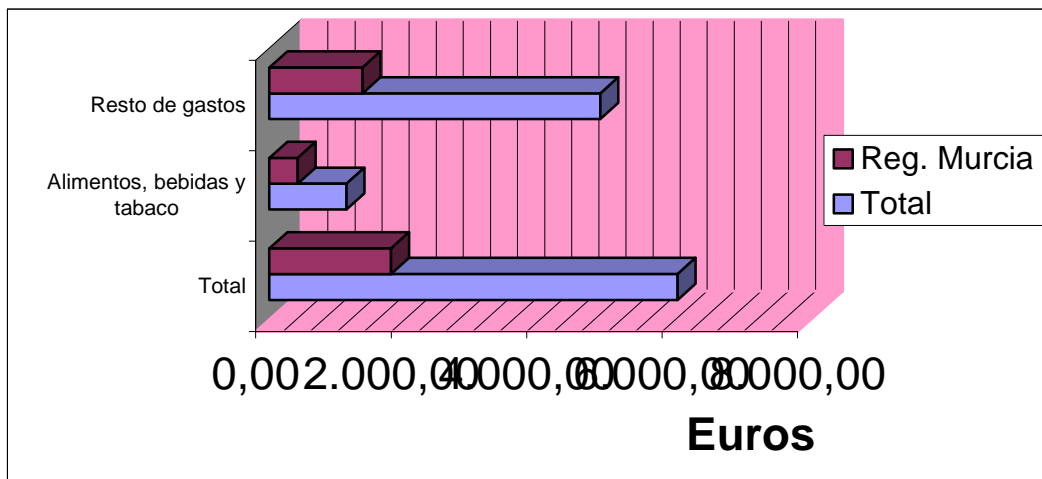
# PROYECTO FIN DE CARRERA

## ESTUDIO DE VIABILIDAD PISTA DE PATINAJE SOBRE HIELO

### CARTAGENAHELADA S.A.

### 3. ECONÓMICO

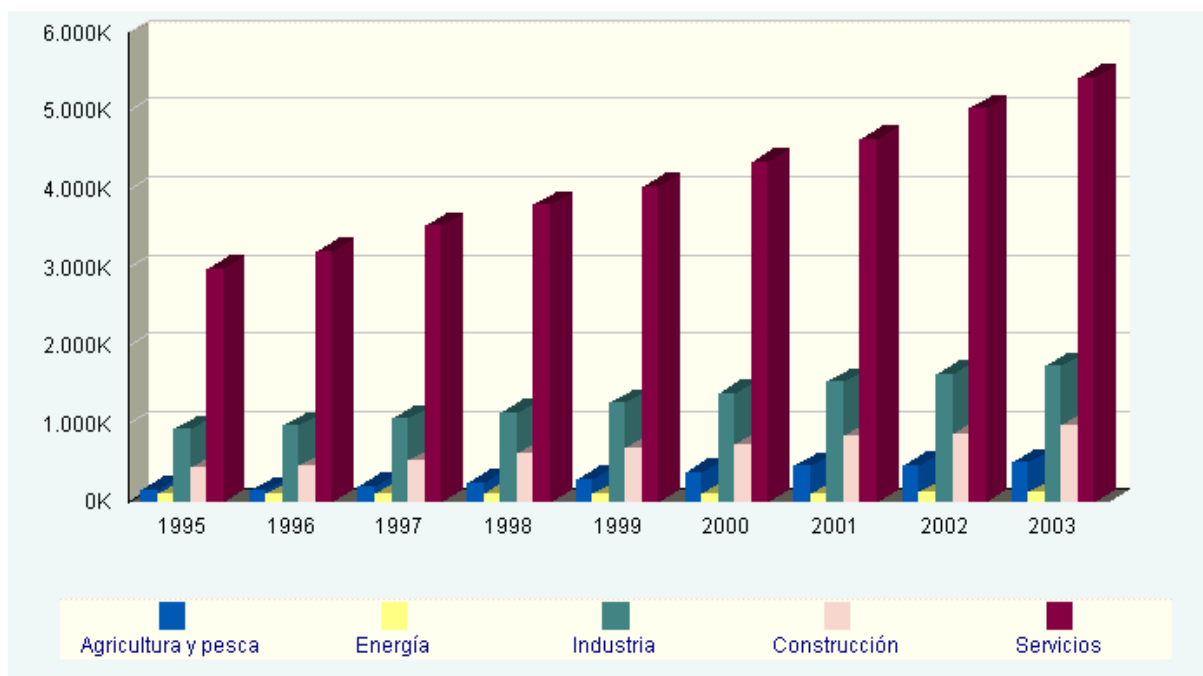
#### G-1. Gasto Medio por Hogar 2005



En este gráfico se muestra una diferencia considerable del gasto dedicado al ocio (mas o menos 1 millón de euros) entre otros en la región de Murcia con respecto a España.

#### G-2. Evolución de la remuneración de asalariados por ramas de actividad.

Millones de euros



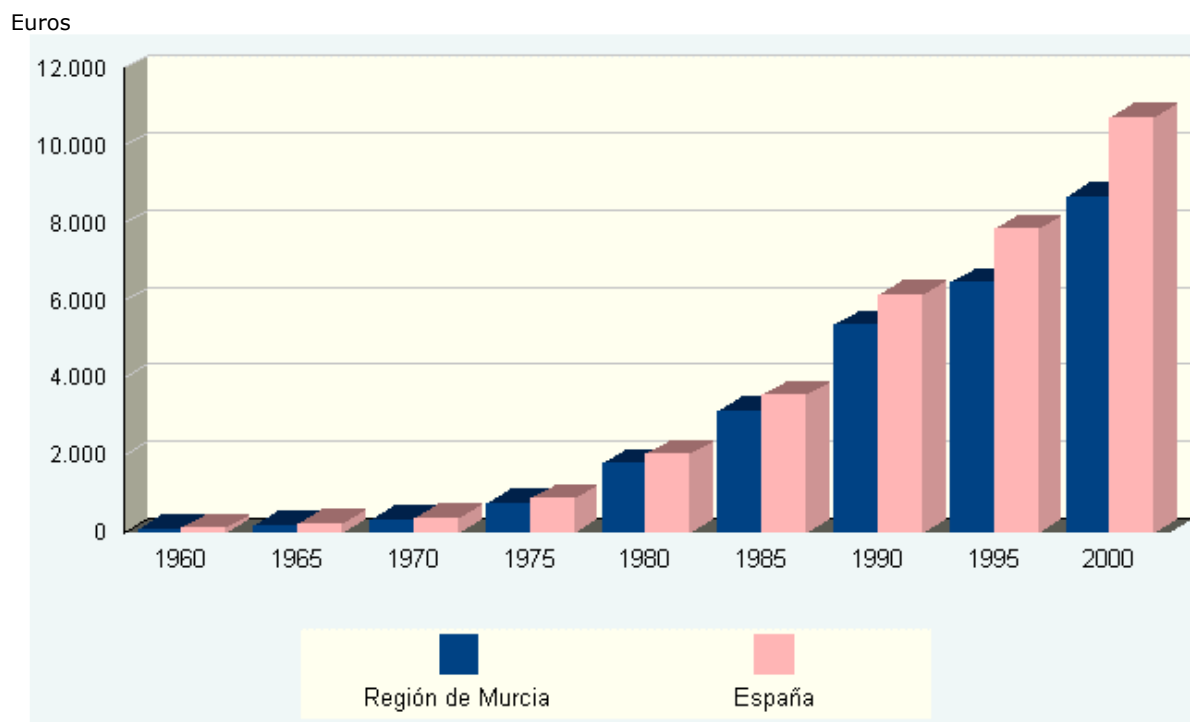
Como demuestra este gráfico los salarios han sufrido un aumento de mas o menos el 10% de una manera progresiva al cabo de los años en todos los sectores.



# PROYECTO FIN DE CARRERA

## ESTUDIO DE VIABILIDAD PISTA DE PATINAJE SOBRE HIELO CARTAGENAHELADA S.A.

### G-3. Evolución de la Renta Familiar bruta disponible per cápita



- Fundación BBVA. Evolución económica de las regiones y provincias españolas en el siglo XX.

En los anteriores gráficos se observa que el aumento de los salarios ha provocado un aumento de la Renta Familiar bruta disponible durante todos los años, y por tanto, disminuye el gasto porcentual en cubrir las necesidades básicas y aumenta el del ocio entre otros.

## 2.2. OFERTA

En un primer momento, se va a centrar el análisis de la oferta en el mercado de ocio global. El análisis de la oferta de ocio en la ciudad de Cartagena, dirigida a los segmentos de población a los que va dirigido el centro de ocio, es decir, la que va a ser nuestra competencia más directa, será tratado con más detenimiento.

Las actividades de Ocio se realizan en el tiempo libre, tienen carácter selectivo y atienden a gustos o aficiones personales; pero no todos realizan ni desean las mismas actividades de Ocio y su diversidad es uno de sus rasgos distintivos.

Las actividades de Ocio se distinguen por diferentes dimensiones: espacial (Ocio hogareño, etc.) y relaciones (amistades fuera del hogar o Cultura de la calle)

En un estudio realizado en la Comunidad de Madrid sobre las actividades de ocio que realiza la población, detallando el día de la semana y la intensidad con la que la realiza, se obtienen las siguientes conclusiones:



# PROYECTO FIN DE CARRERA

## ESTUDIO DE VIABILIDAD PISTA DE PATINAJE SOBRE HIELO CARTAGENAHELADA S.A.

Nivel	Laborales	Sábados	Domingos / Festivos
<b>Con mayor intensidad</b>	Trabajo profesional Transporte	Reparaciones en el hogar Leer	Descansar Pasear Ir de bares, copas, partidos Asistir a espectáculos deportivos
<b>De similar intensidad</b>	Gestiones personales Adquisición de bienes perezados Limpieza del hogar Cocinar Estudios	Gestiones personales Adquisición de bienes perezados Limpieza del hogar Cocinar Estudios Dormir siesta Cine / Teatro Salir a restaurantes Salir a bailar Ir a conciertos Salir de fin de semana	Cocinar Dormir siesta Cine / Teatro Salir a restaurantes Salir a bailar Ir a conciertos Salir de fin de semana
<b>De forma igual</b>		Atender familiares Práctica deportiva Ver televisión Dormir / Comer Oír radio	

¿Qué actividades realiza la población de Cartagena en sus momentos de ocio? En otras palabras, ¿cuál será la competencia más directa de un centro de ocio en la ciudad de Cartagena?

- Practicar deporte.
- Estar en casa: TV, leer, Internet.
- Cine.
- Teatro.
- Museo.
- Cafeterías/Bares.
- Restaurantes.
- Discotecas.
- Acontecimientos deportivos.
- Boleras.
- Ir de compras.
- Estar con los amigos-familia.
- Bingos.
- Casinos.
- Cybers.
- Recreativos.
- Casa de playa.

Una vez detallada la relación de actividades de ocio que con más frecuencia realiza la población de la ciudad de Cartagena, se va a realizar un análisis de la oferta de estas actividades.



# PROYECTO FIN DE CARRERA

## ESTUDIO DE VIABILIDAD PISTA DE PATINAJE SOBRE HIELO

### CARTAGENAHELADA S.A.

SERVICIO	LUGAR	CLIENTELA	MOTIVO	MOMENTO	PRECIO	TENDENCIA
PRACTICAR DEPORTE	Gimnasio, pabellón, piscina, campos específicos: tenis, fútbol...	Cualquier edad y sexo, excepto ancianos. Depende del deporte.	Salud.	Tarde-Noche de Lunes a Viernes. Fines de semana.	0-80 € mensuales.	+
CASA: TV, leer, Internet...	Casa	Toda la población.	Les gusta estar en casa. Ausencia de dinero. Ausencia de otros planes distintos. Descanso.	Tarde-Noche de Lunes a Viernes. Fines de semana.	--	-
CINE	Cine	Toda la población, excepto ancianos.	Amantes del cine. Hacer compañía	Tarde y Noche. Mayoritariamente en fin de semana.	3,50-5,50 €.	+
TEATRO	Teatro	Jóvenes y adultos.	Amantes del teatro. Hacer compañía	Noche. Mayoritariamente fin de semana.	4,20-20 €	+
MUSEO	Museo	Jóvenes y adultos.	Interesados por la exposición en cuestión. Hacer compañía	Fin de semana.	3-10 €	-
CAFETERÍAS	Cafeterías	Jóvenes de cualquier sexo. Adultos mayoritariamente hombres.	Estar con amigos.	Todos los días: tarde-noche.	1-15 €	+
RESTAURANTES	Restaurantes	Adultos	Estar con la familia o amigos. Comer un plato específico	Fines de semana: Principalmente noches	10-30 €	+
DISCOTECAS	Discotecas	Jóvenes	Divertirse	Fines de semana: Noches y madrugadas	5-30 €	+
ACONTECIMIENTOS DEPORTIVOS	Pabellones, estadios deportivos	Jóvenes y adultos. Mayoritariamente hombres	Ser seguidor de ese equipo. Hacer compañía	Fines de semana: Tardes	3-20 €	+





# PROYECTO FIN DE CARRERA

## ESTUDIO DE VIABILIDAD PISTA DE PATINAJE SOBRE HIELO CARTAGENAHELADA S.A.

SERVICIO	LUGAR	CLIENTELA	MOTIVO	MOMENTO	PRECIO	TENDENCIA
CASINO	Casino	Adultos	Les gusta jugar Hacer compañía	Fines de semana: Noches	--	-
CYBER	Cyber	Niños	Les gusta navegar Hacer compañía	Todos los días: tardes y noches	1-5 €	-
RECREATIVOS	Salones recreativos	Niños	Les gusta jugar Hacer compañía	Todos los días: tardes y noches	1-5 €	+

El reparto del mercado del ocio entre todas las actividades mencionadas anteriormente sigue un comportamiento que depende de variables tales como la edad de la población, nivel de renta, cultura, posibilidad de desplazamiento, etc. De este modo, en la población infantil predomina el estar en casa, ir a cybers y a salones recreativos; entre los jóvenes las actividades más realizadas son ir al cine, estar con los amigos e ir a cafeterías y discotecas. A partir de la edad del matrimonio (30 años aproximadamente), la población empieza a demandar mayoritariamente actividades tales como ir a restaurantes, estar en casa o pasar el tiempo con los amigos y con la familia.

Algunos gráficos y datos que corroboran que el mercado del ocio en Cartagena es un mercado en auge se detallan a continuación. Para un detalle más profundo del mercado del ocio en la Región de Murcia, véase los Anexos 2 y 3.

#### 4) Evolución de la actividad en las salas de proyección cinematográficas.

REGIÓN DE MURCIA	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
<b>Actividad en las salas de proyección</b>							
<b>Nº DE SALAS CON ACTIVIDAD</b>	88	106	102	110	101	106	106
<b>Nº DE PELÍCULAS EXHIBIDAS</b>	..	355	358	596	360	376	331
<b>ESPECTADORES (Miles)</b>	2.991	3.377	3.622	3.822	3.449	3.237	3.492
<b>De películas españolas</b>	326	349	242	627	285	438	378
<b>De películas extranjeras</b>	2.665	3.028	3.380	3.196	3.164	2.799	3.114
<b>RECAUDACIÓN (Miles de euros)</b>	9.905	10.932	12.525	14.009	13.392	13.588	15.502
<b>Por películas españolas</b>	1.064	1.124	841	2.327	1.094	1.837	1.688
<b>Por películas extranjeras</b>	8.823	9.815	11.684	11.682	12.298	11.750	13.814



# PROYECTO FIN DE CARRERA

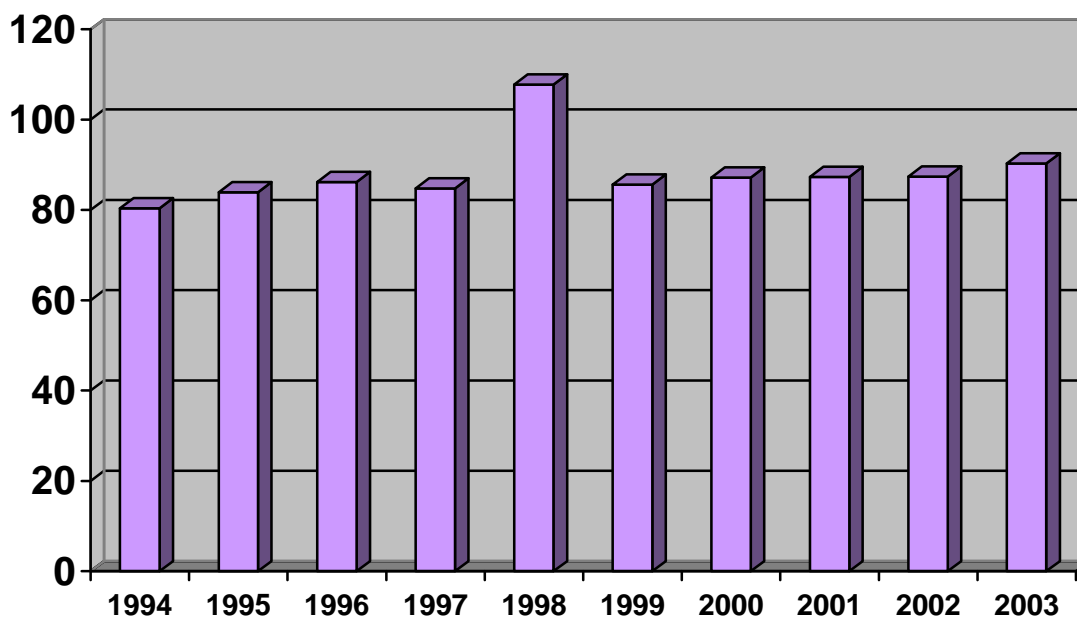
## ESTUDIO DE VIABILIDAD PISTA DE PATINAJE SOBRE HIELO CARTAGENAHELADA S.A.

2004	REGIÓN DE MURCIA	ESPAÑA
<b>Actividad en las salas de proyección</b>		
<b>Nº DE SALAS CON ACTIVIDAD</b>	106	4.390
<b>Nº DE PELÍCULAS EXHIBIDAS</b>	331	1.815
<b>ESPECTADORES (Miles)</b>	3.492	143.932
<b>De películas españolas</b>	378	19.282
<b>De películas extranjeras</b>	3.114	124.649
<b>RECAUDACIÓN (Miles de euros)</b>	15.502	691.607
<b>Por películas españolas</b>	1.688	92.875
<b>Por películas extranjeras</b>	13.814	598.732

Nº de PELÍCULAS EXHIBIDAS: El total de películas exhibidas corresponde al número de títulos distintos proyectados.

2003	RECAUDACIÓN: total	Por películas españolas	Por películas extranjeras
<b>Murcia (Región de)</b>	13.587	1.837	11.750

### G-5. Gasto Medio por Espectador



En los gráficos y tablas anteriores se puede observar como unas de las principales actividades de ocio practicadas en la Región de Murcia (el cine) se encuentra en un nivel alto, pese a la madurez de este servicio. La poca variedad en la oferta de ocio, es una de las causas de las tasas de crecimiento actuales en la recaudación del cine.

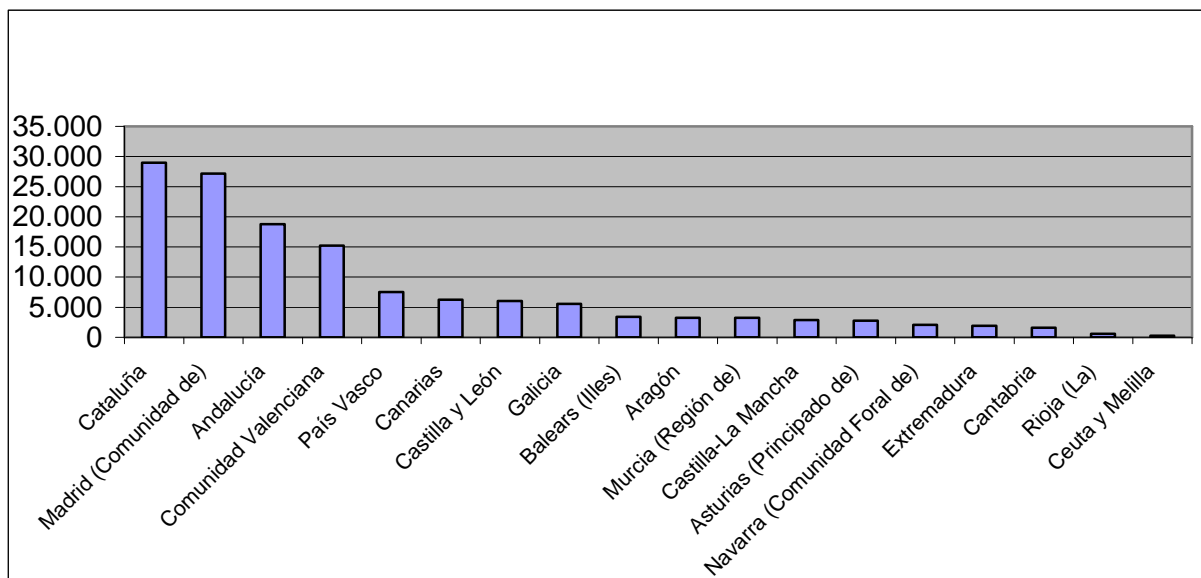


# PROYECTO FIN DE CARRERA

## ESTUDIO DE VIABILIDAD PISTA DE PATINAJE SOBRE HIELO

### CARTAGENAHELADA S.A.

#### G. 6) Asistencia al cine por CCAA y número de espectadores por habitante.



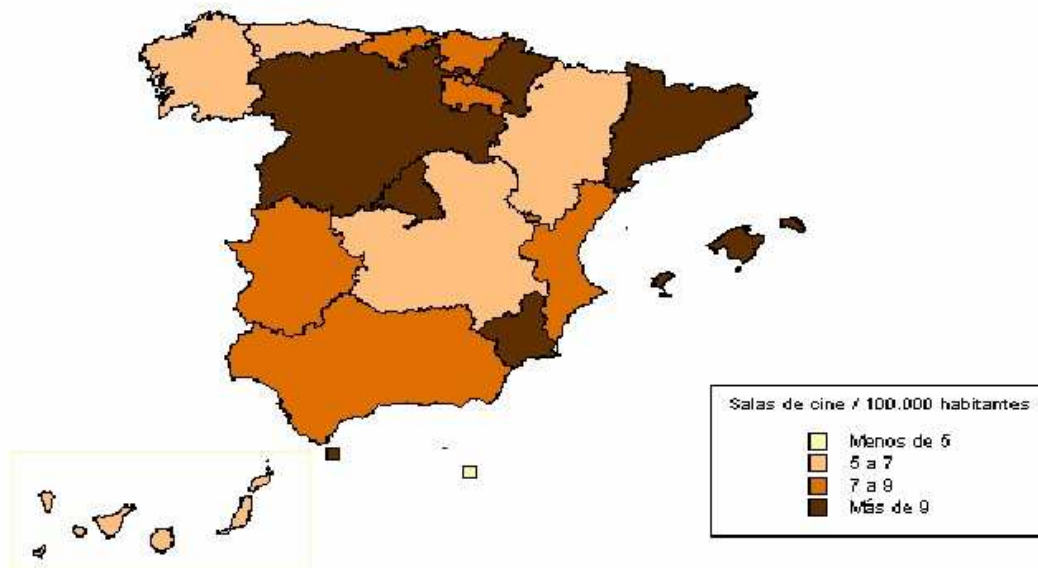
De este gráfico se saca la conclusión de que el número de espectadores del cine en la Región de Murcia es superior al que debería de ser teniendo en cuenta las variables más importantes que influyen sobre la demanda de cine: cultura y renta. Murcia, en comparación con el resto de Comunidades Autónomas, ocupa una posición en el ranking de “Asistencia media por habitante” superior a la que ocupa en la clasificación nacional de nivel cultural y nivel de renta por habitante. Este hecho pone de manifiesto que el cine es una opción de ocio muy demandada en la Región de Murcia debido a la poca oferta de ocio existente.



# PROYECTO FIN DE CARRERA

## ESTUDIO DE VIABILIDAD PISTA DE PATINAJE SOBRE HIELO CARTAGENAHELADA S.A.

### 7) Número de salas de cine por cada cien mil habitantes.



En este gráfico se pone de manifiesto que el número de salas de cine por habitante que existe en la Región de Murcia es muy alto.

### 8. Evolución de las cantidades jugadas.

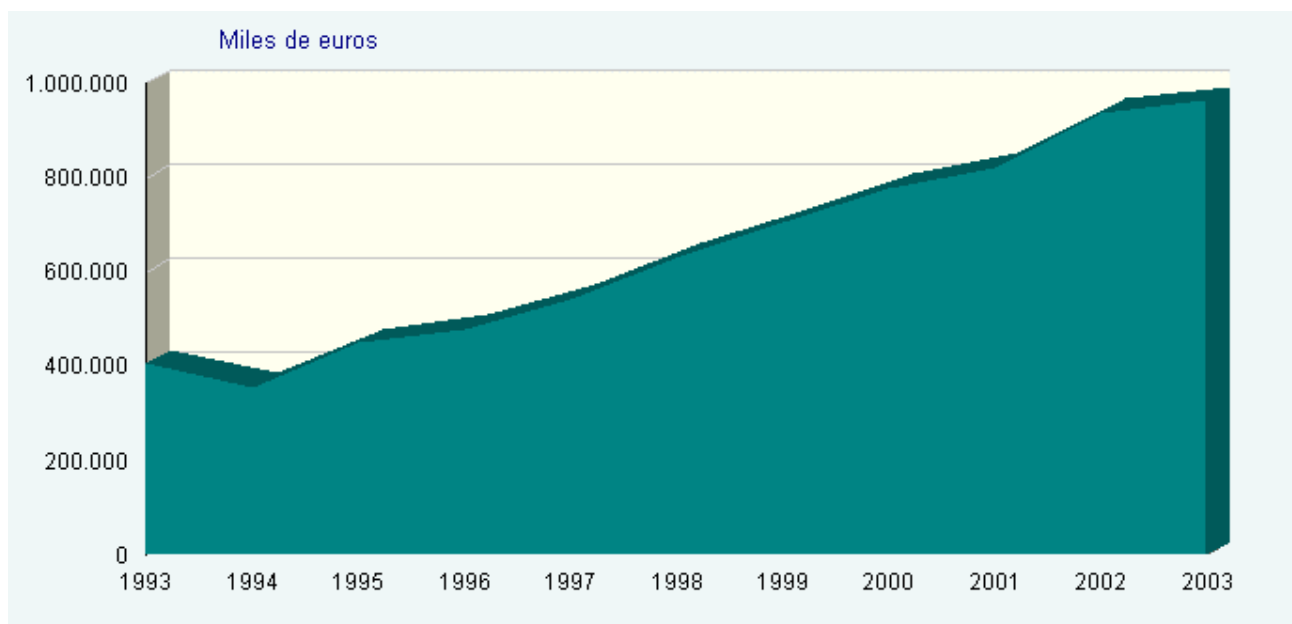
REGIÓN DE MURCIA	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
<b>Gasto en juegos</b>							
<b>TOTAL</b>	632.421	705.799	779.146	823.590	938.400	963.900	969.130
<b>JUEGOS DE GESTIÓN PRIVADA</b>	359.177	415.546	473.369	495.970	597.530	595.370	569.650
<b>Bingos</b>	59.837	53.262	68.942	57.540	74.160	78.710	79.150
<b>Casinos</b>	43.213	51.254	54.410	53.270	64.650	76.980	70.370
<b>Máquinas "B"</b>	256.127	311.030	350.017	385.160	458.720	439.680	420.130
<b>LOTERÍAS Y APUESTAS DEL ESTADO</b>	183.477	195.503	202.637	220.260	231.360	262.190	291.570
<b>Lotería Nacional</b>	127.072	132.475	138.239	143.820	152.640	174.390	188.750
<b>Lotería primitiva</b>	37.515	43.074	43.309	50.970	53.990	58.020	58.070
<b>Bonoloto</b>	9.935	10.872	12.068	14.230	14.850	17.150	16.940
<b>Quiniela</b>	8.955	9.081	9.021	11.240	9.880	12.630	12.970
<b>Euromillón</b>							14.840
<b>OTROS JUEGOS</b>	89.767	94.750	103.140	107.350	109.510	106.340	107.910
<b>O.N.C.E.</b>	89.767	94.750	103.140	107.350	109.510	106.340	107.910

Juegos de Gestión Privada: La Comunidad Autónoma de la Región de Murcia (a través de la Consejería de Economía y Hacienda) tiene competencias en materia de juego en virtud del R.D. 1277/94 de 10 de junio, sobre traspaso de funciones y servicios de la Administración del Estado a la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia en materia de casinos, juegos y apuestas. Antes de esta normativa la competencia correspondía al Ministerio del Interior.



**PROYECTO FIN DE CARRERA**  
**ESTUDIO DE VIABILIDAD PISTA DE PATINAJE SOBRE HIELO**  
**CARTAGENAHELADA S.A.**

**G-9. Evolución del gasto en juego.**



- Ministerio del Interior. Secretaría General Técnica. Comisión Nacional del Juego. Memoria El mercado del juego es un mercado en auge, aunque el mercado de Bingos y Casinos está estabilizando.

**10. Evolución del número de títulos publicados y número de ejemplares.**

<b>REGIÓN DE MURCIA</b>		<b>1998</b>	<b>1999</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>
<b>Títulos publicados y ejemplares</b>								
<b>TOTAL</b>								
	<b>Títulos</b>	525	565	534	710	797	893	804
	<b>Ejemplares (miles)</b>	575	761	422	621	696	1.009	1.093
<b>LIBROS</b>								
	<b>Títulos</b>	480	540	479	660	643	760	684
	<b>Ejemplares (miles)</b>	534	745	377	573	542	861	899
<b>FOLLETOS</b>								
	<b>Títulos</b>	45	25	55	50	154	133	120
	<b>Ejemplares (miles)</b>	41	17	46	48	154	148	193

- INE. Estadística de producción editorial de libros

El número de títulos y ejemplares en la Región de Murcia presenta tasas de crecimiento elevadas, aunque hay que tener en cuenta que la lectura como ocio es una pequeña parte de la publicación de títulos y ejemplares total.



# PROYECTO FIN DE CARRERA

## ESTUDIO DE VIABILIDAD PISTA DE PATINAJE SOBRE HIELO CARTAGENAHELADA S.A.

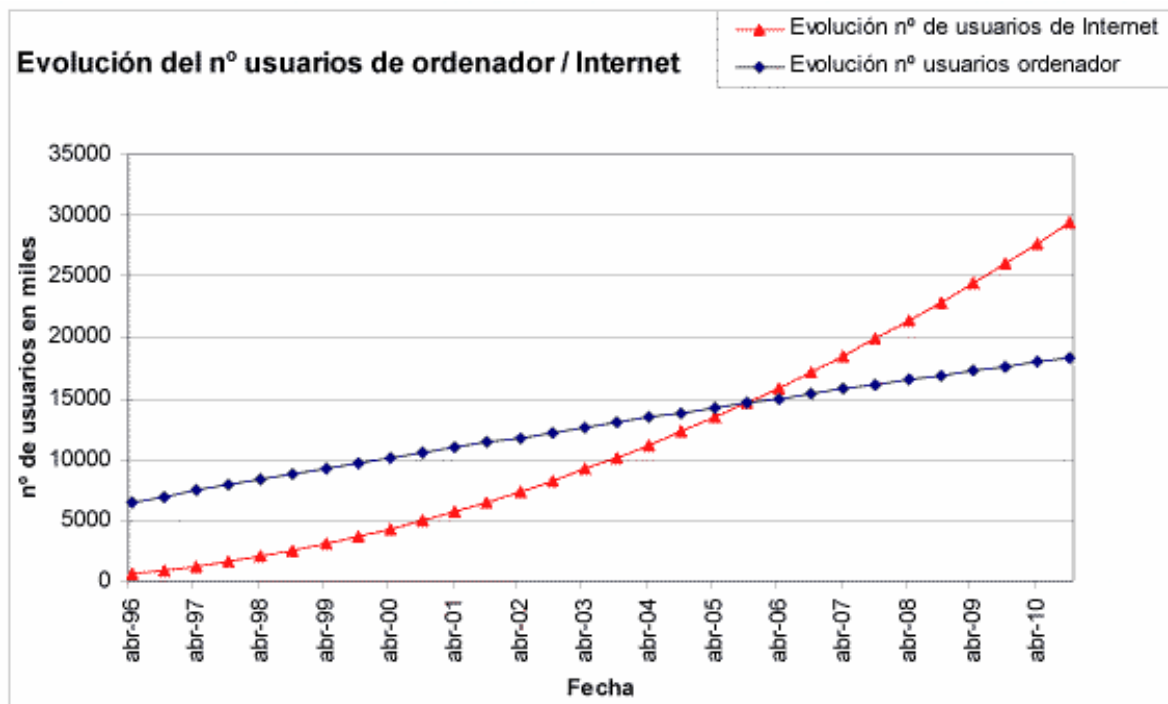
### G-11. Evolución de la audiencia por medios de comunicación y años.

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
<b>TELEVISIÓN</b>	30.600	30.852	30.823	31.138	30.846	30.983	31.062	31.313	31.967	32.632
<b>INTERNET (ayer)</b>	..	..	..	..	..	..	..	..	..	6.132
<b>CINE (última semana)</b>	..	..	..	..	..	..	..	..	..	3.231

1) Los datos se refieren a la población mayor de 14 años

Los elevados datos de frecuencia de audiencia en la televisión muestran la escasa variedad en la oferta de ocio.

### 12) Evolución de la población con acceso a Internet



Se puede observar como la opción de utilizar Internet como ocio está aumentando.

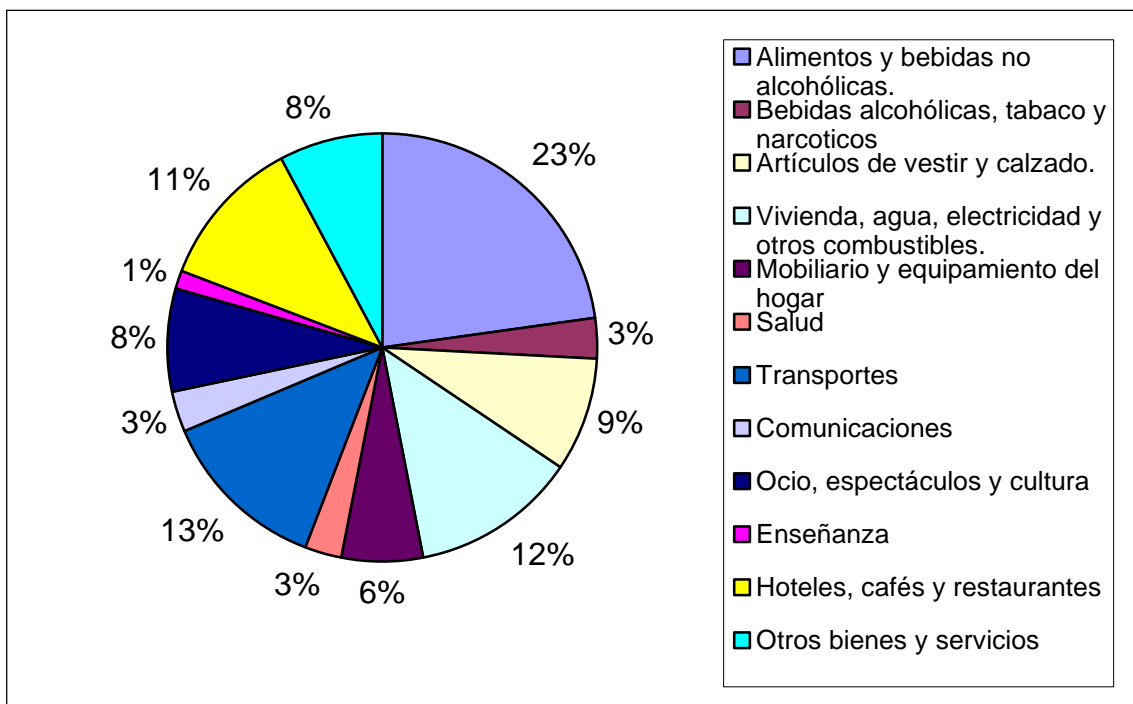


# PROYECTO FIN DE CARRERA

## ESTUDIO DE VIABILIDAD PISTA DE PATINAJE SOBRE HIELO

### CARTAGENAHELADA S.A.

### 13) Distribución porcentual del gasto de los hogares en bienes y servicios culturales.



Se puede observar que el porcentaje de gasto dedicado al ocio es elevado aun no siendo un producto de primera necesidad.



# PROYECTO FIN DE CARRERA

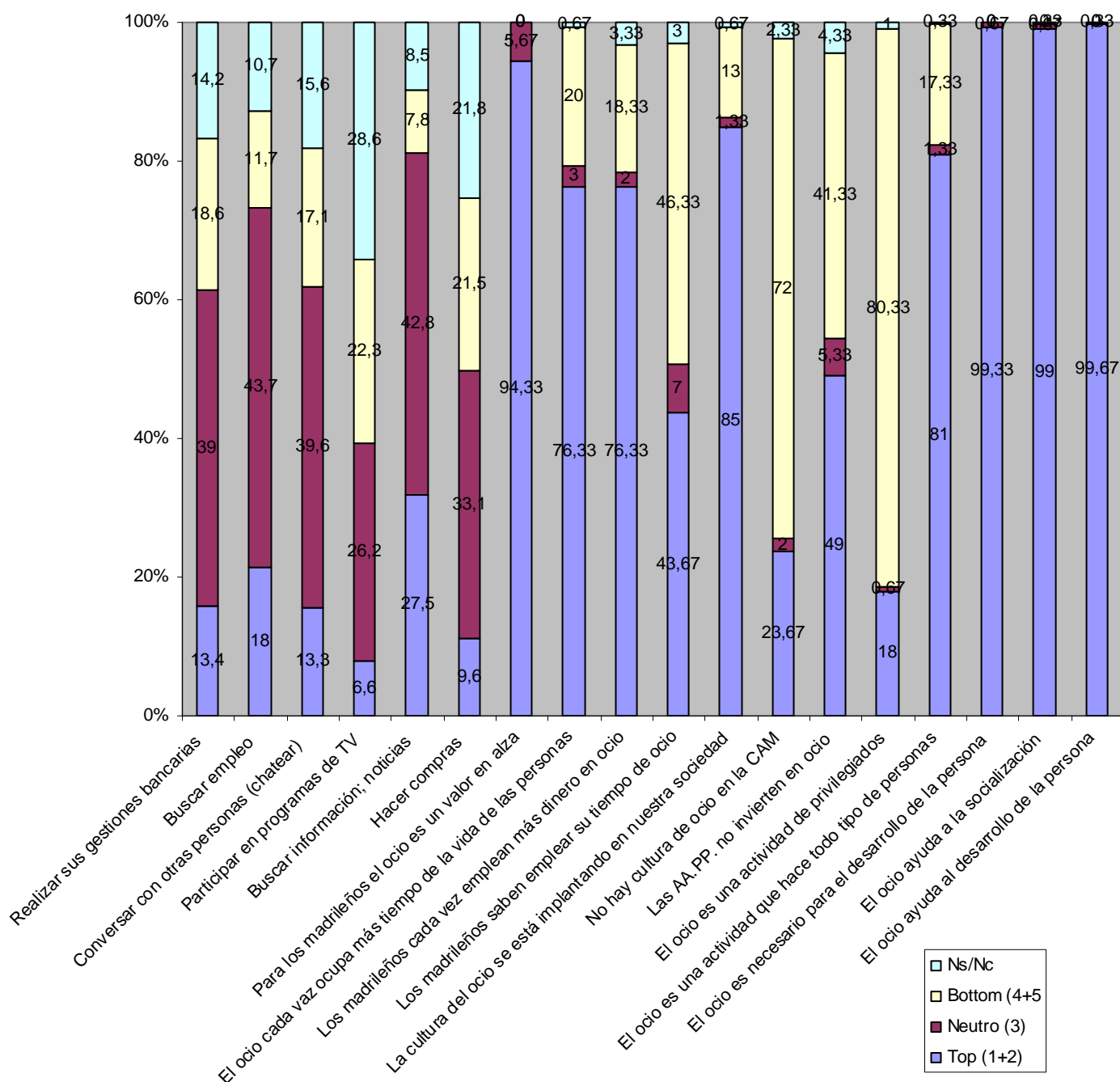
## ESTUDIO DE VIABILIDAD PISTA DE PATINAJE SOBRE HIELO

### CARTAGENAHELADA S.A.

Otros gráficos obtenidos de un estudio realizado al mercado del ocio de la Comunidad de Madrid por CIFESAL son:

*Gráfico. 1*

**Como especialista en el área del ocio y/o la cultura, de las siguientes afirmación que le voy a leer a continuación dígame su grado de acuerdo / desacuerdo para cada una de ellas haciendo referencia a la población madrileña, teniendo en cuenta que 1 es "totalmente de acuerdo " y 5 "totalmente en desacuerdo".**







# PROYECTO FIN DE CARRERA

## ESTUDIO DE VIABILIDAD PISTA DE PATINAJE SOBRE HIELO CARTAGENAHELADA S.A.

Gráfico 2.

**Dígame su grado de acuerdo / desacuerdo para cada una de las siguientes afirmaciones que le voy a leer y que hacen referencia a las tendencias del sector del Ocio y la cultura, teniendo en cuenta que 1 es "muy de acuerdo" y 5 "totalmente en desacuerdo".**

Base: Total muestra (300)	Top 1+2	Neutro 3	Bottom 4+5	Ns/nc
Cada vez hay más empresas / asociaciones que se dedican a ofrecer servicios de Ocio y la Cultura	97,0	0,3	2,0	0,6
El sector está perfectamente estructurado y definido	15,0	2,6	80,3	2,0
El sector se está moviendo muy rápidamente, es muy dinámico	77,7	2,3	19,3	0,7
Las empresas / asociaciones del sector se adaptan fácilmente a los cambios	57,7	34,3	2,3	1,7
Los cambios sociales están afectando positivamente al sector del Ocio y la Cultura	79,7	2,0	16,7	1,7
La sociedad madrileña, en general, está demandando más Ocio y Cultura	89,7	1,0	7,7	1,7
Sólo hay empresas / asociaciones en el sector para colectivos sociales concretos	25,3	4,3	67,3	3,0
El sector no puede satisfacer la demanda de Ocio y Cultura de la sociedad madrileña (cuantitativamente)	32,7	4,0	58,3	5,0
El sector no puede satisfacer la demanda de Ocio y Cultura de la sociedad madrileña (cualitativamente)	38,3	2,7	55,7	3,3
Las AA.PP. no apoyan la creación de empresas / asociaciones que se dediquen a servicios de Ocio y Cultura.	51,7	7,7	36,3	4,3
El sector está creando empleo	81,3	4,0	14,0	0,7
No hay RR.HH. con una cualificación profesional adecuada para atender las necesidades del sector	30,3	4,3	62,3	3,0
Se prevé una fuerte demanda de especialistas en el sector Ocio y Cultura	82,0	5,7	9,3	3,0
En el futuro las organizaciones con mayor implantación en el sector serán las asociaciones	45,7	2,7	48,0	3,7
En el futuro las organizaciones con mayor implantación en el sector serán las empresas	65,3	4,0	27,0	3,7



# PROYECTO FIN DE CARRERA

## ESTUDIO DE VIABILIDAD PISTA DE PATINAJE SOBRE HIELO

### CARTAGENAHELADA S.A.

#### 2.2.1. EVOLUCIÓN EN CARTAGENA

La evolución prevista en la oferta del mercado de ocio para la ciudad de Cartagena, es seguir ofertando más actividades similares, con la salvedad del avance tecnológico. Es necesario destacar en cuanto a la evolución prevista la construcción de dos parques comerciales y de ocio en donde se prevé construir una importante cantidad de salas de cine, restaurantes y boleras. Estos parques comerciales son el “Parque comercial y de ocio Mandarache” y el “Complejo Mediterráneo”.

Esta evolución prevista no se considera efectiva, ya que no está previsto un aumento en la variedad de la oferta de ocio, sino que básicamente consistente en ofrecer más de lo mismo a lo que se ofrece actualmente, frente a la nueva posibilidad que sería la construcción de una pista de hielo.

En la actualidad en Cartagena podemos encontrar los siguientes centros de entretenimiento:

- Museo Arqueológico Municipal.
- Museo Etnográfico.
- Museo Nacional de Arqueología Marítima.
- Museo Naval.
- Museo Militar.
- Museo Carmen Conde.
- Museo Regional de Bolillo
- Cine Alfonso XIII
- Cines Ábaco.
- Cine Club Hannibal.
- Centro Cultural.
- Nuevo Teatro Circo.
- Bolera Magic Bowling.
- Salón Recreativo Makina.
- Salón Recreativo Bimaser S.A.
- Salón Recreativo Francisco Torres Ortega.
- Salón Recreativo La Corchea.
- Salón Recreativo WGH.
- Centro comercial Mandarache (próxima construcción)
- Centro comercial Mediterráneo.

En cuanto a las fortalezas y carencias de la oferta actual de la ciudad de Cartagena, es necesario mencionar la fidelidad de muchos clientes a las actividades de ir al cine, restaurantes o discotecas, lo cual puede repercutir negativamente en la acogida del centro de ocio, pero también hay que mencionar que en el mercado del ocio han triunfado en un periodo breve de tiempo varias actividades de nueva creación como por ejemplo el resurgir de las boleras y del alquiler de películas de video o DVD, la rápida expansión de los cybers y el aumento de hogares que disponen de conexión a Internet, lo cual indica que en realidad se está demandando más variedad en la oferta de ocio.



# PROYECTO FIN DE CARRERA

## ESTUDIO DE VIABILIDAD PISTA DE PATINAJE SOBRE HIELO CARTAGENAHELADA S.A.

### 2.2.2. PISTAS DE PATINAJE SOBRE EN HIELO EN ESPAÑA

Actualmente existen las siguientes 15 pistas de patinaje sobre hielo en España:

4. Pabellón de hielo de Majadahonda (Madrid).
5. Club Boadilla (Madrid).
6. Pabellón de hielo de Leganés (Madrid).
7. Palacio de hielo Circus (Madrid).
8. Palau de Gel de Biela (Lleida).
9. Club de hielo Puigcerdá (Puigcerdá).
10. Skating-Pista de Gel (Barcelona).
11. Fútbol Club Barcelona (Barcelona).
12. Pista de hielo de Jaca (Huesca):
13. Palacio de hielo Txuri Urdin (San Sebastián).
14. Pista Municipal de Vitoria (Vitoria).
15. Desliz (Bizkaia).
16. Elche Squash Club (Elche).
17. Alegría sobre el hielo (Valencia).
18. Pista de hielo (Granada).

De entre todas estas pistas de hielo, cabe destacar que existe una pista de patinaje sobre hielo en Elche. Elche está situado a 99,6 kilómetros de la ciudad de Cartagena, y por tanto sería una competidora directa de la pista de hielo para aquellas poblaciones situadas en la Región de Murcia. No obstante las dimensiones de la pista de Elche son muy inferiores a las de CARTAGENAHELADA S.A., y por tanto se dan las circunstancias necesarias para que los clientes prefieran ir al centro de ocio más que al Elche Squash Club, en lo relativo al patinaje sobre hielo.

Actualmente existe una cantidad importante de habitantes de la Región de Murcia que visitan periódicamente el Elche Squash Club. La importancia de esta demanda para esta empresa, le ha llevado a crear una promoción especial para los habitantes de la Región de Murcia: “el día del murciano”, en el cual los habitantes de la Región pueden patinar a un precio inferior al resto de clientes, este día son los viernes.

El Elche Squash Club ubicado a las afueras de Elche es uno de los centros más completos de España reuniendo a parte de la pista de hielo, gimnasio, squash, cafetería, recreativos y burger.

### 2.3. DEMANDA

Cada vez se le está dando más valor al ocio y al tiempo libre. En esta cuestión confluyen varios hechos:

- La población disfruta de más tiempo para sí mismo (reducción de jornadas, prejubilaciones, etc.)
- El aumento del poder adquisitivo.



## PROYECTO FIN DE CARRERA

### ESTUDIO DE VIABILIDAD PISTA DE PATINAJE SOBRE HIELO CARTAGENAHELADA S.A.

Además aparece el concepto de derecho al ocio. Ya no se puede hablar de clases ociosas porque en la sociedad actual la inmensa mayoría de la población tiene una actividad profesional, además, dedica una parte de su vida, su tiempo libre, a algo más que descansar del trabajo, las obligaciones familiares, religiosas o amistosas.

Las necesidades básicas (alimento, cobijo y ropa) de la sociedad española están satisfechas. Estamos en un momento en el que las personas, al no tener ya la preocupación de las necesidades básicas comienza a preocuparse por otro tipo de cosas: desarrollo personal, descanso, disfrutar de la familia y los amigos... Y por tanto el valor que se le da al ocio va en aumento. Empieza el tiempo de ocio y ese tiempo es uno de los más importantes que configuran la vida del individuo. La gente ya no vive para trabajar, sino que trabaja para vivir, vivir el tiempo libre, el ocio...

Pero los actores del sector no se quedan en decir que existe un aumento del valor del tiempo del ocio, sino que abogan por un ocio educativo. Un tiempo de ocio en el que el individuo se desarrolle como persona, ayude a los demás, interiorice una serie de valores. Esta profundización en la concepción del Ocio se hace más latente en los colectivos de infancia y juventud.

Este discurso global del ocio varía en función del colectivo social al que focalicemos las acciones:

#### La Infancia

El ocio infantil es un ocio dirigido e impuesto por los progenitores. Se observa un proceso de socialización en el que la familia influye en el tipo de ocio que los niños desean consumir, y en el que finalmente terminarán demandando cuando sean adultos. Pero también se intuye que la oferta puede terminar dirigiendo esta demanda: actividades que a los padres no se les ocurriría y que realmente existen.





# PROYECTO FIN DE CARRERA

## ESTUDIO DE VIABILIDAD PISTA DE PATINAJE SOBRE HIELO CARTAGENAHELADA S.A.

### Jóvenes

El ocio de los jóvenes es un ocio diferente al del resto de los colectivos debido a que tienen unas características específicas, bien sea por el poder adquisitivo / recursos económicos, bien sea por sus horarios, bien sea porque mantienen una actitud ante la vida que les diferencia del resto.

Además, a diferencia de los adultos que tienen más deberes, el ocio se configura como un espacio importante en la vida del joven

El Ocio juvenil es definido como un ocio consumista, no constructivo, y que se limita a la típica “juerga del fin de semana”. Esto se justifica en que no disponen de una oferta diferente.

### El ama de casa

Al igual que los mayores las amas de casa están cambiando su concepto de qué hacer. Ya que no se quedan en casa cuando han terminado de realizar sus labores, sino que salen a la calle y realizan todo tipo de actividades: desde manuales (pintura) hasta deportivas (aeróbic). Se ha pasado del concepto social del entorno familiar al concepto social de las interrelaciones sociales.

### Los adultos / población general

Los adultos son los que disponen de mayores recursos económicos y facultades para realizar cualquier tipo de actividad. Sin embargo su gran traba es disponibilidad de tiempo. Son personas que tienen que saber compaginar el tiempo de trabajo / laboral y el tiempo de ocio (el deber vs lo lúdico) para poder disfrutar de una forma real este último.

Según informa en un estudio realizado para la AECC (Asociación Española de Centros Comerciales), Clau Consultors (empresa especializada en la investigación del Sector de Comercio, la Distribución y el Ocio), en el mercado del ocio no existe un único tipo de cliente, sino que aparecen distintos “perfiles tipo” dependiendo de diversas variables como son el estilo de vida, poder adquisitivo, zona geográfica, edad, sexo, posibilidad de desplazamiento, etc.

Otra conclusión a la que se llega en el citado estudio es que, además de la motivación planificada de la visita a un centro comercial o de ocio (“ir al hipermercado”, “ir al cine”, etc.) aparecen otro tipo de motivaciones, como la comodidad de la visita (amplio horario, facilidad de aparcamiento, amplia y variada oferta, etc.) o la infraestructura específica del lugar (arquitectura, decoración, ...), que permite que el visitante se sienta en un entorno agradable y seguro.



# PROYECTO FIN DE CARRERA

## ESTUDIO DE VIABILIDAD PISTA DE PATINAJE SOBRE HIELO CARTAGENAHELADA S.A.

### Test de mercado

Para conocer la demanda se ha realizado una encuesta, las características de ésta son:

Población objetivo: Cartagena  
Unidad de la muestra: individuos  
Tamaño de la muestra: 100 encuestas

Los resultados de la encuesta han sido:

Edad:                      Sexo:

V	49%
M	51%

Situación laboral:

Estudiante	26%
Parado	5%
Trabajando	69%

Consideras que las distintas posibilidades de ocio en la ciudad de Cartagena son:

Adecuadas	30%
Excesivas	9%
Insuficientes	61%

¿Sabes patinar? (con ruedas o sobre hielo)

SÍ	36%
NO	64%

¿Has ido a la pista de patinaje sobre hielo de Elche?

SÍ	19%
NO	81%

Si en la ciudad de Cartagena hubiese una pista de patinaje sobre hielo:

¿Cuántas veces irías a patinar al mes?

0,63 veces

¿Para qué irías?

Ocio.....	36%
Deporte.....	28%
Acompañando a: (en realidad no tengo interés)	
Hijos.....	7%
Amigos.....	5%
Novio/a.....	12%
Otros (indicar) _____	12%



# PROYECTO FIN DE CARRERA

## ESTUDIO DE VIABILIDAD PISTA DE PATINAJE SOBRE HIELO CARTAGENAHELADA S.A.

¿Con quién irías?

Solo	4%
Pareja	26%
Amigos/as	56%
Familia	14%

¿Qué día de la semana irías?

Cualquier día	21%
Lunes-Jueves	6%
Fines de semana	63%

¿En qué franja horaria?

Mañanas	3%
16-18	13%
18-20	43%
20-22	25%
22-24	19%

¿Estarías dispuesto a ir a clases de patinaje?

SÍ	23%
NO	77%

¿En qué horario?

8-10	1%
10-12	15%
12-14	8%
14-16	11%
16-18	31%
18-20	34%

¿Usarías el otro servicio de la pista (Cafetería)?

SÍ	73%
NO	27%

Si tienes 10€ para gastarte una tarde, repártelos entre los distintos servicios de la pista de hielo:

Entrar a patinar	5,8
Tomar algo...	2,4
Ahorro.....	1,8

Ejemplo

<i>Entrar a patinar</i>	6
<i>Tomar algo.....</i>	2
<i>Ahorro.....</i>	2



# PROYECTO FIN DE CARRERA

## ESTUDIO DE VIABILIDAD PISTA DE PATINAJE SOBRE HIELO CARTAGENAHELADA S.A.

Si tienes 10 momentos libres repártelos entre:

Cine.....	2,6
Bolera.....	1,3
Pista de patinaje .....	1,2
Pasear/Tomar algo.....	3,1
En casa con amigos.....	2,6
Otros 1 (indicar) .....	2,3
Otros 2 (indicar) .....	

Ejemplo

<i>Cine.....</i>	<i>2</i>
<i>Bolera.....</i>	<i>2</i>
<i>Pista de patinaje .....</i>	<i>2</i>
<i>Pasear/Tomar algo.....</i>	<i>2</i>
<i>En casa con amigos.....</i>	<i>2</i>

Los datos obtenidos de la encuesta se comentan en el punto 3.5 Mercado. De acuerdo a los resultados de la encuesta hemos establecido los horarios de apertura, los horarios de los cursos, la asistencia por horas y los objetivos de ventas.







# PROYECTO FIN DE CARRERA

## ESTUDIO DE VIABILIDAD PISTA DE PATINAJE SOBRE HIELO

### CARTAGENAHELADA S.A.

#### CONCLUSIONES AL ANÁLISIS DEL MERCADO DE OCIO EN CARTAGENA:

- El ocio ocupa cada vez más tiempo en la vida de las personas.
- El gasto en ocio está aumentando.
- Existen necesidades de ocio no cubiertas, principalmente entre los niños.
- El mercado del ocio está necesitado de más especialización.
- La población suele hacer siempre lo mismo en sus momentos de ocio debido a la poca variedad en la oferta de ocio.
- La población quiere hacer cosas diferentes en sus momentos de ocio: Desea un aumento de la oferta de ocio.

#### **2.4. ANÁLISIS DAFO**

<u>DEBILIDADES:</u> <ul style="list-style-type: none"><li>- Exceso de dependencia de los servicios anexos a la pista de patinaje.</li><li>- Es difícil encontrar monitores de patinaje.</li><li>- Inversión inicial necesaria elevada.</li><li>- Lejanía al centro de la ciudad.</li></ul>	<u>FORTALEZAS:</u> <ul style="list-style-type: none"><li>- Todos los servicios son complementarios: “ocio económico”. Van destinados a una clase social media.</li><li>- Es un servicio destinado a la población de edades muy variadas.</li><li>- Servicio atractivo.</li><li>- Perspectivas de demanda alta.</li><li>- Servicio novedoso en Cartagena.</li><li>- Facilidad de acceso y aparcamiento.</li></ul>
<u>AMENAZAS:</u> <ul style="list-style-type: none"><li>- Desconocimiento del patinaje sobre hielo por parte de la población.</li><li>- Parte de la sociedad considera que se trata de un deporte peligroso.</li><li>- Dificultad para encontrar un terreno adecuado.</li><li>- Construcción de nuevos centros de ocio en Cartagena.</li></ul>	<u>OPORTUNIDADES:</u> <ul style="list-style-type: none"><li>- Demanda del sector del ocio creciente.</li><li>- La sociedad quiere hacer cosas diferentes a las que hace habitualmente en su tiempo libre.</li><li>- Aumento del gasto en ocio.</li><li>- El clima favorece el ocio.</li><li>- Mercado del ocio infantil poco explotado en Cartagena.</li><li>- Gran cantidad de población disponible.</li><li>- Gran demanda de actividades deportivas en Cartagena: Facilidad para crear afición por el patinaje.</li><li>- Éxito de este servicio en zonas con menor población: Leganés, Lleida, San Sebastián, Vitoria, Vizcaya, Elche.</li></ul>