



# PROYECTO FIN DE CARRERA

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

### 3. PLAN DE MARKETING

#### 3.1. UNA APROXIMACIÓN.

La actual importancia y el relevante protagonismo otorgado al marketing en el mundo empresarial es un hecho relativamente reciente, ya que, hasta hace muy poco, la dirección de la empresa, a la hora de fijar sus fines, hacía un especial hincapié en los parámetros tradicionales de producción en masa, precios bajos y superioridad de su producto, habilidad para vender, publicidad y canales de distribución entre otros, a los que últimamente se unen, la confianza en el actual crecimiento de la población y la mejora del nivel de vida, olvidando, en gran medida, que la industria empresarial, además de tener en cuenta todo lo anterior, también tiene que tener como base y punto de partida dar satisfacción a las nuevas necesidades del cliente y de la sociedad.

Para esto último, la empresa ha de incorporar y utilizar el marketing o estudio del mercado como un sistema integral de dirección formado por:

- Un sistema de decisiones que fija las políticas, objetivos de rendimiento y estrategias desarrollados en un plan.
- Un sistema de gestión que aplica el plan y controla.
- Un sistema de información que elabora los datos procedentes del control del sistema de gestión y los relaciona con los demás subsistemas.
- Un sistema de análisis que lleve a las decisiones de orientación o corrección.



# PROYECTO FIN DE CARRERA

## ESTUDIO DE VIABILIDAD PISTA DE PATINAJE SOBRE HIELO

### CARTAGENAHELADA S.A.

Esta nueva mentalidad empresarial de hacer rentables y competitivas a las empresas partiendo de las necesidades y servicios de calidad reclamados por los clientes y consumidores hubiera evitado, según T. Levitt, la obsolescencia y la pérdida de poder de empresas tales como las tiendas de comestibles, la limpieza en seco, el ferrocarril, la industria del petróleo..., y ha supuesto para otras que sí han partido de este axioma la prosperidad y el crecimiento, como es el caso de los supermercados y otras que, habiendo partido a la manera tradicional, han sabido reconvertirse al agotarse sus posibilidades, para dar respuesta a las nuevas exigencias de sus consumidores como es el caso de las industrias del nylon y el vidrio de E.I. du Pont de Nemours & Company y de Corning Glass Works. Este mismo autor, nos advierte de los peligros que pueden ocasionar a las empresas electrónicas el deslumbramiento por las posibilidades de la investigación y el desarrollo técnico si se olvida el marketing, ya que su crecimiento se ha debido a su mercado con las fuerzas armadas.

Otros aspectos a tener en cuenta son los múltiples matices que puede adoptar el marketing. Así se habla de marketing sectorial, permisivo, de guerra, interno, social, one-to-one. En relación al social, Juan Luis Martínez y David Allen nos hablan de los beneficios recíprocos que se obtienen al aliarse empresas y ONG y nos ponen como ejemplo la unión entre la empresa RAM y UNICEF (los clientes además de aprovecharse del producto, se sienten satisfechos de poder contribuir al desarrollo de los menos favorecidos) y prevén un futuro rentable a otras posibles uniones de este tipo, y C. Marty denuncia que las empresas se enfrentan hoy al problema de la deslealtad de los clientes y que para evitarlo hay que implementar el marketing one-to-one que consiste en identificar al cliente, diferenciar unos de otros, interactuar con cada uno de ellos y personalizar algunos de los aspectos de su oferta de productos o servicios.

De esta primera aproximación al concepto de marketing debe surgir la idea de que una industria o empresa ha de tener como fin la satisfacción de las necesidades del cliente (no ser simples productoras de bienes) e ir incorporando constantemente nuevos valores de la sociedad para saber responder a los nuevos retos sociales.

### 3.2. INTRODUCCIÓN

La demanda esta en función de los siguientes parámetros:

#### 1) Tipo de mercado:

**Intangibilidad:** Como se trata de un servicio no se puede almacenar. Se habla por tanto de algo intangible.

**Plazo de destrucción:** Al tratarse de un servicio, este se consumirá en un plazo de tiempo largo.

**Unidad de consumo:** Hay una doble función, un mercado familiar, puesto que no es descartable que la familia acuda al centro y cada miembro realice una actividad, o de un mercado personal, puesto que también acudirán mucha gente en parejas o por libre.



# PROYECTO FIN DE CARRERA

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

2) **Las necesidades** que vamos a satisfacer por deseo son las siguientes:

**Básicas:** Lo que se ofrece es ocio, es un mercado en auge en estos momentos y por tanto el ocio está al alcance de la mano de cualquier persona, en cualquier lugar.

**Adicionales:** El tipo de ocio que se va a ofrecer es lo novedoso del producto. Hasta ahora no había mucha diversidad de ocio en la región, por tanto las necesidades que cubrir con este servicio serían adicionales.

**Complementarias:** El hecho de que el centro disponga de una cafetería es un complemento al servicio principal y que refuerza al centro puesto que un cliente puede entretenerse en otra actividad mientras no patina.

Desde el punto de vista de la apariencia las necesidades pueden ser:

- **Manifiestas:** Es evidente que el ocio se está demandando muchísimo actualmente
- **Latentes:** Ya que con el actual ritmo de consumo de ocio del ser humano, es casi seguro que este sería capaz de absorber una oferta de ocio completamente distinta.

3) **Las motivaciones** que van a llevar a los consumidores a demandar ese producto van a ser de uso, y los móviles que van a llevar a éstos a comprar serán:

- El servicio novedoso que estamos ofreciendo. El hecho de que sea un deporte más practicado en lugares fríos hace que sea tan novedoso en esta zona de España.
- Es un servicio seguro y entretenido, no es algo peligroso de practicar, aunque la gente por desconocimiento piense lo contrario.
- **Comodidad:** el usuario puede disponer de distinto tipo de ocio dentro de un mismo centro (patinaje, comida).

4) **Capacidad de sustitución del producto** lo que se trata de plasmar es quienes son los competidores, o aquellos interesados en el mismo público objetivo que la pista. Estos competidores serían los siguientes: cines, teatros, fútbol, fútbol sala, recreativos, ...

5) **Elasticidad y utilidad marginal:** Nuestro servicio va a gozar de una demanda más inelástica que elástica, es decir, el servicio que estamos ofreciendo es nuevo, por tanto la gente querrá conocerlo, pero también es verdad que hay mucho ocio en Cartagena, no muy diverso pero hay ocio, por tanto no podemos decir que la demanda sea totalmente inelástica.

6) **Hábitos de compra:** Para conocer el comportamiento de los consumidores responderían a estas preguntas:

- ¿Cuándo sale Usted a divertirse?
- ¿Dónde va para disfrutar de su ocio?
- ¿Cuánto dinero por término medio puede gastar y en cuanto tiempo?
- ¿En qué tipo de ocio lo gasta?



## PROYECTO FIN DE CARRERA

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

Este servicio puede presentar cierta estacionalidad, parece que será menos demandado en verano cuando los ciudadanos puedan estar veraneando; por el contrario, los meses de invierno pueden ser una época de mayor demanda.

Al tener en cuenta la estacionalidad de la curva de demanda tenemos que tener en cuenta quienes son los principales consumidores de nuestro servicio, como sabemos que estos son los universitarios y los jóvenes.

Los meses en los que estos se encuentren con exámenes (Enero- febrero- Junio para universitarios, y Junio para los niños), se demanda algo menos este servicio.

#### **3.3. DEFINICIÓN DEL SERVICIO**

Se trata de un centro de ocio- deportivo, cerrado, de 4.160 metros cuadrados de superficie, y dos plantas de altura, que contiene en su interior:

##### **3.3.1. PISTA DE PATINAJE SOBRE HIELO:**

Es un recinto situado en la planta baja del edificio que presenta las siguientes características:

- a) La pista de patinaje tiene una superficie helada de 1.624 metros cuadrados y tiene una forma rectangular.
- b) El recinto para patinar se encuentra separado por medio de una valla publicitaria de 1,40 metros de altura del resto del recinto (no helado), que se utiliza para que las personas caminen desde la entrada hacia los vestuarios u otras zonas, así como también es utilizada para descansar por los clientes. Con este fin, existen 10 bancos de madera para sentarse.
- c) Se dispone de vestuarios masculino y femenino con sus correspondientes aseos y pequeñas taquillas para guardar objetos personales. (456 metros cuadrados).
- d) También existen gradas con asientos para una capacidad de 500 personas. Las gradas están situados en la primera planta, con el fin de que sea posible visualizar toda la pista por los espectadores.

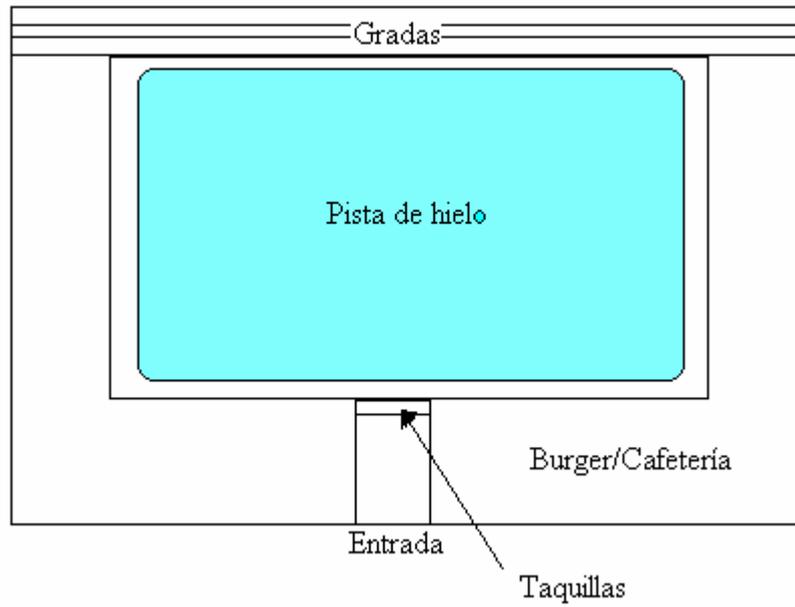


# PROYECTO FIN DE CARRERA

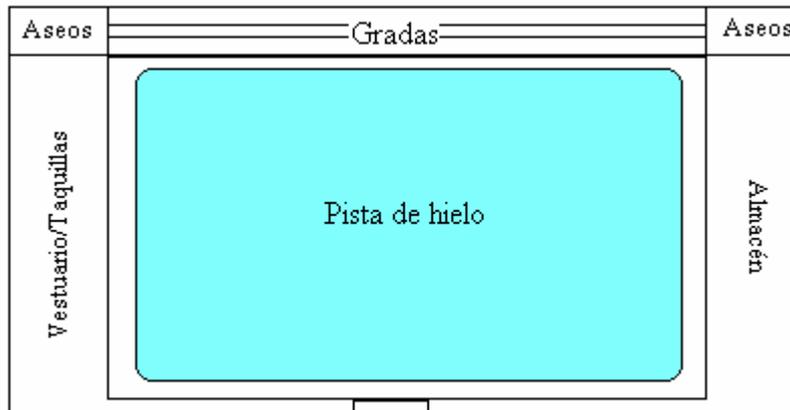
## ESTUDIO DE VIABILIDAD PISTA DE PATINAJE SOBRE HIELO

### CARTAGENAHELADA S.A.

#### Planta baja



#### Planta sótano





## PROYECTO FIN DE CARRERA

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

#### 3.3.2. CAFETERÍA.

Consiste en un recinto cerrado de 400 metros cuadrados, situado en la primera planta, y con vistas a la pista de Hielo desde su interior, a través de unas grandes y transparentes ventanas.



Este local será arrendado bajo una serie de condiciones, con la intención de salvaguardar la imagen corporativa de la empresa:

- En ningún caso se podrá utilizar el local para realizar cualquier otro tipo de negocio distinto al de Cafetería- Bocatería.
- Los horarios de apertura y cierre serán los impuestos por la dirección de CARTAGENAHELADA.
- La empresa arrendataria se hará cargo de todos los aspectos legales vinculados con la actividad que se desempeña.
- CARTAGENAHELADA, no asumirá ninguna responsabilidad como consecuencia de actos ilegales que la empresa arrendataria pueda desarrollar.
- CARTAGENAHELADA se exime de las posibles deudas con proveedores que el arrendatario pueda contraer.
- Los trabajadores deben llevar el uniforme de la empresa.



## PROYECTO FIN DE CARRERA

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

- Los trabajadores son parte integrante de CARTAGENAHELADA, por lo que no sólo deben velar por la imagen de la cafetería, sino también por la de todo el centro.
- Los trabajadores deben ser serviciales en todo momento con todos los clientes que acuden a CARTAGENAHELADA.
- Todos los integrantes del negocio de Cafetería- Bocatería, estarán obligados en todo momento a respetar y cumplir el código ético de CARTAGENAHELADA.
- La empresa arrendataria, tendrá que respetar las promociones realizadas por el área de Marketing de la pista de patinaje, sobre descuentos en consumiciones de la Bocatería.

#### 3.3.3. CATÁLOGO DE SERVICIOS:

GAMA	Familia	Servicio	Características
<b>Pista de hielo</b>	<b>Ocio</b>	Servicio normal	Principalmente fines de semana y todas las tardes de días laborables. La entrada da derecho a patinar todo el tiempo deseado.
		Fiestas fines de semana y festivos.	Realización de Festivales en Navidad, algunos fines de semana y otros días festivos. Se traerán espectáculos de imagen y sonido.
	<b>Deporte</b>	Colegios	Todas las Mañanas de 9.30 a 13.30. Se enseñará a patinar, se realizarán juegos, y se practicará Hockey.
		Universidades	Martes y Jueves de 15.00 a 17.00 horas. Se practicarán todo tipo de deportes sobre hielo, con especial atención al Hockey.
		Clases a niños	Mañanas del domingo de 10.00-11.00 horas (temporada escolar) / Todas las mañanas de lunes a viernes de 10.00 a 12.00 horas (temporada verano). Se enseñará a patinar, se realizarán juegos, y se practicará Hockey.
		Amas de Casa	Tardes de los lunes, miércoles y viernes de 16.00 a 17.00 horas. Se realizarán actividades deportivas de tipo mantenimiento, así como se enseñará a patinar a quien lo desee.



# PROYECTO FIN DE CARRERA

## ESTUDIO DE VIABILIDAD PISTA DE PATINAJE SOBRE HIELO

### CARTAGENAHELADA S.A.

<b>ARRENDAMIENTO</b>	<i>Cafetería- Bocatería</i>	Será arrendado bajo una serie de condiciones, con la intención de salvaguardar la imagen corporativa de la empresa.	Consiste en un recinto cerrado de 400 metros cuadrados situado en la planta primera.
----------------------	---------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------

#### 3.3.4. INNOVACIÓN

Sistemas de refrigeración y congelado último modelo en el mercado. Para crear el hielo es necesario congelar agua, ya sea utilizando gas natural o electricidad. La forma de hacerlo es muy similar. La composición de una pista enfriada por gas natural es la siguiente: sobre la pista se colocan 16 kilómetros de tubo de PVC que abarcan toda la pista. En su interior circula una mezcla de agua con glicol (tipo de alcohol) a una temperatura entre  $-8^{\circ}\text{C}$  y  $-10^{\circ}\text{C}$ , enfriada con el mismo principio que utilizan los frigoríficos, pero con máquinas mucho más grandes. Cubriéndolos va una fina capa de cemento sobre la que se deposita una delgada capa de agua, esta capa de agua se deja enfriar y cuando se congela se echa otra capa de agua. Así simultáneamente hasta alcanzar un grosor de unos 5 o 7 centímetros. La calidad del hielo depende principalmente de la calidad del agua y del grosor del hielo.

#### 3.3.5. PRODUCTOS O SERVICIOS FUTUROS

El edificio está construido de forma que se tenga la posibilidad de ampliarlo con la construcción de nuevas plantas. En ellas se pueden ubicar servicios complementarios a los existentes de ocio económico/deportivo tales como: gimnasio, pistas de squash, servicios de cars sobre hielo, tienda de ropa y material deportivo, sala de relax con hidromasaje, fisioterapeuta....

Por tanto, se contempla la posibilidad de seguir una estrategia de diversificación, ya que se trata de servicios dirigidos a la misma población que los servicios iniciales.

#### 3.4. ANÁLISIS DE LAS FUERZAS COMPETITIVAS

Se necesita señalar e identificar aquellos aspectos más relevantes que, desde una apreciación propia, se encuentra que marcarán el funcionamiento del mercado particular del negocio. Estos aspectos estarán encuadrados en alguna de las fuerzas competitivas que se señalan a continuación:



## PROYECTO FIN DE CARRERA

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

#### 3.4.1. BARRERAS DE ENTRADA PARA NUEVAS EMPRESAS:

El proyecto precisa de una gran inversión inicial, ya que se trata de un negocio que necesita unas instalaciones modernas, con unos mecanismos tecnológicos muy avanzados, y una gran cantidad de metros cuadrados para su ubicación.

Otra barrera de entrada que existe pero que se puede salvar sin demasiados problemas, es la de las posibles restricciones legales para el inicio de la actividad.

Un gran centro de ocio necesita de un estudio exhaustivo de todas las medidas de seguridad legal existentes, ya que será un lugar donde la asistencia de clientes será muy elevada.

Así se hará necesario cumplir con una serie de normas municipales, como pueden ser las referidas a accesos, aparcamientos, salidas de emergencias, puestos de socorro en el edificio, etc.

#### 3.4.2. RIVALIDAD CON LOS COMPETIDORES:

Dadas las características tan especiales del sector en el que se va a mover (el ocio), existen ciertas barreras que se pueden dar en la mayoría de los nuevos negocios, pero que en este caso quedan salvadas, como por ejemplo:

- Bajo crecimiento en el sector:

En el ocio ocurre todo lo contrario. Las personas cada vez necesitan más ocupaciones o actividades para poder disfrutar del tan poco tiempo libre del que se disponen, en una sociedad tan competitiva como es en la que viven.

- El mercado está muy atomizado:

Puede ser que en Cartagena ya existan suficientes cines, teatros o actividades similares, pero este negocio (Pista de patinaje), será el único de este tipo que exista no solo en la ciudad, sino en la región.

- Poca diferenciación en los productos vendidos:

En nuestro caso existe mucha diferenciación con los servicios de ocio ofrecidos actualmente en la Ciudad.

No existe ninguna pista de patinaje.

- Existencia de grupos competitivos de poder.

El único grupo competitivo de poder que se puede encontrar en Cartagena son los cines y el único problema que este grupo podría dar es, si en un futuro se planteara la construcción de un centro de ocio semejante al nuestro.



# PROYECTO FIN DE CARRERA

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

### 3.4.3. PRODUCTOS SUSTITUTIVOS

Los servicios sustitutivos a los que se va a ofrecer, serán:

- cines
- teatros
- recreativos
- deportes
- cafeterías
- boleras.

Son sustitutivos porque competirán por satisfacer las necesidades de ocio en Cartagena, y si nosotros no sabemos ofrecer vender bien nuestros servicios, los posibles clientes potenciales, optarán por demandar estos tipos de servicios.

### 3.4.4. PODER NEGOCIADOR DE LOS PROVEEDORES:

El poder de negociación de la pista de hielo, será alto, ya que:

- Existe un número muy bajo de proveedores de pistas de patinaje y están la gran mayoría en estados Unidos.
- El hecho de un posible cambio de proveedor en un futuro, puede suponer un coste muy elevado, ya que cada uno de ellos tiene una forma de ofrecer sus servicios de una manera muy diferente a la del resto.

El poder negociador del resto de proveedores (patines, cascos, mobiliario, etc.) es bajo porque hay gran numero de todos ellos y además sólo se acudirá a ellos en contadas ocasiones ya que una vez comprado el inmovilizado sólo hará falta reponer esporádicamente los útiles que se rompan con el uso, como patines, guantes y cascos. Tampoco existe riesgo de que ninguno de nuestros proveedores se integre hacia delante e invada nuestro campo de actividad.

### 3.4.5. PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CLIENTES:

En este caso, dada la existente diferenciación de nuestros servicios con el resto, y el gran número de posibles clientes de los que se disponen, no se puede decir que el poder de negociación de nuestros clientes sea demasiado alto.

## 3.5. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

### 3.5.1. SEGMENTOS OBJETIVO

Cualquier persona cercana al centro de ocio podría ser un cliente potencial pues se ofrece deporte y entretenimiento; sin embargo, tras un meticuloso estudio sociodemográfico de la Región de Murcia y de la encuesta realizada, cuyas características y resultados se detallan más adelante, se distinguen los siguientes segmentos objetivo, separando además si son de la zona de influencia más próxima de la pista de hielo (Cartagena , Mazarrón, Fuente Álamo, Torre Pacheco, San Javier y La Unión) o son del resto de la Región:



## PROYECTO FIN DE CARRERA

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

#### 3.5.2. SEGMENTACIÓN

- Niños de 6 a 12 años, o alumnos de primaria. Son un total de 148.366 niños en toda la región, de los cuales 22.386 se encuentran en la zona de influencia más cercana de la pista. Según la encuesta realizada, los niños de la zona de influencia irían 0,83 veces al mes a la pista y 0,33 el resto. La característica fundamental de este segmento es la dependencia de sus padres pues a esa edad tanto la fuente de renta, el medio de transporte y la decisión de ir o no a la pista residen en sus padres. Las actividades que actualmente realiza este segmento y que serían sustitutivas de la visita a la pista de hielo serían hacer deporte, jugar con amigos, videoconsolas, etc.
- Jóvenes de 13 a 17 años. Son en su mayoría alumnos de secundaria, bachillerato y FP, aunque algunos ya empiezan a trabajar. Son un total 80.428 de jóvenes en toda la Región, 13.091 de la zona de influencia más cercana. Estos jóvenes estarían dispuestos a ir 1,70 veces al mes los de la zona cercana y 0,80 veces el resto. A esta edad los jóvenes comienzan a tener mayor poder decisivo, más facilidad de desplazamiento en autobuses urbanos o ciclomotores y suelen ir acompañados de amigos y compañeros de clase en lugar de ir con sus padres. Las actividades sustitutivas a la que se ofrecen serían ir al cine, máquinas recreativas, hacer deporte y salir con los amigos.



- Universitarios. Hay 42.124 en las cuatro universidades de la región, de los que cabe distinguir los 6.085 alumnos que hay en la universidad de Cartagena, los cuales visitarían la pista 1,50 veces al mes. Los 36.039 restantes de la Universidad de Murcia, la UCAM y la UNED irían 0,50 veces al mes. En este segmento los prescriptores serían amigos o compañeros de clase, irían a la pista con ellos o con sus parejas, dispondrían en buena medida de coche propio para desplazarse y de mayor



## PROYECTO FIN DE CARRERA

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

poder adquisitivo que los anteriores segmentos. Las actividades que éstos realizan sustitutivas a la nuestra serían ir al cine, teatro, hacer deporte y salir de fiesta o de viaje.

- Jóvenes no universitarios (entre 18 y 23 años). Su número es de 104.956, 16.898 de los cuales pertenecen a nuestra zona de influencia más cercana y 88.058 al resto. Los primeros irían 1,25 veces al mes y 0,65 veces los segundos. Las características fundamentales de este segmento son su independencia decisoria y monetaria, la disponibilidad de coche propio para desplazarse y que suelen ir acompañados de sus amigos y sus parejas. Las actividades sustitutivas a ir a la pista son muy similares a las del segmento anterior.

- Adultos entre 23 y 28 años. Son 128.416 de los cuales 17.992 pertenecen a la zona de influencia cercana de la pista y 110.494 al resto de la Región. Éstos estarían dispuestos a ir 0,57 veces al mes los de la zona próxima y 0,40 veces los demás. Sus características son al igual que el segmento anterior su independencia decisoria y monetaria, aunque con un mayor nivel económico y la disponibilidad de coche propio para desplazarse. Fundamentalmente este segmento suele ir con su pareja y otras parejas. Las actividades sustitutivas de la que nosotros ofrecemos son ir al cine, teatro, salir de copas, ir a restaurantes, hacer deporte y hacer viajes.

- Adultos de más de 28 años, en este segmento se incluye el resto de la población de la Región, un total de 793.768 de los cuales 199.771 son de la zona próxima a la pista e irían 0,08 veces al mes a la pista frente a las 0,05 veces que iría el resto. Las características de este segmento son su alto nivel económico, independencia decisoria y monetaria y disponibilidad de coche propio. Además las actividades que realizan sustitutivas a la nuestra son ir al cine, teatro, pasear, ir a restaurantes, quedarse en casa con amigos, etc.

Dentro de este segmento cabe distinguir un subsegmento especial que es el de los padres con hijos menores de 12 años y al que destinaremos una estrategia específica. Este segmento acudiría más a menudo que el resto de su segmento ya que los hijos serían los prescriptores de la pista de hielo y tendrían que acompañarles. El resto de sus características serían las mismas.

- Colegios. A este segmento se ofrecerá la posibilidad de realizar visitas de una mañana tipo excursión para fomentar el deporte entre los niños de la Región. En la Región de Murcia hay un total de 474 colegios, de los cuales 114 se encuentran en la zona de máxima influencia y 360 en el resto de la Región. En este segmento el decisor de compra serían los profesores y equipo directivo de cada centro, mientras que la renta provendría de los padres de los alumnos. Los alumnos se desplazarían en autobús escolar como si se tratase de una excursión más. Las actividades sustitutivas a la visita a la pista de hielo que podrían realizar los colegios son excursiones a lugares de interés cultural, educativo o lúdico y la realización de otros deportes.

- Institutos. A este segmento también se ofrecerá la posibilidad de realizar visitas de una mañana tipo excursión para fomentar el deporte entre los jóvenes de la Región. Hay un total de 388 institutos en toda la Región, 95 en la zona de influencia más próxima y 293 en el resto. Las características de los institutos son iguales a las de los colegios.

- Universidades. Con las universidades se realizarán acuerdos para crear cursos de patinaje y hockey que sirvan para obtener créditos de libre configuración para así fomentar el deporte universitario. Hay un total de 4 universidades en toda la Región,



## PROYECTO FIN DE CARRERA

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

1 en Cartagena, 2 en la ciudad de Murcia y la UNED. El prescriptor de la implantación de los cursos de libre configuración es el Rectorado de cada universidad, sin embargo los decisores de ir o no al curso son los propios estudiantes de la universidad. Estos se desplazan en coche propio o en autobús y la fuente de renta proviene tanto de la Universidad como de los alumnos que realizan el curso.

- Amas de casa. En este segmento se contemplan a las asociaciones de amas de casa de la ciudad de Cartagena a las que se destinarán cursos de patinaje. Tanto el decisor como el prescriptor son las amas de casa, la renta proviene de subvenciones del ayuntamiento a estas asociaciones y de las amas de casa, se desplazan en coche propio o con otras amas de casa y otras actividades sustitutivas que realizan a la nuestra son gimnasia de mantenimiento, yoga, natación, pasear, etc

SEGMENTO	DECISOR	PRESCRIPTOR	COMPRADOR	DESPLAZAMIENTO	POBLACION REGIÓN	POBL. ZONA INFLUENCIA
Niños 6-12 años	Padres	Niño	Padres	Coche padres	148.366	22.386
Niños 13-17 años	Padres/ Niños	Padre	Padres/Niños	Autobús Urbano	80.428	13.091
Colegios	Director / Padres	Director	Profesores	Autobús	474	114
Institutos	Chicos-as	Director	Profesores	Autobús	388	95
Universidad	Estudiantes	Rector	Estudiantes	Autobús/coche propio	4	1
Universitarios	Estudiantes	Amigos/Compañeros clase	Estudiantes	Coche propio/amigos/ novio-a	42.124	6.085
Jóvenes no universitarios (17-23 años)	Ellos	Amigos/ compañeros trabajo	Ellos	Coche propio/amigos/ novio-a	104.956	16.898
23-28 años	Ellos	Amigos/ compañeros trabajo	Ellos	Coche propio/amigos/ novio-a	128.416	17.992
Más de 28 años	Ellos	Amigos/ compañeros trabajo	Ellos	Coche propio/amigos/ novio-a	793.768	199.771
Amas de Casa (Cartagena capital)	Ellas	Hijos/otras amas de casa	Ellas	Coche propio/otras amas de casa	-	-
Padres con Hijos entre 0-14 años	Ellos	Niño	Ellos	Coche propio	-	-

Decisor: El que decide si ir o no.

Prescriptor: Quien informa de la existencia de la pista e influye para que vaya



# PROYECTO FIN DE CARRERA

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

SEGMENTO	CARACTERÍSTICAS DE LA VISITA	FUENTE DE RENTA	ACTIVIDAD ACTUAL
Niños 6-12 años	van con padres	Padres	Parque/Pasear con padres/Cines/deporte
Niños 13-17 años	van con padres o amigos	Padres	Cines/Salas recreativas/ Deporte
Colegios	Excursiones	Padres/APA	Otros viajes
Institutos	Excursiones	Padres/Consejo escolar	Otros viajes
Universidad	Deporte universitario	Padres/Rtas.del trabajo propias	Bares/Cines/Pubs/Viajes/Teatro/Deportes
Universitarios	Compañeros Clase o piso	Padres/Rtas.del trabajo propias	Bares/Cines/Pubs/Viajes/Teatro/Deportes
Jóvenes no universitarios (17-23 años)	Amigos o parejas	Padres/Rtas.del trabajo propias	Bares/Cines/Pubs/Viajes/Teatro/Deportes
23-28 años	Amigos o parejas	Rtas del trabajo propias	Bares/Cines/Pubs/Viajes/Teatro/Deportes
Más de 28 años	Parejas	Rtas del trabajo propias	Bares/Cines/Pubs/Viajes/Teatro/Deportes
Amas de Casa (Cartagena capital)	Clases Patinaje	Rtas del trabajo propias/ Subv. de la CCAA a las asociaciones	Gimnasias de mantenimiento/Pasear
Padres con Hijos entre 0-14 años	Van con sus hijos	Rtas.del trabajo Propias	Visitar a familiares/ Cines/ Pasear con los niños



# PROYECTO FIN DE CARRERA

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

### 3.6. OBJETIVOS DE VENTAS

A la hora de establecer los objetivos se distinguirán varios apartados, el primero serán los objetivos de visitas del público en general que van a la pista de forma individual, el segundo apartado corresponderá a las visitas organizadas con colegios e institutos, el tercero los distintos cursos de patinaje y el cuarto los cursos establecidos con amas de casa.

#### 3.6.1. PÚBLICO EN GENERAL

Se supone (basándose en ratios obtenidos por el I.N.E.) que el grado de conocimiento de la población será:

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Cartagena ciudad	0,80	0,85	0,90
Resto Región	0,70	0,73	0,76

Un reparto de la población objetivo de la siguiente manera:

	TOTAL	ZONA DE CARTAGENA	RESTO
6 a 12 años	148.366	22.386	125.980
13 a 17 años	80.428	13.091	67.337
Universitarios	42.124	6.085	36.039
Jóvenes no universitarios (18-23 años)	104.956	16.898	88.058
23 a 28 años	128.416	17.992	110.424
Más de 28 años	793.768	199.771	593.997
<b>TOTAL</b>	<b>1.298.058</b>	<b>206.513</b>	<b>1.091.545</b>

(Zona de Cartagena = Cartagena + Mazarrón + Fuente Álamo + Torre Pacheco + San Javier + La Unión)  
Fuente: elaboración propia a partir de datos de [www.carm.es/econet/sicrem/p41/index.htm](http://www.carm.es/econet/sicrem/p41/index.htm)

Y la encuesta realizada en el Apartado 2.3 que indica la media de visitas mensuales por segmento y lugar de residencia, cuyos resultados han sido los siguientes:

	ZONA DE CARTAGENA	RESTO
6 a 12 años	0,83	0,33
13 a 17 años	1,70	0,80
Universitarios	1,50	0,50
Jóvenes no universitarios (18-23 años)	1,25	0,65
23 a 28 años	0,57	0,40
Más de 28 años	0,30	0,25

Se obtiene el número de visitas al año para cada segmento de población multiplicando la población por los coeficientes de conocimiento de la pista de hielo, los coeficientes de asistencia obtenidos de la encuesta y aplicando un coeficiente de no repetición de visita de 0,18.

$$PobTot = PobCart \bullet (GradConoc * VisMens * (1 - 0.18)) + Pob Resto \bullet (GradConoc * VisMens * (1 - 0.18))$$



# PROYECTO FIN DE CARRERA

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

SEGMENTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
6 a 12 años	44.533	46.681	48.828
13 a 17 años	573543	60.296	63.049
Universitarios	19.824	20.791	21.758
Jóvenes no universitarios (18-23 años)	46.711	48.985	51.259
23 a 28 años	32.097	33.605	35.112
Más de 28 años	181.888	190.455	199.023
<b>TOTAL</b>	<b>382.595</b>	<b>400.812</b>	<b>419.029</b>

### 3.6.2. CAMPAÑAS ESCOLARES

Además se intentará potenciar el deporte tanto infantil, juvenil como universitario, por lo que se llevarán a cabo acuerdos con colegios, institutos, universidades y Federación de Patinaje de la Región de Murcia.

Teniendo en cuenta que existen los siguientes centros:

	TOTAL	ZONA DE CARTAGENA	RESTO
Colegios	474	114	360
Institutos	388	95	293

(Zona de Cartagena = Cartagena + Mazarrón + Fuente Álamo + Torre Pacheco + San Javier + La Unión)

Los objetivos serán que cada año acudan a patinar una mañana al año los siguientes centros:

#### AÑO 1

	TOTAL	ZONA DE CARTAGENA	RESTO
Colegios	180	90	90
Institutos	160	80	80

#### AÑO 2

	TOTAL	ZONA DE CARTAGENA	RESTO
Colegios	255	125	130
Institutos	225	100	115

#### AÑO 3

	TOTAL	ZONA DE CARTAGENA	RESTO
Colegios	350	150	200
Institutos	270	120	150



# PROYECTO FIN DE CARRERA

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

### 3.6.3. ACUERDOS CON UNIVERSIDADES

Además se llevarán acuerdos con las universidades para impartir como créditos de libre configuración clases de patinaje en asociación con la Federación Regional de Patinaje. Los objetivos son crear los siguientes cursos al año:

	UNIVERSIDAD POLITECNICA CARTAGENA	UNIVERSIDAD DE MURCIA Y CATOLICA S.ANTONIO	UNED
AÑO 1	3	1	0
AÑO 2	4	2	0-1
AÑO 3	5	2	1

### 3.6.4. CURSOS DE PATINAJE PARA NIÑOS

Los objetivos en cuanto a número de grupos a formar serán:

	CURSOS DE PATINAJE
AÑO 1	5 grupos
AÑO 2	6 grupos
AÑO 3	8 grupos

### 3.6.5. CURSOS DE PATINAJE PARA AMAS DE CASA

Los objetivos hacia las amas de casa serán establecer grupos a los que impartir cursos de patinaje, que a tres años serán:

	AMAS DE CASA
AÑO 1	4 grupos
AÑO 2	5 grupos
AÑO 3	7 grupos

### 3.7. ESTRATEGIA

CARTAGENAHELADA S.A., es un centro de ocio- deportivo, donde se pueden practicar variedad de actividades y deportes como pueden ser el patinaje sobre hielo, disfrutar jugando una partida al billar o fútbolín, teniendo siempre la posibilidad de tomarte un refresco o tentempié en la cafetería del centro cuando se desee.

De todo este conjunto de servicios ofrecidos, se ha elegido uno que va a ser al que se le va a dedicar una mayor inversión en todo lo referente a lo que es la inmersión en el mercado del ocio.

Este servicio será el de la pista de hielo, debido a que es este el servicio estrella y el motor de CARTAGENAHELADA.



## PROYECTO FIN DE CARRERA

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

#### 3.7.1. PISTA DE PATINAJE

La pista de hielo se tiene que vender, tanto como un lugar para el ocio donde se pueden pasar unas horas maravillosas realizando una actividad hasta ahora desconocida en Cartagena, como una alternativa para practicar un deporte reservado (debido al clima) a otras zonas de la geografía española.

La intención es que el primer año la conozcan el 80% de la población de Cartagena y el 70% del total de la región.

La estrategia elegida para penetrar en el mercado del ocio será a través de los centros de enseñanza (colegios, centros especiales, institutos de secundaria y universidades).

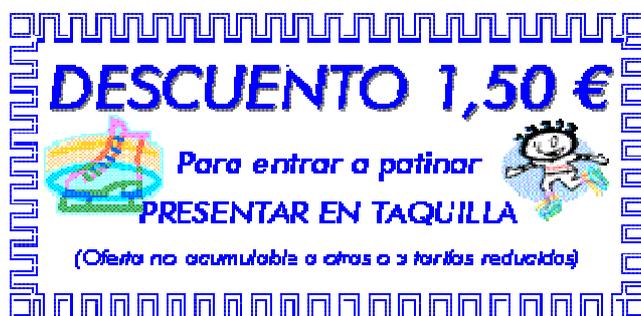
En la Región de Murcia hay 862 centros de educación en los cuales se encuentran estudiando 228.794 alumnos, y 4 universidades con 42.124 universitarios.

Se utilizará este canal para penetrar y para darnos a conocer, siendo estos segmentos los que lleven a los otros a consumir este servicio.

Es decir, en universidades, los alumnos que opten por los créditos de libre configuración, impulsarán a los otros alumnos que no participan, y al resto de amigos no universitarios, familiares o no, a que acudan a nuestro centro de ocio.

En los colegios e institutos de secundaria, se realizarán una fuerte inversión inicial en publicidad y descuentos especiales, con la intención de convencer e ilusionar a los niños, de manera que sean ellos los que actúen como prescriptores frente a sus padres, hermanos, otros familiares o conocidos, para que puedan volver a CARTAGENAHELADA cualquier otro fin de semana.

De esta forma se espera rentabilizar la fuerte inversión inicial, ya que serán estos segmentos los que actúen, siendo ellos el motor principal de la campaña de publicidad.





## PROYECTO FIN DE CARRERA

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

#### 3.7.1.1. COLEGIOS, CENTROS ESPECIALES, E INSTITUTOS DE SECUNDARIA.

El objetivo será que el 40% de los centros de la Región de Murcia visiten la pista el primer año. De ese porcentaje el 50% se espera que sea de Cartagena y el otro 50% del resto de la Región.

Para poder lograr esos números de asistencia, necesitamos visitar el 100% de los centros escolares de la región de Murcia.

Estas visitas se organizarían de la siguiente manera:

Cuatro comerciales serían los encargados durante dos meses de ponerse en contacto con los 862 centros de la región y concertar con los encargados del área deportiva citas para los dos siguientes meses.

Una vez establecidas las citas, se crearán rutas de visitas en función de la zona geográfica.

Dados los horarios lectivos de los centros de enseñanza, se visitarán dos institutos por la mañana y dos colegios o centros especiales por la tarde, para así lograr en tres meses que todos los centros estén visitados.

Los comerciales tendrían la misión a la hora del comienzo de la clase de colocarse en las puertas y dar a los niños folletos informativos, vales descuento para asistir a la pista en fines de semana, así como cualquier tipo de regalos tipo balones de plástico, bolígrafos, etc.

El siguiente paso sería entrevistarse con el responsable de deportes del centro, ofreciéndole las siguientes condiciones:

- Los viajes serían para un máximo de 180 personas (tres autobuses).
- El horario de visita sería de 9:30 a 13:30 de la mañana. (Ver horario 3.6.3)
- El precio de la entrada será de 3,50 euros (2,50 euros más barato que el precio normal).
- El viaje en el autobús correría a cuenta del centro escolar.

El servicio que ofrecemos una vez los alumnos se encuentren en el centro será:

- Enseñar a patinar a todos los alumnos que no sepan.
- Realización de algunos tipos de juego como: Carreras por equipos, el juego del pañuelo, o preparar distintos circuitos para realizar por los alumnos.
- Clases de Hockey sobre hielo.



## PROYECTO FIN DE CARRERA

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

La reserva se realizaría con un mes de antelación como mínimo para dejar así tiempo a los colegios para organizar el viaje y elegir los cursos del colegio que van a ir.

Como se ha dicho antes lo que se espera obtener con esta estrategia es que a los niños, jóvenes y universitarios salgan ilusionados de las instalaciones y se corra la voz de manera que:

- Empujen a los colegios a llevar al resto de las clases.
- Impulsen a sus familiares a llevarlos en fines de semana.
- Empujen a sus entorno (amigos, novios-as, etc.) a que también visiten CARTAGENAHELADA



#### 3.7.1.2. UNIVERSIDADES

La principal misión, será la de convencer al Director General de Deportes de la UPCT y de la UMU , de que al igual que los alumnos de estos centros, pueden optar por realizar todo tipo de deportes como fútbol, baloncesto, piragüismo, y así hasta 20 distintos, como alternativa para cubrir los créditos de libre configuración, también podrían tener la posibilidad de realizar una actividad inédita en Cartagena como pudiera ser el Hockey, patinaje artístico, carreras de velocidad o cualquier otra actividad que se pueda realizar sobre el hielo.



## PROYECTO FIN DE CARRERA

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

Así mismo, se intentará llegar a acuerdos con la UCAM, que aunque no disponen de créditos de libre configuración en deporte, podrían ofrecer cursos a sus alumnos en esta materia.

Serían las propias universidades las encargadas de realizar las matrículas, gestionando el número de alumnos que podrían apuntarse, y reembolsando a la empresa el importe desembolsado por los alumnos.

El cupo sería de 600 alumnos para todo el año, realizándose dos grupos de 300, uno para cada cuatrimestre.

Los días reservados para realizar estos cursos serían los martes y los jueves de 15:00 a 17:00 horas. (Ver horario 3.8)

La estrategia que se utilizará para darse a conocer entre los universitarios será:

- Anuncios en periódicos universitarios y de índole local, donde se colocarían cupones de descuento que posibiliten el obtener una entrada gratis a la hora de comprar otra en las instalaciones, y cartelera en los campus universitarios.

- Se patrocinarán al equipo de Hockey de la universidad así como a cualquier otra sección deportiva.

Los servicios que se va a ofrecer a los universitarios serán los siguientes:

- Enseñar a patinar a todos los alumnos que no sepan.

- Realización de algunos tipos de juego como: Carreras por equipos, el juego del pañuelo, o preparar distintos circuitos para realizar por los alumnos.

- Partidos semanales de Hockey sobre hielo, con una competición interna entre los distintos grupos que se formen en cada uno de los cuatrimestres.

- Una final universitaria de Hockey que se celebrará una vez hayan concluido las clases y los exámenes (segunda quincena de Julio), donde el primer premio será una semana en Mallorca para el equipo ganador.

- Posibilidad de formar parte de la selección universitaria de la Región de Murcia, para poder competir en el siguiente curso con otras universidades de toda España.

*Toda esta estrategia específica para la pista de patinaje, se verá reforzada con una fuerte promoción de tipo general en publicidad, para los restantes segmentos*



## PROYECTO FIN DE CARRERA

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

#### 3.7.1.3. NIÑOS 6- 12 AÑOS

Viernes, sábados y domingos por la tarde, con precios especiales (vales de comida en el burger y patinar).

La publicidad dirigida a este segmento se realizará por las emisoras de radio más juveniles (40 principales, Cadena 100, etc.), donde se realizarán concursos regalando entradas, así como propaganda en los colegios del tipo carteles en las paredes o cartelería de mano.

#### 3.7.1.4. CLASES PARTICULARES A NIÑOS

Los Sábados y los Domingos, de diez a once de la mañana (en temporada escolar), y todos los días de lunes a viernes, de 10.00 a 12.00 horas (en temporada de verano), CARTAGENAHELADA, pone al servicio de los niños que no sepan o quieran patinar mejor, unas clases particulares, dirigidas por profesionales del patinaje sobre hielo, en las cuales existirá una dedicación expresa hacia ellos. (Ver horario 3.8)

En estas clases se les enseñara a:

- Patinar sobre el hielo.
- Patinaje artístico para el que lo deseé.
- Hockey patines para el que lo deseé, con la posibilidad de pertenecer al equipo de Hockey sobre hielo de CARTAGENAHELADA, equipo que se enfrentará al de otras ciudades, en competiciones organizadas por nuestro centro.

La publicidad de este servicio se realizará en el mismo centro de ocio cuando los niños vengan a patinar con sus colegios o por iniciativa propia.

La inscripción se realizará a finales de cada mes, y tendrá una validez mensual, fecha en la que se pagará la cuota del siguiente mes.

El precio será de 30 euros mensuales en temporada escolar y de 75 euros en verano, precio que lleva incluido la hora semanal de patinaje, más la siguiente hora gratis de la pista.

También existe la posibilidad de comprar un abono válido para tres, seis o nueve meses y cuyo precio será de 75, 140 o 200 euros respectivamente.

Los alumnos que quieran pertenecer a los equipos de Hockey y patinaje artístico, deben abonarse con la cuota de 200 euros, válida para nueve meses.

El servicio se interrumpirá los meses de Junio y Septiembre, debido a que estas épocas son las de exámenes.



## PROYECTO FIN DE CARRERA

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

#### 3.7.1.5. AMAS DE CASA

Este es un segmento de la población al que se le puede sacar bastante rentabilidad, ya que además del número de mujeres que se consiga llevar a la pista, es una ocasión fenomenal para convencer a las madres del gran servicio que se ofrece, y que estas influyan en sus familias para visitar CARTAGENAHELADA.

Por las tardes, a primera hora, se pondrá al servicio de éstas, unas clases de patinaje tanto artístico como deportivo. (Ver horario 3.8)

Estas clases se impartirán los lunes, miércoles y viernes de cuatro a cinco de la tarde, y estarán dirigidas por monitores expertos que tratarán de que todas las asistentes puedan ejercer esta actividad o deporte, de la manera más cordial y cercana a las necesidades de las amas de casa.

La estrategia de acercamiento a este segmento, se realizará también por medio de los comerciales, los cuales serán los encargados de dirigirse a las asociaciones vecinales o de amas de casa de Cartagena, ofreciéndoles el servicio como alternativa a la gimnasia rítmica, footing, o gimnasia de mantenimiento así, como también una manera maravillosa y divertida de hacer deporte.

La inscripción se realizará a finales de cada mes, y tendrá una validez mensual, fecha en la que se pagará la cuota del siguiente mes.

El precio será de 30 euros mensuales, los cuales llevan incluidos la hora semanal de patinaje, más la siguiente hora libre de la pista.

También existe la posibilidad de comprar un abono válido para tres, seis o nueve meses y cuyo precio será de 75, 140 o 200 euros respectivamente.

El servicio se interrumpirá entre los meses de Junio y Septiembre, ambos incluidos debido a que si los niños tienen jornada intensiva, habrá muchas madres que no podrán venir.

#### 3.7.1.6. PADRES

Se tiene que intentar convencer a los padres para que lleven a sus hijos a las instalaciones, explicándoles que el ocio que se ofrece es una sana alternativa a todos los malos vicios que hoy en día existen en nuestra sociedad.

Se regalarán entradas para una familia completa que lleve incluido una comida más patinaje para los hijos y para los padres en concursos de radio, club del lector o de cualquier otra empresa con la que podamos llegar a un acuerdo para realizar esta promoción.



## PROYECTO FIN DE CARRERA

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

*Ya, por último, CARTAGENAHELADA presenta para la pista de patinaje, unas promociones generales con el fin de reforzar su estrategia.*

- Realización de festivales en fechas señaladas, como por ejemplo, en Navidad, algunos fines de semana y otros días de fiesta. Se traerán unos espectáculos como por ejemplo el Dr. Fiebre que realiza una actuación con fuego, bailes, etc.
- Se traerán algunos grupos de patinaje artístico y espectáculos de imagen y sonido.
- Se intentarán organizar partidos internacionales, o finales nacionales, de Hockey sobre hielo, para así, dar a conocer este deporte y provocar que el público se ilusione y termine practicando el hockey en nuestras instalaciones.
- Se pondrán a la venta carnets de abonado para poder acceder a la pista durante todo el año.
- Existirán bonos para grupos de personas mayor de un determinado número (Ej. 10 personas), que abaratan la entrada a las instalaciones.
- Las personas jubiladas tienen derecho a entrada gratis.
- Con los carnets universitarios, de colegios o institutos el precio de la entrada se verá reducido a 4,50 euros sólo para días laborables.
- El día del patinador será el miércoles por la tarde y noche. El precio de la entrada se verá reducido a 4,50 euros para todos los clientes que opten por ir a patinar.

Como publicidad general, anunciaremos CARTAGENAHELADA S. A. en TeleCartagena, TVE para Murcia, carteles gigantes en autopistas de acceso a Cartagena y centro de la ciudad, vayas publicitarias del Polideportivo, estadio de fútbol, etc.

Lo que se va a publicitar para intentar vender más tarde, es CARTAGENAHELADA S. A. como un centro de ocio formado por un servicio de ocio y uno de deporte, y no sólo la pista de hielo, aunque ésta se trate de nuestro principal reclamo al ser el servicio más importante que vendemos.



#### 3.7.2. CAFETERIA.

La estrategia escogida para intentar obtener la máxima rentabilidad a este negocio será la de arrendamiento. CARTAGENAHELADA S.A. se reserva el derecho de seleccionar al arrendatario del local, imponiendo una serie de reglas de imagen corporativa, así como unos convenios ya establecidos por el área de Marketing referentes a distintas promociones de descuentos en comidas y cenas, cuyas condiciones se negociarán en su momento.



# PROYECTO FIN DE CARRERA

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

CARTAGENAHELADA, a cambio, será el encargado de realizar la publicidad, limpieza y seguridad de estos dos negocios, como parte integrante que son del centro de ocio.

### 3.8 HORARIOS

#### Temporada de Invierno (Octubre a Mayo, 36 semanas)

horario	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
9:30-10	Colegios	Colegios	Colegios	Colegios	Colegios		
10-11						Clases	Clases
11-12							
12-13							
13-14							
14-15							
15-16		Univ.		Univ.			
16-17	Amas Casa	Univ.	Amas Casa	Univ.	Amas Casa		
17-18							
18-19							
19-20							
20-21							
21-22							
22-23							
23-00							
00-1							

#### Temporada media (Junio y Septiembre, 8 semanas)

horario	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
9:30-10	Cerrado						
10-11							
11-12							
12-13							
13-14							
14-15							
15-16							
16-17							
17-18							
18-19							
19-20							
20-21							
21-22							
22-23							
23-00							
00-1							



# PROYECTO FIN DE CARRERA

## ESTUDIO DE VIABILIDAD PISTA DE PATINAJE SOBRE HIELO

### CARTAGENAHELADA S.A.

#### Temporada de Verano (Julio y Agosto, 8 semanas)

horario	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
9:30-10							
10-11	Clases A	Clases C	Clases A	Clases C	Clases A		
11-12	Clases B	Clases C	Clases B	Clases C	Clases B		
12-13							
13-14							
14-15							
15-16							
16-17							
17-18							
18-19							
19-20							
20-21							
21-22							
22-23							
23-00							
00-1							

Clases A: Iniciación

Clases B: Medio

Clases C: Expertos

### **3.9. MODO DE FUNCIONAMIENTO DE LA PISTA DE PATINAJE**

La pista de patinaje es sin duda el producto líder del centro de ocio. El modo de funcionamiento que se ha previsto para la misma es la siguiente:

Uno de los aspectos más importantes a tener en cuenta a la hora de hablar de la utilización de la pista por parte de los usuarios es que el tiempo de estancia en la pista de patinaje una vez adquirido el ticket es ilimitado, por tanto cualquier cliente podrá permanecer el tiempo que desee patinando. Se considera que esta medida no debe provocar una aglomeración de usuarios en la pista puesto que patinar no deja de ser un ejercicio que conlleva un cansancio y una vez que se sale no se puede volver a entrar a no ser que se pague.

Otro aspecto importante es el equipamiento necesario para patinar, este debe constar de unos guantes que eviten posibles cortes en caso de caída, y de un casco, este sólo de obligado uso para niños menores de diez años. Cabe destacar que se disponen de seiscientos patines, suficientes para hacer frente al máximo de gente que pueda ocupar la pista.



## PROYECTO FIN DE CARRERA

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

Entrada y salida a la pista: será la taquillera la que entregue los patines a los clientes, dependiendo de la afluencia a la pista el número de taquilleras variará y se colocará una exclusivamente repartiendo patines. La manera que se ha ideado para controlar las posibles sustracciones de patines, cascos, etc. Es la de poner una única puerta de entrada y salida a la pista, puerta donde se entregaran los patines al cliente al entrar y donde este los entregará a la salida. Una vez que el patinador adquiere el ticket, se le dan los patines, los guantes y el casco en caso de que sea menor de 10 años o lo solicite. Después debe bordear la pista hasta el vestuario donde puede cambiarse y guardar sus cosas en una taquilla. Desde el vestuario hasta la pista el suelo es especial para que el patinador no se resbale ni estropee las cuchillas de los patines.

- Capacidad de la pista, según informes técnicos la pista puede ocuparse hasta una persona por cada tres metros cuadrados, por lo tanto la capacidad máxima de la pista es de 550 personas.
- Monitores: siempre hay un monitor en la pista que vela por la seguridad y de los patinadores así como enseñar los pasos básicos para patinar. Cuando haya clases habrá dos monitores. Para ver las funciones del monitor mirar la sección de recursos humanos.
- Limpieza: la máquina alisadora de la pista pasará cada hora durante 5 minutos, tiempo durante el cual los patinadores deben abandonar la pista, a mediodía se realizará una limpieza más profunda durante media hora.

### 3.10. PRECIO

El listado de tarifas que se ha desarrollado para la pista de patinaje es el siguiente:

#### TARIFAS (incluyen el material: patines, guantes y casco)

NIÑOS HASTA 5 AÑOS	3.50 €
NIÑOS 6 a12 AÑOS	4.50 €
ADULTOS (+13 años)	6.00 €
CARNET ESTUDIANTE/UNIVERSITARIO	4.50 €
ESPECIAL DIA PATINADOR	4.50 €
ENTRADAS SOCIOS CLUB	4.50 €
BONOS COLEGIOS (cada niño, profesor gratis)	3.50 €
GRUPOS DE DIEZ NIÑOS (de 6 a 12)	40.00 €
GRUPOS DE DIEZ (+13 años)	55.00 €
ENTRADAS PACK PATINAJE + CENA	8.50 €

Como se puede observar el criterio a la hora de determinar los precios de acceso a las pistas de patinaje están basados en las promociones y teniendo en cuenta cual va a ser el principal publico objetivo: niños (colegios) y universitarios. Y en base a este publico objetivo se puede ver que se premian por ejemplo el hecho de ser universitario y



## PROYECTO FIN DE CARRERA

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

acreditarlo con su carné, el ser menor y las promociones que intentan atraer a grupos de varias personas; sin olvidar por supuesto los precios que se le harían a los colegios.

- Estrategia de precios: teniendo en cuenta que uno de los principales argumentos comerciales que se tienen es el de las promociones que permitan disfrutar de dos servicios al precio de uno, esta claro que se debería optar por una estrategia de precios conjuntos ( es decir, dos servicios complementarios que son ofrecidos a un precio inferior si se venden juntos). Además cabe destacar que se trabajaría con precios medios (homogéneos), es decir precios semejantes a los del resto de ocio en Cartagena.
- Fijación de precios: Los parámetros en función de los cuales se va fijar los precios serían: los precios de referencia del mercado ( como se ha dicho los precios van a ser mas o menos parecidos a los del resto del ocio en Cartagena); y también en función del perfil de los clientes, es decir, teniendo en cuenta la segmentación que se hizo se sabe que hay algunos clientes que pueden estar interesados, o les es más asequible el servicio con unos precios más bajos ( niños, universitarios, etc.) y otros a los que les se pueden aplicar un precio homogéneo al del ocio en Cartagena. Se intenta fijar unos precios inferiores a los De Elche para atraer al público que antes iba al “Elche Squash Club”.

([www.azida.net/elchesquashclub/usuario/cuotas\\_phielo.htm](http://www.azida.net/elchesquashclub/usuario/cuotas_phielo.htm))



## PROYECTO FIN DE CARRERA

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

#### 3.11. PUBLICIDAD

Estrategias publicitarias:

- Estrategias competitivas: estas serían las estrategias promocionales de las que se ha estado hablando. No se utilizarían estrategias comparativas ni de seguimiento, puesto que el consumidor no considera que la oferta de ocio este en competencia como la de un producto, éste sólo quiere entretenerse. Por tanto la idea es promocionar el nuevo centro y no compararse con por ejemplo los cines.
- Estrategias de desarrollo: Se llevarían a cabo estrategias extensivas, es decir, lo que se esta buscando son nuevos clientes puesto que es un servicio nuevo al mercado. No es preciso llevar a cabo fidelización puesto que todavía no se dispone de estos clientes.



Medios publicitarios: los medios publicitarios escogidos serían prensa, radio y vallas publicitarias. El plan de lanzamiento y mantenimiento publicitario de la pista es el siguiente:

Vallado.

1. Periodo de lanzamiento: Dos semanas antes y una después de la fecha de inauguración del local.

Vallas publicitarias: 600 vallas:

- Mobiliario urbano: 200.
- Vallas: 100.



## PROYECTO FIN DE CARRERA

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



- Publicidad colgante farolas: 300, alrededor de Universidad, calles cercanas a colegios y vías principales.
- Patinadores entregando folletos con vales de descuento vestidos con traje patinaje artístico, situados en calles céntricas de Cartagena y el puerto.

#### 2. Periodo de mantenimiento: 130.

- Mobiliario: 50
- P. Colgante: 60
- Vallas: 20

#### Radio y prensa.

1. Lanzamiento: 15 anuncios en C40, y C100
2. (jóvenes), 5 COPE, Ser, Onda Cero. Prensa: 3 días antes de la inauguración: 2 La verdad, 2 La opinión. (Día inauguración = Página completa).
3. Mantenimiento: 5 (C40, C100); 2 . Prensa: 1 anuncio un día a la semana (jueves) en La Verdad y La Opinión--- Reportaje sobre pista después de un mes.
4. Folletos: 200000. Datos: 100000 de cada modelo. (Total = 800000).



#### Ver Anexo 4

#### Promoción.

Como se ha dicho, las estrategias de precios están basadas en las promociones. Se considera que la mejor forma de entrar con un servicio nuevo en un mercado es a base de este tipo de estrategia que permita hacer que los clientes conozcan la pista, como se ha dicho al ser un servicio nuevo no se puede utilizar estrategias de fidelización y por tanto se cree que es más conveniente recurrir a las promociones. Así por ejemplo se ven estos tipos de promociones:



## PROYECTO FIN DE CARRERA

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

- Precios más asequibles para los niños menores de 12 años.
- Precio también más reducido para los estudiantes universitarios



- Establecer un día del patinador, así todo el mundo podrá tener un día en el que pueda patinar a un bajo precio.
- Posibilidad de pertenecer a un club de socios.
- Los precios especiales a los colegios.
- Se premiarán los grupos.
- La oferta de servicios de manera conjunta es otro de los elementos de los que se quieren hacer uso en la campaña puesto que así se puede hacer conocer todos los servicios que ofrece el centro.

Relaciones públicas: Patrocinio de eventos deportivos.



## PROYECTO FIN DE CARRERA

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

#### 3.12. PROVEEDORES

Los proveedores son exclusivamente proveedores de inmovilizado ya que CARTAGENAHELADA solamente vende servicios y no se tiene materia prima alguna que transformar.

Los proveedores de inmovilizado son:

- Empresa constructora: Promociones Maracaibo arenas Blancas S.L.  
Poeta V. Medina 5 Murcia
- Pista de hielo y sistemas de refrigeración: CustomIceInc. Burlington, Ontario, Canada.
- Patines, cuchillas, guantes y cascos: Lestel Skates. Dirección: Canigó 3. Barcelona.  
Telf. 93 427 44 36
- Taquillas: Garylor, Equipamientos Integrales. Dirección: C/ FLORIDABLANCA, 4,  
APARTADO 69 - 30180 - BULLAS Teléfono: 968654801
- Mobiliario: Artemobel. Dirección: Ctra. de Villena Km. 4,5. Yecla. (Murcia)  
Telf. 968 79 20 85
- Equipo de sonido y audio: - Lexon SA. C\ Gresolet 14 Barcelona.  
Telf. 936 02 14 00  
- Citysound, S.L. Telf.: 926 26 20 01
- Limpieza: MNC C/ Sierra Espuña, 23-24  
CARTAGENA 30310 MURCIA  
Tlf: 968 532 508 Fax: 968 126 460