

Empresas de tempo libre

* NAS COMARCAS DE NOIA, BARBANZA E SAR

46*

Índice

1. INTRODUCCIÓN.....	4
1.1. Uso de la guía y ámbito de análisis	4
2. DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD Y PERFIL DE LA EMPRESA-TIPO.....	4
3. PRINCIPALES CONCLUSIONES	9
4. EL CONTEXTO SECTORIAL.....	11
4.1. El desarrollo y cobertura de las actividades de ocio y tiempo libre	12
5. ANÁLISIS DEL MERCADO	17
5.1. Referencias estadísticas genéricas.....	17
5.1.1. Análisis de la oferta	18
5.1.2. Análisis de la demanda.....	23
5.1.3. Definición de un método de cálculo genérico del tamaño de mercado .	27
5.2. Marketing	29
5.2.1. Producto.....	30
5.2.2. Precio	31
5.2.3. Fuerza de ventas.....	32
5.2.4. Promoción	32
5.3. Análisis económico financiero	33
5.3.1. Inversiones.....	34
5.3.2. Gastos	35
5.3.3. Previsión de ingresos	38
5.3.4. Estructura de la cuenta de resultados	39
5.3.5. Financiación.....	41
5.4. Recursos humanos.....	42
5.4.1. Perfil profesional	43
5.4.2. Estructura organizativa.....	44
5.4.3. Servicios exteriores	45
5.4.4. Convenios colectivos aplicables	45

6. VARIOS	46
6.1. Regímenes fiscales preferentes.....	46
6.2. Normas sectoriales de aplicación.....	47
6.3. Ayudas.....	49
6.4. Organismos.....	50
6.4.1. Organismos oficiales	50
6.4.2. Asociaciones profesionales	51
6.4.3. Centros de estudio	52
6.5. Páginas útiles en Internet.....	54
6.6. Bibliografía	54
6.7. Glosario	55
7. ANEXOS	57
7.1. Anexo de información estadística de interés.....	57
7.2. Anexo de proveedores.....	63
7.3. Anexo de ferias.....	65
7.4. Anexo de formación	66
7.5. Anexo sobre modalidades de contratación.....	68
7.6. Anexo de ayudas.....	69
7.7. Anexo de páginas web de interés.....	77
7.8. Reflexiones para la realización del estudio de mercado.....	79
8. NOTA DE LOS AUTORES	80

1. INTRODUCCIÓN

El siguiente documento es el resultado de un proceso de adaptación de las Guías de Actividade a los entornos locales, proceso que se enmarca dentro del **Proyecto de Detección de Oportunidades de Negocio: Dinamización Empresarial dirigida en las comarcas de Galicia**, desarrollado por el BIC Galicia en colaboración con la Consellería de Asuntos Sociais, Emprego e Relacións Laborais y la Axencia de Desenvolvemento Rural (AGADER).

Este proyecto surge con el objetivo de mostrar, a los Agentes de Desarrollo Local y los Técnicos de Empleo, la metodología necesaria para analizar la potencialidad de las distintas actividades en sus respectivas zonas de actuación a través de las Guías de Actividade Empresarial, ya que ellos son elementos de dinamización del territorio y actúan como intermediadores y colaboradores en el desarrollo económico y social (es decir, tienen un contacto directo con los emprendedores y deben ejercer una actuación dinámica, de asistencia técnica y estar en constante proceso de búsqueda y actualización de la información económica y social), y, por otra parte, las Guías de Actividade se configuran como el instrumento de asesoramiento a los emprendedores y de impulsión de nuevas empresas, ya que permiten evaluar nuevas ideas de negocio y ayudan a los técnicos y emprendedores a analizar la viabilidad de un proyecto empresarial.

1.1. Uso de la guía y ámbito de análisis

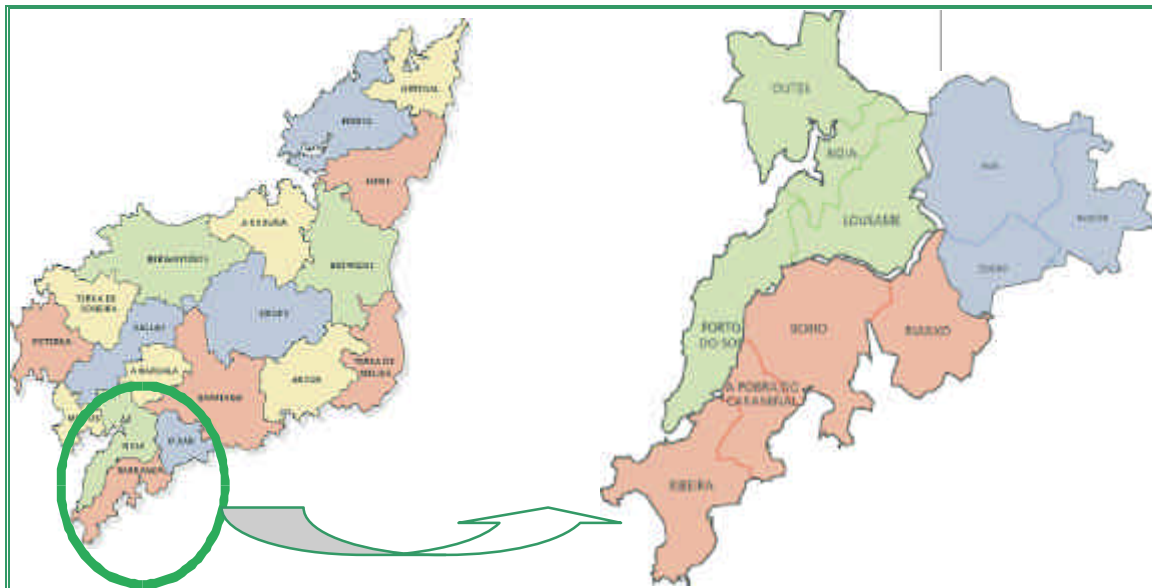
El objetivo de este documento es adaptar la información contenida en la guía de **Empresas de tiempo libre** a la realidad socioeconómica de este territorio, ofreciéndote una información más cercana de tu ámbito social y empresarial.

La adaptación de la información a las características de la zona ha sido realizada por los técnicos locales de empleo de los municipios de las Comarcas Noia, Barbanza y Sar, que forman parte de la Rede de Técnicos de Emprego, coordinada por la Consellería de Asuntos Sociais, Emprego e Relacións Laborais a través de la Dirección Xeral de Promoción do Emprego.

Para completar la información que ofrece esta guía con datos en el ámbito gallego y nacional, deberás tener la Guía de Empresas de tiempo libre realizada para Galicia, que puedes está a tu disposición en la web: <http://guias.bicgalicia.es>.

La Zona de intervención de este estudio comprende los términos municipales de Boiro, Dodro, Lousame, Noia, Outes, Padrón, Porto do Son, Pobra do Caramiñal, Ribeira, Rianxo y Rois, integrados en las comarcas de Noia, Barbanza y Sar.

Este territorio, enclavado en el extremo suroccidental de la provincia coruñesa, tiene como límite meridional las comarcas de Caldas y O Salnés, como límite oriental la comarca de Santiago y la de Tabeirós-Terra de Montes, como límite septentrional las comarcas de Barcala, Xallas y Muros y, finalmente, la frontera al oeste es el Océano Atlántico.



2. DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD Y PERFIL DE LA EMPRESA-TIPO

Podemos definir las **empresas de tiempo libre** como aquellas organizaciones de carácter privado y con ánimo de lucro cuyo ámbito de actividad consiste en llevar a cabo actividades lúdico deportivas dirigidas a la utilización del tiempo de ocio de sus participantes de una forma sana y positiva.

Este tipo de empresas pueden abarcar todo tipo de actividades consideradas de tiempo libre y ocio:

- Actividades en contacto con la naturaleza;
- actividades deportivas;
- actividades culturales;
- actividades artísticas;
- manualidades;
- juegos; etc.

La aparición de empresas de tiempo libre es reciente. Tradicionalmente, este ámbito de actividad ha estado en manos de las instituciones públicas, de las asociaciones juveniles y en general, de organizaciones sin ánimo de lucro, ya que el ocio y el tiempo libre son áreas de interés general según la Ley de Voluntariado de Galicia.

La normativa básica de aplicación que afecta a las actividades de tiempo libre se regula por el Decreto 50/2000, de 20 de enero publicado en el DOG nº 49 de 10 de marzo de 2000. La Consellería de Familia, Xuventude, Deporte e Voluntariado a través de la Dirección Xeral de Xuventude y sus Delegaciones provinciales, gestiona, autoriza y establece las condiciones necesarias que deben cumplir las actividades relacionadas con el ocio y el tiempo libre. Sin embargo, no existe por el momento una legislación específica que regule la creación de empresas de tiempo libre y las condiciones en que debe ejercerse la actividad.

Manuel García Fernando en su libro *Tiempo Libre y Actividades Deportivas de la juventud en España* clasifica las actividades de tiempo libre en función de tres criterios: tiempo, cantidad de movimiento y forma de la actividad:

1. Tiempo: La cantidad de tiempo disponible marcará los objetivos y la forma de actuar en la actividad. Los módulos más usuales son los siguientes:

- De doce a quince días: Suele utilizarse en las actividades propias del verano, cuando la disponibilidad de tiempo libre es mayor. Constituyen las actividades estrella, las más complejas, pero las que más oportunidades ofrecen al monitor para desarrollar su trabajo. Además de los viajes al extranjero, permiten realizar viajes por cualquier punto del territorio nacional.

- De cinco a ocho días: Adecuado a cumplimentar la demanda de ocio en Semana Santa o para actividades escolares.
- De dos a cuatro días: Muy útil para ser incluido en programas de conocimiento de entornos naturales de la provincia o Comunidad Autónoma.
- De medio a un día: Suelen consistir en el recorrido de sendas o itinerarios ecológicos prefijados y próximos al punto de origen.

2. Cantidad de movimiento: Es otro de los factores importantes y está en relación directa con la disponibilidad de vehículo durante el tiempo que dure la actividad. El radio de acción se incrementa si los participantes disponen de un autocar que les permite realizar excursiones de un día a partir del campamento base.

En cualquier caso hay que tener en cuenta que el factor novedad es muy importante en las actividades de tiempo libre y que éste se suele incrementar con la cantidad de movimiento. Es tarea del monitor introducir el factor de novedad aún en un espacio reducido de terreno.

3. Forma de la actividad: Es el mapa que muestra el recorrido total de la actividad. Un campamento fijo con excursiones radiales que vuelven siempre al mismo punto de partida sería un ejemplo de actividad en bucle; un campamento itinerante en que cada día se pernocta en un lugar distinto lo sería de actividad lineal. Lo habitual es la combinación de ambas modalidades.

De acuerdo con la Clasificación Nacional de Actividades Económicas del año 1999 (CNAE-93), la actividad se incluye en el epígrafe 92.621 *Clubs y escuelas deportivas*.

Existe otro sistema de clasificación menos utilizado llamado SIC (Standard Industrial Classification). Según este sistema, esta actividad se incluye dentro del sector 79 Actividades recreativas, culturales y deportivas y se identifica con el código 41 *Clubs deportivos*.

En el siguiente cuadro identificamos la actividad en ambos sistemas de clasificación:

CNAE-93	SIC
92 Actividades recreativas, culturales y deportivas	79 Servicios para entretenimiento y ocio
92.62 Otras actividades deportivas	41 Clubs deportivos
92.621 Clubs y escuelas deportivas	

A continuación te ofrecemos las características de la empresa de tiempo libre más habitual para iniciarse en la actividad. Los datos representados se ajustan al supuesto establecido para la realización del plan de empresa. Hemos considerado una empresa de tiempo libre que realiza 15 actividades a lo largo del año. El desglose puedes comprobarlo en el apartado 5.3 Análisis económico-financiero:

CARACTERÍSTICAS DE LA EMPRESA-TIPO DE TIEMPO LIBRE ESTABLECIDA	
CNAE/SIC	92.621/41.
IAE	Varios epígrafes: 967.2 (Escuelas deportivas), 934 (Enseñanza fuera del establecimiento permanente) o 999 (Clubs).
Condición jurídica	Sociedad Limitada (2 socios).
Facturación	69.664,24 euros.
Localización	Zonas metropolitanas.
Personal y estructura organizativa	2 personas fijas y personal de apoyo diverso en función de las actividades (en nuestro caso otros dos).
Instalaciones	Local de 100 m ² con zona destinada a almacén.
Clientes	Colectividades (asociaciones de vecinos, juveniles, APAS, clubs de jubilados, ayuntamientos, etc.).
Cartera de productos	Actividades programadas (campamentos, talleres), actividades no programadas (jornadas divulgativas, excursiones de un día, etc.).
Herramientas de promoción	Presentación en las distintas colectividades de la zona, trípticos y el <i>boca a boca</i> .
Valor del inmovilizado/inversión	20.434,41 euros.
Importe gastos	58.053,53 euros.
Beneficio bruto (%)	16,67%.

3. PRINCIPALES CONCLUSIONES

- La creciente urbanización, el incremento general del bienestar, el aumento del nivel cultural y la mayor disponibilidad de tiempo libre son los principales factores causantes de la aparición de nuevos yacimientos de empleo destinados a satisfacer las necesidades de ocio de las personas.
- Es muy difícil cuantificar las partidas de los presupuestos dedicados a programas de carácter social (en los que se enmarcan las actividades de naturaleza sociocultural) debido a que la Xunta de Galicia delega responsabilidades de control, gestión y asignación presupuestaria a las Administraciones Locales; lo que sí podemos decirte es que cobran cada vez más importancia dentro de los presupuestos de los Ayuntamientos.
- El objetivo de los programas socioculturales no es sólo entretener sino también fomentar el aprendizaje del uso del tiempo libre por parte de los ciudadanos e, incluso, las relaciones sociales y comunitarias de los participantes con el objeto de favorecer la implicación y el fortalecimiento de las redes sociales de la comunidad.
- Las condiciones que deben cumplir las instalaciones juveniles se regulan en el Decreto 50/2000 de 20 de enero. Anualmente, la Consellería de Familia, Xuventude, Deporte e Voluntariado edita un Directorio de Centros en el que puedes encontrar la red de centros para la juventud reconocidos por la Xunta de Galicia. No obstante, las empresas de tiempo libre carecen de una regulación específica.
- En este ámbito de actividad tienen una presencia importante las organizaciones sin ánimo de lucro. En la zona de estudio existen 25 asociaciones juveniles y 9 entidades prestadoras de servicios a la juventud.
- Las perspectivas de futuro son buenas si se aprovechan los nichos de mercado existentes, sobre todo, en los espacios rurales y para los segmentos de edad más avanzados de población.
- Actualmente, las empresas encuestadas reconocen una excesiva dependencia de los programas que se realizan desde las instituciones públicas, lo que provoca que un elevado porcentaje de su cifra de negocios proceda del sector público. A medida que aumente la demanda privada de colectivos y particulares esperan corregir esta situación económica excesivamente vulnerable.
- El mercado de las actuaciones de tiempo libre es un mercado en vías de desarrollo en el que no hay suficiente especialización por parte de las empresas. Lo habitual es que las empresas existentes no se dediquen en exclusiva a una actividad o grupo de actividades.
- El perfil profesional variará en función del tipo de actividad a desarrollar, aunque lo normal es que una parte del personal disponga del título de monitor de tiempo libre. Las entrevistas realizadas han puesto de manifiesto que el tiempo libre cuenta con un número relativamente elevado de profesionales discontinuos.
- Debes cuidar la calidad del servicio, ya que las actividades se dirigen a personas. Por esta razón es necesario que tanto la metodología como la didáctica pedagógica y el personal dedicado a la realización de las programaciones sea el apropiado para cada actividad. Si no transmites seriedad en la organización y el cumplimiento de las mismas difícilmente tu producto adquirirá el valor necesario que los clientes exigen para contratar tus servicios.

- No existe un convenio colectivo de aplicación a la actividad. Los salarios se fijan en base al salario mínimo interprofesional.
- Las instituciones públicas conceden ayudas específicas para las empresas de tiempo libre.

4. EL CONTEXTO SECTORIAL

La lectura de este capítulo te permitirá conocer:

- > **LOS FACTORES DESENCADENANTES DE LA APARICIÓN DE NUEVOS YACIMIENTOS DE EMPLEO RELACIONADOS CON EL OCIO Y EL TIEMPO LIBRE.**
- > **LA ACTUACIÓN DEL SECTOR PÚBLICO EN EL ÁMBITO DEL TIEMPO LIBRE.**
- > **LOS PROGRAMAS INSTITUCIONALES Y LAS INSTALACIONES JUVENILES RECONOCIDAS OFICIALMENTE.**

El análisis del contexto sectorial arroja las siguientes conclusiones básicas:

- **La creciente urbanización, el incremento general del bienestar, el aumento del nivel cultural y la mayor disponibilidad de tiempo libre son los principales factores causantes de la aparición de Nuevos Yacimientos de Empleo destinados a satisfacer las necesidades de ocio de las personas.**
- **Como en otros ámbitos de actividad (educación, deporte etc.), la actuación del sector público ha sido determinante para dar cobertura a las necesidades de ocio y tiempo libre de los ciudadanos, especialmente de la población infantil y juvenil.**
- **Actualmente, los servicios sociales tienen el estatus de una de las áreas de gobierno municipal imprescindibles. Así, hoy en día no existe Ayuntamiento que no tenga una concejalía o un departamento dedicado en exclusiva a proyectos de Bienestar Social o Servicios Sociales.**
- **Anualmente, la Consellería de Familia, Xuventude, Deporte e Voluntariado edita un Directorio de Centros en el que puedes encontrar la red de centros (residencias juveniles, albergues, campamentos, etc.) para la juventud reconocidos por la Xunta de Galicia. Además de los centros de carácter público, encontrarás otros de iniciativa privada vinculados, en su práctica totalidad, a asociaciones sin ánimo de lucro.**

4.1. El desarrollo y cobertura de las actividades de ocio y tiempo libre

¿Cuál es el papel del sector público en el ámbito del ocio y tiempo libre?

¿Qué objetivos persiguen las corporaciones locales en la cobertura de las necesidades socioculturales de los ciudadanos?

¿Qué programas tiene en marcha actualmente la Xunta de Galicia en materia de ocio y tiempo libre para los jóvenes?

¿Cuántas empresas se dedican a actividades de tiempo libre en Galicia?

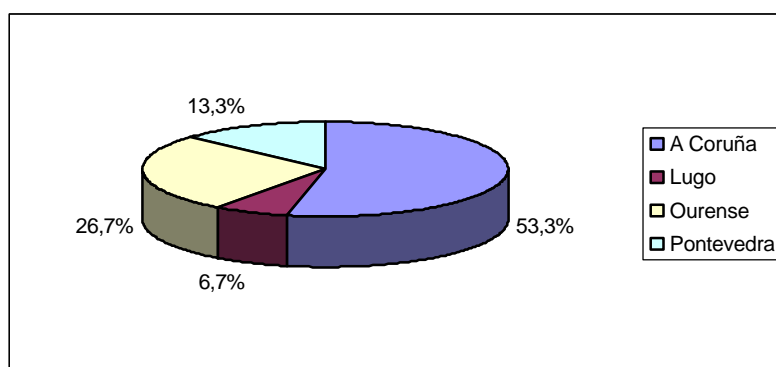
¿Cómo se distribuyen?

La creciente urbanización, el incremento general del bienestar, el aumento del nivel cultural y la mayor disponibilidad de tiempo libre son los principales factores causantes de la aparición de Nuevos Yacimientos de Empleo (NYE) destinados a satisfacer las necesidades de ocio de las personas.

En este campo es importante señalar la relación que las actividades de ocio y tiempo libre tienen con otros NYE, concretamente con el turismo especializado (rural, activo, cultural y náutico). La importancia de las nuevas alternativas turísticas se encuentra en la aparición de nuevas necesidades de la demanda, que se interesa más por la calidad del tiempo vacacional y que busca cada vez más motivaciones culturales y medioambientales.

El tiempo libre es una actividad reciente en Galicia, por lo que cuantificar las empresas resulta difícil ya que apenas existen como tales. De hecho, por medio de directorios comerciales (QDQ, Páginas Amarillas) se han identificado 15 en Galicia. En la siguiente gráfica puedes observar la distribución provincial de estas empresas y comprobar que el 60% del total se reparte entre A Coruña y Pontevedra.

Cuadro 1: Gráfico de distribución provincial de empresas de ocio y tiempo libre, Galicia, 2004 (%)



Fuente: Elaboración propia.

Adicionalmente, existen empresas de animación infantil, parques de atracciones y ocio, parques infantiles, etc., que desarrollan dentro de sus actividades algunas que

pueden englobarse dentro de las actividades de ocio y tiempo libre y que no han sido incluidas en la distribución anterior.

Por lo que se refiere a las escuelas de tiempo libre, según datos de las Delegaciones de Xuventude de las cuatro provincias gallegas, en el 2004 existían 31 dedicadas principalmente a la formación de profesionales de tiempo libre, que dependen de entidades sin ánimo de lucro (asociaciones, fundaciones, etc.).

Como hemos comentado en diversos apartados de esta Guía, en este ámbito de actividad tienen una presencia importante las organizaciones sin ánimo de lucro. Una buena parte de estas actividades se cubren mediante asociaciones no lucrativas que cuentan con un gran número de colaboradores de carácter voluntario. Según el Directorio de Fundaciones e Entidades de Iniciativa Social de la Xunta de Galicia, existen en Galicia 898 asociaciones juveniles y 357 entidades prestadoras de servicios a la juventud. El desarrollo del asociacionismo en los últimos años y, paralelamente, del voluntariado han influido en esta actividad, ya que el ocio y el tiempo libre es un objetivo reconocido en la Ley del Voluntariado de Galicia.

En el apartado 7.1 Anexo de Información Estadística de Interés puedes consultar esta información.

Como en otros ámbitos de actividad (educación, deporte etc.), la actuación del sector público ha sido determinante para dar cobertura a las necesidades de ocio y tiempo libre de los ciudadanos, especialmente de la población infantil y juvenil. La Constitución Española, en su Artículo 43.3, señala que “los poderes públicos fomentarán la educación sanitaria, la educación física y el deporte. Asimismo facilitarán la adecuada utilización del ocio”. Por su parte, el Estatuto de Autonomía de Galicia establece en su Artículo 27 que corresponde a la Comunidad Gallega la competencia exclusiva de las materias de fomento de la cultura, la promoción del deporte y la adecuada utilización del ocio.

Es muy difícil cuantificar las partidas de los presupuestos dedicados a programas de carácter social (en los que se enmarcan las actividades de naturaleza sociocultural) debido a que la Xunta de Galicia delega responsabilidades de control, gestión y asignación presupuestaria a las Administraciones Locales, pero lo que sí se puede afirmar es que cobran cada vez más importancia dentro de los recursos económicos de los Ayuntamientos. Según consultas realizadas durante la elaboración de esta Guía, el porcentaje es, en muchos casos, cercano al 15% del presupuesto global municipal.

Actualmente, los servicios sociales conforman una de las áreas de gobierno municipal imprescindibles. Así, hoy en día no existe Ayuntamiento que no tenga una concejalía o un departamento dedicado en exclusiva a proyectos de Bienestar Social o Servicios Sociales.

Estos proyectos de actividades socioculturales consisten en un conjunto de acciones de promoción y participación social dirigidas a toda la población. El objetivo de los programas no es sólo el entretenimiento sino también fomentar el aprendizaje del uso del tiempo libre por parte de los ciudadanos e, incluso, fomentar las relaciones sociales y comunitarias de los participantes con el objeto de favorecer la implicación y el fortalecimiento de las redes sociales de la comunidad. Con estas actuaciones se pretende favorecer la promoción de actitudes de tolerancia, respeto y solidaridad.

Estos programas exigen espacios adecuados y específicos destinados al efecto. Desde el ámbito municipal, destacamos:

- Centros Cívicos Municipales: Desarrollan actividades dirigidas a toda la población de su zona o barrio (incluidos los jóvenes), con el fin de ofrecer alternativas de ocupación del tiempo libre, mediante la creación de un espacio lúdico donde se potencien las relaciones intergeneracionales y sirva de espacio integrador.

La oferta es muy amplia, aunque depende de cada centro. Estas son algunas de las actividades que se imparten: Restauración de muebles, arte y decoración, encajes y bolillos, yoga, aeróbic, ajedrez, gimnasia de mantenimiento, bailes de salón, arte floral, cocina, artesanía y cuero, etc. Además se llevan a cabo otro tipo de acciones de carácter puntual como excursiones culturales, senderismo, exposiciones, juegos de mesa, etc. Los ayuntamientos suelen contar, en función de su tamaño, con uno o más centros cívicos.

- Escuelas Deportivas Municipales: Forman parte de los programas municipales que tienen los ayuntamientos y que van dirigidos a toda la población en general, con independencia de la edad. Cuentan con una amplia oferta de actividades repartidas por las instalaciones deportivas con el objetivo de acercar el deporte a los habitantes de cada municipio. Además del aspecto didáctico contempla el elemento educativo de aprovechamiento del ocio, la búsqueda del desarrollo integral de la persona y la educación en salud.

Los principales objetivos de este tipo de actividades son: la mejora de la calidad de vida de los vecinos, facilitarles posibilidades para ocupar su tiempo libre, crear hábitos deportivos en la población, facilitar el inicio y perfeccionamiento en la práctica de diversos deportes, etc. En la actualidad, la mayor parte de los ayuntamientos gallegos incluye el Programa de Escuelas Deportivas en sus presupuestos anuales.

Entre los programas relacionados con el ocio y el tiempo libre que a lo largo del año 2003 ha venido desarrollando la Dirección Xeral da Xuventude, se destacan:

1. Programa Atlántida: Programa que se enmarca dentro del Plan de Acción Xove 2000-2003. Está dirigido a estudiantes de bachillerato y personas entre 18-30 años. Consiste en la realización de una serie de actividades de formación, navegación y observación del medio marino. De este programa se han beneficiado 870 participantes en el 2001 y 2.836 en el 2002 para los que son necesarios, al menos 65 monitores cada año.

2. Coñece España: Este programa consiste en la realización de actividades culturales con viajes a distintas ciudades de las Comunidades de Castilla-León, Castilla-La Mancha y Cantabria. Estos viajes tienen una duración de entre cinco y seis días, llevándose a cabo durante los meses de abril y

mayo. Esta actividad está dirigida a grupos de entre 10-16 años, acompañados de personal responsable (profesores en caso de ser centros escolares). Se han ofertado 898 plazas en el 2001 y 810 en el 2002 ocupándose 704 plazas y 653 respectivamente.

3. Os Espacios Naturais: Actividad dirigida a jóvenes entre 18-30 años. Consiste en la realización de una serie de rutas de senderismo de dificultad media. Tiene como finalidad la educación medioambiental y la interpretación del patrimonio natural, arqueológico y etnográfico. En el año 2001 se contabilizaron 792 participantes para los que se necesita la colaboración de 18 monitores. Los datos disponibles a fecha de realización de esta Guía para el año 2002 arrojan un incremento considerable tanto del número de participantes como del de monitores necesarios, 1.140 y 27 respectivamente.

4. Imaxina 2002: Programa de Talleres dirigido a menores de 30 años y en colaboración con los Ayuntamientos. Los talleres se organizan en torno a las siguientes actividades: globoflexia, teatro, cine, prensa y música.

5. Fixatec: Talleres relacionados con las nuevas tecnologías.

Ambos programas (Imaxina 2002 y Fixatec) son la continuidad del programa ¿Que vas hacer no 2001?, que contó con la participación de 176 ayuntamientos y del que se beneficiaron 15.000 personas. En el año 2002 han participado 210 ayuntamientos de toda Galicia y se han beneficiado, aproximadamente, 18.000 personas. En el apartado 7.1 Anexo de Información Estadística de Interés puedes ver la participación de ayuntamientos por provincias.

6. Vive a Neve: Programa dirigido a grupos formados por personas entre 6-30 años para realizar un curso de esquí de una semana de duración que se realiza en tres estaciones de montaña de la geografía española.

7. Urbis, Aventura Urbana: Programa que pretende acercar a los jóvenes la historia de la ciudad de Lugo a través de la realización de una serie de pruebas culturales, físicas, de ingenio y de habilidad.

8. As Riquezas do Mar: Actividad formativa de un día de duración dirigida a escolares, que consiste en una visita al acuario del Grove y un viaje en catamarán semisumergible en la ría de Arousa. La oferta de plazas no varió en el 2002 con respecto al 2001 y fue de 4.000, ocupándose 3.889 en el 2001 y 3.251 en el 2002.

9. Galicia Verde: Programa de educación medioambiental dirigido a alumnos de primero de secundaria y de tres días de duración. Se ofertaron 3500 plazas en ambos años y se ocuparon 3.209 en el 2001 y 3.281 en el 2002.

10. Cultumón: Programa que consiste en la realización de una serie de pruebas físicas e intelectuales que los participantes deben superar para obtener puntos. Se dirige a personas entre 12-18 años y 18-30 años. De un día de duración.

11. Orientaventura: Competición de orientación y aventura apta para todas las personas amantes del deporte (mayores de 18 años) en un entorno natural. El año 2002 ha sido el primer año que se lleva a cabo este programa con 240 participantes.

12. Certámenes sobre actividades artísticas (moda, poesía, música, etc.).
13. Xuventude Galicia Net (Party): Actividades relacionadas con las nuevas tecnologías, con un incremento en el 2002 de 500 plazas y participantes con respecto al 2001, pasando de 1000 a 1500 plazas/participantes, las mismas que en el año 2003. Se dirige a personas con una edad mínima de 16 años.
14. Xuntanzas: Actividades no competitivas que tienen como objetivo facilitar foros de encuentro e intercambio a jóvenes con inquietudes que deseen compartir estudios, investigaciones, proyectos o experiencias con otras personas que tengan aficiones similares. Se han mantenido las plazas ofertadas en 2001 (100) y se incrementó en 3 el número de plazas ocupadas pasando de 74 en el 2001 a 77 en el 2002.
15. Todocosmos: Encuentro en el que se mezclan charlas sobre temas monográficos, formando parte de talleres y coloquios, mirando vídeos, navegando por Internet, recibiendo diversa información a través de posters y, observando los astros por la noche, ya sea a simple vista o con la ayuda de prismáticos y telescopios. Está dirigido a personas de 18 a 30 años.

Durante el 2002 también se organizaron jornadas lúdico-deportivas para la promoción del Carné Xove-Carné Más en Ourense y Lugo en las que participaron un total de 4.000 personas.

Asimismo, cada verano se organiza la campaña estival de actividades, campamentos y campos de trabajo que se realizan en la red de campamentos, campos, albergues juveniles y residencias que existe en todo el territorio gallego. La mayor parte de estas instalaciones son de titularidad pública, propiedad de la Xunta y también de los Ayuntamientos.

Las condiciones que deben cumplir estas instalaciones juveniles se regulan en el Decreto 50/2000 de 20 de enero. Anualmente, la Consellería de Familia, Xuventude, Deporte e Voluntariado edita un Directorio de Centros en lo que puedes encontrar la red de centros para la juventud reconocidos por la Xunta de Galicia. Además de los centros de carácter público, encontrarás otros de iniciativa privada, vinculados en su práctica totalidad a asociaciones sin ánimo de lucro.

Por su reciente aparición, las granjas escuela o aulas de naturaleza merecen mención aparte, si bien es cierto que este tipo de actividad se aleja un poco de las actividades propias de tiempo libre. Están orientadas a escolares y complementan de una manera eficaz los programas educativos, ya que se trata de *escuelas campestres* que pretenden acercar el mundo rural al urbano.

En este tipo de escuelas se realizan actividades relacionadas con el trabajo de la granja (abonar el suelo, seleccionar las semillas, cuidar de los animales y ordeñar las vacas son las actividades más comunes que realizan los niños que pasan sus vacaciones de verano en una granja escuela), con artesanías rurales (participando en talleres de cerámica, elaboración de quesos, cestería, elaboración de miel, etc.). También es frecuente realizar itinerarios ecológicos por lugares de interés natural próximos.

En el apartado 7.1 Anexo de Información Estadística de Interés te proporcionamos el número y la distribución territorial de los equipamientos juveniles autorizados por la Xunta de Galicia que existen en nuestra Comunidad Autónoma y a los que nos hemos referido en este apartado.

5. ANÁLISIS DEL MERCADO

5.1. Referencias estadísticas genéricas

La lectura de este capítulo te permitirá conocer:

- > **LOS ASPECTOS RELACIONADOS CON LA OFERTA: SITUACIÓN DE LAS EMPRESAS DEDICADAS A ACTIVIDADES DE TIEMPO LIBRE EN LA ZONA, EVOLUCIÓN EN LA CREACIÓN DE EMPRESAS Y VOLUMEN DE EMPLEO GENERADO.**
- > **LOS RASGOS COMUNES QUE ESTAS EMPRESAS PRESENTAN EN LA ZONA.**
- > **LOS ASPECTOS RELACIONADOS CON LA DEMANDA: QUIÉNES DEMANDAN LOS SERVICIOS RELACIONADOS CON LAS ACTIVIDADES DE TIEMPO LIBRE.**

La lectura de este capítulo te permitirá obtener las siguientes conclusiones básicas:

- **Las empresas de animación infantil, parques de atracciones y ocio, parques infantiles, etc. desarrollan algunas actividades que pueden englobarse dentro de las actividades de ocio y tiempo libre.**
- **Las empresas de tiempo libre entrevistadas califican como buenas las previsiones para el futuro, condicionadas al desarrollo de una legislación específica reguladora de la actividad que permita el crecimiento controlado de empresas y proteja a las ya existentes frente al posible intrusismo que pueda darse en la actividad.**
- **Las actividades de tiempo libre se orientan principalmente a niños en edad escolar y jóvenes hasta 30 años, aunque cada vez es más frecuente encontrar ofertas orientadas a personas adultas y de la tercera edad.**
- **La ordenación de preferencia de actividades de tiempo libre de los jóvenes es muy parecida a la ordenación de la población en general, lo que indica que no existe tanta diferencia entre los gustos de los jóvenes y de los adultos.**

5.1.1. Análisis de la oferta

5.1.1.1. Número de empresas y su distribución territorial

¿Cuántas empresas se dedican a actividades de tiempo libre en la zona?

¿Cómo se distribuyen?

El tiempo libre es una actividad reciente, por lo que cuantificar las empresas resulta difícil ya que apenas existen como tales.

En la zona de análisis no se ha detectado ninguna empresa de tiempo libre.

Adicionalmente, existen empresas de animación infantil, parques de atracciones y ocio, parques infantiles, etc., que desarrollan dentro de sus actividades algunas que pueden englobarse dentro de las actividades de ocio y tiempo libre.

Por lo que se refiere a las escuelas de tiempo libre, según datos de la Delegación de Xuventude de A Coruña existen 3 en esta zona, dedicadas principalmente a la formación de profesionales de tiempo libre, que dependen de entidades sin ánimo de lucro (asociaciones, fundaciones, etc.).

En cuanto a las organizaciones sin ánimo de lucro, existen 25 asociaciones juveniles y 9 entidades prestadoras de servicios a la juventud en esta zona. El desarrollo del asociacionismo en los últimos años y, paralelamente, del voluntariado han influido en esta actividad, ya que el ocio y el tiempo libre es un objetivo reconocido en la Ley del Voluntariado de Galicia.

En el apartado 7.1 Anexo de Información Estadística de Interés puedes consultar las tablas con el número de asociaciones y escuelas de tiempo libre, así como su distribución por municipios.

5.1.1.2. Evolución en la creación de empresas

¿Resulta interesante la actividad para la creación de nuevas empresas?

No se dispone de datos sobre la evolución de estas empresas al no estar encuadradas en ningún epígrafe de tipo estadístico. Como ya hemos comentado, las empresas de tiempo libre no están obligadas a inscribirse en ningún registro oficial, por lo que ni existen datos sobre la su fecha de creación ni, por tanto, sobre su evolución.

Se trata de una actividad reciente donde van surgiendo cada año nuevas empresas, formadas fundamentalmente por monitores que han trabajado en alguna ocasión con organizaciones públicas y privadas y que, posteriormente, se plantean la creación de una empresa al identificar que este ámbito de actividad tiene posibilidades.

Las empresas de tiempo libre entrevistadas califican como buenas las previsiones para el futuro, a pesar de estar condicionadas por el desarrollo de una legislación específica reguladora de la actividad que permita el crecimiento controlado de empresas y proteja a las ya existentes frente al posible intrusismo que pueda darse en la actividad.

Algunas previsiones aportadas por las empresas para los próximos años son:

- Crear nuevas empresas y de mayor tamaño;
- intensificar el carácter profesional de la actividad;
- surgimiento de nuevas actividades de ocio, especialmente las relacionadas con el medio ambiente;
- disminución del peso relativo de las actividades dirigidas a la población infantil y juvenil, adquiriendo un mayor protagonismo las destinadas a la tercera edad.

Como factor complementario para el desarrollo del mercado, debemos comentar la apuesta de las Administraciones Públicas por el turismo especializado y que, colateralmente, puede favorecer la creación de empresas de tiempo libre, ya que muchas de sus actividades se desarrollan en entornos naturales y al aire libre.

5.1.1.3. Volumen de empleo generado

¿Cuántas personas se dedican a la actividad?

No se han encontrado datos publicados en cuanto al número de empleos que origina la actividad, ya que se encuadra en el epígrafe correspondiente a *Clubs y escuelas deportivas*, por lo que, las referencias estadísticas referidas no son representativas al estar distorsionadas por empresas dedicadas a otro tipo de actividades. Además, el elevado grado de voluntariado existente y las numerosas entidades no lucrativas que prestan este tipo de actividades dificulta la cuantificación del número de empleo generado.

Las entrevistas realizadas nos permiten manifestar que la actividad cuenta con un número relativamente elevado de profesionales discontinuos vinculados a la empresa en función del tipo de actividad (campamentos: un monitor por cada 10 niños) y las épocas del año de mayor demanda (períodos no lectivos: principalmente verano).

Lo habitual es encontrarse con empresas en la que trabajan dos monitores fijos durante todo el año, que suelen ser dos emprendedores o un emprendedor y un monitor contratado.

5.1.1.4. Aspectos comunes a las empresas de tiempo libre

¿Qué rasgos tienen en común las empresas que están funcionando en el sector?

La normativa que regula este tipo de actividad (Decreto 50/2000, de 20 de enero) no establece ningún requisito específico para la creación de empresas de tiempo libre, salvo que éstas contemplen la posibilidad de ofrecer sus servicios en sus propias instalaciones juveniles (albergues, campamentos juveniles, granjas escuela y residencias juveniles). En este caso, la normativa establece que:

Todas las instalaciones juveniles reguladas deberán tener forzosamente:

- comedor: que deberá cumplir la normativa vigente sobre reglamentación técnico-sanitaria de los comedores colectivos;
- bloques de servicios sanitarios;
- una instalación que permita que los usuarios calienten la comida y;
- una dependencia destinada a las actividades propias de los usuarios;
- los dormitorios no podrán situarse en subterráneos.
- las instalaciones deberán asegurar un suministro abundante y continuo de agua potable no inferior a 100 litros por persona y día.
- Contarán también con instalaciones para tender la ropa, espacios complementarios, instalaciones telefónicas, etc.

Además, dependiendo de la instalación, deberán tener:

- Enfermería, en el caso de los campamentos juveniles.
- Dormitorios y una sala polivalente destinada al descanso y convivencia de los alberguistas, en los albergues.
- Dormitorios, sala de estudios, biblioteca y una sala polivalente destinada al descanso y convivencia de los residentes, en las residencias.

La normativa no establece requisito alguno para la realización de actividades al aire libre, entendiéndose como tales la acampada, las marchas volantes o rutas y los campos de trabajo, señalando que podrán ser promovidas por las personas físicas, asociaciones, entidades o empresas públicas o privadas, en desarrollo de un programa de actividades de tiempo libre dirigidas a la juventud.

La normativa también establece que al frente de cada actividad habrá un responsable que estará permanentemente presente en ella y que por cada 10 participantes o fracción habrá como mínimo un técnico dirigente. El responsable deberá estar en posesión del título de director de actividades de tiempo libre, excepto para aquéllas de hasta 25 participantes. En este caso es suficiente el título de monitor de actividades de tiempo libre.

La mitad de los miembros que constituyen el equipo dirigente necesario, sin incluir al responsable de la actividad, deberán estar en posesión del título de monitor de actividades de tiempo libre, excepto en aquellas actividades con finalidad cultural, docente o deportiva que, a causa de su programación, necesiten de profesorado o de monitores especializados. En este caso, el número mínimo de monitores titulados en actividades de tiempo libre dentro del equipo técnico será de un 25%.

En la normativa también se regulan las obligaciones del responsable de la actividad y el censo de entidades juveniles y prestadoras de servicios a la juventud que lo soliciten.

5.1.1.5. Análisis de los proveedores

¿Quiénes son tus proveedores?

¿Qué aspectos debes tener en cuenta a la hora de elegir un proveedor u otro?

Los proveedores variarán en función de las actividades que lleves a cabo. En general, al ser actividades relacionadas con el medio ambiente y el deporte, los materiales utilizados serán de tipo deportivo: equipos de montaña, tiendas de campaña, bicis, cascos y protectores para bicicletas, juegos, pelotas, balones, etc. Además, necesitarás todo tipo de material para el desarrollo de las actividades realizadas por medio de los talleres: pinceles, acuarelas, óleos, pasta de barro, tijeras, hilos, papel, cartulina, colores, etc., en función del tipo de actividad llevada a cabo.

Debes valorar la forma de obtención de aprovisionamientos más conveniente para tu empresa en función de tus necesidades y los volúmenes de compra a lo largo del año, para decidir qué tipo de proveedor es más conveniente para ti (grandes superficies, tiendas especializadas, empresas que venden por catálogo, etc.), negociar con ellos las formas de pago más convenientes para tu empresa y obtener descuentos específicos.

Debido a que el responsable final de la actividad eres tú, es importante que elijas bien a tus colaboradores, es decir, los servicios que complementan tu oferta (empresas que alquilan material deportivo, empresas de transporte o catering, etc.), pues de esa elección dependerá el éxito o fracaso de la actividad, y, en consecuencia, la impresión que el cliente lleva de tu empresa.

En el apartado 7.2 Anexo de Proveedores te proporcionamos una serie de referencias que te orientarán en la búsqueda de proveedores para tu negocio.

5.1.2. Análisis de la demanda

5.1.2.1. Perfil del cliente

¿A qué organizaciones puedo ofrecerle mis servicios?

Tus principales clientes van a ser los colectivos dedicados a satisfacer necesidades de ocio y tiempo libre: ayuntamientos, asociaciones (APAS, asociaciones juveniles), centros cívicos y sociales, colegios, etc. Asimismo, puedes ofrecer directamente al público las actividades mediante anuncios y convocatorias en prensa.

Debes tener en cuenta que los ayuntamientos suelen ofertar sus contratos por medio de concursos, en los cuales se establecen los requisitos que deben cumplir las empresas interesadas en presentarse a los mismos y la duración de la concesión. No debes ignorar su oferta debido a que suele suponer un volumen de negocio considerable y su duración puede extenderse a varios años. Otro tipo de colectivos a los que puedes dirigir tu oferta son las diferentes asociaciones existentes en el ámbito de actuación de tu negocio, puesto que llevan a cabo actividades susceptibles de ser prestadas por tu empresa.

Actualmente, las empresas encuestadas reconocen una excesiva dependencia de los programas que se realizan desde las instituciones públicas, lo que provoca que un elevado porcentaje de su cifra de negocios proceda del sector público. A medida que aumente la demanda privada por parte de colectivos y particulares esperan corregir esta situación económica excesivamente vulnerable.

5.1.2.7. Hábitos de ocio en los jóvenes

¿Cómo ocupan el tiempo libre los jóvenes españoles?

No disponemos de datos oficiales sobre la ocupación del tiempo libre de los jóvenes de la zona, así que hemos recurrido a un estudio sobre el Ocio y las prácticas culturales de los jóvenes realizado por Gil Calvo y Menéndez Vergara (1985). Este estudio diferencia en cinco categorías la distribución global del tiempo diario de los jóvenes:

- Tiempo de necesidades físicas básicas (dormir, asearse y alimentarse);
- tiempo de trabajo productivo;
- tiempo de estudio;
- tiempo de realización de las labores y trabajos del hogar;
- resto del tiempo diario o tiempo libre.

Es precisamente en este período de tiempo libre en el que se realizan actividades de ocio, las cuales, en el contexto de las sociedades avanzadas, se refieren al conjunto de actividades placenteras seleccionadas libremente por el individuo siguiendo sus propias preferencias.

Las actividades de tiempo libre y ocio han ido ganando puestos en la jerarquía de aspectos que los jóvenes consideran importantes en su vida. Estas actividades ocupan el cuarto puesto de la jerarquía, justo después de la familia, trabajo y amigos, y por delante de la religión y la política, en un estudio sobre los valores de los españoles (Andrés Orizo, 1991).

Esta preferencia por las actividades de tiempo libre se hace mayor entre los jóvenes, en los grandes núcleos urbanos, entre las clases altas y media-altas, entre los individuos no religiosos y en los ubicados en la izquierda.

Las formas que tienen las poblaciones de las sociedades avanzadas de ocupar el tiempo libre son muy variadas. Es precisamente la diversidad de actividades de tiempo libre existente, la libertad de elección y la capacidad de la mayoría de la población de poder disfrutar de ellas, lo que constituye uno de los rasgos más definitorios de una sociedad moderna.

El cuadro que representamos a continuación pone de manifiesto la rica variedad de actividades que se realizan y las similitudes y diferencias de uso del tiempo libre de los jóvenes y de la población general. En él se realiza una comparativa con una encuesta similar a la realizada con los jóvenes, pero para la población general.

Cuadro 2: Empleo del tiempo libre por parte de los jóvenes y de la población general, España (%)

Tipo de Actividad	Jóvenes	Población General
Estar con los amigos/as	71	43
Ver la televisión	59	57
Escuchar música	50	26
Estar con la familia	49	67
Leer libros/revistas	43	36
Hacer deporte	42	27
Ir al cine	36	21
Ir a bailar	32	14
Salir al campo	31	21
Oír la radio	31	31
Salir con el/la novio/a	29	12
Ver deporte	29	22
Nada en especial	13	9
Trabajos Manuales	9	8
Ir a un club	9	6
Ir al teatro	8	6
Tocar un instrumento musical	7	3
Ocuparse del jardín	6	4
Asistir a reuniones políticas	5	1
Estudiar	2	
Labores del hogar	1	
Juegos de mesa	0.3	
Actividades culturales	0.2	
Viajar	0.2	
Otras actividades	3	
Número de encuestados	1.201	4.625

Fuente: Elaboración propia

Es destacable que la ordenación de preferencia de actividades de tiempo libre de los jóvenes es muy parecida a la ordenación de la población en general, lo que indica que no existe tanta diferencia en los gustos de jóvenes y adultos.

Salir al campo, una actividad cada vez más frecuente y probablemente necesaria en nuestras urbanizadas sociedades, es señalada por el 31% de los jóvenes, lo que la sitúa, en orden de importancia, por encima de ver deporte. Queda claro que hacer deporte es una importante y destacada actividad de tiempo libre de los jóvenes españoles. Si comparamos la población juvenil con la población general se puede afirmar que el deporte ocupa un lugar más central en las actividades de tiempo libre de los jóvenes del que representa para el conjunto de la población adulta.

Las actividades de tiempo libre se dividen de forma aproximada en dos grandes grupos:

- Actividades que se realizan todos o casi todos los días.
- Actividades que se realizan con mayor discontinuidad (sólo en vacaciones o fines de semana).

Actividades típicas del primer grupo son estar con la familia, oír la radio, escuchar música, estar con los/las amigos/as o ver la televisión, mientras que actividades del segundo grupo son ir al cine y a bailar, ocuparse del jardín, asistir a reuniones políticas o ir al teatro.

Un 27% de los jóvenes señalan la actividad deportiva como ocio la practican todos los días, el 44% lo practica dos o tres veces por semana, el 16% hace deporte los fines de semana y sólo un grupo minoritario afirma que lo practica en vacaciones o incluso con menor frecuencia.

Hacer deporte es una actividad fuertemente instalada entre las actividades de ocio de muchos jóvenes, pero es también una actividad ideal y deseada, ya que ocupa el segundo puesto en la clasificación que te mostramos en el cuadro 05122.2. Actividades en las que les gustaría a los jóvenes y a la población en general ocupar su tiempo libre, que puedes ver en el apartado 7.1 Anexo de Información Estadística de Interés. Por lo tanto, este es el tipo de actividades de ocio que convendría promocionar socialmente, ya que tienen una demanda asegurada.

De cualquier forma, estas actividades deben realizarse preferiblemente los fines de semana, puesto que la mayoría de los jóvenes dispone de tiempo libre durante estos días. No ocurre lo mismo con la población mayor que dispone de más tiempo libre a lo largo de la semana.

5.1.3. Definición de un método de cálculo genérico del tamaño de mercado

5.1.3.1. Método de cálculo del tamaño del mercado de una empresa de tiempo libre

¿Cómo calculo el tamaño del mercado?

No existen datos disponibles sobre el tamaño de este mercado en la zona. No obstante creemos que el tamaño de mercado es amplio, dada la gran oferta generada por las Administraciones Locales, por entidades sin ánimo de lucro y por el elevado y variado público objetivo (personas de cualquier edad). En cualquier caso, se pueden establecer ciertas pautas que te pueden ayudar a conocer el mercado al que debes dirigirte.

Para que averigües la situación de saturación en la que se encuentran los posibles competidores para el conjunto de actividades que quieres ofrecer puedes entrevistarte con gerentes de empresas e instituciones que se dediquen a estos servicios, ya sea en tu zona de influencia o bien en otras.

En esta actividad la oferta pública es importante por lo que será conveniente que identifiques, a ser posible, los presupuestos y programas que se desarrollan desde las corporaciones locales situadas en tu ámbito de actuación, cuántas personas/empresas tienen contratados los ayuntamientos, los colectivos atendidos, etc.

Existe una amplia cobertura llevada a cabo por ONG y asociaciones, fundamentalmente de tipo juvenil. Por ello es importante que identifiques qué actividades son las ofertadas por estos colectivos privados, a quién van dirigidas, con qué tipo de empresas establecen acuerdos de colaboración, qué servicios les demandan y para qué actividades. De esta manera podrás comprobar qué tipo de actividades llevan a cabo estos colectivos y a qué público objetivo se dirigen.

Para poder identificar el tamaño de tu mercado te proponemos una serie de recomendaciones que pueden resultarte útiles:

1. Entrevístate con técnicos de ayuntamientos, animadores socioculturales y deportivos, gerentes de escuelas y otras personas vinculadas directa o indirectamente con la actividad, pues son ellos los que más información tienen sobre las actividades más demandadas, las que tienen mayores dificultades de realización para las empresas de nueva creación o las que se adaptan más al tipo de empresa que pretendes crear, el grado de insatisfacción que presentan los demandantes de este tipo de actividades ofertadas por los ayuntamientos, etc. Mediante estas entrevistas también podrás identificar qué actividades demanda la población y cuáles no está ofreciendo la iniciativa privada.
2. Entrevista a gerentes de otras empresas que presten servicios similares a los que quieres ofertar, situadas en zonas afines a la tuya y que por lo tanto no van a ser competencia directa por no estar en tu área de actuación. Estas personas podrán informarte sobre los inconvenientes de dedicarse a una u otra actividad, te orientarán sobre las claves que ellos han utilizado para diferenciarse de otras empresas que actúan en su misma zona de influencia, etc.

3. También puedes obtener información visitando asociaciones de tipo juvenil y otros colectivos como APAS, centros de la tercera edad, etc., para determinar qué actividades son las más demandadas y su grado de cobertura, qué empresas trabajan con estos colectivos, el grado de insatisfacción de las personas y en qué actividades suelen impartirse, etc.

5.2. Marketing

La lectura de este capítulo te permitirá conocer:

- > **LAS ACTIVIDADES QUE OFERTAN ESTE TIPO DE EMPRESAS.**
- > **CÓMO SE FIJA EL PRECIO DE LOS SERVICIOS PRESTADOS.**
- > **LAS CARACTERÍSTICAS DE LA FUERZA DE VENTAS.**
- > **LAS PRINCIPALES ACCIONES PROMOCIONALES UTILIZADAS POR LAS EMPRESAS.**

La lectura de este capítulo te permitirá obtener las siguientes conclusiones:

- **Las actividades a realizar dependerán del colectivo al que te dirijas y de la orientación que pretendas para la empresa.**
- **Si no transmites seriedad en la organización y el cumplimiento de las actividades, difícilmente tu producto adquirirá el valor que los clientes exigen para contratar tus servicios.**
- **En esta actividad es frecuente la elaboración de un presupuesto específico en función del proyecto o actividad a realizar.**
- **La venta del servicio es personal, por ello es importante que la persona encargada de las labores comerciales tenga empatía y buenas relaciones con las instituciones y organismos que contratan los servicios de este tipo de empresas.**
- **La principal forma de promoción de estas empresas es el boca a boca. La publicidad suele contratarse en el momento de apertura y se dirige a los colectivos con los que se pretende trabajar: ayuntamientos, colegios, asociaciones, etc.**

5.2.1. Producto

¿Qué actividades puedo ofrecer?

El producto a ofertar va a depender de la orientación que le pretendas dar a tu empresa y los colectivos a los que te dirijas, ya que no es lo mismo que lleves a cabo actividades en contacto con la naturaleza para niños o que desarrolles talleres o jornadas divulgativas para adultos.

El mercado de las actividades de tiempo libre está en vías de desarrollo y, por tanto, no hay suficiente especialización, de modo que es normal que las empresas existentes no se dediquen en exclusiva a una actividad o grupo de actividades. Esto, unido a la estacionalidad que afecta a determinadas actividades (campamentos), provoca que la tendencia actual sea la diversificación de la oferta y del público objetivo.

Por todo esto es recomendable que tú también diversifiques al máximo tu cartera de productos y de clientes, para que así también incrementes tus ingresos.

Además, si no transmites seriedad en la organización y en el cumplimiento de las actividades difícilmente tu producto adquirirá el valor que los clientes exigen para contratar tus servicios. Por ello es conveniente que tanto la metodología como la didáctica pedagógica y el personal dedicado a la realización de las actividades sea el apropiado para cada actividad.

A continuación vamos a citar algunas de las actividades, agrupadas por áreas, que pueden ofrecer este tipo de empresas y que los empresarios entrevistados señalan como actividades más frecuentes:

- **Área de naturaleza:**
 - Itinerarios de naturaleza;
 - actividades de conocimiento del entorno y de la realidad social del mismo;
 - acampadas de varios días donde se realizan juegos de pistas, veladas, gymkhanas, construcciones, juegos ambientales y muchos otros.

- **Área de deporte:**
 - Actividades de montaña: treking, espeleología, descenso de cañones, etc.;
 - actividades subacuáticas: buceo;
 - piragua, wind-surf y vela;
 - cursos de vela y/o crucero;
 - esquí.

- **Área de manualidades:**
 - Teatro y manualidades: pintura, barro, pirograbado, papiroflexia, globoflexia, etc.
 - Talleres: cuero, costura, patchwork, restauración de muebles y objetos antiguos, madera, bolillos, etc.
- **Área de cultura:**
 - Excursiones culturales;
 - otras excursiones: balnearios, casas rurales, casas de aldea, paradores turísticos, etc.;
 - celebración de fiestas populares: magostos, grandes fiestas: Navidad, Carnaval, etc.
- **Área de entretenimiento:**
 - Ludoteca;
 - juegos y juguetes con materiales de deshecho;
 - juegos y actividades predeportivas, juegos populares, etc.

Además de estas actividades, las empresas de tiempo libre realizan para las asociaciones con las que trabajan proyectos específicos de animación y dinamización, así como los trámites de subvenciones que otorgan las distintas Administraciones.

5.2.2. Precio

¿Qué aspectos debo tener en cuenta para establecer un precio?

El mejor precio que se puede aplicar a un producto o servicio es aquel que, siendo adecuado para la economía de tus clientes, permite cubrir los costes de explotación en los que has incurrido para producir ese producto o prestar ese servicio. Además, debe permitir obtener un beneficio que compense el esfuerzo de la empresa en esa actividad.

En esta actividad es frecuente la elaboración de un presupuesto específico en función del proyecto o actividad a realizar, ya que no es lo mismo una salida de un día por la zona con un grupo del lugar (por ejemplo una ruta por un sendero en el que no existe desplazamiento) que otra donde además se ofrece servicio de alojamiento y comida (como sería una semana en la nieve).

Debido a la gran variedad de empresas y actividades que estamos tratando, no es posible establecer un precio uniforme en todas ellas, aunque te resultará útil saber que los márgenes aproximados con los que trabaja este sector se sitúan entre el 15% y el 25% sobre los costes. Por esta razón para la realización del análisis económico financiero hemos supuesto un margen medio del 20%.

Los sistemas del pago de actividades deberás establecerlos de antemano y, en ocasiones, negociarlo con tus clientes. Lo habitual es que se confirme la contratación del servicio o la actividad mediante fax o llamada telefónica con un plazo de antelación de 10 y 15 días dependiendo de la actividad. Además, se ha generalizado el ingreso del 25% del importe de la actividad con 5 días de antelación.

5.2.3. Fuerza de ventas

¿Cómo se realiza la venta del producto?

Los clientes de este tipo de empresas son, mayoritariamente, Administraciones Públicas o colectividades (asociaciones, clubs, etc.) y la forma de venta más usual es mediante la presentación de la empresa y de las distintas actividades que realizan.

Normalmente se realiza una carta de presentación acompañada de un dossier informativo con las actividades a realizar y se dirige a las principales asociaciones de la zona y al ayuntamiento.

Al ser un servicio, la venta es personal, por ello es importante que la persona encargada de las labores comerciales tenga empatía y buenas relaciones con las instituciones y organismos que contratan los servicios de este tipo de empresas.

5.2.4. Promoción

¿De qué herramientas dispongo para darme a conocer?

La principal herramienta de promoción es el *boca a boca*. Relacionarse y darse a conocer por medio de las actividades constituye la mejor herramienta de promoción. La forma de llevar a cabo las actividades, su organización y el buen hacer te permitirán alcanzar un grado de valoración entre tus clientes que serán tu mejor medio publicitario.

Este tipo de empresas suele realizar campañas publicitarias al inicio de la actividad, mediante anuncios en prensa local, difusión de dípticos y trípticos y la distribución de folletos.

Otro medio de promoción menos utilizado, pero cuya conveniencia debes valorar, es la página web, ya que se trata de un medio barato que puede producir unos resultados satisfactorios.

5.3. Análisis económico financiero

La lectura del presente capítulo te permitirá conocer:

- > **UNA ESTIMACIÓN DE LAS INVERSIONES NECESARIAS PARA EL INICIO DE LA ACTIVIDAD.**
- > **LAS PRINCIPALES PARTIDAS DE GASTOS EN EL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD.**
- > **LA ESTRUCTURA DE LA CUENTA DE RESULTADOS.**
- > **LAS FUENTES DE FINANCIACIÓN MÁS UTILIZADAS EN ESTE TIPO DE EMPRESAS.**

Las principales conclusiones que se pueden obtener de este capítulo son:

- **La inversión que hay que realizar para poder iniciar la actividad es baja. No obstante, las inversiones iniciales pueden variar significativamente en función de factores tales como la naturaleza de la actividad, duración, lugar de realización, material a utilizar, etc.**
- **Las principales partidas de gastos suelen ser: personal y equipos necesarios para la realización de determinadas actividades.**
- **La actividad se financia principalmente por medio de aportaciones de los socios puesto que la inversión necesaria para el arranque es baja.**
- **La Administración concede subvenciones a las empresas, sobre todo a aquellas dedicadas al ámbito formativo.**

5.3.1. Inversiones

¿Qué desembolso tengo que hacer para iniciar la actividad?

Este apartado recoge los elementos del patrimonio destinados a servir de forma duradera a la actividad de la empresa.

Debido a la gran variedad de actuaciones que realizan las empresas de tiempo libre, no es posible establecer un plan de empresa homogéneo para todas ellas. Por lo tanto, para poder establecer los resultados de tu negocio hemos desarrollado un supuesto de empresa que lleva a cabo 15 actividades anuales, el desglose lo puedes conocer en el apartado 5.3.3 Previsión de Ingresos.

Al ser una actividad donde la estacionalidad está bastante presente, los costes variables (principalmente los derivados de la contratación de monitores y de material necesario para las distintas actuaciones) toman gran importancia aumentando a medida que se realiza un mayor número de actividades.

El siguiente cuadro representa las inversiones estimadas para la puesta en marcha de una empresa de ocio y tiempo libre como la establecida en esta Guía. En caso de llevar a cabo un mayor número de actividades u otras diferentes, estas partidas variarán en función de los costes del material específico necesario para el desarrollo de las mismas.

Cuadro 3: Inversiones de arranque estimadas para una empresa de ocio y tiempo libre (euros)

Concepto	Importe
Acondicionamiento del local	3.606,07
Utillajes*	9.015,18
Mobiliario	2.404,05
Equipos informáticos	3.606,07
Gastos de constitución	1.803,04
Total	20.434,41

*Equipos para realización de deporte, material didáctico, etc.

Fuente: Elaboración propia. Datos entrevistas

En este supuesto se ha optado por alquilar el local que va a constituir la sede de la empresa. El local tiene una superficie de 100 m² y cuenta con un despacho de unos 20 m², un almacén de 25 m² y una zona común en la que se podrá llevar a cabo la realización de alguna de las actividades.

Si te decides por la compra, deberás añadir al importe estimado para las inversiones de arranque el valor de adquisición correspondiente a dicho local, por lo que las inversiones experimentarán un incremento significativo.

Dentro de utillaje hemos considerado los equipos necesarios para llevar a cabo las distintas actividades (material para los talleres, tres equipos de acampada, material didáctico que sirve de apoyo a los monitores, etc.). Lógicamente, según las actividades que vayas a desarrollar tendrás que adquirir unos materiales u otros.

Se ha incluido la adquisición de dos ordenadores y el mobiliario mínimo para acondicionar el despacho y la sala de talleres. Los gastos de constitución los componen las licencias de apertura y los trámites necesarios para la puesta en marcha.

Lo aconsejable es que no se invierta demasiado en material deportivo o didáctico hasta que no se haya establecido el tipo de clientela y aproximado el volumen de negocio que va a representar la actividad. Además, muchos de los centros en los que vas a desarrollar la actividad contarán con el material necesario.

5.3.2. Gastos

¿Cuáles son las principales partidas de gasto de la actividad?

Por gastos entendemos los desembolsos necesarios para el ejercicio de la actividad. Se han incluido tanto los variables, es decir, aquellos que dependen del volumen de facturación como los fijos, independientes del mismo. Es posible que durante un tiempo los ingresos sean nulos o escasos y difícilmente compensen los gastos. Conviene que realices un ejercicio de previsión sobre el número de meses que puede producirse la situación anterior y, en consecuencia, contar con fuentes de financiación suficientes para afrontar el desfase económico temporal entre los ingresos y los gastos.

A continuación te señalamos los principales gastos para una empresa de tiempo libre:

- Sueldos y salarios del personal, más la Seguridad Social de los mismos.
- Arrendamiento del local donde se ubicará la sede de la empresa.
- Suministros: electricidad, agua, comunicaciones, etc.
- Intereses bancarios (en caso de que recurras a financiación bancaria).
- Prima de seguro de responsabilidad civil.
- Servicios exteriores.

Partiendo de los datos obtenidos en las entrevistas realizadas a propietarios de empresas de tiempo libre, se ha realizado una estimación de los gastos anuales de la empresa elegida:

Cuadro 4: Gastos variables anuales estimativos (euros)

Concepto	Importe
Consumibles(1)	2.502,55
Personal(2)	16.747,85
Total gastos variables	19.250,40

(1)material fungible (que se consume en la actividad)

(2)personal necesario para las actividades propuestas

Fuente: Elaboración propia. Datos entrevistas

Al ser una actividad donde la presencia del monitor se hace indispensable, las principales partidas de gastos son las referidas a personal, donde se recogen los honorarios de los dos monitores adicionales necesarios para llevar a cabo las actividades de la empresa. En este caso no es un importe excesivamente elevado porque sólo se recurre a ellos como personal de apoyo. En función del número de

actividades realizadas, de la duración y del número de personas al que se dirija la empresa, los importes de esta partida podrán oscilar de forma considerable.

En el supuesto establecido, la empresa lleva a cabo las siguientes actividades:

3 Campamentos de verano

Tienen una duración de 15 días cada uno, con la participación de quince niños por campamento.

8 Talleres de materias diversas

Tres meses de duración cada uno, tres días a la semana y dos horas cada día, dirigidos a una media de veinte personas por curso.

4 Actividades puntuales

Dos excursiones de un día, formadas por tres grupos de 8 personas, para los que se recurre a la colaboración de un monitor externo.

Dos jornadas, compuestas por siete conferencias de dos o tres horas de duración, en las que al personal contratado se le paga entre 150,25 y 180,30 euros por conferencia.

El análisis de los costes variables para llevar a cabo las actividades citadas anteriormente es el siguiente:

8 Talleres:

Coste monitor: 11.308,64 euros

Coste de material: 1.696,30 euros

4 Actividades puntuales (jornadas divulgativas, excursiones de un día, etc.)

Coste monitor: 2.610 euros

Coste de material: 390 euros

3 Campamentos:

Coste monitor: 2.823,55 euros

Coste de material: 421,91 euros

Total coste actividades:

Coste monitor: 16.747,85 euros

Coste de material: 2.502,55 euros

Es conveniente citar que los costes variables pueden permanecer constantes hasta una determinada cifra de facturación, a partir de la cual, a medida que se incrementa el número de actividades realizadas el porcentaje de gastos variables se verá incrementado, ya que cuanto mayor sea tu oferta de actividades mayor será el número de monitores necesarios, lo que aumentará considerablemente tus costes variables. Por esta razón deberás conseguir un volumen de facturación más elevado para poder mantener los márgenes.

Cuadro 5: Gastos fijos anuales estimativos (euros)

Concepto	Importe
Personal (sueldos+SS)	21.636,44
Arrendamiento del local	5.769,72
Mantenimiento y reparaciones(1)	1.081,82
Servicios exteriores	2.163,64
Primas de seguros	1.081,82
Publicidad	901,52
Suministros (luz, agua y comunicaciones)	1.442,42
Gastos financieros	398,47
Amortización	4.086,88
Tributos (IAE)	240,40
Total gastos fijos	38.803,13

(1)Engloba los materiales de reposición de equipos deportivos y talleres.
Fuente: Elaboración propia. Datos entrevistas.

En personal se recogen los sueldos brutos de los dos socios considerando 12 pagas al año. Los servicios exteriores engloban los gastos de asesoría y limpieza. Suministros recoge las cuotas anuales de agua (6,01 euros/mes), luz (18,03 euros/mes) y teléfono por el importe restante.

En esta actividad es necesario pagar un seguro de responsabilidad civil que cubra posibles contingencias que afecten a la empresa, su importe se refleja en la partida correspondiente a primas de seguros.

Los gastos financieros son los derivados de un préstamo bancario a un 6,5% de interés, necesario para financiar el 30% de la inversión realizada. La amortización del inmovilizado se realiza en 5 años.

Finalmente, a esta relación de gastos deberás añadir el correspondiente al Impuesto de Actividades Económicas (IAE), que en este caso se ha establecido como media, en función de los distintos epígrafes a los que puedes acogerte, en 240,40 euros.

5.3.3. Previsión de ingresos

¿Cómo puedo realizar una previsión de ventas?

Las entrevistas realizadas permiten determinar que el 70% de las actividades suelen estar programadas y se efectúan con cierta continuidad, mientras que las puntuales suelen representar un 30% sobre el total de actividades llevadas a cabo.

No debes confundirte y trasladar estos porcentajes a la cifra de ingresos de la empresa, pues los porcentajes arriba indicados no se corresponden con los volúmenes de facturación, es decir, el 70% de las actividades programadas no tienen por qué originar el 70% de la facturación de la empresa. En ocasiones, actividades puntuales pueden originar un volumen de facturación superior a un conjunto de las programadas o viceversa.

Para realizar una estimación de los posibles ingresos que podrás obtener en el desarrollo de la prestación de servicios de tiempo libre, a continuación citamos las actividades que lleva a cabo la empresa establecida.

Como se ha apuntado anteriormente, la empresa lleva a cabo a lo largo del año un total de 15 actividades detalladas en el apartado 5.3.2 Gastos.

Los gerentes entrevistados coinciden al establecer que repercuten en el precio cobrado por actividad un 20% sobre los costes totales. En función de esto, la empresa en cuestión deberá facturar **69.664,24 euros** anuales que le permitirán obtener un margen aproximado sobre el volumen de ventas del 16% dada su estructura de costes.

5.3.4. Estructura de la cuenta de resultados

¿Cómo determino el beneficio de la actividad?

En los apartados anteriores hemos realizado una estimación de los gastos de esta actividad y de los ingresos que podrías llegar a obtener. En el siguiente cuadro podrás ver que la facturación necesaria para que la empresa propuesta no incurra en pérdidas asciende a 58.053,53 euros, dada su estructura de costes (fijos y variables).

Debes analizar las posibilidades que tienes de alcanzar esta cifra de facturación para rentabilizar tu negocio, siempre y cuando lleves a cabo actividades similares que supongan una cifra de gastos parecida.

Cuadro 6: Umbral de rentabilidad para la empresa propuesta (euros)

Concepto	Importe
TOTAL INGRESOS	58.053,53
Ingresos por actividades	58.053,53
TOTAL GASTOS VARIABLES	19.250,40
Consumibles(1)	2.502,55
Personal(2)	16.747,85
INGRESOS-GASTOS VARIABLES	38.803,13
TOTAL GASTOS FIJOS	38.803,13
Personal (sueldos+SS)	21.636,44
Arrendamiento local	5.769,72
Mantenimiento y reparaciones(3)	1.081,82
Servicios exteriores	2.163,64
Primas de seguros	1.081,82
Publicidad	901,52
Suministros (luz, agua y comunicaciones)	1.442,42
Gastos financieros	398,47
Amortización	4.086,88
Tributos (IAE)	240,40
RESULTADO BRUTO DE EXPLOTACIÓN	0,00

(1)Material fungible

(2)Personal necesario para las actividades propuestas

(3)Engloba los materiales de reposición de equipos deportivos y talleres

Fuente: Elaboración propia. Datos entrevistas.

La rentabilidad del negocio está relacionada tanto con el nivel de facturación como con el de costes. En esta actividad, tal y como se ha señalado anteriormente, el volumen de gastos variables aumenta con el número de actividades, por lo que la estructura de costes seguirá una tendencia creciente en relación al volumen de facturación a pesar de tener unos fijos determinados.

Existen determinadas actividades en las que el porcentaje de los costes repercute sobre el precio final de las mismas. Estas actividades suelen ser aquellas que conllevan mayor riesgo (una ruta por la montaña con niños menores, por ejemplo) y, por consiguiente, exigen mayor responsabilidad de las empresas que las llevan a cabo.

En el caso estudiado, las diferencias de márgenes para el cálculo de los ingresos, no se han tenido en cuenta para simplificar el análisis y por la dificultad para identificar dichos márgenes desglosados por actividad, por ello se ha elegido el 20% como media para la estimación de los ingresos.

En el siguiente cuadro se refleja la rentabilidad que obtendría la empresa para un nivel de facturación como el previsto en el apartado 5.3.3 Previsión de ingresos.

Cuadro 7: Estructura de la cuenta de resultados estimada para la empresa propuesta (euros)

Concepto	Importe
TOTAL INGRESOS	69.664,24
Ingresos por actividades	69.664,24
TOTAL GASTOS VARIABLES	19.250,40
Consumibles*	2.502,55
Personal(1)	16.747,85
INGRESOS-GASTOS VARIABLES	50.413,84
TOTAL GASTOS FIJOS	38.803,13
Personal (sueldos+SS)	21.636,44
Arrendamiento local	5.769,72
Mantenimiento y reparaciones(2)	1.081,82
Servicios exteriores	2.163,64
Primas de seguros	1.081,82
Publicidad	901,52
Suministros (luz y comunicaciones)	1.442,42
Gastos financieros	398,47
Amortización	4.086,88
Tributos (IAE)	240,40
RESULTADO BRUTO DE EXPLOTACIÓN	11.610,71
% sobre volumen de ventas	16,67%

*Material fungible.

(1)Personal necesario para las actividades propuestas.

(2)Engloba los materiales de reposición de equipos deportivos y talleres.

Fuente: Elaboración propia. Datos entrevistas

5.3.5. Financiación

¿Qué alternativas tengo para obtener el dinero que necesito?

Las principales fuentes de financiación con las que cuentan las empresas dedicadas a las actividades de tiempo libre se estructuran del siguiente modo:

- Fondos propios (60%);
- fondos ajenos (30%);
- subvenciones (10%).

Una vez estudiadas las inversiones para la puesta en funcionamiento de la empresa y los gastos iniciales, la estructura financiera se apoya, en un primer momento, en las aportaciones de capital propias y en las subvenciones solicitadas. De no ser suficientes, lo normal es acudir a la financiación ajena, principalmente a préstamos de entidades financieras por el importe necesario hasta completar las necesidades de capital. En el análisis realizado en el caso propuesto de inversiones y gastos se ha establecido como financiación ajena el 30% del total de la inversión. Si el importe de inversión de arranque es muy elevado, el porcentaje de la financiación ajena puede verse incrementado considerablemente.

Como sabes los ingresos no se producen hasta pasado un tiempo desde el comienzo de la actividad, por lo que deberás considerar ese desfase temporal, ya que deberás asumir una serie de gastos. Además una vez iniciado en la actividad el cobro de los servicios no se produce de forma inmediata por lo que deberás disponer de dinero en caja para no tener dificultades de tesorería que puedan poner en peligro la viabilidad de tu negocio.

Por último, debes recordar que las subvenciones no se perciben en el momento de la solicitud, sino que lo normal es que se demoren en el tiempo. Por ello, debes prever ese desfase temporal entre el pago de las inversiones y el cobro de la subvención, ya que es probable que tengas que hacer frente a intereses derivados de un posible crédito bancario.

En el apartado 6.3 Anexo de Ayudas te ampliamos la información sobre las ayudas institucionales concedidas a este sector.

5.4. Recursos humanos

La lectura del presente capítulo te permitirá conocer:

- > **EL PERFIL PROFESIONAL REQUERIDO PARA EL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD.**
- > **LA ESTRUCTURA ORGANIZATIVA Y LOS SERVICIOS EXTERIORES MÁS HABITUALES.**
- > **EL CONVENIO COLECTIVO APLICABLE A LA ACTIVIDAD QUE CONSTITUYE LA NORMA BASE PARA LA REGULACIÓN DE LA RELACIÓN EMPRESA-TRABAJADOR (SALARIO, JORNADA, VACACIONES, ETC.)**

Las principales conclusiones que podrás obtener con la lectura del presente apartado se resumen a continuación:

- **El perfil profesional variará en función de la actividad: monitores, psicólogos, sociólogos, médicos, etc., es decir, cada actividad se lleva a cabo por medio de los profesionales adecuados.**
- **Es necesario que tus colaboradores posean ciertas habilidades y destrezas para el trato con las personas, además del nivel de cualificación necesario.**
- **La estructura organizativa depende del número y variedad de actividades impartidas.**
- **Los servicios externos utilizados suelen ser, principalmente, asesoría, limpieza y otras empresas de tiempo libre.**
- **No existe un convenio específico para la actividad, por lo que, en muchos casos, las empresas aplican el de Enseñanza y formación no reglada y fijan los sueldos en función del salario mínimo interprofesional.**

5.4.1. Perfil profesional

¿Qué cualidades debo tener como responsable de la actividad?

¿Cuál debe ser el perfil profesional de mis empleados?

El perfil profesional del personal es el adecuado a la actividad, es decir, las actividades relacionadas con el tiempo libre no sólo requieren de personas en posesión del título de monitor de tiempo libre, sino que necesitarás contar con un equipo multidisciplinar adaptado a las características de las actividades programadas. Por esta razón no es posible identificar un perfil tipo para tus empleados, aunque suelen ser profesores, educadores, psicólogos o psicopedagogos los profesionales más demandados en este tipo de empresas.

En cualquier caso, las empresas de tiempo libre deberán contar, entre su personal, con monitores y directores de actividades de tiempo libre en los porcentajes que establece la normativa y que se han citado en el apartado 5.1.1.4 Aspectos Comunes de las Empresas. En el apartado 6.4.3 Centros de Estudio puedes consultar dónde pueden formarse estos profesionales.

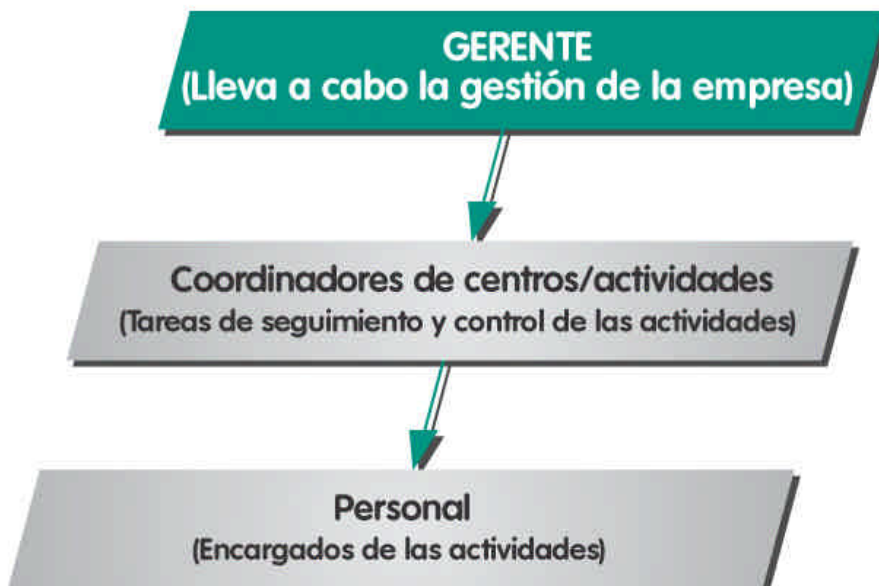
La única diferencia que existe entre los monitores y los directores de tiempo libre es que para ser director de actividades de tiempo libre es necesario tener previamente el título de monitor (200 horas lectivas) y acreditar experiencia en, al menos, un campamento. Cumplidos estos requisitos y mediante la realización de un curso de 150 horas se obtiene la titulación necesaria para ejercer como director de actividades de tiempo libre.

Al margen de su formación, conviene recordar que el personal que vas a contratar realiza su trabajo en contacto con grupos de personas, lo que requiere ciertas aptitudes para el trato con los demás: don de gentes, tolerancia, habilidades comunicativas, etc.

5.4.2. Estructura organizativa

¿Cómo debe estar organizada la empresa?

A continuación te mostramos el organigrama de una empresa ya implantada en el mercado que lleva a cabo un abanico muy amplio de actividades:



Lo habitual es que las empresas que se inician en la actividad no tengan un organigrama tan estructurado y que sea el emprendedor o emprendedores quienes realicen las tareas de gestión, coordinación además de encargarse de la realización de las actividades. Lo que predomina en las empresas de nueva creación es una estructura como la que sigue:



5.4.3. Servicios exteriores

¿Qué funciones se delegan a empresas externas?

Por una parte, las empresas de tiempo libre suelen subcontratar la limpieza del local y los servicios de una asesoría para que se encargue de las cuestiones fiscales, laborales y contables.

Por otra parte, es frecuente la contratación de monitores fuera de plantilla como personal de apoyo, ya que mantenerlos de forma continuada supondría soportar un coste fijo adicional significativo que pondría en peligro la viabilidad del negocio.

En ocasiones, si el volumen de actividad es muy elevado o se demandan actividades específicas, se puede recurrir a la subcontratación de otras empresas para poder hacer frente a esa demanda puntual.

5.4.4. Convenios colectivos aplicables

¿Existe algún convenio colectivo específico que regule la actividad en materia laboral?

No existe ningún convenio colectivo específico de aplicación a la actividad, por lo que, según información obtenida en las entrevistas realizadas, muchas de las empresas dedicadas a la gestión de actividades destinadas a ocio y tiempo libre se acogen al IV Convenio colectivo de Enseñanza y Formación no Reglada publicado en el BOE nº 45 de 21 de febrero de 2001. Revisión salarial publicada en el BOE de 1 de mayo de 2002, ya que consideran que las actividades de ocio y tiempo libre tienen un importante componente educativo.

6. VARIOS

6.1. Regímenes fiscales preferentes

El régimen fiscal para la declaración de resultados depende, en primer lugar, de la condición jurídica adoptada por la empresa:

- Las empresas con forma de sociedad declaran sus resultados en un impuesto específico, el Impuesto sobre Sociedades (IS).
- Los empresarios individuales declaran los resultados del negocio en su Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF).

Como sabemos, en este segundo caso, el cálculo del resultado empresarial puede realizarse de dos maneras:

- Estimación Directa Simplificada, cuando el importe neto de la cifra de negocios no supere los 601.012,10 euros.
- Estimación Directa Normal, cuando el importe neto de la cifra de negocios supere los 601.012,10 euros.
- Estimación Objetiva por Módulos, en base a unos parámetros determinados se establece el importe del impuesto a pagar.

Según la consulta realizada a la Agencia Tributaria, este tipo de empresas puede acogerse a la Tributación Objetiva por Módulos dependiendo del epígrafe del IAE que adopten. Si la empresa está dada de alta en varios y con uno de ellos no puede tributar en Módulos, con independencia de que por otros epígrafes sí, ya no podría acogerse a este tipo de tributación.

6.2. Normas sectoriales de aplicación

La normativa básica de aplicación que afecta a las actividades de tiempo libre se regula por el Decreto 50/2000 de 20 de enero publicado en el DOG nº 49 de 10 de marzo de 2000.

El título I establece las condiciones técnicas de las instalaciones juveniles dedicadas a la realización de actividades con la juventud en el ámbito del tiempo libre regulando los requisitos mínimos que deberán cumplir, con el fin de asegurar las adecuadas condiciones higiénico-sanitarias y de seguridad para sus usuarios; el título II está integrado por las actividades de aire libre dirigidas a la juventud; en el título III articula la regulación de los programas de formación que se van a impartir en las escuelas de tiempo libre.

Adicionalmente se aplica otra normativa en función de los servicios que presten las empresas:

- RD 1004/91 de 14 de junio por el que se establecen los requisitos mínimos de los centros que imparten enseñanzas de régimen general no universitaria, publicado en el BOE nº 26, de 26 de junio de 1991.
- Ley 4/1993 de 14 de abril de servicios sociales publicada en el DOG nº 76, de 23 de abril de 1993.
- RD 155/1989 de 22 de junio por el que se aprueba el Reglamento de las Agencias de Viajes en Galicia.
- Ley 9/1997 de 21 de agosto sobre Ordenación y Promoción del turismo publicado en el BOE de 3 de octubre de 1997 y en el DOG de 1 de septiembre de 1997.
- Legislación sobre campamentos de turismo y acampada recogido en la Orden de 28 de julio de 1966 del Ministerio de Información y Turismo por la que se aprueba la ordenación de los campamentos de turismo, publicada en el BOE de 10 de agosto de 1966.
- Decreto 236/1985 de 24 de octubre sobre ordenación de los campamentos públicos de turismo.
- Decreto 390/1987 de 15 de octubre por el que se modifica el anterior.
- Decreto 223/1996 de 30 de mayo por lo que se regulan las actividades al aire libre dirigidas a la juventud en el territorio de la Comunidad Gallega. También el Decreto 50/2000 del 20 de enero regula las actividades al aire libre y está publicado en el DOG del 10 de marzo de 2000.
- Orden de 21 de abril por la que se crean los ficheros de datos de carácter personal en materia de juventud existentes en la Consellería de Familia, Xuventude, Deporte e Voluntariado publicado en el DOG, de 9 de mayo de 2001.
- Orden del 12 de marzo de 2003 por la que se regulan los servicios y adjudicación de estadias en las residencias de tiempo libre dependientes de la Consellería de Familia, Xuventude, Deporte e Voluntariado.

- Orden del 31 de marzo de 2003 por la que se regula la oferta de plazas juveniles dentro del programa Campaña de Verano-2003.
- Orden del 31 de marzo de 2003 por la que se regula el uso de instalaciones juveniles en régimen de oferta concertada durante la campaña de verano de 2003.
- Tarifas y precios correspondientes a los servicios en las instalaciones juveniles, expediciones de carnés participación en actividades de la Dirección Xeral de Xuventude 2003.
- Ley 7/1995, de 2 de abril reguladora de las Bases de Régimen Local.
- Ley 5/1997 de 22 de julio de Administración Local de Galicia.

Además se han transferido competencias en materia de juventud a las Comunidades Autónomas. En Galicia están reflejadas por los RD 2434/82 publicado en el BOE de 1 de octubre de 1982 y por el RD 1459/89 publicado en el BOE de 8 de diciembre de 1989. También se han transferido las competencias relativas a asistencia y servicios sociales en el RD 373/99 publicado en el BOE de 24 de marzo de 1999.

6.3. Ayudas

Actualmente existen ayudas específicas para las actividades de tiempo libre. El Estatuto de Autonomía de Galicia en su Artículo 27 establece que le corresponde a la Comunidad Autónoma la competencia exclusiva en las materias de deporte y la correcta utilización del ocio, así como la promoción del desarrollo comunitario.

Estas ayudas se regulan en las siguientes Ordenes:

- Orden de 3 de abril de 2003 por la que se establecen las bases que rigen las ayudas para actividades programadas por entidades juveniles y entidades prestadoras de servicios a la juventud y se procede a su convocatoria, publicada en el DOG nº 62 de 28 de marzo de 2003.
- Orden del 27 de marzo de 2003 por la que se establecen las bases que rigen las ayudas a ayuntamientos para la promoción de la información juvenil.
- Orden del 18 de marzo de 2003 por la que se establecen las bases que rigen las ayudas para actividades realizadas por escuelas de tiempo libre y se procede a su convocatoria.
- Orden del 25 de marzo de 2003 por la que se regulan las bases que rigen las ayudas para actividades dirigidas a la juventud programadas por ayuntamientos.

Los destinatarios de estas ayudas son las escuelas de tiempo libre inscritas en el registro oficial dependiente orgánicamente de la Dirección General de Juventud regulado en el Decreto 50/2000 de 20 de enero.

Los programas de actividades que pueden subvencionarse son los siguientes:

- Cursos de formación para dirigentes o responsables de asociaciones juveniles.
- Cursos de directores y monitores en actividades de tiempo libre.
- Actividades al aire libre para titulados en actividades de tiempo libre.
- Conferencias, jornadas y congresos sobre las temáticas de tiempo libre.
- Realización de actividades, de carácter socio-educativo dirigidas a tratar las distintas problemáticas que hoy en día afectan a la juventud.
- Intercambios étnicos con otras Comunidades Autónomas y países extranjeros.

La cuantía de la ayuda concedida no podrá superar el 75% del presupuesto total de las actividades subvencionadas.

En el apartado 7.6 Anexo de Ayudas te informamos sobre otras ayudas y subvenciones de carácter más general.

6.4. Organismos

6.4.1. Organismos oficiales

DIRECCIÓN XERAL DE XUVENTUDE

Edificio Administrativo San Caetano, bloque 3, 1º

15704 Santiago de Compostela

Teléfonos: Directora Xeral: 981 54 48 64

Subdirección Xeral de Programas: 981 54 56 64

Subdirección Xeral de Promoción de actividades: 981 54 48 21

Fax: 981 54 58 43

Página web: www.rix.org

CONSELLERÍA DE FAMILIA, XUVENTUDE, DEPORTE E VOLUNTARIADO SERVICIO DE FAMILIA, INFANCIA E PROGRAMAS ESPECIAIS

Edificio Administrativo San Caetano s/n

15704 Santiago de Compostela

Tlf.: 981 54 46 50-54 56 69

Página web: www.xunta.es/conselle/fm

Delegaciones Provinciales:

Avda. do Exército, 2, 1º

15006 A Coruña

Tlf.: 981 18 57 04

Ronda da Muralla 70

27071 Lugo

Tlf.: 982 29 43 43

Sáenz Díez, 33, baixo

32003 Ourense

Tlf.: 988 21 13 11

María Verdiales 20

36203 Vigo

Tlf.: 986 81 70 42

CONSELLERÍA DE ASUNTOS SOCIAIS, EMPREGO E RELACIÓNS LABORAIS

Complejo Administrativo San Lázaro s/n

15704 Santiago de Compostela

Tlf.: 981 54 69 67

Fax: 981 54 86 36

Página web: www.xunta.es/conselle/as

6.4.2. Asociaciones profesionales

ASPACE CORUÑA

Osedo
15160 Sada
Tlf.: 981 61 03 12
Fax: 981 61 03 59
E-mail: aspcecoruña@eresmas.com

AMENCER PONTEVEDRA

Iglesias Vilarelle s/n
36001 Pontevedra
Tlf.: 986 86 46 43
Fax: 986 86 46 43
E-mail: asoc.amencer@terra.es

HOY POR MAÑANA VIGO

Martínez Garrido, 55, oficina 3
36212 Vigo
Tlf.: 986 26 10 98
Fax: 986 26 12 29
E-mail: hoypormañana@ctv.es

FEDERACIÓN ASPACE GALICIA

Iglesias Vilarelle s/n
36001 Pontevedra
Tlf.: 986 86 46 43
Fax: 986 86 43 43

ASOCIACIÓN JUVENIL AMIGOS DEL TIEMPO LIBRE

Observatorio, 11, 3º B
15011 A Coruña

ASOCIACIÓN OJE GALICIA

Magdalena, 184, 1º
15401 Ferrol

FUNDACIÓN ANDE

Avda. Rafaela Ibarra, 75
28026 Madrid
Tlf.: 91 569 65 48

FUNDACIÓN ANDERSEN CONSULTING

Pza. Ruiz Picasso s/n
Edificio Torre Picasso
28020 Madrid
Tlf.: 91 596 60 00

FUNDACIÓN ANESCO

General Martínez Campos 8
28010 Madrid
Tlf.: 91 447 11 68

FUNDACIÓN CEOPS (CENTRO DE ESTUDIOS DE ORIENTACIÓN Y PROMOCIÓN SOCIOCULTURAL)

San Bartolomé, 7, 2º
28004 Madrid

FUNDACIÓN CEPNE (CREACIÓN DE EMPLEO MEDIANTE PROMOCIÓN DE NUEVAS EMPRESAS)

María de Molina 13
28006 Madrid
Tlf.: 91 411 69 31

6.4.3. Centros de estudio

Existen numerosas escuelas dedicadas a la formación de monitores y directores de actividades de tiempo libre. A continuación te citamos algunas de estas escuelas, que poseen el reconocimiento por parte de la Xunta, por ser la actividad estudiada en la Guía:

ESCOLA DE TEMPO LIBRE E ANIMACIÓN DA CRUZ VERMELLA XUVENTUDE

Curros Enríquez s/n
15002 A Coruña
Tlf.: 981 20 59 75

ESCOLA DE TEMPO LIBRE CAMPA

Rúa Nova, 18, 1º dcha.
15003 A Coruña
Tlf.: 981 21 44 44-629 83 37 34

ESCOLA DE TEMPO LIBRE QUERCUS

Travesa 44
15003 Betanzos
Tlf.: 686 43 47 34

ESCOLA DE TEMPO LIBRE NÉBOA

Muchiqueira 24
15779 A Mourela- Neda
A Coruña
Tlf.: 981 34 76 90

ESCOLA DE TEMPO LIBRE ÍCARO

Ctra. Castilla, 58-64, esc. C, baixo
15404 Ferrol
A Coruña
Tlf.: 981 34 40 49

ESCOLA GALEGA DE LECER E TEMPO LIBRE. DIRECCIÓN XERAL DE XUVENTUDE. XUNTA DE GALICIA

Edif. Administrativo San Caetano, bloque 3, 1º
15771 Santiago
Tlf.: 981 54 48 55

ESCOLA LUCENSE DE TEMPO LIBRE

Estaca de Bares, 27, 2º
27004 Lugo
Tlf.: 982 25 01 19

ESCOLA DE TEMPO LIBRE RÍAS BAJAS

Pza. Méndez Núñez 1
36002 Pontevedra
Tlf.: 986 85 02 51

ESCOLA DE TEMPO LIBRE PASATEMPOS

Avenida Alcalde Portante, 5, bajo
36210 Vigo
Tlf.: 986 24 23 13
Fax: 986 24 23 13
10 ESCOLA DE TEMPO LIBRE ANIMACIÓN
Murillo 20, bajo
32002 Ourense
Tlf.: 988 39 13 89

ESCOLA DE TEMPO LIBRE BAIXA LIMIA

Pza. de San Rosendo
32880 Mugueimes- Muíños
Ourense
Tlf.: 988 45 64 03

ESCOLA DE TEMPO LIBRE E ANIMACIÓN SOCIOCULTURAL DON BOSCO

Belvís 2
Santiago
Tlf.: 981 58 22 43
Fax: 981 57 02 63

6.5. Páginas útiles en Internet

En el apartado 7.7 Anexo de Páginas Web de Interés relacionamos aquellas páginas web que consideramos vinculadas de forma directa o indirecta con tu futura actividad.

6.6. Bibliografía

- Andrés Orizo, F., Los nuevos valores de los españoles, Madrid, Ediciones SM, 1999.
- Brincadeira: Revista Galega de Animación Xuvenil, nº 19, 2002.
- García Fernando, Manuel, Tiempo Libre y Actividades Deportivas de la juventud en España, Ministerio de Asuntos Sociales (Instituto de la Juventud), 1993.
- Peláez J. y B. Alonso, Gestión de actividades de tiempo libre, Incipit Editores, 1994.
- Directorio de Centros, Consellería de Familia, Xuventude, Deporte e Voluntariado, 1º semestre 2003.
- Directorio de fundacións e asociacións, Consellería de Familia, Xuventude, Deporte e Voluntariado, 1º semestre 2003.

6.7. Glosario

Amortización: Tratamiento contable que recoge la pérdida de valor de los activos fijos, es decir, de bienes de la empresa tales como: vehículos, maquinaria, mobiliario, etc.

Beneficio sobre inversión: Porcentaje que resulta de dividir el beneficio entre el importe que representa las inversiones necesarias para el arranque.

Beneficio sobre ventas: Porcentaje que resulta de dividir el beneficio entre los ingresos obtenidos por las ventas.

Condición jurídica: Estructura legal que puede adoptar una empresa.

Contexto sectorial o sector industrial: Conjunto de empresas que comparten una misma tecnología

Fondos propios: Recursos que posee la empresa y que han sido aportados por los socios o generados por la propia empresa.

Fuerza de ventas: Conjunto de personas que se ocupan de las tareas relacionadas directamente con la venta de los productos fabricados o distribuidos por la empresa.

IAE (Impuesto de Actividades Económicas): Tributo que grava el ejercicio de las actividades empresariales, profesionales o artísticas, se ejerzan o no en un local determinado. Es obligatorio para toda sociedad, empresario o profesional y se formula separadamente para cada actividad. El plazo es de diez días hábiles antes del inicio de la actividad y la validez de un año natural. Se renueva automáticamente.

Margen bruto: Diferencia entre los ingresos por ventas y los costes directos necesarios para su obtención.

Material fungible: Término contable utilizable para referirse a aquellos elementos que se utilizan durante el ejercicio económico (en nuestro caso la duración de la actividad).

Mercado: Conjunto de personas, empresas o instituciones capaces de adquirir el producto que se va a ofrecer a través de la nueva empresa.

Mercado potencial: Número de usuarios actuales de un producto o servicio que ofrece una empresa o número de usuarios susceptibles de comprar un nuevo producto o servicio que ofrece la empresa.

Plan de empresa: Documento en el que se analiza el contenido del proyecto empresarial y en el que se describen todos los elementos de la empresa.

Público objetivo: Segmento o segmentos del mercado a los que la empresa dirige su oferta comercial.

Punto muerto (punto de equilibrio): Nivel de ingresos en el que se igualan los ingresos a los gastos de la empresa, por lo que el nivel de beneficio es cero. Su fórmula de cálculo es la siguiente:

$$\text{Punto muerto} = \text{Costes fijos} / (1 - (\text{Costes variables} / \text{ventas}))$$

Sociedad Limitada: Tipo de sociedad que se caracteriza por la responsabilidad limitada de los socios. Esta responsabilidad viene dada en función de la aportación de los mismos al capital de la sociedad.

Tributos: Impuestos de carácter fijo.

Ventaja competitiva: Característica de un producto o marca que otorga cierta superioridad sobre sus competidores inmediatos.

Viabilidad económica: Cualidad de un proyecto del que tenemos un excedente (beneficio) suficiente que permite hacer frente al coste de su deuda, a la remuneración de sus accionistas y a la financiación de una parte de su crecimiento una vez que alcanza su capacidad de producción plena y después de deducir todos sus costes.

7. ANEXOS

7.1. Anexo de información estadística de interés

Cuadro 0400.1: Distribución provincial de albergues juveniles, Galicia, 2004 (unidades)

	Número
A Coruña	2
Lugo	2
Ourense	0
Pontevedra	1
Total	5

Fuente: Directorio de Centros. Consellería de Familia, Xuventude, Deporte e Voluntariado

Cuadro 0400.2: Distribución provincial de los campamentos autorizados, Galicia, 2004 (unidades)

	Número
A Coruña	3
Lugo	2
Ourense	1
Pontevedra *	3
Total	9

* El Islas Cías es un Campo de trabajo

Fuente: Directorio de Centros. Consellería de Familia, Xuventude, Deporte e Voluntariado

Cuadro 0400.3: Distribución provincial de residencias de tiempo libre, Galicia, 2004 (unidades)

	Número
Ourense	1
Pontevedra	1
Total	2

Fuente: Directorio de Centros. Consellería de Familia, Xuventude, Deporte e Voluntariado

Cuadro 0400.4: Distribución de las granjas escuela autorizadas, Galicia, 2004 (unidades)

	Número
A Coruña	2
Lugo	3
Ourense	2
Pontevedra	3
Total	10

Fuente: Dirección Xeral de Xuventude

Cuadro 0400.5: Empresas de ocio y tiempo libre, Galicia, 2004 (unidades, %)

	Número de empresas	Porcentaje
A Coruña	8	53,33%
Lugo	1	6,67%
Ourense	4	26,67%
Pontevedra	2	13,33%
Total	15	100,00%

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 0400.6: Escuelas de tiempo libre, Galicia, 2004 (unidades)

	Número de escuelas
A Coruña	18
Lugo	2
Ourense	4
Pontevedra	7
Total	31

Fuente: Dirección Xeral de Xuventude

Cuadro 0400.7: Asociaciones y Entidades prestadoras de servicios, Galicia, 2004 (unidades)

Carácter	A Coruña	Lugo	Ourense	Pontevedra	Total
Asociaciones					
Autonómico	108	13	22	50	193
Provincial	227	92	188	198	705
Total Asociaciones					898
Entidades prestadoras de servicios					
Autonómico	32	5	10	11	58
Provincial	93	66	67	71	299
Total Entidades prestadoras de servicios					357

Fuente: Dirección Xeral de Xuventude

Cuadro 0400.8: Actividades y ayuntamientos participantes en el programa ¿Que vas a hacer en el2001?, Galicia, 2001 (unidades)

	Globoflexia	Efectos especiales	Banda diseñada	Teatro	Circuitos musicales	Internet	Número de ayuntamientos
A Coruña	19	12	7	6	9	11	64
Lugo	1	6	2	4	5	11	29
Ourense	7	12	5	4	7	7	42
Pontevedra	11	10	5	3	4	8	41
Total	38	40	19	17	25	37	176

Fuente: Elaboración propia con datos de la Dirección Xeral de Xuventude.

Cuadro 0400.9: Actividades y ayuntamientos participantes en el programa Imaxina 2002, Galicia, 2002 (unidades)

	Globoflexia	Efectos especiales	Banda diseñada	Teatro	Circuitos musicales	Número de ayuntamientos
A Coruña	16	5	5	4	4	34
Lugo	8	5	4	4	3	24
Ourense	10	5	4	4	4	27
Pontevedra	9	5	3	4	4	25
Total	43	20	16	16	15	110

Fuente: Elaboración propia con datos de la Dirección Xeral de Xuventude.

Cuadro 0400.10: Actividades y ayuntamientos participantes en el programa Fixatec, Galicia, 2002 (unidades)

	Internet	Ajedrez	Grabación de sonido	Número de ayuntamientos
A Coruña	15	4	6	25
Lugo	15	4	6	25
Ourense	15	5	5	25
Pontevedra	15	4	6	25
Total	60	17	23	100

Fuente: Elaboración propia con datos de la Dirección Xeral de Xuventude.

0511 Análisis de la oferta

Cuadro 0511.1: Distribución municipal de albergues, campamentos juveniles, casas de la juventud, Comarcas de Noia, Barbanza y Sar, 2004 (unidades)

	Albergues	Campamentos juveniles	Casas de la juventud	Escuelas de tiempo libre
Comarca de Noia	0	1	1	1
Comarca do Barbanza	0	1	0	2
Comarca de Sar	0	0	0	0
Total Zona	0	2	1	3

Fuente: Directorio de Centros. Consellería de Familia, Xuventude, Deporte e Voluntariado

Cuadro 0511.2: Asociaciones y Entidades prestadoras de servicios, Comarcas de Noia, Barbanza y Sar, 2004 (unidades)

Carácter	Asociaciones		Entidades prestadoras de servicios		Total Entidades prestadoras de servicios
	Autonómico	Provincial	Autonómico	Provincial	
Boiro			0	2	2
Dodro		2	2		0
Lousame		1	1		0
Noia	1	6	7	2	2
Outes		1	1		0
Padrón	3	1	4		0
Pobra do Caramiñal	1	2	3		0
Porto do Son			0	1	1
Rianxo		3	3	1	1
Ribeira		4	4	1	2
Total	5	20	25	1	8

Fuente: Dirección Xeral de Xuventude

05122 Hábitos de ocio en los jóvenes

Cuadro 05122.1: Grado de frecuencia de realización de las actividades de tiempo libre, España (%)

Tipo de actividad	Todos los días	2-3 veces semana	Fin de semana	En vacaciones	Menos frecuencia
Estar con la familia	86	4	5	1	1
Ir a bailar	1	8	66	3	20
Ir al cine	1	4	58	5	31
Ir al teatro	1	1	13	4	76
Hacer deporte	27	44	16	4	9
Ver deporte	17	35	32		15
Nada en especial	41	8	13	5	25
Estar con amigos/as	55	25	16	1	1
Salir al campo	4	2	24	37	32
Ver la televisión	85	8	3		3
Leer libros/revistas	45	24	15	2	12
Asistir a reuniones políticas	4	4	7	4	81
Ir a un club	18	23	19	2	38
Oír la radio	72	14	6		6
Salir con el/la novio/a	53	22	17		7
Escuchar música	73	17	7		2
Hacer trabajos manuales	14	13	16	5	51
Ocuparse del jardín	11	11	13	4	59
Tocar un instrumento musical	14	11	7	1	57

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 05122.2: Actividades en las que les gustaría a los jóvenes y a la población en general ocupar su tiempo libre, España (%)

Tipo de actividad	Jóvenes	Población en general
Estar con los amigos	34	20
Hacer deporte	27	23
Ir al cine	23	22
Salir al campo	21	22
Escuchar música	20	11
Estar con la familia	17	26
Leer libros/revistas	17	15
Salir con el/la novio/a	16	7
Ver la televisión	15	15
Ir a bailar	14	13
Oír la radio	10	8
Ir al teatro	8	14
Ver deporte	8	8
Nada en especial	8	5
Tocar un instrumento musical	7	7
Trabajos manuales	4	7
Ir a un club	4	4
Ocuparse del jardín	2	3
Viajar	2	

Estudiar	1	
Actividades culturales	0,6	
Asistir a reuniones políticas	0,5	
Juegos de mesa	0,2	

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 05122.3: Disponibilidad de tiempo libre por parte de los jóvenes en días laborables e fines de semana, España (%)

Disponibilidad de tiempo libre	Laborables	Fines de semana
Mucho	6	20
Bastante	22	48
Poco	60	27
Nada	12	4

Fuente: Elaboración propia.

7.2. Anexo de proveedores

En esta actividad existen varios tipos de proveedores dependiendo de las actividades que lleve a cabo tu empresa: material deportivo, de papelería y manualidades, de equipos informáticos y ofimática y de mobiliario de oficina. A continuación, te proporcionamos una serie de referencias que te orientarán en la búsqueda de proveedores para tu negocio:

1. Hemos comprobado que en directorios comerciales tales como QDQ y Páginas Amarillas, tanto en soporte electrónico como en papel, puedes encontrar proveedores situados en tu zona.

- Páginas Amarillas:
 - Material deportivo: Deportes: establecimientos, artículos (fabricantes y mayoristas), Bicicletas (venta y reparación), Hípica, artículos: establecimientos, Submarinismo: equipos (ventas y alquiler), Esquí (artículos).
 - Material didáctico y de manualidades: Manualidades: artículos, Dibujo y pintura: artículos, Bellas artes: artículos y establecimientos.
 - Material informático: Informática (mantenimiento) y Equipos informáticos y Ofimática.
 - Mobiliario: Muebles de oficina (establecimientos, fabricantes y almacenistas). Además puedes acceder al formato electrónico en la página web www.paginasamarillas.es.
- QDQ: En los epígrafes Informática (consumibles, hardware y software) y Servicios puedes encontrar proveedores de informática, tanto para adquisición como mantenimiento, y en el apartado de ofimática, papelería (provisiones) y máquinas de escribir están los proveedores relacionados con la ofimática. En el epígrafe Mobiliario de oficina aparecen proveedores de este tipo de muebles. También puedes consultar la versión electrónica www.qdq.com.
- Europages: Es un directorio comercial de negocios en el que puedes encontrar empresas de proveedores de todas las actividades y de casi todos los países. La versión electrónica es www.europages.com.
- Otros: Páxinas Galegas, etc.

2. Publicaciones especializadas:

- Revista Guía del ocio: Revista especializada donde puedes encontrar proveedores del sector. La dirección de la revista es www.guiadelocio.com.
- Revista Tiempo de aventura: Revista especializada en la que puedes encontrar, entre sus anunciantes, proveedores. Su publicación es mensual. La dirección de la revista es www.aventurasur.com.

- Revista Weekend: Revista de deporte y tiempo libre donde se recogen temas de campamento y aire libre y en la que puedes encontrar proveedores de material necesario para este tipo de actividades. Su publicación es mensual. La dirección de la revista es www.weekend.uol.com.er.
- La Revista: Publicación especializada de ocio, en la que puedes encontrar, entre sus anunciantes, proveedores necesarios para tu negocio. Se publica mensualmente. Puedes acceder a la versión electrónica de la revista en la página web: www.ociototal.com.

3. Asociaciones (de la propia actividad o de profesionales). En ellas puedes informarte sobre proveedores para tu negocio. La página web del ICEX (www.icex.es) cuenta con una base de datos de asociaciones de fabricantes (asoc.).

4. Portales:

- www.solostocks.com: Se trata de un mercado para la compra-venta de stocks entre empresas. Entrando en el apartado de *Nuestros Mercados* puedes localizar todo tipo de proveedores para tu negocio.
- www.anuntisocio.com: Portal especializado en ocio en el que aparecen anuncios de empresas y particulares de materiales que puedes necesitar para tu negocio.
- www.kompass.com: Portal que contiene información empresarial de todo el mundo. En esta página puedes encontrar una base de datos sobre las empresas de todos los sectores y de casi todos los países.
- www.elgratis.net/express/tiempolibre.asp: Portal genérico en el que aparecen anunciantes y dentro de ellos puedes encontrar proveedores para tu negocio.

5. Bases de datos: Existen varias bases de datos de empresas clasificadas por sectores, como son las de la Cámara de Comercio, Ardán (del Consorcio de la Zona Franca de Vigo), y otras bases de datos privadas.

7.3. Anexo de ferias

En este apartado te proporcionamos una lista de los eventos más significativos a nivel nacional relacionados con la actividad. Las fechas pueden variar de unos años a otros, incluso alguna exposición puede no celebrarse:

NOMBRE	LOCALIDAD	EVENTO
GALIOCIO	Vigo	Salón del tiempo libre.
TURISMUR	Murcia	Salón nacional del turismo y tiempo libre.
EXPO-OCIO	Madrid	Feria del tiempo libre.

Para obtener información sobre ferias internacionales puedes consultar, entre otros, el portal de Internet www.expo24-7.com.

7.4. Anexo de formación

A continuación, te ofrecemos información relacionada con los programas FORCEM para personas en activo y FIP para personas en situación de desempleo.

Programa FIP

La oferta formativa de la Dirección Xeral de Formación e Colocación, pertenece a la Consellería de Asuntos Sociais, Emprego e Relacións Laborais, es:

CÓDIGO	NOMBRE DEL CURSO
SPAS10	Monitor sociocultural
SPBF10	Socorrista acuático
SPBF40	Monitor deportivo

Fuente: Dirección Xeral de Formación e Colocación

La programación de cursos para el año 2003 es la siguiente:

CÓDIGO	A Coruña	Lugo	Ourense	Pon tevedra
SPAS10	2	2	1	2
SPBF10	0	0	0	1
SPBF40	1	0	0	0

Fuente: Dirección Xeral de Formación e Colocación

Programa FORCEM

1. FOREM (CCOO)

Tlf.: 981 55 33 10

Éste es el centro de formación del sindicato Comisiones Obreras. En el número de teléfono que te proporcionamos podrás conseguir la información necesaria de los cursos que están en vigor actualmente.

2. FORGA (CIG)

Tlf.: 986 27 20 75

Éste es el centro de formación del sindicato CIG. La información necesaria sobre los cursos relacionados con las distintas actividades desarrolladas en las empresas de tiempo libre puedes conseguirla en el número que te facilitamos.

3. IFES (UGT)

Tlf.: 981 56 92 00

El centro de formación de UGT se denomina IFES. Mediante consulta telefónica puedes informarte de los cursos que imparte este sindicato a nivel de Galicia en el ámbito de estas actividades.

7.5. Anexo sobre modalidades de contratación

A continuación, se muestra una tabla donde puedes ver algunas de las modalidades de contrato más habituales. En ella encontrarás la normativa que debes consultar para obtener información sobre las diferentes modalidades de contratación. También puedes consultar la página web del INEM: www.inem.es

TIPO DE CONTRATO	PUBLICACIÓN DE LA NORMATIVA
CONTRATO INDEFINIDO ORDINARIO	RD Ley 1/95
CONTRATO EVENTUAL POR CIRCUNSTANCIAS DE PRODUCCIÓN	Art. 15 Estatuto de los Trabajadores y RD 2720/98
CONTRATO DE OBRA O SERVICIO DETERMINADO	Art. 15 Estatuto de los Trabajadores y RD 2720/98
CONTRATO DE INTERINIDAD	Art. 15 Estatuto de los Trabajadores y RD 2720/98
CONTRATO DE TRABAJO DE INSERCIÓN	Art. 15 Estatuto de los Trabajadores
CONTRATO DE TRABAJO TEMPORAL DE RELEVO	RD Ley 15/98 y Ley 12/2001
CONTRATO A TIEMPO PARCIAL	Art.12 Estatuto de los Trabajadores y RD Ley 15/98
CONTRATO EN PRÁCTICAS	Art.11 Estatuto de los Trabajadores y RD Ley 488/98
CONTRATO PARA LA FORMACIÓN	Art.11 Estatuto de los Trabajadores y RD Ley 488/98
CONTRATO PARA PERSONAS CON DISCAPACIDADES	Ley 42/94, Ley 13/96. Disp. adic. 6ª y Ley 50/98
CONTRATO TEMPORAL PARA MINUSVÁLIDOS	Art. 44 Ley 42/94, Ley 13/96 y Ley 50/98
CONTRATO DE TRABAJO A DOMICILIO	RD Ley 1/95
CONTRATO DE TRABAJO EN GRUPO	RD Ley 1/95

7.6. Anexo de ayudas

El apoyo a la cultura emprendedora tiene como finalidad buscar nuevas alternativas y diversificar el tejido productivo de las Comunidades Autónomas. Apareciendo así líneas de ayuda que pretenden facilitar el camino al emprendedor, este apartado se centra en aquellas que ofrece la Consellería de Asuntos Sociales, Empleo e Relacións Laborais, IGAPE e ICO (por su carácter anual).

Existen otras pero debe ser el emprendedor el que haga el seguimiento de las mismas.

A continuación te mostramos los programas que planifica y coordina la Dirección General de Empleo, dentro de las políticas activas que están encaminadas a crear mejores puestos de trabajo:

1.Fomento de la contratación por cuenta ajena

Entre este tipo de ayudas nos podemos encontrar con aquellas que pretenden fomentar:

la contratación indefinida, que pretenden equiparar las tasas de estabilidad en el empleo de Galicia con las del resto de Europa.

los contratos en prácticas, como medio para que los desempleados más jóvenes puedan adquirir la experiencia necesaria. Uno de los requisitos exigidos es que los contratos tengan una duración mínima de doce meses y, asimismo, se busca fomentar que los contratos estén vinculados a proyectos de I+D.

2.Promoción del autoempleo y la economía social

Las directrices de empleo de la Unión Europea cuentan con un capítulo especial dedicado a la necesidad de fomentar el espíritu de empresa y de eliminar los obstáculos con los que se encuentran los emprendedores a la hora de poner en marcha un negocio. Siguiendo estas pautas, la Xunta de Galicia promovió ayudas a favor de emprendedores, que van desde la subvención financiera a las rentas para el inicio de la actividad hasta la subvención para la adquisición de activos.

De este modo se pretende, además, fomentar la aparición de nuevos proyectos que dinamicen la actividad empresarial en zonas menos desarrolladas, así como aprovechar las oportunidades de empleo que ofrecen las nuevas tecnologías.

3.Programas de cooperación

Los programas de cooperación con entidades locales y otras entidades sin ánimo de lucro pretenden, mediante la contratación de desempleados para la realización de obras o servicios de interés general, aprovechar el potencial de los nuevos campos de empleo y contribuir al desarrollo local y comarcal.

4. Escuelas Taller-Talleres de empleo

Las escuelas taller son instrumentos que pretenden compaginar la formación especializada en determinados oficios con el trabajo remunerado en una obra de interés para la zona en la que se implanten. Destinadas a menores de 25 años, pero la Xunta de Galicia puso en marcha también los llamados talleres de empleo para mayores de 40 años.

5. Programa LABORA: juventud con experiencia

En lo que se refiere a la juventud, se introdujo la apuesta por garantizar una primera experiencia laboral a todos los jóvenes gallegos antes de cumplir seis meses desempleados y, en todo caso, antes de los treinta años. El Programa LABORA, que se formula de modo que sea una realidad en el año 2005, exige complementar el ritmo de creación de empleo en el sector privado.

En lo que respecta a la línea de subvenciones y ayudas, que mantiene anualmente la Consellería de Asuntos Sociales, Empleo e Relacións Laborais para favorecer el empleo, están centradas en dos áreas:

1. Apoyo a emprendedores: Autoempleo y economía social

2. Incentivos a la contratación por cuenta ajena

La misión es aproximar al emprendedor los medios de los que la Administración Autónoma dispone con el objetivo de que este disponga en la puesta en marcha de su idea empresarial de recursos suficientes. Por una parte, se trata de incentivar la creación de empleo estable mediante ayudas a la contratación indefinida inicial y a la transformación de contratos temporales en indefinidos. Por otra parte, se busca apoyar la iniciativa empresarial de los desempleados mediante el empleo autónomo y diferentes formas de la economía social.

1. Apoyo a emprendedores: Autoempleo y Economía Social

1.1 Fomento de empleo en cooperativas y sociedades laborales

Su objeto es promover acciones e facilitar ayudas e subvenciones que contribuyan a la creación y el mantenimiento de puestos de trabajo.

Tipos de ayuda

- Por la incorporación de socios colectivos o de trabajo
- Para a contratación de directores o gerentes
- Subvención financiera de reducción de tipo de interés de préstamos

Adquisición de inmovilizado material e inmaterial.

Orden do 25 de marzo de 2004 (DOG nº 65; del 2 de abril de 2004)

1.2 Promoción del empleo autónomo

Su fin es promover aquellos proyectos que permitan a los trabajadores establecerse como autónomos. Sus beneficiarios son desempleados inscritos que proyecten al creación de su propio puesto de trabajo.

Tipos de ayuda:

- Subvención financiera de reducción de tipo de interés de préstamos
- Rentas por inicio de actividad

Orden del 12 de marzo de 2004 (DOG nº 60, del 26 de marzo de 2004)

1.3 Ayudas a mujeres emprendedoras. Programa EMEGA.

1.4 Creación y mantenimiento de centros especiales de empleo

Su objeto es incentivar los centros especiales de empleo en cuanto fórmulas empresariales eficaces para generar empleo estable para personas desempleadas con discapacidad.

Tipos de ayuda:

Para la creación e ampliación de centros especiales de empleo:

- Ayudas para la asistencia técnica.
- Subvención financiera de reducción de tipo de interés de préstamos
- Adquisición de activo fijo

Para el mantenimiento de los centros especiales de empleo:

- Bonificación en las cuotas de la Seguridad Social y subvención del coste salarial de los puestos de trabajo
- Subvenciones para la adaptación de los puestos de trabajo y eliminación de barreras arquitectónicas.
- Subvención para el saneamiento financiero

Orden del 9 de marzo de 2004. (DOG nº 55; 18.03.2004).

1.5 Promoción del empleo autónomo de personas con necesidades especiales

Dirigido a personas con certificado de discapacidad inscritos como demandantes de empleo que pretendan establecerse como autónomos.

Tipos de ayuda:

- Subvención financiera de reducción de tipo de interés de préstamos
- Rentas de inicio de actividad
- Subvención a la creación del puesto de trabajo propio, en función de la inversión en activo fijo

Orden del 9 de marzo de 2004 (DOG nº 55; 18.03.2004).

1.6 Iniciativas Locales de Empleo e Iniciativas de Empleo Rural

Se entiende por Iniciativas de Empleo los proyectos empresariales de carácter privado innovadores, generadores de empleo, promocionados y apoyados por la Xunta de Galicia o por administraciones locales de carácter territorial de la Comunidad Autónoma Gallega, previamente cualificados como iniciativas de empleo e inscritos como tales en el registro administrativo habilitado a tal fin en las Delegaciones Provinciales y en la Dirección Xeral de Promoción do Emprego de la Consellería de Asuntos Sociais, Emprego e Relacións Laborais

Decreto 9/2000, do 12 de enero (DOG nº18, 27/01/2000)

1.7 Iniciativas de empleo de base tecnológica

Se dirige a PYMES proyectos empresariales innovadores de contenido científico y/o tecnológico, previamente cualificados como iniciativas de empleo de base tecnológica (Iebt's) e inscritos en el registro administrativo habilitado al efecto en la Dirección Xeral de Promoción do Emprego.

Tipos de ayudas:

- A la creación directa de empleo estable
- Subvención financiera de reducción de tipo de interés de préstamos
- Subvención por asistencia técnica para la contratación de expertos técnicos de alta cualificación
- Apoyo a la función gerencial
- Subvención gastos de inicio de actividad
- Para el mantenimiento de empleo estable, en función de la existencia de gastos de alquiler

Orden do 27 de febrero de 2004 (DOG nº 49, del 10 de marzo de 2004).

2. Incentivos a la contratación por cuenta ajena

2.1 Programas de fomento de la estabilidad en el empleo

Esta actuación tiene por objeto el fomento de la estabilidad en el empleo, a través del fomento de la contratación indefinida inicial o por transformación de contratos de duración determinada, a través de los siguientes programas:

- Programa de fomento de la contratación indefinida de colectivos de desempleados con mayores dificultades de inserción laboral
- Programa de fomento de la estabilidad.
- Programa de fomento de la contratación indefinida inicial vinculada a proyectos de I+D

Tipo de ayuda: Subvenciones por trabajador contratado

Orden del 11 de marzo de 2004 (DOG nº 60, del 26 de marzo de 2004.)

2.2 Incentivos a la contratación indefinida de personas con discapacidad

Dirigido a empresas que contraten con carácter indefinido a trabajadores discapacitados desempleados o procedentes de centros especiales de empleo, o que transformen en indefinidos contratos temporales.

Tipos de ayuda:

- Subvención por trabajador contratado por tiempo indefinido y a jornada completa
- Para la adaptación de los puestos de trabajo.
- Bonificación cuotas de la Seguridad Social

Orden del 9 de marzo de 2004 (DOG nº 55; 18.03.2004).

2.3 Programas de incentivos a la contratación por cuenta ajena como medida de mejora de la empleabilidad de colectivos desfavorecidos.

Su objeto es establecer incentivos a la contratación temporal de grupos con desventajas en el acceso al mercado laboral. Integra los siguientes programas:

- Programa de fomento de la contratación temporal de los trabajadores pertenecientes a colectivos en riesgo de exclusión social .
- Programa de los contratos en prácticas de jóvenes titulados y para la innovación tecnológica
- Programa de fomento de la contratación temporal de los desempleados incorporados al Programa Labora

Tipos de ayuda: Subvenciones por trabajador contratado

Orden del 9 de marzo de 2004 (DOG nº 60, del 26 de marzo de 2004.)

2.4 Incentivos a la contratación dirigidos a conciliar la vida laboral y familiar

Con la finalidad de promover la igualdad de oportunidades y favorecer la conciliación de vida laboral y familiar se contemplan dos tipos de ayudas:

- Por la reincorporación a la empresa de personas trabajadoras tras un proceso de maternidad/paternidad
- Por las contrataciones de interinidad para la sustitución de trabajadores en excedencia para el cuidado de familiares o con reducción de la jornada de trabajo por motivos familiar

Tipos de ayuda:

- En el primer caso, ayuda de cuantía igual a parte de las cuotas a la Seguridad Social
- En el segundo, ayuda de hasta 2400 euros

Orden del 26 de febrero de 2004. (DOG nº 49, del 10 de marzo de 2004)

2.5 Ayudas a empresarios sin asalariados dirigidas a la contratación de su primer trabajador fijo

Ayuda a la contratación del primer trabajador fijo, siempre que pertenezca a alguno de los colectivos especificados en la convocatoria, contemplándose la posibilidad de contratación de familiares que tengan la consideración de trabajadores autónomos .

Tipo de ayuda: Subvención equivalente a un 30% de la base mínima de cotización correspondiente al grupo de cotización del trabajador

Orden del 25 de febrero de 2004 (DOG nº 49, del 10 de marzo de 2004)

Existen asimismo otras líneas de ayudas dependientes de otros organismos e instituciones.

IGAPE (www.IGAPE.es)

Ofrece una amplia oferta programas y ayudas:

- Apoyos a Inversiones (programa a emprendedores, línea microcréditos, ...)
- Nuevas iniciativas empresariales
- Continuidad y mejora competitiva
- Apoyo a emprendedores
- Formación
- Servicios (diagnóstico, plan de empresa....)

En esta apartado nos centraremos en los distintos apoyos a Inversiones, concretamente los dos que te mencionamos anteriormente:

1.Programa Emprendedores, que pretende favorecer la aparición de nuevos emprendedores y creación de nuevas iniciativas mediante:

- Apoyo a la elaboración y formación de planes de empresa
- Apoyos a la implantación : concesión de subvenciones a las inversiones y gastos de puesta en marcha, préstamos, intermediación en la concesión de recursos financieros, apoyos a la creación de viveros de empresas y servicios de tutoría

Parece que sólo queda la línea de financiación a través de convenio con Compañía Española de Reafianzamiento, las Entidades Financieras y las Sociedades de Garantía Recíproca

2.Microcréditos: Ayuda para la adquisición de activos fijos (pequeño volumen). Con las características que te mostramos a continuación.

Tipo de interés fijo-----0% Costa de Morte; 2,5% resto de Galicia.

Plazo de amortización-----5 años, incluido hasta 1 año de carencia

Inversiones-----Activos fijos

Garantías-----Aval de SRG

Solicitudes-----Se presentan en el IGAPE

Desde el 14 de octubre de 2003 la línea de microcréditos, instrumentada mediante convenio entre IGAPE - SEPIDES y las entidades financieras tiene agotada su dotación económica. Las nuevas solicitudes pueden dirigirse a la línea instrumentada mediante convenio IGAPE - CERSA - ENTIDADES FINANCEIRAS - SGR´s.

Ayudas del Instituto de Crédito Oficial (ICO)

1.Línea PYME 2004: Tiene como objetivo financiar en condiciones preferentes las inversiones en activos fijos productivos llevadas a cabo por Pymes. Está destinado a Pequeñas y medianas empresas (menos de 250 trabajadores) de cualquier sector económico que realicen inversiones en España, se financia hasta el 70% del proyecto de inversión neto.

2.Línea de Microcréditos para España 2004: Tiene como objetivo financiar la puesta en marcha de pequeños negocios o microempresas por parte de personas que carezcan de garantías bancarias o aval. Esta destinada para todas aquellas personas que por carecer de garantías no tengan acceso a otro tipo de financiación, se financia hasta el 95% de la inversión a realizar, con un límite de 25.000 euros.

7.7. Anexo de páginas web de interés

TEMÁTICOS

- Guía del ocio: www.guiadelocio.com
- Portal de tiempo libre: www.ociojuven.com
- Portal de ocio: www.ociototal.com
- Portal especializado en ocio: www.anuntiocio.com
- Asociación Juvenil Española: www.oje.es
- Fundación colombiana de tiempo libre y recreación: www.funlibre.org

INSTITUCIONES PÚBLICAS

- Xunta de Galicia: www.xunta.es
- Consellería de Asuntos Sociais, Emprego e Relacións Laborais: www.xunta.es/conselle/as
- Instituto Galego de Promoción Económica (IGAPE): www.igape.es
- Consellería de Familia, Xuventude, Deporte e Voluntariado: www.xunta.es/conselle/fm
- Ministerio de Educación, Cultura y Deporte: www.mec.es
- Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales: www.mtas.es

CONFEDERACIONES DE EMPRESARIOS Y SINDICATOS

- Unión General de Trabajadores: www.ugtgalicia.org
- Comisiones Obreras: www.galicia.ccoo.es
- Confederación Intersindical Galega: www.galizacig.com
- Asociación de jóvenes empresarios de Vigo y Mancomunidad: www.aje-vigo.es
- Asociación de jóvenes empresarios Marineda: www.amje.org
- Asociación de jóvenes empresarios de Pontevedra: www.adosnet.com/aje

7.8. Reflexiones para la realización del estudio de mercado

A continuación incluimos una serie de puntos que creemos deben ser considerados en el análisis del mercado ya que pueden condicionar la estrategia comercial a desarrollar.

Teniendo en cuenta las características de tu servicio y el público al que tienes pensado dirigirte:

- ¿Cuál es el perfil de cliente que demanda los servicios que tú vas a ofrecer?, (Ver apartado 5.1.2 Análisis de la demanda).
- ¿Cómo vas a calcular el tamaño del mercado?, ¿qué criterios vas a tener en cuenta para determinar el público al que puedes dirigirte? (Ver apartado 5.1.3.1 Método de cálculo del tamaño de mercado de una empresa de tiempo libre).
- ¿Existe alguna característica o características que te permitan definir un cliente tipo?, ¿cómo vas a segmentar el mercado? (Ver apartado 5.1.2.1 Perfil del cliente).
- ¿Crees que tu empresa aporta un elemento diferenciador con relación a otras existentes en el mercado? (Sería conveniente que averiguases el tipo de servicios que ofrecen las empresas existentes en tu ámbito de actuación y en base a ello establecer diferencias con respecto a ellas).
- ¿Existen en tu zona otras empresas similares?, ¿dónde están?, ¿qué servicios ofrecen?, ¿qué características tienen?, ¿qué otras empresas situadas en tu zona geográfica pueden hacerte la competencia? (Ver apartado 5.1.1.1 Número de empresas y su distribución territorial).
- ¿Sabes si las empresas existentes en tu zona están a pleno rendimiento? (Para ello sería conveniente que estudiases el comportamiento de alguna de ellas, ver qué actividades realizan, quiénes son sus clientes, si llevan muchos años trabajando con ellos, etc.).
- ¿Cómo vas a hacer la evaluación de las ventas para el primer año? (Ver apartado 5.3.3 Previsión de ingresos).
- ¿Cómo vas a promocionar y dar a conocer tu empresa?, ¿has valorado cuánto te va a costar en tiempo y dinero? (Ver apartado 5.2.4 Promoción).
- ¿Conoces las características de funcionamiento de una empresa que realice las mismas actividades que la tuya? (Ver apartado 5.1.1.4 Aspectos comunes de los establecimientos).
- Dadas tus necesidades de material para actividades: pinceles, óleos, tijeras, equipos deportivos (sacos, tiendas de campaña, arneses), etc., ¿has localizado proveedores adecuados? (Ver apartados 5.1.1.5 Análisis de los proveedores y 7.6 Anexo de proveedores).
- ¿Cuentas con personas con el perfil necesario para poder desarrollar las actividades a las que te pretendes dedicar? (Puedes consultar en las oficinas locales del INEM las demandas de empleo).
- ¿Has valorado el tiempo medio durante el que no tendrás el negocio a pleno rendimiento?, ¿has analizado cómo vas a financiar las inversiones necesarias para empezar en la actividad? (Ver apartado 5.3.5 Financiación).

8. NOTA DE LOS AUTORES

Autores de la adaptación:

David Figueira Hermo, Técnico de Empleo del Concello de Boiro.

Las referencias nominales suministradas en esta Guía, tales como centros de estudio, asociaciones, instituciones, ferias, páginas web, etcétera que el lector puede encontrar a lo largo de la lectura de este documento no pretenden ser una enumeración exhaustiva sino una muestra orientativa de las entidades detectadas durante la elaboración de este estudio. Es posible que existan otras referencias, similares a las citadas, que no han sido incluidas por no constituir tales relaciones el objetivo principal de la presente Guía.

Todos los datos relacionados con estadísticas, legislación, cursos, ayudas y cualquier otra información susceptible de ser actualizada, han sido obtenidos durante la realización de la presente Guía.

Santiago de Compostela, diciembre de 2004