

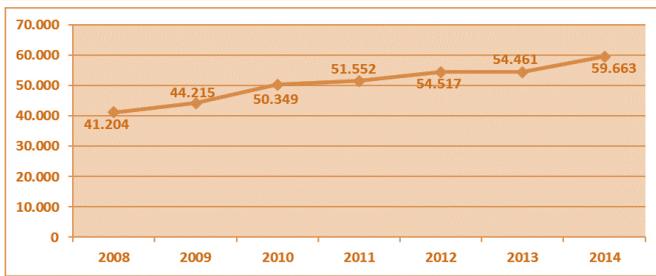
CONTEXTO SECTORIAL

Las empresas de tiempo libre son 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.

Es difícil cuantificar la totalidad de empresas que operan en el sector debido a la diversidad de actividades que presentan.

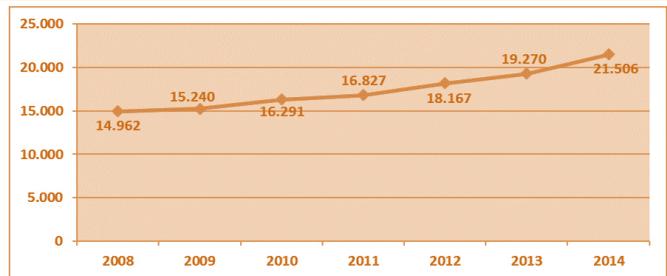
En los últimos años la evolución en la creación de empresas de Ocio y Tiempo libre ha sido positiva y constante.

EVOLUCIÓN DE LA CREACIÓN DE EMPRESAS DE OCIO Y TIEMPO LIBRE (CNAE 855), ESPAÑA, 2008-2014 (unidades)



Fuente: Base de datos INE nº total de creación de empresas según CNAE 855 - "Otra educación"

EVOLUCIÓN DE LA CREACIÓN DE EMPRESAS DE OCIO Y TIEMPO LIBRE (CNAE 931), ESPAÑA, 2008-2014 (unidades)



Fuente: Base de datos INE nº total de creación de empresas según CNAE 931 - "Actividades deportivas"

DAFO

AMENAZAS

- Amplia oferta pública existente
- Amplia oferta de productos sustitutos
- Estacionalidad

OPORTUNIDADES

- Aumento del tiempo de ocio y del nivel de renta
- Nuevas tendencias sociales en ocio
- Mercado no saturado
- Mercado de jóvenes, adultos y ancianos

PUNTOS FUERTES

- Posibilidad de especialización dentro del sector
- Diversidad de actividades/público objetivo
- Inversión no muy elevada

PUNTOS DÉBILES

- Falta de profesionales formados
- Dependencia de los programas públicos
- Escasa especialización
- Exigencias legales de seguridad

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

TAMAÑO DE MERCADO

Debido a la variedad de las actividades y el amplio abanico de públicos a los que se destinan, existe un gran número de empresas que desarrollan este tipo de actividades. Además es importante considerar que en este sector operan gran cantidad de organizaciones sin ánimo de lucro que pueden constituir, tanto por su número como variedad de actividades, un competidor muy importante nada despreciable.

Por ello, sería importante definir qué tipo de actividades desearía ofertar, así como tu público objetivo deseado al que dirigirte.

CLIENTES

El perfil de cliente de una empresa de tiempo libre es muy variado. Podemos diferenciar entre:

- Los colectivos que actúan como intermediarios en la satisfacción de necesidades de ocio y tiempo libre: ayuntamientos, asociaciones (APAS, asociaciones juveniles), centros cívicos y sociales, colegios, etc.

- El público en general.

ANÁLISIS COMPETITIVO EN LA COMUNIDAD VALENCIANA

Las empresas de tiempo libre constituyen una amalgama de actividades muy diferentes. En la Comunidad Valenciana el número de empresas dedicadas a este tipo de actividades es de 318.

La mayoría de las empresas de ocio y tiempo libre se encuentran en las provincias de Valencia y Alicante con un 44,97% y 39,31% respectivamente; mientras que la provincia de Castellón tan sólo representa un 15,72% del total de las empresas de ocio y tiempo libre.

¿QUÉ PRODUCTOS Y SERVICIOS PUEDO OFRECER A MI CLIENTE?

PRODUCTOS BÁSICOS Y SERVICIOS COMPLEMENTARIOS

- Actividades en contacto con la naturaleza
- Actividades deportivas
- Actividades culturales
- Actividades artísticas
- Manualidades
- Juegos, etc.

CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE LA EMPRESA DE TIEMPO LIBRE TIPO

CNAE	8551/9312/9313
SIC	41
IAE	Varios epígrafes: 967.2 (Escuelas y servicios de perfeccionamiento del deporte); 934 (Enseñanza fuera del establecimiento permanente)
Condición jurídica	Sociedad Limitada
Facturación anual	57.250,97 euros
Localización	Periferias de ciudades, zona rural
Personal y estructura organizativa	1 Emprendedor-monitor y 6 monitores ocasionales para actividades puntuales
Instalaciones	Local de 30 m ² : una pequeña oficina y almacén para guardar el equipo de actividades
Clientes	Colectivos juveniles y adultos (asociaciones, ayuntamientos, entidades locales, etc.)
Herramientas promocionales	Revistas especializadas, Internet, Páginas Amarillas, boca-oído
Valor de lo inmovilizado/Inversión	10.450 euros
Importe gastos anuales	45.255,35 euros
Resultado bruto (%)	20,95%

RECOMENDACIONES

Comienza por determinar cuál será la mejor estrategia para tu empresa a la hora de posicionarte en el mercado. Es probable que te interese especializarte en determinados tipos de clientes: más enfocado hacia instituciones tales como asociaciones, ayuntamientos, etc. o directamente al público en general.

Diversifica al máximo tu oferta para conseguir satisfacer a una mayor demanda.

Emplea herramientas de promoción digitales tales como redes sociales o tu propia web para darte a conocer a un mayor público.

ENLACES DE INTERÉS

www.gvajove.es/ivaj · www.infoville.es · www.comunitatvalenciana.com · www.oje.es · www.ociototal.com