



## INFORME • TIEMPO LIBRE

Ocupar el tiempo de ocio de una manera agradable se ha convertido en un bien de primera necesidad y para ello es preciso generar una oferta de servicios que permitan cubrir el tiempo libre y los momentos de ocio.

# introducción

## SECTORES EMERGENTES

Durante el Congreso Nacional “Sectores emergentes, oportunidades de empleo y negocio para esta década” celebrado en Pamplona, el 26 y el 27 de noviembre de 2003, y organizado por el Servicio Navarro de Empleo del Gobierno de Navarra y por la sociedad pública CEIN, en colaboración con ANEL y Cederna-Garalur, se identificaron 21 ideas de negocio para el siglo XXI.

Estas 21 ideas son la conceptualización de las oportunidades que se van a generar a la vista de las tendencias apreciadas en nuestro entorno socio-económico actual. Cada idea constituye un sector emergente que en los próximos años ofrecerá grandes oportunidades de negocio y empleo.

A lo largo del año 2004, y gracias al apoyo del Servicio Navarro de Empleo, CEIN, ANEL y Cederna-Garalur han estado investigando cada uno de estos sectores para conseguir profundizar en el tipo de empresas que se están generando, los factores que lo están promoviendo, etc. Todo este conocimiento alcanzado ha quedado reflejado en una colección de 21 informes; uno por cada sector identificado.

El informe que a continuación se presenta forma parte de esta colección y pretende facilitar, tanto a emprendedores como a empresarios, información para tomar decisiones acertadas con respecto a la puesta en marcha de un negocio en el sector “**Tiempo Libre**”.



# índice

1. INTRODUCCIÓN SOBRE ASPECTOS QUE GENERAN ESTE NUEVO TIPO DE SERVICIOS / NECESIDAD EN LA SOCIEDAD.	4
2. TIPO DE SERVICIOS QUE RECOGE	5
3. FACTORES PRINCIPALES DE DESARROLLO	13
4. PRINCIPALES OBSTÁCULOS	15
5. TIPO DE EMPRESAS CREADAS	17
6. PERFILES DE LOS PROFESIONALES QUE TRABAJAN EN EL SECTOR	17
7. ALGUNA BUENA EXPERIENCIA	18



## 1. INTRODUCCIÓN SOBRE ASPECTOS QUE GENERAN ESTE NUEVO TIPO DE SERVICIOS / NECESIDAD EN LA SOCIEDAD

El concepto de tiempo libre se podría equipar al concepto de ocio. Como una primera aproximación al concepto de ocio podemos considerarlo como un bien de consumo de primera necesidad.

En algunos casos, cabe considerar el ocio como un trabajo no remunerado (pasatiempos, hobbies), como una necesidad del sistema de producción (intervalo de trabajo para poder conseguir mejores rendimientos) o como un bien abstracto de consumo que se elige en detrimento del aumento del nivel de vida.

Además, a causa del desarrollo tecnológico, de las comunicaciones y del transporte de pasajeros, y como reflejo del cambio en las pautas de consumo a nivel mundial se ha incrementado la movilidad espacial, y con ella, la demanda para satisfacer nuestro tiempo de ocio.

En la mayoría de los países desarrollados se ha producido una reducción del tiempo de trabajo y un aumento del tiempo libre. Este fenómeno se debe a :

- *menos horas diarias de trabajo*
- *disminución de los días de trabajo por semana*
- *menos semanas de trabajo al año*
- *menos años de trabajo en una vida completa.*

El avance tecnológico permite generar más riqueza con menos mano de obra, lo que disminuye la cantidad de horas laborales y el volumen de trabajo. Este avance tecnológico sumado a otros factores (como el aumento de la expectativa de vida) hacen del tiempo libre una industria en franca expansión y se presenta como un potencial motor de desarrollo social y económico.

Por otro lado, hay indicios, que señalan que el conjunto de la producción de la mayoría de países occidentales con políticas económicas equilibradas va a ser tan espectacular que multitud de problemas económicos de carencia desaparecerán y surgirá uno nuevo: el uso del tiempo de ocio.

Así la preocupación por trabajar va a ser sustituida por la preocupación de gestionar el ocio, sobre todo en la etapa de jubilación, etapa cada vez más larga. En pocos años podría estar mal visto que alguien no dedique parte de su tiempo de forma voluntaria y gratuita a la sociedad.

Es por esta razón que el tiempo libre ha adquirido una dimensión importante a lo largo del siglo XX y la tendencia se afirmará, a lo largo del nuevo milenio, como constata el siguiente dato: En los últimos años, las empresas que se dedican a cubrir las necesidades vinculadas al tiempo libre han cobrado cada vez mayor importancia en la vida económica de las naciones, llegando a significar el 15 ó 20% del PIB de algunos países.

Nos encontramos frente a una industria que emerge: la industria del tiempo libre, compuesta por diversos sectores, tales como el turismo, la cultura, el deporte y la recreación.



## 2 TIPO DE SERVICIOS QUE RECOGE

Las actividades para cubrir el tiempo libre son muy variadas. En este informe vamos a señalar las más novedosas e innovadoras, que a la vez son entorno a las que va a girar el futuro de las empresas que ofrecen servicios de tiempo libre a terceros.

### 2.1. Actividades de Turismo (Nuevos Nichos)

Se trata de negocios alternativos al turismo tradicional de sol y playa. Son actividades especializadas, donde triunfan los formatos de productos dirigidos a un público específico, cada vez más formado y exigente, y que permite cobrar un precio superior por el servicio ofrecido..

Hay que destacar la oferta especializada de: turismo rural y de aventura, turismo a lugares recónditos, turismo especializado etc...

Aparecen como nicho de mercado dentro del sector turismo los siguientes:

- Todo lo relacionado con tendencias relacionadas con el producto, la naturaleza, el bienestar físico, la recuperación de las tradiciones, artesanía o actos culturales, incluso la comida. Representan argumentos básicos de atracción que pueden convertirse en productos turísticos, por ejemplo, el efecto de la talasoterapia ha hecho emerger balnearios ubicados en entornos naturales y en localizaciones urbanas.
- Tematización: se trata de negocios que giran en torno a personas, decorados, instalaciones fijas.
- Negocios autónomos, proyectos dimensionados, capaces de funcionar de forma autónoma a lo largo de los años. Es también una oportunidad para que las administraciones públicas estén dispuestas a invertir.

El objetivo de este tipo de empresas es Buscar la personalización del producto/servicio debido a varios factores:

- La facilidad de acceso a Internet hace que el viajero de hoy disponga de una amplia información de los productos y servicios que hay en el mercado, por lo que sabe de antemano lo que va a gastar en organizar su tiempo libre.
- Busca lo que quiere no lo que le ofrecen, busca unas vacaciones a medida en las que él tenga el control.
- Demanda a corto plazo, el cliente no sabe de antemano cuando se va a ir de vacaciones, ni por cuanto tiempo ni con quién se va a ir.
- Antes, lo más importante era el destino turístico, ahora pesa más lo qué se va a hacer durante las vacaciones y cómo se van a realizar estas actividades.



Una característica de estas empresas es que tienen que tratarse de un negocio flexible con capacidad de adaptación a las exigencias de los clientes, en cuanto a precio, periodos de reservas y que ha de contar con oferta de actividades complementarias. Se trata de ofrecer experiencias casi a medida.

Por tanto, es importante:

- **Ser pioneros:** se trata de entrar en nichos de mercado a los que nadie haya prestado mucha atención. Sin embargo, ser los primeros no garantiza ser también los primeros en posicionamiento.
- **Tener conocimiento del sector:** la aparición de nuevos mercados especializados requiere un profundo conocimiento del sector que sea continuo en el tiempo, detectar quién es el público objetivo y la competencia, además de cómo contar con una estrategia clara de productos, precios y distribución que garantice la mejor oferta.

Por otro lado son negocios que exigen:

- **Atención específica a los clientes:** a cualquier hora y con calidad en el servicio. En este sentido cobra vital importancia disponer de un servicio “on-line” que permita realizar gestiones vía web.
- **Integrar mercados:** no importa el tamaño sino que el que sea el negocio más ágil y el que mejor se adapte, es el que conseguirá el éxito.
- **Crear asociaciones:** ya que son muchos los eslabones de la cadena de valor que hay que tener en cuenta. Así muchas iniciativas turísticas tienen asegurada su rentabilidad porque han sido capaces de llegar a acuerdos con comercializadores de prestigio.
- **Buscar apoyos financieros:** el dinero para poner en marcha los proyectos no suele ser difícil de encontrar porque en la mayoría de los casos son proyectos susceptibles para el desarrollo de la Comunidad, y las administraciones públicas pueden estar interesadas en invertir.

Algunos de los nichos turísticos emergentes son:

- **Turismo para congresos**  
Son empresas que organizan sus principales eventos en entornos turísticos.
- **Turismo deportivo**  
Empresas que se encargan de la gestión de un determinado deporte junto con una oferta complementaria de ocio, alojamiento y transporte para disfrutar del lugar.
- **Turismo cultural**  
Empresas que se encargan de la gestión de la oferta cultural de una ciudad, encargándose de todo lo referente a las entradas, alojamientos y desplazamientos.
- **Turismo lúdico**  
Empresas que organizan actividades, pesca o caza, y se encargan de facilitar el equipamiento para la práctica de estas actividades así como la gestión del alojamiento y del viaje.



### • **Turismo especializado**

1. Turismo a lugares concretos: empresas que se dedican a organizar viajes exclusivamente a un determinado destino para el que no hay oferta en el mercado.
2. Turismo para colectivos
  - Turismo para gays: son empresas que dirigen sus servicios a un colectivo específico y en este sentido las partidas de marketing y publicidad exclusivamente se dirigen a este tipo de cliente.
  - Turismo enológico para extranjeros: empresas que organizan viajes para extranjeros en torno al mundo del vino.

Esta clase de turismo más especializado permite actuar en muchas ocasiones como auténticos centros de información turística, cuentan con un amplio abanico de posibilidades sobre el colectivo al que se dirigen. Esto mismo les permite adaptarse fácilmente a las exigencias del cliente y este valor añadido, incrementar el precio original del producto a la vez que generan clientes satisfechos.

### • **Turismo residencial**

Situado entre el sector turístico y el sector inmobiliario, el sector del turismo residencial se está erigiendo como un importante bastión. Ingleses y alemanes son los ciudadanos europeos más interesados en alquilar bienes inmuebles en suelo español, debido al clima y al nivel de desarrollo de las infraestructuras y del sector de servicios. En 2003 se vendieron 88.000 viviendas como segunda residencia a extranjeros, su aportación a la economía podría haber supuesto más de 28.000 millones de euros.

## 2.1. Actividades Culturales (Nuevos Nichos)

Algunas de las características del sector cultural son:

- Incorpora la mayoría de las veces, aspectos creativos desde el punto de vista del desempeño laboral.
- La articulación laboral permite formas de ocupación de micro-empresas de carácter cooperativo, autogestionario, participativo, etc.... las empresas culturales son intensivas en mano de obra.
- La actividad cultural implica la valoración de elementos patrimoniales.

A continuación, se definen algunos nuevos nichos dentro de este sector.



### 2.2.1. Gestión de museos como estrategia empresarial

Los museos suelen ser el atractivo tras el cual se moviliza un gran sector de personas y por ende, base para desarrollar otras industrias. En este marco el Museo, se ha convertido en un factor importante del mercado cultural.

Deja de ser un lugar distante, intocable para ser demandado como espacio de diálogo e interacción. Para que funcione como tal es necesario que cambie su organización, estructuras, medios de financiamiento, formas de dirección, etc

Estos nuevos espacios ofrecen para las pequeñas empresas puntos de localización que les permiten acceder a nichos de producción y servicios no ocupados por la empresa monopólica.

No obstante para que la micro-empresa pueda aprovechar tales nichos como también el museo obtener una fuente de recursos genuina, resulta necesario generar un espacio de interacción y coordinación entre ellos.

Ambas actividades no tienen que funcionar como compartimentos estancos, sino vinculados a través de la conformación de circuitos, que nacen por lo general a partir del conocimiento de un oficio.

Los microempresarios deben tener la visión suficiente para ofrecer servicios y productos, conforme surjan los temas alrededor de los cuales se han reorganizado los museos y participar activamente, en la promoción de los museos que en el fondo es la promoción de su propia explotación, estimulando la generación de nuevos centros.

### 2.2.2. Sociedades Musicales

Las sociedades musicales son organizaciones culturales sin ánimo de lucro cuyo objetivo básico es la promoción de la práctica musical.

Las sociedades musicales se han convertido en los últimos años en unidades multi-producto/ multi-servicio, que ofrecen un proceso productivo complejo, donde como inputs aparecen las infraestructuras propias o cedidas, los instrumentos, los ingresos provenientes de cuotas, aportaciones privadas, subvenciones, etc el trabajo profesional y el trabajo voluntario.

Estos inputs configuran unos productos intermedios que van desde la propia dinámica asociativa generada, la configuración de secciones musicales, culturales o recreativas, hasta la formación musical destinada a mejorar la calidad del trabajo voluntario de los músicos.

Actualmente compiten con una oferta inmensa de actividades complementarias que, por ejemplo, permiten a los niños y a los padres elegir entre muchas ofertas que pueden enriquecer su formación, y por otro lado, la influencia de los medios de comunicación y las nuevas tecnologías posibilitan alternativas que están al alcance de todos.

Además, en algunos sitios, el crecimiento de las sociedades ha provocado una creciente complejidad convirtiéndose en unidades multi-producto en las que la gestión tradicional basada en la participación amateur y voluntarista muestra limitaciones para gestionar realidades complejas en entornos cambiantes. Esto hace que muchas de estas sociedades puedan derivar en su profesionalización.



### 2.2.3. Animación Sociocultural

El sector de la animación sociocultural ofrece nuevas oportunidades en torno al ocio.

La animación sociocultural es uno de los nuevos yacimientos de empleo en los que la Unión Europea depositó hace tiempo sus esperanzas para la dinamización del mercado laboral.

La animación sociocultural tiende a favorecer la comunicación, la socialización y la creatividad. Persigue la mejora de la calidad de vida, el desarrollo de la comunidad y potenciar la libertad de expresión.

Se puede decir que la animación sociocultural desarrolla las siguientes funciones:

- *Una función cultural: potencia el desarrollo de la capacidad creadora, acerca la cultura al pueblo.*
- *Una función recreativa. Pretende que los individuos disfruten participando en las actividades.*
- *Una función asistencial: ayudando a la gente necesitada, facilitando la salida de situaciones problemáticas, como toxicómanos...*
- *Una función educadora: la animación sociocultural se encuentra inserta principalmente en la educación no formal y se imparte al margen de la educación reglamentada y establecida estatalmente. Sin embargo, sus efectos se proyectan en todos los ámbitos relacionados con lo humano como la familia, el grupo de amigos...*
- *Una función relacional: persigue fomentar las relaciones interpersonales.*

### 2.3. Nuevas actividades deportivas

Cada día la población es más consciente del concepto deporte-salud. La concienciación y mayor exigencia del público provoca un crecimiento del mercado potencial.

La práctica deportiva se ha convertido en una forma de ocio en la que se busca relacionarse con otras personas, además de cuidar la salud y mejorar la forma física. Se ha pasado de una visión individualizada del ejercicio físico a una visión más colectiva.

Han aumentado tanto las clases en grupo como la realización de actividades externas al centro, excursiones o competiciones entre usuarios.

Por otro lado, las nuevas **técnicas de relajación** son una herramienta muy demandada en la sociedad actual donde el estrés y la prisa son fuente de malestar psicológico para gran parte de la población.

La relajación, una técnica clásica en psicología, sigue siendo ampliamente utilizada, tanto como fin en si misma, como medio de complementación de otros tipos de intervención. Así, cada vez más lo gimnasios cuenta frecuentemente con servicios adicionales al gimnasio como jacuzzi, baños, termas, masajes...



Dentro de este sector también habría que destacar un nuevo nicho, el de los deportes de aventura, para todas aquellas personas que tiene cierta preparación física y buscan la realización de nuevas actividades que entrañen cierto espíritu aventurero.

El objetivo principal de la empresas que ofrecen servicios dentro de las “nuevas actividades deportivas” es hacer que se acerquen personas de cualquier edad y conseguir fidelizarlas. Para ello, ofrecen una amplia gama de actividades.

El aumento de la esperanza de vida y el incremento de la renta per-cápita ha creado un grupo de personas de 40 y 60 años que se encuentran en una buena posición económica y mayor tiempo libre y buscan con la práctica de actividades deportivas una forma de ocio donde mantenerse en forma y conocer gente.

### 2.3.1. Técnicas de relajación

Las tareas cotidianas, las experiencias pasadas, los malos hábitos, la presión en el trabajo y el ritmo apresurado en el que viven las personas hoy en día, tienen antes o después una repercusión en los cuerpos. Mediante las técnicas de relajación se puede restablecer el equilibrio y superar sentimientos negativos.

Algunas de estas nuevas técnicas son:

- **Tai chi:** El objetivo es armonizar la mente, el cuerpo y el espíritu promoviendo tanto el bienestar mental como físico mediante la suavidad y la relajación.

El Thai Chi es un arte no marcial que incluye la meditación y el ejercicio para promover la plena salud.

- **Yoga:** Se trata de un sistema científico diseñado para atraer la buena salud, la felicidad, y un mejor concepto de uno mismo. En el Yoga, el cuerpo y la mente se unen para crear un estado interno pacífico y de integración, trayendo al individuo de un estado de separación a otro de unidad flexible, de aceptación y conjunto.

El Yoga se concentra en la postura y la alineación, así como en la creación de una mayor conciencia. El yoga utiliza estiramientos, respiración y técnicas de meditación para tranquilizar el estado emocional y la mente y tonificar el cuerpo.

- **Método Pilates:** El Método Pilates no es solamente ejercicio, sino que consiste en una serie de movimientos controlados que ponen de acuerdo cuerpo y mente.

Un cuerpo equilibrado por los ejercicios del Pilates es, siente y funciona drásticamente diferente. Se refuerza el cuerpo sin crear volumen innecesario, tonificándolo y consiguiendo un abdomen plano. Enseña a atender los avisos naturales, una buena conducta postural y un correcto movimiento.



- **Shiatsu:** Es una modalidad que enfatiza el equilibrio del cuerpo, o el sistema de energía, con el cuerpo físico, la mente, y el espíritu. El terapeuta desarrolla la capacidad "de leer" los puntos y entender la condición enérgica del individuo reflejada en las sensibilidades de estos puntos. El dolor en un dígito punto puede reflejar un desequilibrio sobre el cual se localiza un área correspondiente o un órgano asociado. La evaluación de la condición de una persona también incluye los parámetros tradicionales de polos, lengua, observación y sobre todo la palpación de la espalda. Al tratar un desequilibrio específico, se pueden usar varias técnicas, incluyendo: presión variante, ritmo y tiempo sosteniendo puntos, vibración, movimiento en espiral cabeza adentro o hacia fuera, canalización del qi. El dígito punto, o puntos usados, serán diferentes según la condición; incluso para un dolor de cabeza, los dígito punto serán diferentes según la posición y la naturaleza del dolor y si el dolor de cabeza es a causa de, por ejemplo, una disfunción pulmonar o un problema de hígado. Cada tratamiento es individualizado
- **Danza del vientre:** Es una manera fantástica y nueva de reforzar la pelvis y mejorar el dolor de espalda. Consiste también en una gimnasia ligera excepcional para el mantenimiento de la salud. El baile a menudo está enfocado a aislar diferentes partes del cuerpo, haciéndolas moverse por separado. La danza del vientre se realiza generalmente descalzo para acentuar la conexión física íntima entre la bailarina, su expresión, y la Madre Tierra

### 2.3.2. Deportes de Aventura

Las actividades de aventura son actividades que exigen una adecuada preparación tanto física como técnica, una experiencia suficiente y un equipamiento apropiado y específico para cada caso, cuando no la asistencia de guías expertos y un buen conocimiento del medio geográfico y climático, para evitar posibles accidentes, fruto de la imprudencia.

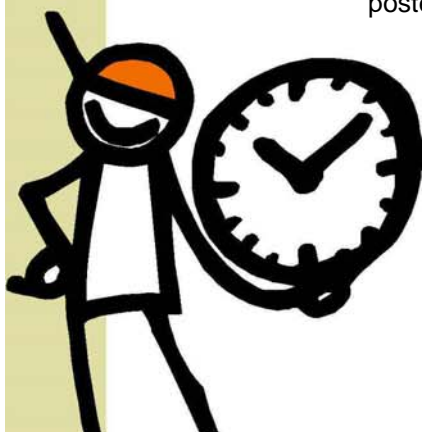
## 2.4. Servicios de Actividades de Relajación

Por medio de la recreación se facilita la ampliación de las actividades educativas y sociales, en general, pudiendo trabajar desde la misma diversos valores y contenidos.

El modelo de recreación que más se desarrolla es el juego como herramienta y medio para la transmisión de códigos culturales, como medios para el acceso al patrimonio cultural común, así como medios para la apropiación de la realidad y posterior transformación de la misma.

Actualmente la tendencia a utilizar este modelo en ámbitos educativos, culturales, sociales y de servicios se incrementa, como también el número de individuos que se dedican a la recreación.

Algunos nichos de mercado recientes en este sentido son:



### 2.4.1. Parques de Aventura

Es un nuevo concepto de ocio que ofrece la máxima diversión con el mayor respeto a la Naturaleza. Estos auténticos parques temáticos en la naturaleza permiten su disfrute por **todos, independientemente de las condiciones físicas**.

Son parques enclavados en medio de bosques de gran belleza, con circuitos de pasarelas que supervisan monitores especializados. Los visitantes deben superar una serie de dificultades tales como: escaleras, péndulos, troncos móviles, puentes tibetano, cuerdas, calapiés, cables, lianas selváticas, etc. En definitiva, permiten disfrutar del bosque en todo su esplendor, con las máximas garantías de seguridad para disfrutar de la experiencia y sin agredir a la naturaleza.

### 2.4.2. Parques Temáticos

Se conoce como parque temático a un conjunto de atracciones e instalaciones de ocio y entretenimiento, normalmente organizadas entorno a una línea argumental que les sirve inspiración. Precisamente por esto un parque temático es algo mucho más complejo que un parque de atracciones o una feria.

Además se cree que el hecho de que en los últimos años se hayan inaugurado varios de estos parques, es beneficioso para la industria, y no supone competencia alguna porque sirve para afianzar la cultura de parques temáticos, ya que la gente querrá comparar y conocer muchos más.

España es un país adecuado para el crecimiento de estos parques temáticos, ya que éstos requieren de un clima benigno, una industria bien desarrollada y un entorno ávido de consumir ocio.

### 2.4.3. Parques Infantiles

Suponen un nuevo concepto de diversión para niños entre 1 y 11 años, los más pequeños juegan en grandes espacios bajo la mirada de monitores, mientras que los padres pueden no perderse un detalle de los juegos de sus hijos desde la cafetería.

Se trata de espacios modulares que ofrecen la posibilidad de ofrecer zonas dinámicas y divertidas y que fácilmente cambien de forma.

Se intenta además que las piezas y materiales cumplan con la máxima seguridad.

### 2.4.4. Los nuevos video-juegos

Los nuevos video-juegos buscan convertirse en una experiencia social.

Son video-juegos más realistas, con mejor sonido, color, en tres dimensiones y con más posibilidades creativas.

Es un sector que en algunos países ha superado en facturación al cine y a la música. Mueve alrededor de 18.000 millones de dólares en todo el mundo, y se estima un crecimiento del 16% para 2007. Y no parece que vayan a tocar fondo sino que se verán impulsados por las nuevas versiones de Games Boys y consolas, tanto en versión portátil como en sobremesa con las nuevas prestaciones on-line que van a revolucionar el mercado y atraerán nuevos usuarios.

Pero el cambio más notable será la incorporación de la tecnología Wi-Fi que permitirá conectarse a internet y el jugador podrá relacionarse con gente de todo el mundo.



### 3 FACTORES PRINCIPALES DE DESARROLLO

El tiempo libre es un importante recurso para el desarrollo personal, social y económico, y es un aspecto importante de la calidad de vida. El tiempo libre es asimismo un bien cultural y una industria que crea empleo, mercancías y servicios. Factores políticos, económicos, sociales, culturales y del entorno pueden realzar u obstaculizar el tiempo libre.

La mayor disponibilidad de tiempo libre debido a los avances que han permitido generar más riqueza con menos mano de obra, lo que disminuye la cantidad de horas laborables, el aumento de la expectativa de vida, etc... hacen de la industria del tiempo libre un sector en expansión. Por esta razón, este tipo de empresas han cobrado cada vez más importancia en la economía de las naciones desarrolladas.

Además, el aumento de la esperanza de vida y la mayor renta per-capita ha hecho que aparezca un grupo importante de personas de buena posición económica, de entre 40 y 60 años, que este dispuesta a invertir más en ocio.

Otros segmentos de la población a los que la industria se dirige son la juventud y la tercera edad. En este sentido, la sociedad desarrollada alarga la vida y desdibuja los límites del paso a la vejez. Los mayores, han desaparecido porque se han transformado en pensionistas válidos, independientes y capacitados. Son libres para disponer de lo que se supone una ventaja, de todo el tiempo del mundo para divertirse, para el ocio o, lo que algunos llaman, disfrutar de la vida.

Cada vez más, los jóvenes y los mayores tienen más en común el estar desocupados, y por tanto tienen más disponibilidad de tiempo libre y pueden consumir ocio, al igual que todos aquellos que están fuera del mercado de laboral.

Por otro lado, el atractivo turístico de España a nivel internacional supone una interesante oportunidad para dar a conocer nuevos proyectos relacionados con la industria del tiempo libre, no sólo para el sector turístico. España es el segundo país receptor de turismo internacional, a lo largo del año hay una afluencia de unos 60 millones de desplazamientos de turistas, sin contar desplazamientos internos.

El aumento de la oferta de actividades, los nuevos hábitos de los turistas, más informados, y la competencia de otros destinos del Mediterráneo, obligan a buscar alternativas que ofrezcan un valor añadido para el turista. Los viajeros están dispuestos a pagar más por aquellos productos que ofrezcan valor añadido, una imagen de marca fuerte y alto estándar de calidad así como por los alojamientos especializados.

Además, el desarrollo de las nuevas tecnologías está impulsando el crecimiento de los servicios turísticos, tanto por la promoción que supone estar en Internet como por la rapidez y bajo coste de la comercialización on-line. El cliente extranjero conoce las ventajas de Internet y sabe como ahorrar más.

En cuanto a la financiación de los proyectos en este servicio (turismo) no es algo difícil de encontrar, ya que en muchas comunidades autónomas, como en Navarra, estos servicios son prioritarios para el desarrollo de la región, por lo que son susceptibles de recibir apoyos de las administraciones públicas.



Las **actividades culturales**, en sociedades occidentales y desarrolladas, constituyen un servicio de demanda creciente con fuertes implicaciones en la calidad de vida de los ciudadanos, y cada vez más, con una fuerte impacto en términos económicos en cuanto a renta y ocupación.

Actualmente se está viviendo una enorme transformación en el mundo del deporte, que se traduce en un incremento de las cifras de ingresos, inversiones, gastos, volumen de negocio frente a proveedores, relaciones con las fuerzas sociales, número de clientes, trabajadores y profesionales de la gestión interesados en este servicio y en suma, en un mayor peso dentro de la economía de nuestro país. Esta situación nos arrastra hacia un claro aumento de la competencia, pero sobre todo, hacia un aumento del número de oportunidades.

Por tanto, podemos determinar que el sector del tiempo libre es un sector en “crecimiento”, ya que hay una necesidad social de consumo de “ocio” que debe cubrirse de forma integrada entre las administraciones públicas y las empresas del sector privado, y es necesario estructurarlo de alguna manera para evitar desigualdades por motivos del poder adquisitivo.

Es un sector en proceso de cambio y adaptación a las nuevas circunstancias de mercado, lo que supone un buen incentivo para dar cabida a nuevas iniciativas.

### Particularidades de Navarra

En el sector turístico, el cambio en los hábitos del turista de sol y playa, que es un modelo caduco, beneficia al turismo de interior de Navarra, que aún está por explotar en cuanto a modernización y aumento de la rentabilidad que los propios recursos naturales pueden permitir.

Actualmente una de las líneas de trabajo en Navarra esta siendo la gestión de la calidad, ya hay 26 establecimientos que cuentan con la Q de calidad. Es la primera región en la obtención de los certificados de calidad turística.



## 4 PRINCIPALES OBSTÁCULOS

Comenzando por las empresas que ofrecen servicios de turismo, se puede decir que son empresas que deben estar preparadas para adaptarse muy rápidamente a las exigencias del cliente, en cuanto a precio, periodos de reserva y oferta de actividades complementarias. Es un consumidor que busca lo que quiere y no lo que le ofrecen. Se trata de ofrecer nuevas experiencias, casi a medida.

Por otro lado, las empresas turísticas deben adaptarse a los cambios que se producen en el mercado y también es necesario un conocimiento continuo del mercado, del público objetivo y de la competencia, y contar con una estrategia clara de precios, productos y una distribución que garantice la mejor oferta.

Además, el nivel de rotación de los trabajadores de base del sector es alto por varios motivos:

- *Nivel alto de fragmentación de empresas y predominio de pymes, un 85% del total, donde, en la mayoría de los casos, son muy pocos trabajadores.*
- *Horarios, jornadas laborales amplias*
- *Contratación laboral ligada a la estacionalidad de los servicios*
- *Niveles económicos poco atractivos*

Y hay que tener en cuenta que la calidad de estos trabajadores ha empezado a ser competitiva desde hace poco, ya que, hasta ahora, los estudios de turismo eran semi-profesionales. Hoy en día ya están reconocidos oficialmente pero no se está fomentando la educación profesional de segundo grado, diseñada para puestos concretos, camareras de piso, gobernantas, etc... Pero la situación actual real es que el 50% de los trabajadores del sector turismo son ajenos a la profesión.

En cuanto a la restauración y al sector del ocio es donde más mano de obra especializada se necesita. En hostelería se está mitigando porque las grandes cadenas hoteleras han creado plantillas estables y apuestan por la formación.

Y en cuanto a los centros deportivos privados y las empresas que ofrecen servicios de carácter cultural, cabe resaltar como obstáculo la competencia de las entidades locales que ofertan la posibilidad de realizar las mismas actividades a unos precios que los centros o las empresas privadas no pueden ofrecer al cliente por cuestiones de rentabilidad. Para ser competitivos tienen que ofertar actividades que generen valor añadido, lo que conlleva nuevas inversiones.



Con respecto a la animación sociocultural se puede decir que está experimentando un auge en los últimos años en algunos de nuestros países vecinos, y también en algunos países de Latinoamérica. En Portugal ya hace varios años que existe un movimiento muy importante alrededor de la animación sociocultural, donde recientemente ha sido aprobada una licenciatura específica para la formación de animadores.

### Particularidades de Navarra

Las empresas que ofrecen servicios de turismo en Navarra tienen dos grandes carencias: formación y de asociación. Es muy caro vender una sola casa rural al turista. Pero si se asocian la oferta de plazas si podría llegar al cliente a través de una central de reservas.

Por otro lado, se constata una mayor utilización por parte de la juventud al uso de bajeras como lugares de reunión en lugar de acudir a centros culturales o deportivos, lo que a largo plazo puede suponer un freno al desarrollo de ciertos sectores de la industria del entretenimiento. Sin embargo, para otros sectores como es el caso del sector de videojuegos y videoconsolas puede suponer un impulso.



## 5 TIPOS DE EMPRESAS CREADAS

Se trata de un sector con un alto nivel de fragmentación, en el que la mayoría del sector esta compuesto por PYMES, que emplean poca mano de obra. Entorno a este sector también se están creando asociaciones y fundaciones, con o sin ánimo de lucro.

Las empresas que actúan en este sector pueden ser empresas que llevan ofreciendo servicios “tradicionales” relacionados con el tiempo libre y que ahora han comenzado a ofrecer servicios más específicos, como puede ser el caso de una agencia de viajes que tradicionalmente gestiona todo tipo de destino turísticos y que han comenzado a ofrecer turismo enológico para extranjeros.

O pueden ser empresas especialistas que se han creado directamente con la idea de ofrecer servicios más concretos, como sería, en la línea del ejemplo anterior, una agencia de viajes especializada en turismo para el colectivo gay.

## 6 PERFILES DE LOS PROFESIONALES QUE TRABAJAN EN EL SECTOR

La industria del tiempo libre es un sector de la economía en expansión y puede ser un potencial motor del desarrollo social y económico, pero la oferta formativa para los profesionales del sector es escasa y se encuentra muy fragmentada debido a que sus actores proceden en su mayor parte de otros sectores económicos.

Además el hecho de que las distintas actividades que conforman la industria (turismo, cultura, deporte y recreación) comiencen recientemente a conocerse como tal , hace que los profesionales del sector, se hayan basado en su experiencia en otros sectores y en la intuición a la hora de crear sus empresas.

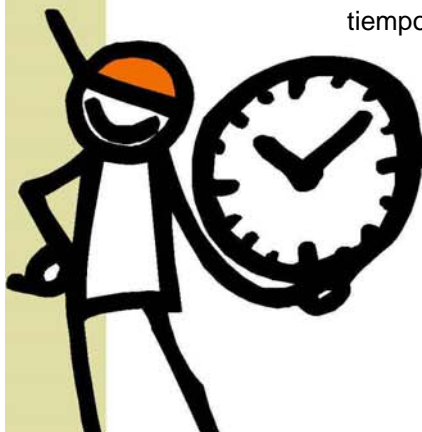
En este sentido, entre el grupo de emprendedores que han decidido apostar por el negocio turístico es fácil encontrar antiguos empresarios o profesionales que han decidido dar un giro a su carrera para embarcarse en una empresa especializada en su hobby.

Cadenas hoteleras como NH o Sol Melia han desarrollado universidades internas para los trabajadores, el 90% de las acciones formativas esta enfocada a reforzar el área hotelera, calidad de servicio, atención al cliente, liderazgo.

En cuanto al servicio de animación sociocultural, hay que destacar que muchos de los profesionales que actúan en este servicio lo hacen de manera voluntaria. En consecuencia podemos decir que las profesionales de este tipo de servicios para el tiempo libre pueden desarrollar su actividad/trabajo bien con una remuneración específica, bien de manera voluntaria.

En general, los profesionales de este sector suelen tener formación en turismo, animación sociocultural, educación social, monitor de tiempo libre, INEF...

En cuanto al perfil de las personas que trabajan en el sector podemos encontrar características como que son personas, generalmente, con vocación pedagógica, con capacidad de animación, con espíritu de servicio y con capacidad para la relación interpersonal.



## 7 ALGUNA BUENA EXPERIENCIA

A continuación se indican una serie de casos reales de empresas que están actuando en el sector de **Tiempo Libre**, ofreciendo alguno de los servicios recogidos en este informe.

Se trata de simples ejemplos para cuya aparición en este informe no se ha seguido ningún criterio ni selección exhaustiva, sino que simplemente han sido localizados en una búsqueda en fuentes secundarias.

Este listado puede ampliarse en cualquier momento. Si conoces alguna iniciativa que consideras que debe ser incluida puedes hacernos llegar su referencia o información a través de nuestra web [www.cein.es/21sectores](http://www.cein.es/21sectores)

### 1. Nombre de la empresa: **BON EVENT**

Actividad de la empresa: *Turismo para negocios*

Es una empresa que organiza eventos náuticos para empresas. Tiene cuatro áreas de actividad: presentaciones en embarcaciones, con capacidad de hasta 150 personas y donde se ofrece catering y un servicio de gabinete de prensa opcional para gestión de entrevistas, ruedas de prensa, etc..., reuniones en barcos de vela o de motor con tripulación; incentivos para salidas de vela durante el día en embarcaciones para grupos de entre 20 y 500 personas, y team-building en colaboración con las empresas de formación. En esta área se realiza un curso de vela dónde se ponen en práctica programas que fomentan valores empresariales, como el trabajo en equipo, el liderazgo o la toma de decisiones.

Bon Event nace a raíz del auge de la demanda de empresas interesadas en organizar sus principales eventos en Mallorca. Es un servicio dirigido a empresas internacionales, principalmente. El 50% de las contrataciones las realizan empresa alemanas e inglesas.

La mayoría de las embarcaciones se encuentran en Mallorca, y cuenta con una flota significativa en Menorca e Ibiza. Por la excelente ubicación de Baleares, que combina sol y viento, el éxito de los negocios náuticos se espera que se dupliquen en los próximos cinco años.

### 2. Nombre de la Empresa: **GOLFIN MALLORCA**

Actividad de la Empresa: *Turismo deportivo*

La empresa surge en Mallorca a finales de 2003, como forma de combinar la experiencia hotelera y empresarial con la práctica del golf así como el interés por internet.

Este portal especializado en organizar viajes de golf concentra la oferta de todos los campos de Mallorca, Menorca, e Ibiza, así como una oferta complementaria de ocio, alojamiento y transporte para disfrutar de las islas. Se dirige al jugador de golf que busca una oferta especializada o un paquete de golf ya hecho para sus vacaciones o escapada de fin de semana o para aquellos que prefieren organizar el viaje a medida.

El cliente selecciona cuándo y en qué campos quiere jugar mediante el acceso directo a la compra de green fees en los 22 campos de las islas con descuentos sobre las tarifas especiales. Puede reservar el buggie, clase de golf o material que necesite alquilar.

Para empresas o grupos organiza también torneos para clientes, viajes de incentivos, seminarios, convenciones o presentaciones y otros eventos especiales vinculados con este deporte.



3. Nombre de la empresa: **OPERA IN**

Actividad de la Empresa: **Turismo cultural**

Es un novedoso servicio que facilita la compra de localidades de ópera y los principales eventos musicales de la capital, así como la reserva de alojamientos en los mejores hoteles madrileños, desde cualquier punto nacional o extranjero.

Cuatro empresas especializadas en viajes culturales y musicales: Andantino, Creatur, Euro-vips y El corte Inglés, en colaboración con el patronato municipal de Turismo de Madrid, son las encargadas de gestionar esta oferta turística cultural.

Además del paquete turístico hotel + entrada de opera abarca también la gestión de entradas para conciertos, zarzuelas, visitas guiadas por el Madrid de los Austrias y a los principales museos, cenas especiales, visitas exclusivas, excursiones, traslados, etc...

Es un servicio que solicitan sobre todo los melómanos más exigentes aunque también clientes y grupos que asisten por primera vez a la opera.

4. Nombre de la empresa: **LUNA PESCA**

Actividad de la Empresa: **Turismo lúdico**

La embarcación Luna es el centro neurálgico de Luna Pesca, un negocio creado para dar respuesta a la demanda de alquiler de embarcaciones para pesca deportiva que día a día, le hacían llegar los clientes de su primera empresa: un comercio de venta de artículos de pesca.

Los cursos de pesca interesan por igual tanto a turistas nacionales como a turistas extranjeros. Para darse a conocer destina importantes cantidades a publicidad en catálogos y revistas especializadas. Por otra parte, una página web, le ayuda a promocionarse en internet, y por último, el boca-oído entre sus clientes también le facilita la publicidad.

5. Nombre de la empresa: **LAMBDA VIAJES**

Actividad de la Empresa: **Turismo especializado (para colectivos)**

Fue una empresa pionera en el mercado a la hora de ofrecer servicios especializados, para un colectivo específico.

La situación estratégica de Lambda Viajes en el madrileño barrio de Chueca, referente por antonomasia del público gay en la capital, le facilita en gran medida su difusión. Sin embargo, como la mayoría de las agencias o negocios turísticos especializados, destina partidas de marketing y publicidad exclusivamente dirigidas a su clientela.





6. Nombre de la empresa: WINEROOTS

Actividad de la Empresa: *Turismo especializado (para colectivos)*

Es una empresa que organiza viajes de turismo para extranjeros en torno al mundo del vino, aderezados con la gastronomía y la cultura de nuestro país. Los destinos son la Ribera del Duero y Jerez.

Los clientes principales son japoneses y norteamericanos porque es un mercado al que le gusta mucho el turismo, el vino, y tienen un poder adquisitivo alto.

Los viajes incluyen desplazamientos, alojamientos, comidas y cenas, visitas culturales y a bodegas, catas... Suelen hacerse casi siempre en grupos reducidos para realizar catas con expertos.

Organizan también viajes para empresas adaptándolos a sus necesidades: presentación de un producto, viaje de incentivos, salas de reuniones, etc...

La herramienta principal de promoción es a través de Internet.

7. Nombre de la empresa: ASOCIACIÓN CEDERNA-GARALUR

Actividad de la Empresa: *Desarrollo Rural*

Nombre del proyecto: Viajando por nuestros oficios y tradiciones

Es un programa desarrollado por la Asociación Cederna Garalur en el marco de la iniciativa Leader + y cuyo objetivo es crear un producto turístico que agrupa a productores agroalimentarios y de actividades tradicionales, artesanos, pequeños museos, salas de exposiciones en torno a una filosofía común: facilitar al visitante una experiencia satisfactoria.

Pretende:

- *Facilitar al viajero el conocimiento y la interpretación de la cultura, historia, y naturaleza Navarra y permitirle conocer la actividad productiva tradicional de la Montaña de Navarra.*
- *Incrementar la rentabilidad de los productores, artesanos, pequeños museos, mediante su vinculación a la creciente actividad turística de la Montaña de Navarra.*

8. Nombre de la empresa: PARQUE AVENTURA BAIGORRI

Actividad de la Empresa: *Turismo lúdico*

Es un parque recreativo, a la altura de Lekunberri, presenta 36 plataformas de madera, colocada en los árboles próximos al robledal de Aritzalde, junto a la carretera de acceso a San Miguel de Aralar.

El cliente debe recorrer los pasos entre las plataformas salvando dificultades como redes, cuerdas, y apoyos que se balancean e imposibilitan la estabilidad. Existen dos tipos de recorrido, según la dificultad, ambos terminan en unas tirolinas.

Es un parque de aventura que permite disfrutar de la naturaleza sin agredirla, para ello han utilizado un sistema que permite colgar las plataformas sin anclarlas a los troncos, evitando agujerearlos.

Es un proyecto financiado en buena parte por el Gobierno de Navarra y el ayuntamiento de Lekunberri.

9. Nombre de la empresa: SEÑORÍO DE BERAIZ  
Actividad de la Empresa: **Turismo lúdico y cultural**

Combina una oferta de restaurante donde se ofrece una carta de pescados y carnes a la brasa de carbón vegetal y alimentos típicos de la cocina navarra.

Cuenta con Bungalows situados en el bosque cerca del restaurante, algunos de ellos acondicionados para salas de reuniones de empresas; también se esta restaurando la Casa Palacio.

En su afán por hacer llegar la naturaleza y el medio-ambiente, Señorío de Beraiz prevé realizar una serie de proyectos durante 2005 encaminados a la instalación de un mini-golf dentro de sus instalaciones así como un núcleo zoológico de animales de la zona para que niños y mayores conozcan los animales así como un aula de interpretación de la naturaleza. Hoy es posible la pesca de trucha asalmonada y cangrejos en el lago.

10. Nombre de la empresa: BODY FACTORY  
Actividad de la Empresa: **Nuevas actividades deportivas**

Se trata de la primera empresa en lanzarse al mundo de las franquicias de instalaciones deportivas en España. La empresa promueve un método de comercialización destinado a vencer la estacionalidad, basado en la fidelización y en un eficaz servicio al cliente. Para conseguirlo han introducido en sus gimnasios nuevos servicios como piscinas y balnearios unidos a los de estética. Esto supone mayor inversión pero atrae nuevo público a los centros.

Este centro se dirige a clientes de unos 30 años que buscan no sólo mejorar su estética sino también mantenerse en forma y cuidar de su salud.

11. Nombre de la empresa: "CASO SAN JUAN (ARGENTINA)"  
Actividad de la Empresa: **Gestión de museos como estrategia empresarial.**

En el caso de San Juan, se han propuesto tres circuitos temáticos que en principio permiten vincular colecciones de distintos museos generando un nuevo producto sobre la base de una temática en especial.

#### **I Circuito arqueológico etnográfico y de ciencias naturales**

Museos: de ciencias naturales, centro de interpretación, parque provincial Ischigualasto, Termas La Laja; Prieto, Rocas del Mundo, Rodeo; Villa Calingasta; Einstein y Enzo Manzini.

#### **II Circuito costumbrista**

Museos: Termas La Laja; Pachamului; Prieto; Luis Benedetti; Renzo Herrera y Villa Calingasta.

#### **III. Circuito Histórico Documental**

Museos: Casa Natal de Domingo Faustino Sarmiento; Agustin Gneco; Hermanos Naciff Weiss; Franklin Rawson; Tornambé; Colegio Nacional; Gabriel Guzzo; Abenhamar Rodrigo; El hombre y la Naturaleza; regional de Cauce. El Tonelero, Del tango



### **Potenciales empresas que buscan posicionarse:**

- *Elaboración de productos regionales, dulces y conservas*
- *Elaboración de vinos*
- *Fabricación de productos de madera, artículos de paja y materiales trenzables*
- *Artículos de talabartería*
- *Actividades de impresión y de servicios relacionados con la impresión*
- *Fabricación de artículos de cuchillería, herramientas de mano, artículos de ferretería, otros artículos metálicos*
- *Fabricación de artículos de plástico*
- *Fabricación de joyas y artículos conejos*
- *Fabricación de instrumentos de música.*

De esta forma se estimula el generar un espacio de confluencia e interacción entre la actividad **cultural** y la microempresa, al revelar **nuevos nichos** de actividad económica y empleo y por el otro servir de base para acrecentar la actividad turística de la zona analizada.

Para ello es imprescindible provocar un proceso de participación dónde la identificación de los problemas y la búsqueda de soluciones se analice en de forma conjunta.

#### **12.** Nombre de la empresa: NAVARRA AVENTURA B.K.Z (BIDASOAKO KULTUR ZERBITZUA

Actividad de la Empresa: ***Nuevas actividades deportivas***

La empresa B.k.Z., situada en pleno valle de Bertiz, ofrece la posibilidad de realizar todo tipo de deportes de aventura en plena naturaleza, al nivel de dificultad que más se aproxime a las necesidades de cada cliente, dirigidos por monitores profesionales con una larga experiencia en su haber.

Realiza diversas actividades teniendo en cuenta no sólo las necesidades de cada uno, sino también, los distintos colectivos a los que se dirige y también según las localizaciones de las actividades a realizar: rafting, hidrospeed, piragua, canoraft, canyoning, puenting, BTT.

B.k.Z. proporciona la infraestructura, el material, monitores profesionales, así como el conocimiento de haber estado en la zona.

#### **13.** Nombre de la empresa: TXIKI PARK

Actividad de la Empresa: ***Parques infantiles***

La filosofía de esta empresa consiste en el diseño de grandes espacios de ocio que permiten a los "peques" divertirse sin limitaciones, de una forma sana, sin máquinas, sin riesgos y desarrollando al máximo su psicomotricidad. Y, por supuesto, bajo la supervisión de un equipo de monitores y de sus propios padres que les observan tranquilamente desde la cafetería.

Chiqui Park ha conquistado una gran notoriedad tanto entre los niños como entre los padres. De hecho, en muchas ocasiones, se ha convertido en término genérico identificativo de parque infantil.

