

Concurso

¿QUÉ ECHAS DE menos EN NAVARRA?



**Conclusiones estudio
de necesidades**



**Gobierno
de Navarra**



ÍNDICE DE CONTENIDO

1.- ANTECEDENTES: EL PROYECTO FH	3
2.- EL CONCURSO.....	4
“¿Qué echas de menos en Navarra?”	4
3.- RESULTADOS DE LA FASE DE DETECCIÓN DE NECESIDADES	7
3.1 NECESIDADES DE RESTAURACIÓN.....	9
3.2 NECESIDADES DE COMERCIO	13
3.3 NECESIDADES DE TRANSPORTE.....	17
3.4 NECESIDADES DE VIAJAR	20
3.5 NECESIDADES DE TURISMO.....	22
3.6 NECESIDADES DE OCIO Y CULTURA.....	25
3.7 NECESIDADES DE DEPORTE.....	28
3.8 NECESIDADES DE ASISTENCIA A NIÑOS.....	29
3.9 NECESIDADES DE SERVICIOS	32
PARA EL HOGAR.....	32
3.10 NECESIDADES CONCILIACIÓN VIDA PROFESIONAL- FAMILIAR..	34
3.11 NECESIDADES DE FORMACIÓN	35
3.12 NECESIDADES DE ASISTENCIA Y CUIDADO DE MAYORES	38
3.13 NECESIDADES DE MEJORAS EN LA CIUDAD.	39
4.- AGRUPACION POR GÉNERO Y EDAD.....	41
5.- RELACIONES ENTRE NECESIDADES	44
6.- CONCLUSIONES.....	48

1.- ANTECEDENTES: EL PROYECTO FH

El proyecto FH (“El futuro es hoy”) liderado por CEIN y financiado por el Gobierno de Navarra, a través del Servicio Navarro de Empleo Y Fondo Social Europeo, en el que colaboran CEDERNA-GARALUR y ANEL, desarrolla toda una serie de acciones encaminadas a:

- Profundizar en el conocimiento de las oportunidades que los sectores emergentes representan para Navarra.
- Difundir este conocimiento para que pueda llegar a toda la sociedad.
- Sensibilizar y a dar una buena atención a las personas que deseen poner en marcha una iniciativa empresarial que aproveche las oportunidades detectadas.

Los objetivos específicos del proyecto son:

- Identificar nuevas necesidades
- Identificar nuevos conceptos empresariales
- Identificar personas con inquietudes empresariales
- Despertar el interés y la iniciativa emprendedora en estos sectores
- Crear ofertas comerciales que respondan a las nuevas necesidades insatisfechas
- Crear nuevas empresas
- Crear nuevos empresarios
- Crear nuevas categorías-mercados
- Conseguir satisfacer necesidades-éxitos comerciales

Para la detección de necesidades de negocio en Navarra se convocó el concurso “¿Qué echas de menos en Navarra?” cuyas características pasamos a describir en el apartado siguiente.



2.- EL CONCURSO

“¿Qué echas de menos en Navarra?”

De acuerdo con la filosofía del proyecto las oportunidades de negocio nacen a partir de las necesidades que las personas tenemos en nuestro día a día personal, profesional, etc. Por este motivo como primera acción del proyecto se ha realizado un concurso de ideas-necesidades cuyas conclusiones recoge este documento.

El objetivo general del concurso era realizar una recogida de ideas – necesidades, con el objeto de identificar oportunidades de negocio en Navarra a partir de las necesidades que tenemos las personas en nuestra vida diaria, tanto personal como profesional.

Adicionalmente con esta acción pretendíamos realizar una investigación de necesidades que nos permitiera:

- Acercarnos a la realidad social
- Detectar ideas de necesidades entre la población.
- Conocer los sectores de mayores oportunidades por englobar el mayor número de necesidades entre la población.
- Captar personas interesadas en información sobre ideas de negocio, etc.
- Predefinición de nuevos conceptos empresariales.

A través de formularios situados en las páginas web de CEIN, CEDERNA y ANEL y de anuncios que se insertaron en el periódico de difusión gratuita “Vivir Pamplona” los pasados 17 y 19 de mayo de 2005 todas las personas interesadas podían hacernos llegar sus “problemas-necesidades”.

- Ver página siguiente -

¿QUÉ ECHAS DE menos EN NAVARRA?

Ayúdanos con tus ideas a desarrollar las mejores oportunidades para el futuro de Navarra



Seguro que muchas veces has pensado en productos y servicios que habrían hecho tu vida personal y/o profesional y la de los que te rodean mucho más fácil.

Cuéntanoslo, sólo por ello podrás ganar **300 euros**. Y además contribuirás a que en Navarra se puedan crear empresas que mejoren tu calidad de vida.

Enviar al apdo. de correos 373

Fecha límite de recepción de formularios: 26 de mayo - Rellénalo también a través de la web: www.cein.es

¿Que necesitas? _____

Nombre: _____
Apellidos: _____
Edad: _____
Dirección: _____
Código Postal: _____ **Localidad:** _____
E-mail: _____ **Teléfono:** _____



La información facilitada será incorporada a un archivo y utilizada para la realización de un estudio de necesidades en Navarra. Asimismo, sus datos se incorporarán a un registro que será utilizado para envío de información relacionada con la creación de empresas en Navarra. Puede rectificar, cancelar o indicar que no quiere ser incluido en dicho registro enviando un correo electrónico a info@cein.es.



Acción impulsada por el
Servicio Navarro de Empleo



Como resultado final de esta acción 93 personas contestaron por los diferentes medios mencionados anteriormente a la pregunta de "¿qué echas de menos en Navarra? aportando inicialmente en total 214 necesidades o ideas de negocio potenciales.

Una vez finalizada la fase de recogida de información, los técnicos de las entidades participantes en el proyecto hemos realizado un análisis de las mismas con el fin de detectar los grandes ejes de necesidades no cubiertas por parte de las personas que respondieron a los cuestionarios. En el apartado siguiente detallamos esta información.

El concurso estuvo abierto a toda la ciudadanía en general y que los datos recabados fueron analizados por técnicos de CEIN que realizaron un filtro de las ideas susceptibles de generar nuevos negocios de las que recogían otros tipos de necesidades ajenas al objetivo del estudio. Posteriormente se realizó una asignación de las ideas a diferentes ejes de necesidades, en esta fase se contó con la asistencia de expertos en marketing.

Como fase final del análisis a partir de las necesidades el equipo de CEIN definió conceptos empresariales asociados a las mismas.



La ganadora del concurso de ideas fue M^a Lourdes Aparicio Ágreda (ver entrega de premio en fotografía) y resultó elegida después de un sorteo entre todas las ideas recibidas por parte de las personas que participaron en el mismo.



3.- RESULTADOS DE LA FASE DE DETECCIÓN DE NECESIDADES

La información recopilada la hemos analizado con el fin de establecer grandes ejes o grupos de necesidades con una lógica interna. Para cada uno de estos grupos de necesidades vamos a describir donde sea posible:

- Algunas notas generales que aclaran, amplían o matizan las necesidades manifestadas.
- Caracterización del tipo de personas que demandan la necesidad atendiendo al género y edad de quien la manifiesta.
- Conceptos empresariales derivados de la necesidad: posibles ideas de negocio de productos o servicios que responden a la necesidad.
- Factores de éxito para las ideas de negocio detectadas.
- Factores a considerar para evitar el fracaso de las ideas de negocio detectadas o elementos que pueden suponer un obstáculo a su desarrollo.

Por la propia metodología descrita en el apartado anterior hemos recibido una cantidad muy heterogénea de necesidades. Por tanto, tal y como hemos comentado anteriormente, ha sido necesario realizar un primer filtrado de la información para considerar únicamente aquellas necesidades de las que se pueden derivar ideas de negocio. Por tanto, no hemos considerado necesidades que probablemente sean importantes para los ciudadanos y de interés pero que quedaban fuera del alcance del presente proyecto.



En concreto las áreas de necesidades detectadas de acuerdo han sido las siguientes:

- Necesidades de restauración.
- Necesidades de comercio.
- Necesidades de transporte.
- Necesidades de viajar.
- Necesidades de turismo.
- Necesidades de ocio y cultura.
- Necesidades de deporte.
- Necesidades de asistencia a niños.
- Necesidades de servicios para el hogar.
- Necesidades de conciliación de la vida profesional-familiar.
- Necesidades de formación.
- Necesidades de asistencia y cuidado de mayores.
- Necesidades de mejoras en la ciudad.

Para cada idea de negocio propuesta, en función de la experiencia de CEIN en el asesoramiento de proyectos, se exponen aquellos factores de éxito y otras orientaciones que consideramos conveniente tener en cuenta. En ocasiones, se listarán ideas de negocio para las cuales no se desarrolla información adicional; esto es debido a que CEIN no ha analizado para éstas, cuáles serían los factores claves de éxito, pero las incorporamos al presente informe por ser aportaciones realizadas por las personas que participaron en el concurso.



3.1 NECESIDADES DE RESTAURACIÓN



Algunas de las necesidades más demandadas son las que tienen que ver con la restauración, en este sentido muchas de las personas que respondieron al concurso están demandando nuevas formas de restauración que amplíen la oferta actual existente.

Otro tema recurrente es el tema de la noche, parece que existe necesidad de espacios donde salir a la noche, podríamos decir que conjuntamente con la necesidad anterior esta agrupación de necesidades intentan dar respuesta al "Me aburro"

A la vista de los resultados obtenidos podríamos concluir que:

- Existe una demanda latente que insiste en el precio y que demanda locales en los que se pueda comer diferente a la oferta habitual y a buenos precios.
- Existe una demanda de diversidad: comida sana, comida internacional.
- Existe una demanda de mover el mundo de la noche: falta marcha, chispa, diversión.
- Existe una demanda de restaurantes atractivos en su diseño.
- Necesidad de una mayor amplitud de horarios a la noche.

A la vista de las necesidades anteriores podemos avanzar algunos nuevos productos o servicios (en algunos casos constituirán reorientaciones de los existentes) que den respuesta a las necesidades planteadas.



En este sentido y a falta de análisis posteriores que ratifiquen o no la viabilidad de cada nuevo producto o servicio podemos plantear la necesidad de:

A. Una cadena de restaurantes que varíen la oferta con el tiempo ofreciendo diferentes comidas internacionales en distintos periodos del año.

Factor de éxito: El apoyo publicitario en la fase inicial del proyecto. Consideramos que se deben realizar campañas de publicidad que consigan desplazar a las personas situadas a 40 Km. del nuevo establecimiento.

Factor de éxito: Consideramos que la nueva oferta debe ofrecer un nivel de precios medio pero ser capaz de mantener una carta muy flexible que incorpore comida de diferentes latitudes a lo largo del año.

Elementos a considerar: Los nuevos locales que se vayan creando deber ser especialmente cuidadosos de no hacer una oferta muy específica de restauración que no se sostenga en el tiempo.

B. Franquicias de restauración (tipo VIP, etc....) que abran 24 horas al día en las que se pueda comer por menos de 30 € y en las que se ofrezcan productos adicionales como libros, discos, etc.

Factor de éxito: Consideramos necesario que la parte de restauración del negocio mantenga un horario muy prolongado 20.00 a 03.00.

Elementos a considerar: Los nuevos locales que se vayan creando deber considerar la legislación actualmente aplicable a la hora de definir sus servicios.



C. Tiendas de delicatessen con servicio de catering en casa y domicilio.

Factor de éxito: La calidad de los productos.

Factor de éxito: La resolución sin merma en términos de calidad para el producto de los aspectos logísticos necesarios para situar a aquel en la ubicación demandada por el cliente es otro de los aspectos que se consideran claves para el negocio.

D. Empresas prestatarias de servicios de organización de espectáculos y eventos musicales dirigidos a la hostelería.

Factor de éxito: La empresa debe conocer el mundo de la música a nivel local y estar bien relacionada a nivel regional y nacional con representantes musicales.

E. Empresas que presten servicios de interiorismo de bares. Hemos detectado que algunas personas que responden al concurso consideran que falta atractivo en el diseño de los bares.

Factor de éxito: Un factor de éxito podría estar en completar esta oferta con servicios de interiorismo doméstico y de jardines.

F. Restaurantes de comida integral. Locales en los que sirvan ensaladas y comida rápida en el centro de Pamplona. En general hemos detectado en el concurso realizado un interés creciente por parte de un sector amplio de ciudadanos de tener a su disposición una alternativa en restauración caracterizada por ser comida sana.

Elementos a considerar: La empresa debe ser capaz de realizar una oferta que se mantenga en el tiempo puesto que en este tipo de negocios es relativamente sencillo tener éxito inicialmente con una oferta



nueva en la plaza pero el mantenimiento a medio y largo plazo requiere de cierta flexibilidad y de la capacidad de los emprendedores por mantener y ampliar su cartera de clientes con nuevas propuestas.

G. Bar-Pub-Cafetería con oferta de zumos tropicales con ambiente.

Factor de éxito: Consideramos que esta oferta de servicios puede tener éxito en la ciudad en la medida en que sea capaz el emprendedor de añadir a la oferta de bebidas exóticas saludables el dar respuesta a las necesidades sociales de un número importante de consumidores. Hemos detectado que existe un número creciente de personas que quieren conocer a otras personas.

H. Restaurantes en los que se pueda encargar comida preparada para servir a domicilio por menos de 30 euros.

Factor de éxito: Consideramos que la oferta de comida rápida (pizzas, hamburguesas, comida china....) está suficientemente cubierta en nuestra Comunidad y que un sector importante de ciudadanos demandan menús más tradicionales a domicilio como si estuvieran hechos en casa y a unos precios razonables.

Factor de éxito: Los factores de éxito vinculados a este proyecto pasan por el mantenimiento de la calidad de los productos y por dar una buena solución a los aspectos logísticos del negocio.





3.2 NECESIDADES DE COMERCIO

Este segundo bloque de necesidades detectadas en el estudio de campo dan respuesta al “Quiero tener lo que otros tienen”. Parece que se demanda una reorientación en el comercio textil de la ciudad y una adecuación a nuevas propuestas hasta ahora inexistentes en Comunidades pequeñas como la nuestra. En este sentido hemos percibido a través del concurso las siguientes consideraciones:

- En nuestra Comunidad faltan franquicias que existen en otras Comunidades de similar tamaño.
- Existe una demanda importante de comercios textiles en la franja intermedia de gama (calidad-precio).
- Los nuevos emprendedores deben ser capaces de encontrar locales a precios razonables de alquiler puesto que un negocio franquiciado en los términos anteriores podría ser viable.
- Las personas demandan una dinamización de los centros comerciales por lo que nos debemos plantear los siguientes interrogantes: ¿Cómo hacer atractivas las áreas comerciales?, ¿existe en la actualidad un despliegue de centros o calles comerciales? ¿cómo dinamizamos las áreas comerciales?.

Los ciudadanos detallaron algunos conceptos empresariales o ideas de negocio que consideran de interés, en este sentido manifestaron la necesidad de:



A. Franquicias de ropa y complementos de gama media.

Factor de éxito: Situarse entre la oferta de gama alta de nuestra Comunidad y las franquicias de ropa de calidad baja a precios bajos.

Factor de éxito: La empresa debe ser capaz de mantener una oferta dinámica en sus establecimientos soportada en una comunicación comercial constante a lo largo del año.

B. Empresa que dinamice áreas comerciales. El concepto de área comercial es amplio y puede recoger desde un centro comercial hasta una zona urbana con importante presencia de comercios.

Factor de éxito: Un factor clave de éxito sería vincular esta propuesta a las necesidades de ocio de los ciudadanos.

Factor de éxito: Igualmente en función de la tipología de áreas comerciales de las que estemos hablando se puede vincular esta oferta a las necesidades de formación de los consumidores (por ejemplo clases de consumo responsable, consumo saludable, problemas nutricionales, etc.).

C. Floristerías a precios asequibles, el mundo de las motos, comercio justo, comercio de artesanía, tele farmacia, instrumentos musicales....

D. Áreas Factory (Outlets) a precios reducidos en la parte externa de las ciudades



Factor de éxito: Como factor clave de éxito queremos mencionar el apoyo publicitario en la primera fase de introducción del negocio en el mercado.

Factor de éxito: Otro factor clave de éxito es la infraestructura de transporte que posibilite unas comunicaciones rápidas en 40 km. a la redonda del negocio.

Factor de éxito: El emprendedor debe conocer en profundidad otras experiencias similares de Comunidades similares a la nuestra.

Factor de éxito: Las tiendas deben ofertar un producto absolutamente novedoso en Navarra.

E. Un sector creciente de los ciudadanos demanda áreas comerciales de marcas.

F. Otra posible idea de negocio demandada son las tiendas de discos de música no comercial.

G. Existe una concienciación de la necesidad de potenciar en términos comerciales y empresariales El Camino de Santiago. En este sentido el concurso detectó la necesidad de crear un Shopping Center para peregrinos en Zizur Menor que incluya servicios de alimentación. De igual modo otras propuestas sugerían la posibilidad de crear empresas que dieran una asistencia integral al peregrino en todas las necesidades que le supusiera el Camino.

H. La creación de una franquicia de "Alimentos de Navarra".

I. El concurso detectó la necesidad de establecimientos en los que los ciudadanos pudieran comprar ropa de tallas especiales.



J. Al igual que sucedía en el campo de la restauración el trabajo de campo detectó la demanda de empresas que presten servicios de interiorismo de comercios.

K. Los ciudadanos consideran que existe una oferta amplia de librerías generalistas en Navarra pero que faltan librerías especializadas en temas concretos.



3.3 NECESIDADES DE TRANSPORTE



Ha sido otra de las necesidades más recurrentes en el trabajo. Parece claro que la ciudadanía demanda mejores infraestructuras de transporte y además lo hace en todos los posibles destinos y medios de transporte.

La ciudadanía demanda infraestructuras de transporte que conviertan a Navarra en "Localidad única". Podríamos decir que la idea central es la de hacer de Navarra una gran localidad de 600.000 habitantes.

Algunas de las demandas que se derivan del concurso nos hablan de la necesidad de:

- Resolver problemas de transporte en el interior de Pamplona.
- Resolver problemas de transporte aéreo y ampliar la oferta de destinos.
- Resolver problema conectividad Pueblos-Pamplona.
- Resolver problema transporte con las provincias limítrofes y sur de Francia.
- Mejorar el transporte ferroviario ampliando las conexiones.

Parece claro que el sector del transporte necesita de una modernización y en concreto, dentro de la ciudad, parece haber oportunidades.



Como elemento a considerar en la práctica totalidad de ideas de negocio que se mencionan a continuación será necesario tener en cuenta lo que disponga la Administración en sus preceptos reglamentarios de carácter sectorial y la menor posibilidad de una inversión privada en este sector.

A. Proyecto de Pamplona-Bici o Pamplona-Metro Superficie

Factor de éxito: Vender el concepto de Ciudad. Existen ejemplos en otras ciudades de tamaño medio y alta renta per. cápita (Vitoria y Girona). El emprendedor debe conocer estas realidades.

B. Aprovechamiento de los parques actuales para dotarles de diferentes soluciones en las distintas estaciones del año.

Factor de éxito: Parece claro que la ciudadanía valora la cantidad de zonas verdes que existen en nuestras ciudades y pueblos aunque se echa de menos la integración de las de Pamplona. Desde este punto de vista parece que es un recurso poco explotado hasta el momento.

C. Una compañía de aviación con una mayor oferta de destino a precios más económicos es una de las demandas detectadas en el estudio.

Factor de éxito: Los imperativos legales y de mercado pueden ser un factor clave que redunden en éxito o fracaso de la iniciativa. El mundo del transporte aéreo está cambiando lo que antes no era posible tal vez hoy lo sea.

Factor de éxito: Otra posibilidad es la de atraer a una compañía de low-cost para que haga de Noain su base de operaciones.



D. Es necesario reinventar el taxi.

Factor de éxito: Un nuevo Servicio de conectividad entre poblaciones por medio de taxis rurales de baja capacidad puede ser un factor de éxito que a la vez resuelva el problema de conectividad con la ciudad. Ejemplos de Estella y Valle de Elorz.

Factor de éxito: Otro valor añadido que se le puede dotar a estos vehículos es el servicio de taxibaby, taxi de discapacitados, jaitaxi, taxi para tercera edad. Sería conveniente llamarle de una manera diferente a la de taxi.

E. Sistema de información de tiempos de espera de autobuses. Similar al sistema de tiempo de espera que existe en los metros de las ciudades.

F. Trenes cremallera en el Pirineo.

3.4 NECESIDADES DE VIAJAR



Los ciudadanos demandan una mejor oferta de servicios de viaje con una mayor diversidad de destinos turísticos. Parece que en este sector se empieza a demandar los “Viajes a la carta” por lo que el consumidor demanda participar más activamente en el diseño de sus vacaciones.

Algunas de las ideas de negocio mencionadas en el estudio fueron:

A. Agencia de viaje con una oferta ad hoc que gestione también vuelos y de soluciones desde Navarra a destinos específicos.

Factor de éxito: La capacidad que la empresa tenga para adecuarse a los gustos de sus clientes y ser eficaz y flexible en la programación de los viajes.

B. Crear el CLUB del VIAJERO gestionado por emprendedores. La posibilidad que brinda este club es la de organizar los viajes para grandes grupos locales atendiendo a sus necesidades.

Factor de éxito: Un factor de éxito de esta iniciativa será el que adicionalmente responda a las necesidades de “conocer gente” por parte de muchas personas, la posibilidad de obtener costes menores por destinos diferentes, viajes directos a destino, la posibilidad de encontrar nuevas amistades....

C. Necesidad de empresas que gestionen un intercambio escolar internacional.

Factor de éxito: Un factor de éxito puede estar en dar a conocer Navarra como un lugar idóneo para recibir escolares.

Factor de éxito: La empresa puede ampliar su mercado objetivo con intercambio de universitarios y trabajadores.

3.5 NECESIDADES DE TURISMO

Nuestra Comunidad posee atractivo turístico innegable pero a la luz de los resultados obtenidos del concurso parece existir la sensación de que el Sector Turístico necesita una potenciación. Parece claro que podemos acoger a más turistas año y que la gente demanda nuevos servicios turísticos para la población local.



Por tanto alguna de las consideraciones que se desprenden de la información recabada son:

- Existe una necesidad de potenciar el Sector del Turismo en Navarra. Señalar que desde el Gobierno de Navarra ya están llevando actuaciones en esta materia.
- Las personas que nos hicieron llegar sus necesidades consideran que los principales ejes turísticos en los que basar nuestra oferta son:
 - SPA-Balnearios.
 - Red de Albergues Juveniles.
 - Turismo Activo: hacer cosas.
 - Naturaleza
 - Gastronomía.
 - Historia y Arte.
 - Camino de Santiago.



- Igualmente consideran que es necesario vincular las actuales asociaciones de Turismo. En este sentido se aprecia que existe una gran cantidad de información en el sector pero que esta está dispersa geográficamente.
- Las personas que nos respondieron demandan una mayor oferta hotelera (para viajes y negocios) con diversidad de precios.

A la vista de los resultados parece evidente la necesidad de reinventar el turismo y sacar más partido al potencial de Navarra. Algunas de las ideas de negocio sugeridas por los ciudadanos fueron:

A. Balnearios y negocios del relax. Red de balnearios en el ámbito urbano y rural.

Factor de éxito: Un factor clave de éxito puede estar en la combinación de esta oferta con la restauración saludable.

B. Centro SPA – Talasoterapia.

Factor de éxito: La combinación de esta oferta con la restauración saludable y con la necesidad de conocer gente.

C. Centro de relajación en la ciudad dirigidos a personas que necesitan un descanso en su jornada y disponen de poco tiempo.

Factor de éxito: Su localización debe ser céntrica.

D. Un servicio Conectividad entre hoteles y de éstos con las infraestructuras de transporte.

Factor de éxito: Un factor clave de éxito reside en la flexibilidad de la empresa para adecuarse a los horarios de sus clientes.



E. Las personas que responden a esta encuesta consideran que no se conoce Red de Albergues Juveniles de Navarra y que se podría potenciar en un producto turístico global dirigido a jóvenes.

F. Empresas de turismo activo de naturaleza y gastronomía.

G. Necesidad de empresas que gestionen El Camino de Santiago como producto turístico.

Factor de éxito: Un factor clave de éxito reside en conseguir hacer llegar la oferta a todos los lugares de origen de los peregrinos.

H. Circuito de coches y Motos: algo que genere eventos masivos similares a San Fermín.

I. Las personas que contestaron a nuestro concurso consideran que existe posibilidad de crear nuevos negocios en torno a los sanfermines.

J. Explotación turística de los espacios naturales de Navarra: Yesa, Bardenas, Alloz. Necesidad de empresas que gestionen nuestro patrimonio natural y lo valoricen de cara al turismo.

K. Explotación turística del antiguo ferrocarril vasco navarro.

L. Empresas que consigan un mayor protagonismo de Navarra en el exterior.



3.6 NECESIDADES DE OCIO Y CULTURA

A la vista de los resultados podemos concluir que las personas que respondieron a nuestro concurso reclaman una mayor oferta de ocio y cultura. Esta necesidad está relacionada con otras necesidades mencionadas anteriormente y probablemente de ellas puedan surgir nuevos conceptos empresariales que transversalmente den respuesta a todas ellas.

Parece existir una demanda de dinamizar el sector de ocio y la cultura. A la vista de los resultado podemos concluir que:



- El concepto comercial es un componente fundamental en las alternativas de ocio de las personas: la ciudadanía reclama una mayor dinamización de las áreas comerciales en general.
- Existe una necesidad de crear una cultura de promotores del ocio cultural.
- A pesar de la multitud de oferta cultural que existe en nuestra Comunidad, falta comunicarla y hacerla atractiva para gran parte de la población.
- Como consecuencia de la mayor disponibilidad de tiempo libre existe una necesidad de espectáculos en nuestra Comunidad.
- Necesidad de una oferta más amplia de Festivales.
- Existe una sensación de poca oferta de ocio y de ocio organizado.

Las personas que respondieron al concurso proponen los siguientes nuevos conceptos empresariales:

A. Necesidad de empresas que gestionen centros de desarrollo del ocio cultural. Necesidad de gestionar eventos culturales de fuera y de dinamizar los existentes en nuestra Comunidad.

Factor de éxito: La capacidad de segmentar oferta para diferentes Grupos Poblacionales.

Factor de éxito: La capacidad de la empresa de adecuarse a las necesidades de los clientes programando eventos con demanda. Las personas que respondieron al concurso demandaron cursos de cocina, pintura, manualidades, costura, etc.

B. Teatro itinerante y salas alternativas.

Factor de éxito: Un factor de éxito reside en dirigirse a zonas con menor oferta teatral existente: Zona de la Ribera.

C. Gestión de locales para la realización de actividades culturales "bajeras como cultura".

Factor de éxito: Importancia de contar con la figura del promotor en la empresa que sepa moverse en los mercados culturales.

Factor de éxito: Atracción de eventos y espectadores del Sur de Francia.

Factor de éxito: Mezcla iniciativa pública y privada.



D. Agencia de espectáculos para fiestas pequeñas: cumpleaños, despedidas, bodas, jubilación, etc. Relacionado con las necesidades de restauración y ocio y tiempo libre.

E. Biblioteca Pública 24 horas. Necesidad de reinventar el concepto de biblioteca y dotarles de servicios adicionales: centro TIV, hemeroteca, acceso a bases de datos,.....



3.7 NECESIDADES DE DEPORTE

Vivimos en una ciudad con muchos centros deportivos de carácter público y privado, la mayoría de ellos programan actividades para los socios en todas las épocas del año. En este sentido las necesidades que surgen del concurso tienen que ver con segmentos no atendidos del mercado o hacen referencia a localidades concretas con pocas infraestructuras deportivas.

Los conceptos empresariales mencionados por los ciudadanos fueron:

A. Necesidad de una pista de hielo permanente en Pamplona.

Elementos a considerar: Cuidado con pista de hielo, existen malas experiencias en otras ciudades. El emprendedor debe conocer los motivos de fracaso de estas iniciativas en ciudades de tamaño similar a Pamplona.

B. Piscina en zona de San Jorge – Buztintxuri.

C. Campo de golf público

D. Sendas para bicicletas y carril bici en la ciudad.



3.8 NECESIDADES DE ASISTENCIA A NIÑOS



La incorporación de la mujer al mercado laboral, la existencia de jornadas laborales que se prolongan hasta bien entrada la tarde, la amplitud de las vacaciones escolares, el surgimiento de nuevos modelos familiares monoparentales, entre otros, son factores que generan necesidades por parte de los progenitores de ayuda en la asistencia a los hijos.

En este sentido el estudio realizado nos permite adelantar algunas necesidades:

- Las personas que nos trasladaron sus necesidades consideran que las actividades extraescolares no están ordenadas. En este sentido existe mucha dispersión en la oferta de los centros que las programan y es necesario profesionalizar su gestión en empresas que velen por un desarrollo integral del menor. Por tanto no se trataría de ocupar el tiempo extraescolar sino de darle un contenido con un itinerario concreto, objetivos y metodologías contrastadas.
- Existe una sensación de que hay pocas actividades organizadas fuera del periodo escolar.
- Si nos referimos a preadolescentes y adolescentes, existe una sensación de falta de actividades de entretenimiento y este problema se agrava en periodos invernales.

Del concurso nos propusieron una serie de nuevos conceptos empresariales:

A. Empresas que gestionen soluciones para cuando los niños están de vacaciones: campamento de día de verano que incluya actividades de deporte, al aire libre, de formación artística, musicales, pintura,...

Factor de éxito: Una clave del éxito de esta iniciativa reside en la calidad de las propuestas y en la flexibilidad de la empresa para adaptarse a las necesidades puntuales de las familias.

B. Empresa de promoción de actividades extraescolares. Aulas de juego, aulas de expresión artística.

Factor de éxito: Una clave del éxito de esta iniciativa reside en la calidad de las propuestas y en que formen parte de un desarrollo integral del menor.

C. Ampliar en concepto de Granja Escuela a "Escuela de lo Social": enseñar, además de la naturaleza, las instituciones, los oficios, el deporte, las fábricas, enseñar a ser mayores ... Necesidad de empresas que gestionen este concepto.

D. Club infantil del adolescente: Ludotecas hasta la preadolescencia (Niños hasta 14 años).

Factor de éxito: Una clave del éxito de esta iniciativa reside en la existencia de apoyo público a las iniciativas privadas que vayan surgiendo.

E. Empresa de cuidado de niños para ocasiones puntuales: enfermedad del niño, etc.

Factor de éxito: Un factor de éxito es la profesionalidad y formación de los trabajadores de las empresas que den garantía a las familias contratantes.

Factor de éxito: Menor importancia del precio si la familia se queda segura.

F. Guarderías rurales: inventar un concepto de guardería.

Factor de éxito: Las casas amigas pueden ser una solución.

G. Necesidad de parques infantiles cubiertos para el invierno.

H. Empresa que gestione espectáculos infantiles en cumpleaños y en locales.

I. Servicio de recogida y entrega de niños: niño transporte, niño taxi.

Factor de éxito: La capacidad de la empresa de dirigirse a segmentos de mercado actualmente no satisfechos por la oferta existente.

Factor de éxito: El promotor debe atender la legislación vigente.

J. Servicio de formación y selección de canguros.

Factor de éxito: La empresa debe ser capaz de poner en contacto la oferta y demanda de este servicio.

K. Guarderías para el tiempo de ocio de los padres: vinculado al tiempo de ocio y comercial.

Factor de éxito: Vinculado a la necesidad de ocio.



3.9 NECESIDADES DE SERVICIOS PARA EL HOGAR

Los cambios mencionados en el apartado anterior suponen en gran medida, que las personas tenemos una gran demanda de tiempo libre y además queremos calidad para ese tiempo de ocio. Necesitamos dedicar el tiempo de ocio a las verdaderas motivaciones y hobbies que nos permiten desarrollarnos como personas. Es por ello por lo que cada vez demandamos una amplia gama de servicios en el hogar para cubrir aquellos aspectos que ocupan nuestro tiempo libre e imposibilitan el ejercicio de otras actividades que nos gustaría hacer en nuestro tiempo libre.

- A pesar de que las personas estamos dispuestas a contratar servicios para el hogar existe poca oferta integral en el mercado.
- Existe un nicho de mercado que contrataría servicios en el hogar siempre y cuando la empresa oferente de los mismos le transmitiera confianza. Profesionalidad y seguridad deben ser las claves del éxito de las empresas que se creen en este nicho de mercado.

Los encuestados nos trasladaron la posibilidad de crear empresas en estos campos:

A. Empresa de formación, selección, gestión del servicio doméstico.

Factor de éxito: La profesionalidad y la confianza que sea capaz de lograr la empresa que se vaya creando.



Factor de éxito: La flexibilidad de la empresa para adecuarse a las necesidades de las familias: servicios por horas, servicios en ocasiones especiales, servicios un día a la semana, etc.

B. Empresa de servicios integrales al hogar: carpintería, fontanería, albañilería, etc.

Factor de éxito: La profesionalidad de la empresa.

Factor de éxito: Aportar valor añadido a los clientes puede suponer una clave de éxito en este negocio: papeleo con el seguro, información seguros hogar, etc.

C. Servicio de cuidado de casas en verano.

Factor de éxito: La confianza que sea capaz de trasladar la empresa a sus clientes.

3.10 NECESIDADES CONCILIACIÓN VIDA PROFESIONAL- FAMILIAR

La cada vez mayor presencia en nuestros puestos de trabajo no debe ser incompatible con el aprovechamiento de los tiempos muertos del trabajo para disfrutar de servicios adicionales en el entorno de los mismos.



En este sentido no es extraño que en nuestro concurso detectáramos necesidades de servicios que posibiliten a los ciudadanos la conciliación de su vida laboral y familiar en una doble vertiente:

- Ayudar al trabajador a que su calidad de vida en el trabajo sea mejor.
- Ayudar al trabajador a conciliar su vida laboral y familiar.

En este sentido alguna de las ideas de negocio que nos proponen los encuestados fueron:

A. Servicio de guardería en las empresas.

Factor de éxito: La profesionalidad, la confianza de la empresa prestataria del servicio con la empresa que debe cederle un espacio para el cuidado de los hijos de sus trabajadores.

B. Empresas que gestionen espacios de deporte y relax en los centros de trabajo públicos y privados (Al igual que se gestionan los servicios de restauración).

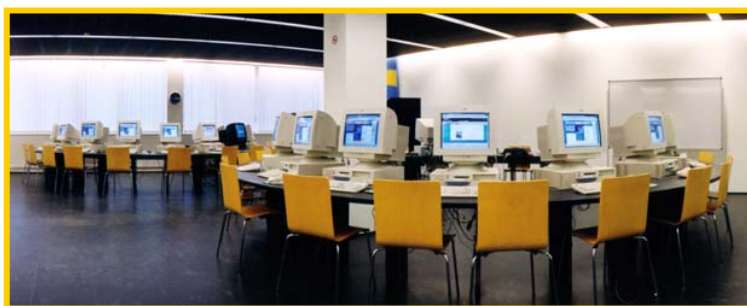
Factor de éxito: Relacionada con las necesidades de deporte, ocio y tiempo libre, etc.



3.11 NECESIDADES DE FORMACIÓN

Se trata de un grupo de necesidades de formación muy heterogénea dirigida a diferentes segmentos de la población:

- Vivimos en un mundo complejo, con entornos cambiantes en todos los órdenes de nuestra vida, en los que a los trabajadores además de a los nuevos retos profesionales, han de hacer frente a otras necesidades de formación en otros órdenes de su vida: familiar, afectiva, etc.



- Por otra parte, la llegada de trabajadores inmigrantes supone, además de la oportunidad de mantener nuestra capacidad productiva y nivel de bienestar, un conjunto de retos que pueden suponer la aparición de nuevas empresas que les den respuesta.
- La pérdida del componente religioso que explique la propia existencia en amplias capas de la población hace necesario que las necesidades espirituales deban ser canalizadas por otros medios que pueden suponer la oportunidad de nuevas formas de trabajo.

En este sentido las ideas de negocio sugeridas por las personas que respondieron al cuestionario fueron:

A. Empresas que gestionen formación dirigida a inmigrantes que permitan su integración y un rápido proceso de socialización en la sociedad de acogida: cursos de idioma, sociedad, costumbres.....

Factor de éxito: Consecución de dinero público y financiación privada.

Factor de éxito: La empresa debe ser capaz de obtener el apoyo y la confianza de las asociaciones e instituciones que trabajen con inmigrantes.

B. Empresas que gestionen formación profesional dirigida a inmigrantes. Se trataría de dar una formación técnica que cubra los déficit puntuales que pueda presentar el inmigrante.

Factor de éxito: La consecución de dinero público y financiación privada.

Factor de éxito: La empresa debe conocer en profundidad las necesidades de formación de las empresas empleadoras de inmigrantes y darles un servicio flexible a sus necesidades.

C. Empresas de enseñanza de idiomas. Las nuevas zonas de oportunidad económica exigen el conocimiento de idiomas más allá del inglés (chino, hindú, portugués, etc..). Las empresas que sean capaces de crearse para dar respuesta a estas necesidades pueden tener éxito asegurado.

Factor de éxito: La flexibilidad del emprendedor de adecuarse a las empresas contratantes.

Factor de éxito: Profesionalidad, contar con recursos didácticos de formación de adultos.



D. Empresas que gestionen escuela de padres: prestatarias de servicios de orientación familiar, planificación sexual, orientación psicológica al menor en su crecimiento, etc.

Factor de éxito: El nicho de mercado son los padres de hijos adolescentes hasta 14-15 años

Factor de éxito: Otro factor de éxito en este tipo de iniciativas reside en el que las empresas sean capaces de gestionar al mismo tiempo incorporando a sus metodologías de trabajo soluciones para el tiempo libre, deporte, actividades extraescolares, etc.

E. Mundo de las sicoterapias: resolución de conflictos, mejoramiento personal: escuela de valores, escuela de duelos.

F. Empresas prestatarias de servicios de formación a empresas de temas muy específicos sin oferta en Navarra: Coaching...

G. Empresas que gestionen la alfabetización y reciclaje en nuevas tecnologías para mayores y niños.

H. Colegio bilingüe

I. Empresa que gestione formación extraescolar con sentido y orientación (música, deportes, teatro, pintura, idiomas.....)



3.12 NECESIDADES DE ASISTENCIA Y CUIDADO DE MAYORES



Por la propia metodología de del concurso y los medios en los que se publicó no hemos obtenido un volumen de respuestas significativo de personas mayores de 65 años, no obstante, a través de personas que actualmente se encargan de su cuidado principalmente si hemos detectado con claridad la potencialidad de los servicios a la tercera y cuarta edad como fuente generadora de empleo y de nuevas iniciativas empresariales.

En este sentido las personas que respondieron a nuestro concurso demandan:

A. Empresas de cuidado y asistencia de personas mayores.

Factor de éxito: La clave del éxito reside en la solvencia técnica y profesionalidad de la empresa prestataria el servicio.

Factor de éxito: La confianza es otro de los valores fundamentales en este tipo de negocios.

B. Empresa de transporte asistido. Traslado de ancianos.

Factor de éxito: La empresa prestataria de este tipo de servicios probablemente deba contar con el apoyo de la administración por dirigirse a un sector que no tiene un alto poder adquisitivo y atender las prescripciones legales de carácter sectorial.



3.13 NECESIDADES DE MEJORAS EN LA CIUDAD.

Existe un importante número de ciudadanos que conciben la ciudad como la prolongación de su casa en el sentido de que se preocupan de que ésta mejore en las posibilidades que ofrece a los ciudadanos.



Las personas en definitiva quieren espacios urbanos confortables y que le ofrezcan nuevas posibilidades:

En este sentido las personas que contestan a nuestra encuesta consideran necesario:

A. Mejorar las señalizaciones urbanas de los lugares de interés. En sí mismo no es una idea de negocio pero puede ser interesante trasladar este resultado a los organismos competentes en la materia.

B. Nuevas propuestas de transporte: metro superficie, mini autobuses barrio-periferia, etc.

Factor de éxito: Atender a la legislación vigente.

C. Un servicio de alquiler de coches o bicicletas de "quita y pon" con espacios reservados en todos los barrios de la ciudad para su aparcamiento y a disposición de todos los ciudadanos.

Factor de éxito: Atender a la legislación vigente.



D. Empresa que explote los parques existentes en la ciudad. Se considera que los parques de la ciudad tienen un mayor potencial y aprovechamiento que el actual.

Factor de éxito: Los factores de éxito tiene que ver con las posibilidades de firmar convenios de financiación con la administración para fomentar este tipo de servicios.

Factor de éxito: Relacionada con las necesidades de ocio, tiempo libre y deporte.



4.- AGRUPACION POR GÉNERO Y EDAD

Las características del concurso nos permitían controlar el género y la edad de las personas que respondían. Con esta información, con todas las cautelas posibles derivadas del diseño de la investigación tal y como explicamos en el apartado 2 de este informe, hemos podido observar una vinculación entre las **características personales** y **grupos de necesidades** que pasamos a describir a continuación:

- Las personas de mediana edad (30-40 años) son las que demandan tiendas de ropa especializada de alta gama. De igual modo en esta franja de edad se encuentran las personas que demandan servicios de información al consumidor reclamación que, en mayor medida, hacen los hombres que las mujeres.
- Las personas jóvenes son las que en mayor medida solicitan establecimientos abiertos las 24 horas del día.
- Las personas en el tramo de edad 25-40 años y en mayor medida las mujeres que los hombres son las que demandan centros de ocio infantil. De igual modo las personas en este tramo de edad son las que en mayor medida solicitan servicios adicionales a domicilio que posibiliten el mantener las actividades de una casa sin su presencia.
- Las personas en edad adulta (> 40 años) son las que demandan servicios a domicilio de cuidado de personas mayores y en mayor medida lo solicitan las mujeres, probablemente porque en ellas recae la responsabilidad actual de este trabajo.
- Las personas en el tramo de edad 25-40 años y en mayor medida las mujeres que los hombres son las que demandan servicios de guardería

en domicilio y servicios de guardería públicos o privados donde poder llevar a los hijos.

- Las personas en el tramo de edad e 30-40 años y en mayor medida los hombres sienten la necesidad de poner en valor el patrimonio histórico cultural y natural de Navarra.
- Las personas mayores de 35 años son las que demandan servicios de comida internacional.
- Existe un grupo heterogéneo, si atendemos a las variables de identificación del estudio, que demandan establecimientos de restauración saludable en sus municipios y servicios de orientación psicológica para la vida.
- Las personas de más de 40 años demandan locales con música en directo en sus municipios.
- Las personas jóvenes (< 30 años) son las que en mayor medida solicitan empresas que realicen actividades programadas a la carta: eventos, viajes, etc.
- Las personas de más de 30 años son las que en mayor medida solicitan pista de hielo.
- Las mujeres profesionales en torno a la cuarentena en mayor medida que los hombres demandan centros de ocio y relajación en el ámbito de la empresa.
- Las personas mayores de 45 años son las que demandan una mejora en las condiciones del tráfico aéreo de la ciudad. En concreto demandan más destinos, mejores precios y servicios de acceso al aeropuerto.



- Las personas más jóvenes del ámbito rural demandan mejores servicios de transporte regional.
- Las mujeres mayores de 30 años en mayor medida que los hombres demandan un transporte urbano ágil que conecte los nuevos desarrollos urbanísticos de la ciudad entre sí y éstos con el centro.
- Existe un grupo de mujeres que consideran las posibilidades del Camino de Santiago como producto turístico por explotar.
- Existe un grupo heterogéneo que demandan carriles bicis en la ciudad.

5.- RELACIONES ENTRE NECESIDADES

En el siguiente punto de nuestro análisis vamos a tratar de relacionar los distintos grupos de necesidades con los conceptos empresariales propuestos tal y como observamos en la **Tabla 1 “Relaciones entre necesidades y conceptos empresariales”**. La lectura horizontal nos dará una idea de la medida en que un concepto empresarial responde a distintos grupos de necesidades. La lectura vertical nos indica la recurrencia de las distintas necesidades planteadas.

**Tabla 1-Relación entre necesidades y conceptos empresariales
(Continuación)**

	RESTAURACION	COMERCIO	TRANSPORTE	VIAJAR	TURISMO	OCIO	DEPORTE	NIÑOS	HOGAR	CONCILIACIÓN	FORMACIÓN	MAYORES	CIUDAD	RELACIONES
Centro de relajación en la ciudad		■		■	■	■	■			■				6
Un servicio de conectividad entre hoteles			■	■	■	■	■						■	5
Red de albergues juveniles	■	■		■	■	■	■	■			■			8
Empresas de turismo activo naturaleza – gastronomía	■	■		■	■	■	■					■		9
Circuito de coches y motos					■	■	■				■			4
Explotar San Fermín	■	■			■	■	■						■	6
Explotación turística de espacios naturales	■	■		■	■	■	■				■			9
Empresas que consigan una mayor protagonismo de Navarra en el exterior		■		■	■	■	■						■	5
Empresas que gestionen centros de desarrollo del ocio cultural				■	■	■	■				■		■	5
Teatro itinerante y salas alternativas					■	■	■	■			■		■	5
Gestión de locales para actividades culturales					■	■	■						■	3
Agencia de espectáculos para fiestas en domicilio					■	■	■		■					2
Biblioteca abierta 24 h.					■	■	■	■			■		■	4
Pista de hielo permanente en Pamplona						■	■	■					■	3
Piscina en San Jorge						■	■	■					■	3
Campo de Golf Público					■	■	■	■					■	4
Sendas para bicicletas y carril bici en la ciudad.					■	■	■	■					■	4
Empresas que gestionen soluciones para cuando los niños estén de vacaciones					■	■	■	■		■	■			5
Empresa que gestione actividades extraescolares					■	■	■	■		■	■			5
Escuela de lo "Social"						■	■	■		■	■			4
club infantil adolescente						■	■	■					■	4
Empresa de cuidado de niños para ocasiones puntuales						■	■	■	■	■	■			5
Guarderías rurales						■	■	■		■	■			4
Parques infantiles cubiertos para invierno						■	■	■					■	4
Agencia de espectáculos para fiestas infantiles					■	■	■	■						3
Servicio de recogida y entrega de niños			■					■	■	■	■			4
Empresa de formación y selección de canguros								■		■	■			3
Guarderías para el tiempo de ocio de los padres						■		■		■	■			3

**Tabla 1-Relación entre necesidades y conceptos empresariales
(Continuación)**

	RESTAURACIÓN	COMERCIO	TRANSPORTE	VIAJAR	TURISMO	OCIO	DEPORTE	NIÑOS	HOGAR	CONCILIACIÓN	FORMACIÓN	MAYORES	CIUDAD	RELACIONES
Empresa de formación y selección del servicio doméstico														4
Empresa de servicios integrales en el hogar														3
Servicio de cuidado de casas en verano														3
Servicio de guarderías en empresas														2
Empresas que gestionen centros de relax y deporte en empresas														3
Empresas de formación de inmigrantes														1
Empresas de enseñanza de idiomas no generales														1
Escuelas de padres														3
El mundo de las sicoterapias														1
Empresas de formación a empresas														1
Alfabetización en NTIC en adultos y niños														3
Colegio Bilingüe														2
Empresas de que gestione formación extraescolar														3
Empresas de cuidado y asistencia a personas mayores														4
Empresas de transporte asistido para personas mayores														4
Mejorar las señalizaciones urbanas														1
Servicios alquilar de bicicletas y coches de quita y pon														3
	RESTAURACIÓN	COMERCIO	TRANSPORTE	VIAJAR	TURISMO	OCIO	DEPORTE	NIÑOS	HOGAR	CONCILIACIÓN	FORMACIÓN	MAYORES	CIUDAD	
N ° CONCEPTOS VINCULADOS A.....	17	25	12	13	22	52	17	32	11	14	27	7	26	

6.- CONCLUSIONES

La **Tabla 1 Relación entre necesidades y conceptos empresariales** tal y como hemos comentado anteriormente admite tanto una lectura vertical como horizontal.

La lectura horizontal nos da una idea de la transversalidad de los conceptos empresariales, esto es, de su capacidad para cubrir necesidades de diferente naturaleza. En este sentido y a la vista de los resultados podemos concluir:

- La totalidad de los conceptos empresariales propuestos por los ciudadanos que se analizan, si bien fueron formulados a partir de una necesidad concreta, son susceptibles de convertirse en ideas de negocio con sinergias para cubrir más necesidades que la que originariamente las motivó.
- Encontramos un alto potencial en una gran cantidad de propuestas de negocio que, en función de su formulación concreta, pueden ser capaces de solventar por encima de 4 grandes grupos de necesidades de los 13 con los que hemos trabajado.



- Entre las ideas con mayor potencial destacamos:
 - Empresas de dinamización de áreas comerciales
 - Empresas que exploten las posibilidades del Camino de Santiago.
 - Gestión de los parques actuales de la ciudad.
 - Agencias de viaje con oferta a la carta del consumidor.
 - Red de balnearios en el ámbito urbano y rural.
 - Red de Albergues juveniles.
 - Empresas de turismo activo naturaleza-gastronomía.
 - Empresas que exploten el concepto de San Fermín.
 - Explotación turística de espacios naturales.

La lectura vertical de la Tabla 1 nos indica cuáles son las necesidades que los ciudadanos consideran prioritarias por cubrir en nuestra Comunidad y el número de conceptos empresariales formulados por los ciudadanos susceptibles de paliar en parte esas necesidades. A la vista de los resultados podemos concluir:

- El primer gran titular sería que las personas que respondieron a la encuesta reclaman de forma mayoritaria alternativas de ocio para Navarra.
- Existe una necesidad de reorientar el sector de la restauración, el comercio y el transporte a las nuevas necesidades que demandan los ciudadanos. En concreto.

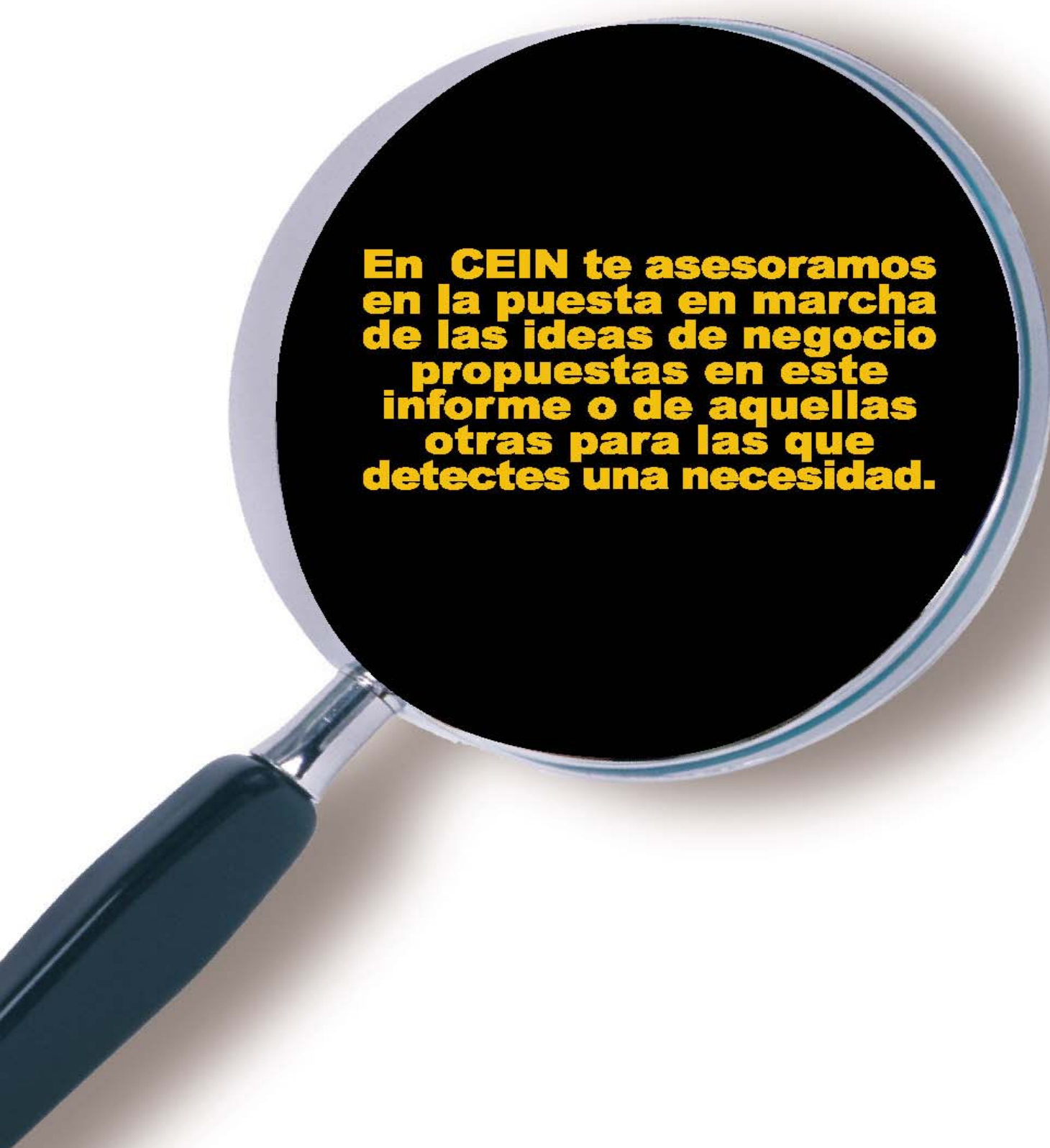


- Las personas que participaron en el concurso demandan nuevas fórmulas de restauración (internacional, saludables...) a precios más asequibles. Al mismo tiempo existe un sector que está demandando servicios de catering de alta calidad.
 - Existe una necesidad de comercios de gama media que al mismo tiempo sean originales en sus diseños interiores.
 - Existen demandas de una mejor conectividad entre los pueblos y los barrios con Pamplona. En este terreno existen claras posibilidades de negocio.
 - El sector del transporte aéreo necesita de una revisión profunda.
-
- Las posibilidades de creación de empresas en el campo de la asistencia a niños y a mayores son enormes. El tipo de empresas que se vayan creando deben tener en cuenta la necesaria flexibilidad que exige el cliente.
 - Existe una demanda fuerte por ocupar el tiempo libre en actividades de formación de diferente naturaleza.
 - Las personas que respondieron a nuestra pregunta del concurso sienten como propio el lugar donde viven y visualizan muchas oportunidades de negocio que mejorarían su lugar de residencia.



Anexo: Otros títulos publicados en el marco de los sectores emergentes:

- ¿Hacia dónde hay que mirar? Sectores emergentes, oportunidades de empleo y negocio para esta década.
- Factores clave de éxito sectoriales
- XXI Ideas de sectores para el siglo XXI"



**En CEIN te asesoramos
en la puesta en marcha
de las ideas de negocio
propuestas en este
informe o de aquellas
otras para las que
detectes una necesidad.**