

LUDOTECA

La importancia de la amplitud de horarios, una buena metodología y un personal cualificado

1. El negocio

Una ludoteca es un negocio dirigido a la población infantil en edades comprendidas entre los cuatro y los doce años y a sus familias, destinado al ocio enfocado desde la perspectiva de la educación. Se trata de establecimientos que tienen por objeto potenciar la realización de actividades lúdicas que favorezcan el desarrollo mental, psicomotor, afectivo y sensorial de los niños y niñas usuarios de sus instalaciones. Se trata de un sector en el que el saber adaptarse a la evolución del mercado será fundamental, ya que presenta una serie de interesantes oportunidades que se pueden aprovechar si se conoce bien el negocio (p.e. por haber trabajado antes en una ludoteca), se sabe atender a los clientes y se tiene una firme vocación de empresario.

El carácter social de este negocio derivado de su consolidación como un servicio de educación en el tiempo libre, así como la búsqueda del desarrollo formativo de sus destinatarios, requiere contemplar en el ejercicio de la actividad una serie de principios de convivencia que permitan la mejora de las capacidades de los usuarios. El objetivo social del negocio es que los niños aprendan jugando valores como la autonomía, la autogestión, la elección y selección, además de adquirir las normas y hábitos sociales que aporta el juego en grupo. El compromiso firme de poder atender estas demandas es el objeto de funcionamiento de una ludoteca.

El público objetivo se compone fundamentalmente de niños de entre 4 y 12 años, que, según datos del INE, alcanzan la cifra en España de unos 6 millones, aunque, a la hora de plantear estrategias comerciales no conviene olvidar que los verdaderos clientes no son los niños sino sus padres (no hay que olvidar la dificultad para conciliar la vida laboral con la familiar). Se puede decir que existen tres tipos de clientes: las familias con hijos de la zona de influencia, las personas con hijos menores que trabajen en esa misma zona y las personas cuyos hijos estén matriculados en centros escolares cercanos.

El futuro del sector, aceptando los nuevos retos y oportunidades que vayan surgiendo, pasa por el ofrecimiento de una mayor oferta de servicios y una mayor amplitud de horarios adecuados a las necesidades de los clientes, una adecuada relación calidad-precio, la organización de actividades alternativas que incentiven la afluencia de niños, el desarrollo de una metodología apropiada a las características de las personas a las que va dirigido el servicio, la búsqueda de subvenciones por parte de organismos públicos, la contratación de personal cualificado, una esmerada atención personalizada al cliente, la implantación de unas instalaciones lo más completas posibles, el cierre de acuerdos con proveedores de juguetes (para lograr precios más bajos), etc.

2. El local

La compra o alquiler del local será un gasto que requerirá una inversión importante. En caso de adquirir el local, ésta se eleva de forma considerable. La mayor parte de los asesores recomienda en principio el alquiler para tratar de evitar problemas de tesorería, no descartando su compra futura.



El local debe estar ubicado en una zona céntrica o cerca de centros escolares, oficinas y centros de trabajo y debe tener al menos 200 m² distribuidos entre la sala de juegos o salón multiusos, los aseos, un despacho y una zona de recepción.

El acondicionamiento del local, tanto el externo (escaparate, rótulos, cierres, etc.) como el interno (electricidad, iluminación, decoración, aseos, salida de emergencia, servicios adaptados para niños, niñas y minusválidos, etc.) va a suponer un coste aproximado de unos 30.000 €, que puede reducirse si se ha desarrollado esta actividad o una similar previamente.

3. Equipamiento y plantilla

La inversión necesaria en equipamiento (mesas, sillas, pizarra, percheros, estanterías, mobiliario para el despacho, elementos de decoración, calefacción y aire acondicionado, televisión y equipo de reproducción de películas, piscinas de bolas, tapices, equipo de música, equipo informático con software para la gestión del negocio, impresora y fax, etc.) y para constituir el stock inicial (juguetes y juegos de mesa, bolsas guarda zapatos, perchas, material de oficina, etc.) rondará los 20.000 €. Será necesario, además, contar con suficiente liquidez para afrontar los gastos que surjan, sobre todo al comienzo. La gestión administrativa se suele subcontratar, ya que resulta más barato.

La plantilla mínima requerida para un negocio de este tipo estará compuesta por entre 2 y 4 personas, por un lado las necesarias para realizar las tareas de gerencia, comerciales, recepción y atención al público, y, por otro, el número de monitores que sean precisos en cada momento para llevar a cabo las actividades propias del centro (ampliando la plantilla cuando resulte necesario). En este sector resulta esencial la atención al cliente y el trato personalizado, por lo que los trabajadores deben estar formados convenientemente en lo relativo al funcionamiento de una ludoteca. La atención educativa directa a los niños del primer ciclo de Educación Infantil correrá a cargo de profesionales que posean el título de Maestro en Educación Infantil, el título de Técnico Superior en Educación Infantil o alguno equivalente.

4. La competencia

La composición de la competencia de una ludoteca está formada por el conjunto de ludotecas ubicadas en la misma zona de influencia, así como otros organismos o establecimientos que se dedican al cuidado de niños, tales como guarderías o centros de educación infantil, parques de ocio infantil, asociaciones y centros culturales, etc. También puede considerarse competencia, de algún modo, la existencia de parques al aire libre, así como la labor llevada a cabo por las personas denominadas canguros (que se dedican a cuidar a niños a domicilio y suelen cobrar el servicio por horas). A pesar de ser un mercado consolidado, los expertos auguran un buen futuro si se apuesta por la fidelización a través de una adecuada atención, una adaptación a las exigencias de los clientes y una buena relación entre la calidad del servicio y su precio.

Teniendo en cuenta la composición y modos de actuación de la competencia más cercana, la estrategia más habitual por la que se suele apostar es la diferenciación (calidad de servicio, atención personalizada, etc.), aunque también resulta usual competir vía precios. Un buen objetivo de la empresa debe ser conseguir convertirse en un referente en la zona de influencia, tratando de fidelizar al mayor número de clientes. Otra alternativa es optar por la especialización, ya sea en función del tipo de público al que se dirige el negocio (haciendo una subdivisión entre los niños y niñas de 4 a 8 años y los de 9 a 12 años, con actividades adaptadas a cada edad) o por tipología (hospitalaria, circulante o itinerante, escolar, terapéutica, de investigación, comunitarias, especializada en fiestas de cumpleaños o de colegios, etc.).

5. Estrategias

Una ventaja competitiva permite tener una mejor posición que los rivales para asegurar a los clientes. Existen muchas fuentes de ventajas competitivas (ofrecer el servicio con mayor calidad, lograr menores costes que los rivales, tener una mejor ubicación, etc.). La estrategia competitiva consiste en el modo en que la empresa obtiene una ventaja. Los tres tipos genéricos de estrategia competitiva son:

- **Liderazgo en Costes.** La ludoteca tiene unos costes menores que sus competidores, por lo que puede ofrecer unos precios más baratos.
- **Diferenciación.** La ludoteca oferta un servicio que se diferencia de algún modo de los de la competencia (mayor calidad, atención al cliente, etc.).
- **Especialización o segmentación.** Consiste en optar por una tipología de negocio (hospitalaria, de investigación, itinerante, escolar, especializada en fiestas, terapéutica, comunitarias, etc.) o centrarse en un nicho de mercado concreto (niños y niñas de 4 a 8 años o de 9 a 12 años, inmigrantes, clases desfavorecidas, etc.), de modo que la ludoteca pueda atender de forma más eficientemente al conjunto de potenciales clientes.

FICHA TÉCNICA

- **Negocio:** Establecimiento que tiene por objeto la realización de actividades lúdicas para niños.
- **Sector:** Servicios.
- **Requisitos administrativos generales:** Declaración censal de alta en obligaciones fiscales (IAE, IVA, IRPF...), de Seguridad Social y laborales. Licencias municipales (ambiental, obras y comunicación de inicio de actividad).
- **Inversión:** A partir de 50.000 € se puede financiar la reforma del local más el equipamiento y el stock inicial.
- **Personal mínimo:** El necesario para llevar a cabo las tareas de gerencia, comerciales, recepción y atención al público, así como los monitores que se requieran en función del tamaño y las horas de apertura.
- **Formación requerida:** Las adecuadas para la labor que han de llevar a cabo tanto el gerente como los monitores y quien se encargue de atender al público. Para atender a los niños más pequeños se requiere el título de Maestro en Educación Infantil, el título de Técnico Superior en Educación Infantil o alguno equivalente.
- **Superficie:** Se puede montar una ludoteca en locales desde 200 m².

TRÁMITES A LLEVAR A CABO

1. **Los generales para todas las empresas de nueva creación.** Ver Ficha de negocio 1 (formas jurídicas).
2. **Comunicación de Inicio o Puesta en Marcha de Actividad en el Ayuntamiento.**
3. **Evaluación de Riesgos Laborales (si se contratan trabajadores por cuenta ajena)**
4. **Cumplimiento de la L.O.P.D. (protección de datos), si se manejan datos personales.**
5. **Medidas Contra Incendios, Acceso a Minusválidos, Insonorización, etc.**
6. **Obtención de Licencia Ambiental, si así se requiere (p.e. en el caso de contar con servicio de cocina).**