

# LUDOTECA



Pilar González, Omar El Genaoui, Pedro Rodríguez y Belén Castillo.  
Empresa. 2º Educación Infantil.

# ÍNDICE

## Contenido

INTRODUCCIÓN .....	2
ESTUDIO DE MERCADO, LOS CLIENTES .....	2
EL MERCADO Y LOS CLIENTES .....	2
EARLY ADOPTERS .....	3
COMO AFECTAN LOS FACTORES PEST AL PROYECTO DE NUESTRA EMPRESA. ....	5
ÓRGANO DE COMPETENCIA ENTRE LAS EMPRESAS ACTUALES. ....	5
POSIBILIDAD DE QUE ENTREN NUEVOS COMPETIDORES: .....	6
PRODUCTOS SUSTITUTIVOS .....	6
EL PODER QUE TIENEN LOS PROVEEDORES .....	6
EL PODER DE LOS CLIENTES A LA HORA DE NEGOCIAR.....	6
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA .....	7
DAFO Y CAME .....	7
FACTORES .....	8
MISIÓN, VISIÓN, VALORES E IMAGEN CORPORATIVA .....	8
DERECHOS HUMANOS, MEDIOMABIENTE, SOCIEDAD Y ECONOMÍA.....	9
MAPA DE POSICIONAMIENTO.....	9
PRODUCTO BÁSICO: LA NECESIDAD.....	10
PRODUCTO FORMA: LAS CARACTERÍSTICAS FORMALES. ....	10
PRODUCTO AMPLIADO. VENTAJAS ADICIONALES. ....	10
TIPOS DE PRODUCTO: .....	10
DIFERENCIACIÓN DEL SERVICIO: .....	10
MARCA: .....	10
ESLOGAN: .....	11
DIFERENCIACIÓN DE INCORPORACIÓN DE SERVICIOS ADICIONALES: .....	11
ALARGAMIENTO DE LA VIDA DEL SERVICIO:.....	11
CANAL DIRECTO, INDIRECTO Y FORMAS DE DISTRIBUCIÓN: .....	11
ATENCIÓN AL CLIENTE:.....	11
¿QUÉ CRITERIO DE FIJACIÓN DE PRECIOS SERÁ PREFERENTE? .....	11
LA PUBLICIDAD .....	12

## INTRODUCCIÓN

Vamos a realizar una ludoteca, va a contar con comedor de comida casera, actividades lúdicas y juegos inclusivos y adaptados.

Va dirigida a niños de 0 a 6 años y va a tener unos precios asequibles para los clientes a los que van dirigidos.

La necesidad que cubre nuestra ludoteca es la socialización entre los niños y resuelve el problema de que sus padres puedan atender sus trabajos... por lo que habrá flexibilidad horaria.

En nuestra ludoteca, los niños experimentarán actividades al aire libre en todas las épocas del año y además, atendemos niños con diversidad funcional ya que contamos con educadores especializados.

Nuestro objetivo es cubrir gastos y lo que ganemos invertirlo en publicidad y materiales.

Somos Belén, Pedro, Pilar y Omar, 4 educadores técnicos de educación infantil.

## ESTUDIO DE MERCADO, LOS CLIENTES

Los criterios que nos ayudan a clasificar a los clientes son:

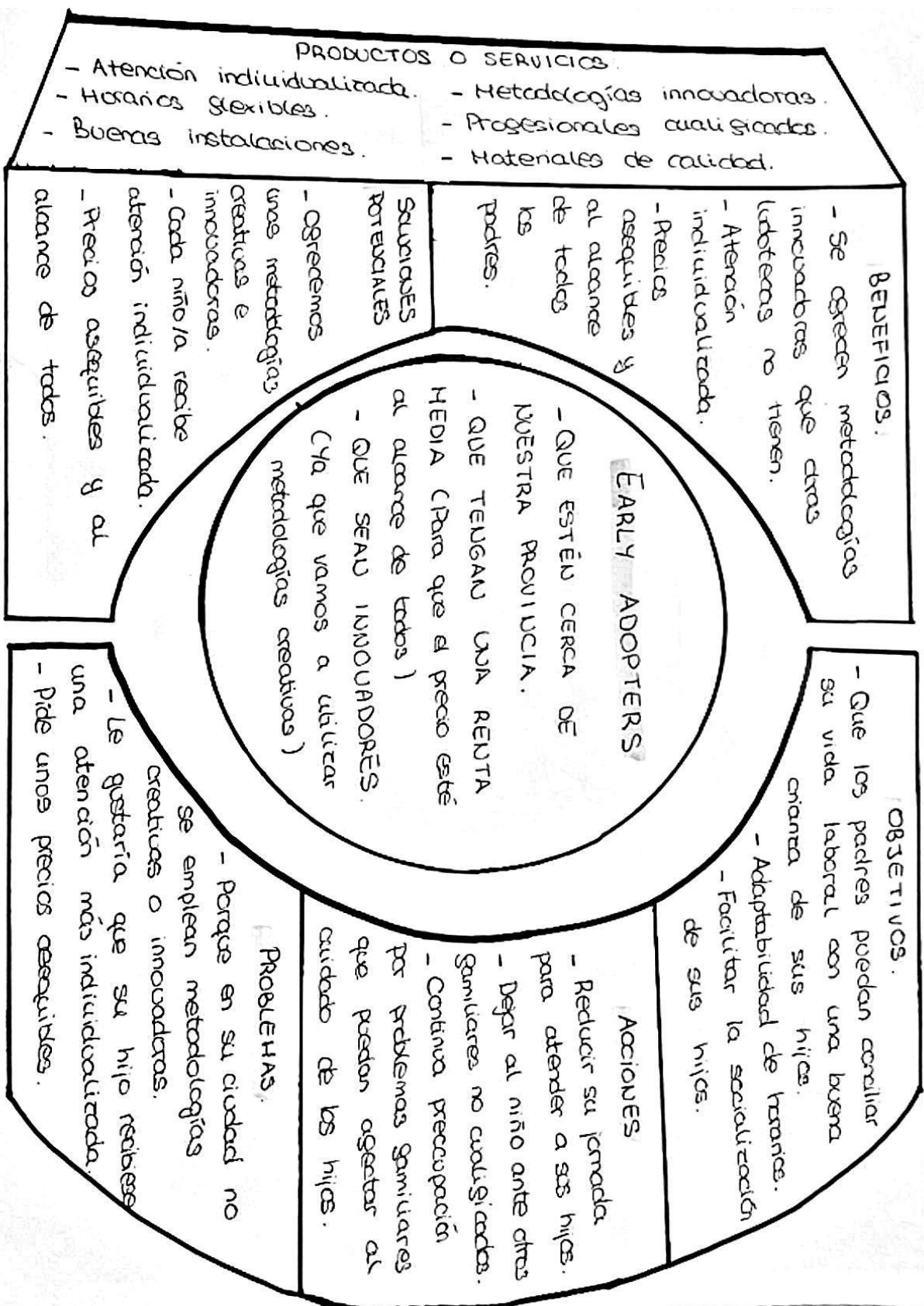
- Geográficos à estén cerca de la provincia.
- Económicos que tengan una renta media, para que el precio esté al alcance de todos.
- Psicológicos que sean innovadores ya que vamos a emplear una metodología innovadora.

## EL MERCADO Y LOS CLIENTES

Monopolio y oligopolio	Competencia perfecta y monopolística
- ¿E xiste alguna empresa que sea líder que llega actuar como monopolio, por ejemplo marcando los precios a seguir?	- ¿E xisten muchas pequeñas empresas y el producto es muy parecido? ¿Debes aceptar el precio que viene por el mercado?
- N o existe monopolio en nuestro sector.	

-	¿E	-	Si
xisten empresas líderes que hacen de oligopolio en		que existen muchas empresas pero cada una ofrecen productos diferentes. El precio lo da cada empresa puesto que	
-	el	buscan distinguirse por la calidad del servicio que ofrecen.	
mercado? ¿Pactan precios o no?			
-	N	-	¿T
o, no existen oligopolio que pacten los precios ya que estamos ante una competencia monopolística donde		u mercado se distingue por marca y debes diferenciarte de la competencia?	
buscan distinguirse por calidad y marcan su precio.		-	N
		o se diferencia por marca sino por calidad. Por lo que estamos ante una competencia monopolística.	

EARLY ADOPTERS



**PRODUCTOS O SERVICIOS.**

- Atención individualizada.
- Horarios flexibles.
- Buenas instalaciones.
- Metodologías innovadoras.
- Profesionales cualificados.
- Materiales de calidad.

**BENEFICIOS:**

- Se agregan metodologías innovadoras que otros ludotecas no tienen.
- Atención individualizada.
- Precios asequibles y al alcance de todos los padres.
- Agregamos unas metodologías creativas e innovadoras.
- Cada niño/a recibe atención individualizada.
- Precios asequibles y al alcance de todos.

**EARLY ADOPTERS**

- QUE ESTÉN CERCA DE NUESTRA PROVINCIA.
- QUE TENGAN UNA RENTA MEDIA (Para que el precio esté al alcance de todos)
- QUE SEAN INNOVADORES. (Ya que vamos a utilizar metodologías creativas)

**OBJETIVOS.**

- Que los padres puedan ampliar su vida laboral con una buena oferta de sus hijos.
- Adaptabilidad de horarios.
- Facilitar la socialización de sus hijos.

**ACCIONES**

- Reducir su jornada para atender a sus hijos.
- Dejar al niño ante otras familias no cualificadas.
- Continua precarización por problemas familiares que puedan afectar al cuidado de los hijos.

**PROBLEMAS.**

- Porque en su ciudad no se emplean metodologías creativas e innovadoras.
- Le gustaría que su hijo recibiera una atención más individualizada.
- Pide unos precios asequibles.

## COMO AFECTAN LOS FACTORES PEST AL PROYECTO DE NUESTRA EMPRESA.

Los factores políticos no nos afectan, y además no recibimos subvenciones.

En nuestra empresa hay estabilidad política y social.

No afecta debido a que es un servicio primordial en la sociedad y el puesto de TSEI es muy demandado por lo que hay poco desempleo.

Los clientes están cambiando su manera de pensar y se están quedando atrás metodologías tradicionales frente a las más innovadoras como es nuestro caso, por lo que no nos afectan estos factores sociales.

Los cambios tecnológicos no afectan a nuestra empresa.

En el entorno de nuestro sector se producen bastantes cambios en los servicios ya que el TSEI tiene que actualizar sus conocimientos a diario.

La complejidad de este trabajo es alta debido a que se requieren bastos conocimientos y hay que estar actualizándose constantemente.

El servicio se va a vender en un solo mercado ya que nuestra empresa va destinada a los habitantes de nuestra ciudad y alrededores al solo tener una ludoteca.

Existe competencia por lo que estamos en un entorno hostil donde no paran de introducirse innovaciones y cambios en la metodología y hay que reaccionar para no quedarse atrás.

## ÓRGANO DE COMPETENCIA ENTRE LAS EMPRESAS ACTUALES.

1. ¿Hay muchas o pocas empresas sobre este negocio?

Existen bastantes empresas, aunque no todas ofrecen los mismos servicios

2. ¿Está creciendo el sector?

Sí, actualmente el sector de las ludotecas está en auge

3. ¿Tu producto es similar a otros del mercado?

Es similar, pero intentamos destacar de la competencia ofreciendo una metodología diferente

4. ¿Las otras empresas pueden vender más de lo que venden?

Si, aumentando las prestaciones de su servicio

5. ¿Las barreras de salida existen si tuvieras que dejar el negocio?

No, los costes iniciales son bajos

### POSIBILIDAD DE QUE ENTREN NUEVOS COMPETIDORES:

1. ¿Cuánto tendrá que invertir para entrar?

Poco en las instalaciones ya que su coste es bajo

2. ¿Podrían ofrecer un producto distinto del tuyo?

Si, dependiendo de la metodología y los servicios que ofrezcan a los clientes

3. ¿Pueden acceder a los canales de distribución mayoristas, minorista, clientes...?

No, porque damos el servicio directamente al cliente

4. ¿Se necesita requisitos legales exigentes?

No, pero al trabajar con niños, es necesario tener el certificado de delitos sexuales

### PRODUCTOS SUSTITUTIVOS

1. ¿Qué productos pueden satisfacer la misma necesidad que el tuyo sin llegar a ser lo mismo?

Otras ludotecas con distintas metodologías

### EL PODER QUE TIENEN LOS PROVEEDORES

1. ¿Hay muchos proveedores donde elegir?

Si, pero nosotros nos ceñimos a una metodología de recursos creados por nosotros mismos

2. Si un proveedor no te gusta, ¿puedes cambiar y comprar otro producto similar?

Si, debido a que todos los proveedores ofrecen más o menos los mismos servicios

### EL PODER DE LOS CLIENTES A LA HORA DE NEGOCIAR

1. ¿Hay escasos y no puedes negociar mucho?

Hay escasos clientes y no se puede negociar mucho ya que la tasa de natalidad, en general en España, es muy baja.

2. ¿Pueden comprar otro producto similar al tuyo que cubra su necesidad?

Sí, ya que la ciudad cuenta con otras ludotecas. Aunque hay diferencias a la hora de elegir entre una y otra.

3. ¿Te compran mucho los clientes y tienen poder para negociar precios?

No hay posibilidad de negociación ya que intentamos tener precios asequibles para clientes de clase media.

## ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

En Ávila contamos con 4 ludotecas pero alguna de ellas esta actualmente cerrada por la situación del covid-19 y no tenemos información de si volverán a abrir.

1. Ludoteca Minúscula: al sur de Ávila.
2. Ludoteca 5 lobitos: Calle sargento provisional, 4.
3. Ludoteca Babyhome: Calle de la madre selva, 24.
4. Ludoteca Micos (temporalmente cerrada)

El horario en todas las ludotecas de Ávila es de mañana y de tarde.

Todas las ludotecas tienen un precio estándar, por lo tanto, nosotros tendremos que destacarnos en la calidad-precio.

Los clientes están satisfechos ante los servicios de la competencia, pero nosotros ofreceremos más servicios y más innovadores para ganarnos a los clientes.

## DAFO Y CAME

Fortalezas: Metodologías innovadores, el juego como forma de aprendizaje...

Debilidades: que nos encontramos en una ciudad donde hay pocos niños y baja natalidad.

Oportunidades: la llegada de innovación en el sector de la educación infantil a Ávila.

Amenazas: pocas, ya que Ávila cuenta con pocas ludotecas.



<p>Mantener tus puntos fuertes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nuestros recursos.</li> <li>- Nuestras metodologías innovadoras.</li> </ul>	<p>Corrige tus puntos débiles:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Asumir el riesgo de abrir una nueva empresa.</li> </ul>
<p>Explotar las oportunidades del entorno:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mucha naturaleza que aprovecharemos para llevar a los niños.</li> </ul>	<p>Afronta las amenazas del entorno:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Baja natalidad en Ávila.</li> </ul>

## FACTORES

-Estamos cerca de los clientes ya que nos encontramos en el centro de la ciudad, pero con alcance a naturaleza.

-El coste de alquiler en la zona es elevado.

-El local es idóneo ya que ha sido adaptado y hemos incluido recursos novedosos.

-La demanda en la zona no es muy elevada por lo que asumimos un riesgo, pero es demandado el servicio.

-La facilidad de acceso al local es adecuada.

-No recibimos ayudas públicas.

-Los recursos humanos con los que contamos desde la ludoteca son profesionales bien cualificados que iremos ampliando dependiendo de la demanda que tenga nuestro servicio.

## MISIÓN, VISIÓN, VALORES E IMAGEN CORPORATIVA

Nuestra filosofía es: “Los niños lo primero”. Aportamos a la sociedad una nueva visión de la educación y recursos y metodologías muy novedosas.

La visión de nuestra empresa: esperamos que nuestra empresa vaya creciendo y podamos llegar a otras ciudades.

Los valores básicos de nuestra empresa son el respeto por los niños y por la naturaleza que nos rodea. Que los niños integren valores como el respeto o la empatía...

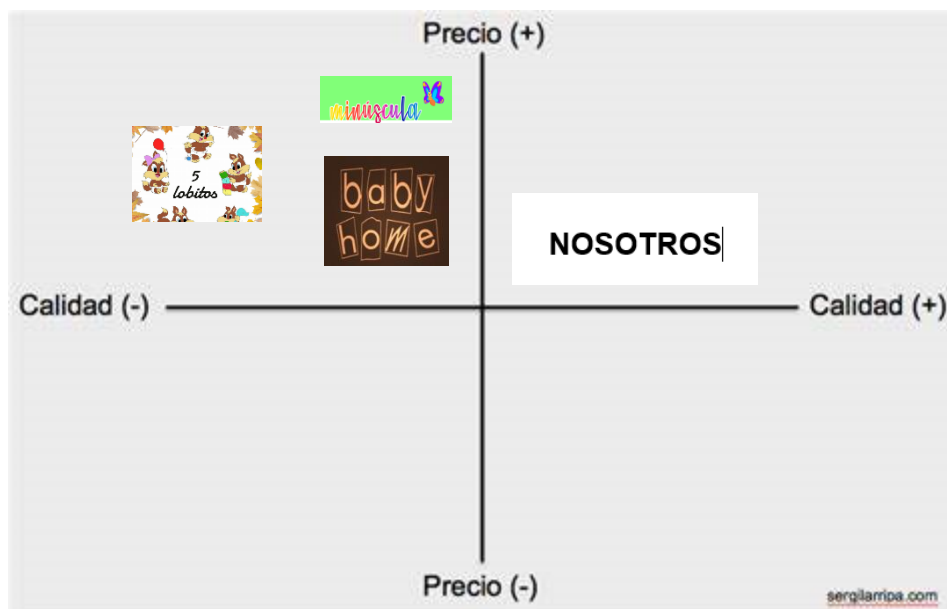
La imagen corporativa la queremos transmitir de manera intencionada al principio y una vez nos conozcan, de forma no intencionada con nuestras acciones diarias y que los clientes se fijen en nosotros.

## DERECHOS HUMANOS, MEDIOAMBIENTE, SOCIEDAD Y ECONOMÍA

Vamos a colaborar con el medioambiente, usando materiales reciclados y reciclables. Queremos implantar en los niños el respeto por el medioambiente para lo que les acercaremos a él acudiendo al bosque, a conocer la naturaleza...

También vamos a colaborar con la sociedad, ayudando a las familias y aconsejándolas para una mejor crianza y desarrollo de los niños.

## MAPA DE POSICIONAMIENTO



Nuestro servicio va a tener una calidad muy alta y un precio medio.

## PRODUCTO BÁSICO: LA NECESIDAD.

- ¿Qué necesidad está cubriendo en los clientes?

Atender las necesidades básicas y el cuidado de los niños/as.

## PRODUCTO FORMA: LAS CARACTERÍSTICAS FORMALES.

-Qué cantidad de producto y qué calidad.

Es un servicio por lo tanto no tiene cantidad y la calidad de la que precisamos es alta, pero a un precio asequible.

-Se ofrece algún servicio añadido.

Si ofrecemos un horario flexible, zonas al aire libre y comedor casero con una dieta equilibrada.

## PRODUCTO AMPLIADO. VENTAJAS ADICIONALES.

- ¿Qué otras ventajas ofrecemos?

Ofrecemos una instalaciones amplias y seguras donde los niños puedan desarrollarse de la mejor manera posible.

## TIPOS DE PRODUCTO:

Es un servicio que está en fase de lanzamiento porque estamos innovando aportando nuevas metodologías.

## DIFERENCIACIÓN DEL SERVICIO:

Nuestro servicio se va a diferenciar de la competencia sobre todo por la metodología que vamos a emplear.

MARCA:



## ESLOGAN:

Nuestro eslogan será “Los niños lo primero”.

## DIFERENCIACIÓN DE INCORPORACIÓN DE SERVICIOS

### ADICIONALES:

Nuestra ludoteca incluiría servicio de comedor.

### ALARGAMIENTO DE LA VIDA DEL SERVICIO:

En caso de que nuestro servicio está al final de su ciclo de vida, intentaríamos adaptarnos al mercado cambiando la metodología e infraestructura.

### CANAL DIRECTO, INDIRECTO Y FORMAS DE DISTRIBUCIÓN:

Canal directo: nuestro servicio llega a los clientes de forma directa, somos los que vendemos y ofrecemos el servicio directamente. Nuestro servicio es ofrecido desde una empresa propia.

Hemos pensado en ofrecer nuestro producto también a través de redes sociales, página web...

### ATENCIÓN AL CLIENTE:

Nosotros mismos como trabajadores de la ludoteca vamos a ser quienes ofrezcamos la atención al cliente. El horario será pactado con los padres de forma que ambos podamos.

En nuestra página web tendremos una zona donde podrán recibirse reclamaciones y sugerencias.

También tenemos un teléfono de contacto para cualquier duda.

### ¿QUÉ CRITERIO DE FIJACIÓN DE PRECIOS SERÁ PREFERENTE?

Se fijarán en base a los consumidores, puesto que tendremos de esta manera una perspectiva de lo que estarían dispuestos a pagar, además también influiría la competencia, puesto que nos queremos diferenciar de ella, ya que tiene un precio estándar, de esta manera lo que haremos sería una fijación de tipo global.

Respecto a los precios, el coste sería de 8 € la hora, no obstante, haríamos tarifas para aquellas familias que traigan a más de un niño, por lo tanto respecto

a esto haríamos un precio pack, es más atractivo a la vista, además es un precio reducido, al que las familias se pueden adaptar.

Otro precio que usaríamos sería el psicológico, al final del mes, haríamos el total de horas y respecto a eso utilizaríamos cifras de 99 o 95.

## LA PUBLICIDAD

¿Qué medios de publicidad crees que son adecuados para tu empresa?

Nos daríamos a conocer a las familias a través del buzoneo, a través de folletos, en este se incluirán datos de la empresa, que serán de fácil acceso para todos.

Además, tendremos una web donde se colgarán fotos donde se cuelguen aquellas actividades que realizamos.

Otro de los factores que tendremos en cuenta es la publicidad de boca en boca.

Aquí observamos un folleto de nuestra ludoteca.



En cuanto a la tarjeta de visita, vemos la siguiente.



## MERCHANDISING

Nosotros ofrecemos un servicio en un local, que en este caso es una ludoteca.

## PROMOCIÓN DE VENTAS:

Hacemos promoción a niñ@s que sean hermanos, familia numerosa y niños con diversidad funcional. Se hará un estudio de cada caso donde se valorará que promoción hacerles.

## FIDELIZACIÓN:

Tenemos algunos fin de semana reservados para hacer talleres y darles un finde de más "libertad" a los padres. Se les ofrecerá cuando lleven x meses apuntados en la ludoteca.

## RELACIONES PUBLICAS:

Ofrecemos una página web donde los padres pueden resolver dudas, estar al día de lo que realizamos y ponerse en contacto con nosotros.

## VENTA DIRECTA:

Somos nosotros directamente como educadores los que ofrecemos el servicio en la ludoteca.

## ORGANIZACIÓN DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE

Nosotros como educadores somos los que atenderemos directamente a los clientes. Se hará en el horario de la ludoteca. Tenemos el número de la ludoteca donde atendemos llamadas incluso de atención al cliente. Tanto a través del teléfono como en la pagina web disponemos de una pestaña donde los clientes pueden escribir sus dudas, sugerencias, reclamaciones...

## GESTIÓN DE RECLAMACIONES:

En caso de que nos llegase una reclamación por la pagina web o por teléfono, nosotros como educadores nos reuniremos para ver lo ocurrido y buscaremos una solución con esa persona.

## ENCUESTA DE SATISFACIÓN:

Una vez al mes colgamos una encuesta de satisfacción en nuestra pagina web donde los padres contestaran opinando sobre el servicio ofrecido, la cual será voluntaria.

## ORIENTACIÓN AL CLIENTE:

Disponemos de dos semanas de jornadas de puertas abiertas donde las familias pueden venir a visitar nuestra ludoteca, ver como trabajamos...

## ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO:

Vamos a utilizar la estrategia de precio descuento y precio paquete, ya que damos promociones a familias numerosas, hermanos y niños con diversidad funcional.

**ESTRATEGIA DE PRECIO:**