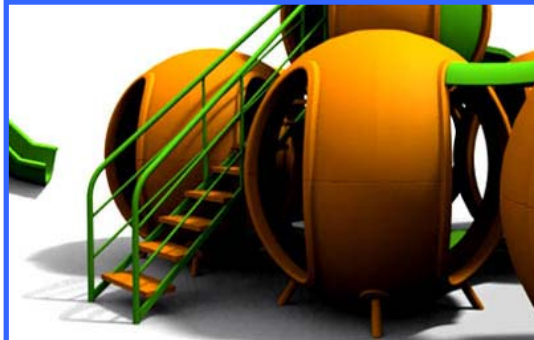


LUDOTECA-CAFETERÍA



1. INTRODUCCIÓN	3
2. A IDEA	4
3. O NOSO PRODUTO	5
4. ACERCAR O PRODUTO Ó CLIENTE.....	7
5. O NOSO CLIENTE.....	9
6. A NOSA COMPETENCIA	10
7. RECURSOS	11
8. ANÁLISE ECONÓMICA-FINANCEIRA	14
9. LEXISLACIÓN ESPECÍFICA.....	17

1. INTRODUCCIÓN

As guías específicas de actividade parten do interese do Concello de Ribadeo por fomentar as actividades económicas relacionadas co comercio polo miúdo.

A través da información obtida mediante a realización dun estudo de carácter cualitativo no concello de Ribadeo, a través do cal se avaliou tanto a situación actual do comercio como a potencialidade de negocios de ámbito comercial, extraéronse conclusión acerca dunha serie de oportunidades de negocio que teñen cabida no concello.

Deste xeito, e como complemento da Guía Xenérica de Actividade, nestas guías facilítase información a cerca destes comercios para que os emprendedores poidan definir con maior claridade as súas ideas de negocio tendo en conta aspectos coma o produto, clientes, mercado, recursos e demais características relacionadas con cada idea de negocio.

A metodoloxía utilizada para levar a cabo o estudo e acadar a información necesaria para delimitar as alternativas de negocio foi de carácter cualitativo, concretamente, *Observación Participante* (tanto no propio concello como en outros concellos de Galicia con similares características socio/demográficas), *Entrevistas en profundidade* (con comerciantes do concello), *Grupos de Discusión* (con habitantes do concello de Ribadeo), obtención e posterior *Análise de Datos Secundarios*.

2. A IDEA

A Ludoteca xurde como resposta directa a necesidade manifesta de crear unha maior oferta de ocio para os mais pequenos no concello de Ribadeo.

Trátase de ofrecer un espazo alternativo para o lecer dos rapaces, unha nova forma de gozar do tempo libre dende un enfoque divertido e tamén educativo, un espazo onde desenvolverse e interaccionar cos seus semellantes baixo a supervisión de técnicos especialistas que mediante a súa profesionalidade poidan garantir ós pais a tranquilidade e confianza necesaria.

Acudir á ludoteca pode ser unha alternativa perfecta para os días de mal tempo (bastante frecuentes, sobre todo no inverno) nos que non é posible acudir ós parques cos nenos, tamén para celebrar festas e cumpríanos, ou simplemente un espazo idóneo onde levar a merendar os nenos para que poidan compartir xogos ou calquera tipo de lectura.

Este espazo está pensado como un lugar de ocio enfocado principalmente para ós nenos, de idades que oscilen entre os 2 e os 12 anos, pero tamén de forma complementaría ós seus pais: En primeiro lugar, porque na actualidade é habitual que as condicións sociolaborais dos pais xunto coas exixencias domésticas, obstaculicen de forma considerable a organización do tempo, deste xeito, en caso de que os pais precisen de algún tempo para levar a cabo tarefas, compras ou xestións, poden levar os seus nenos a ludoteca para non ter que levalos a todas partes, perdendo así tempo e esforzos.

En segundo lugar, porque esta idea de ludoteca incorpora un servizo de cafetería (sen fume nin bebidas alcohólicas), onde os pais poden relaxarse mentres os rapaces xogan e se divirten con todo tipo de actividades. Sendo tamén un bo lugar para interacción dos pais.

3. O NOSO PRODUTO

É moi importante acertar á hora de determinar qué servizos ou produtos imos a incluír dentro da nosa oferta, así acadaremos unha posición no mercado e os clientes farán valoracións do noso produto en comparación coa competencia existente no noso entorno. Por este motivo é preciso facer unha valoración do noso entorno e a nosa competencia para ter en conta aspectos referidos a variedade servizos e produtos, prezos, e en xeral a estratexia que deberemos seguir para acadar unha posición favorable no mercado, isto é, diferenciarse no mesmo.

O servizos aportados pola ludoteca veñen a ofertar un novo espazo educativo e de ocio para os nenos, e de forma complementaria os pais, que atoparán nesta fórmula un servizo completo para o desenvolvemento dos seus fillos o tempo que permite unha mellor organización do tempo libre.

Na **Ludoteca/Cafetería** trátase de ofrecer un espazo educativo e lúdico para nenos de entre 2 e 12 anos con catro salas diferenciadas:

- Sala de lectura, pintura e xogos educativos: Esta sala funcionará como un espazo tranquilo e de ambiente relaxado, onde os nenos poderán ler e consultar libros adaptados a tódalas idades (2-12 anos), debuxar e pintar, e xogar con xogos educativos ou de mesa.
- Sala de xogos ximnásticos e desenvolvemento psicomotriz: Este espazo servirá para desenvolver as habilidades físicas e gozar do xogo en grupo. O mesmo tempo esta sala disporá dun espazo exclusivo para os mais pequenos ("zona baby"), e dicir, entre os 2 e os 4 anos; e outra mais complexa, para os rapaces entre 5 e 12 anos.

- Comedor: Trátase dun espazo especialmente habilitado para os nenos, con mobiliario a súa medida onde poderán merendar, celebrar festas e cumpríanos.
- Cafetería: É un espazo complementario para os pais. Deste xeito poderán acompañar os seus fillos dende a distancia ou esperalos mentres participan de algún tipo de actividade.
A cafetería non ocupará demasiado espazo, non se pode esquecer que se trata dun servizo complementario. Ademais, debe quedar ben claro que o espazo será libre de fume e non se servirán bebidas alcohólicas.

A través desta fórmula ofertase un servizo completo que tenta acadar a través dun servizo profesional a máxima satisfacción tanto para os nenos, tendo en conta os seus gustos e preferencias, coma para os pais, tendo en conta as súas prioridades, exixencias e necesidades.

Un dos aspectos que debe ter en conta o emprendedor á hora de ofrecer este tipo de servizo, é facer fincapé na diferenciación a través da profesionalidade. O feito de incluír unha cafetería para os pais implica xa un elemento de distinción, pero de todos modos haberá que incidir na profesionalidade dos coordinadores e técnicos dedicados o coidado dos nenos, xa que este é un aspecto fundamental que determinará en grande medida o feito de que os pais confíen neste servizo e deixen os seus fillos gozar deste tipo de actividades con total tranquilidade.

Tendo isto en conta e seguindo a normativa vixente, o/os coordinadores desta actividade deben ter posesión dalgún destes Títulos Superiores: Pedagogía, Psicoloxía, Psicopedagogía; ou Medios: Maxisterio, Educación Social; ou Ciclos Formativos: Animación Sociocultural, Educación Infantil ou Actividades Físicas e Deportivas.

Os monitores, ademais do BUP ou FP, deberán contar con algún curso de animación sociocultural.

4. ACERCAR O PRODUTO Ó CLIENTE

Unha vez que temos claro cales serán os servizos que imos ofrecer, haberá que atender a forma e medios para poñelo en venda, isto é, como os poremos a disposición dos consumidores e que medios utilizaremos para diferenciarnos da competencia. Haberá que ter en conta os seguintes aspectos:

- Os prezos: A hora de establecer un sistema coherente e proporcionado para fixar os prezos, é preciso coñecer moi ben o mercado de referencia, os nosos gastos, o tipo de cliente, as exixencias dos provedores (servizo de cafetería), así como os prezos establecidos polos nosos competidores. A política de empresa deberá de contar con un plan dedicado exclusivamente a este punto, xa que os prezos están directamente relacionados coas vendas, e polo tanto, coa produtividade do negocio.
- Promoción: Unha boa estratexia a hora de definir a noso plan de promoción resulta fundamental para facer do noso negocio un servizo especialmente atractivo para os potenciais clientes. O primeiro paso será a creación dunha imaxe corporativa apropiada, que resuma de forma efectiva a nosa idea de negocio e sexa representativo do noso produto e da filosofía de empresa. Despois teremos que por en circulación a nosa imaxe, haberá que prestar atención o aspectos de sinalética, como os rótulos, carteis, e escaparates, adaptándoos segundo as exixencias da nosa imaxe corporativa e seguindo as liñas estéticas que require o noso negocio¹. Ademais, é conveniente usar algún tipo de soporte publicitario nos medios locais de comunicación ou a través da creación de dípticos informativos para levar a cabo a campaña de difusión do negocio. Isto forma parte da labor comercial que precisará levar a cabo o

¹ Na Guía Xeral de actividade ofrece información acerca do coidado das instalacións.

empendedor para dar a coñecer o seu produto, sobre todo nos primeiros meses de actividade.

O aproveitamento das novas tecnoloxías a través da creación dunha páxina web tamén é unha boa forma de promocionar o negocio, ofrece a posibilidade de ofertar a contratación "on-line", que pode resultar moito interese para os clientes que non residen en Ribadeo, e lle confire o negocio unha idea de innovación e actualidade moi positiva cara o consumidor.

- Estética: Tendo en conta que se trata dun espazo especialmente dedicado ós nenos, a estética do local deberá de facer referencia a súa propia realidade, os seus gustos e preferencias.

A combinación de formas e cores nos espazos debe ser alegre e divertida, se xeito que resulte atractiva para os nenos, e resulte facilmente identificable.

Ademais, as diferentes salas deberán diferenciarse tamén polo seu aspecto e coidado estético, tendo en conta os diferentes usos e destinatarios de cada unha delas. A sala de lectura e xogos educativos, por exemplo, terá que manter unhas liñas mais suaves e unha intensidade de cores mais atenuada, de xeito que se recree un ambiente agradable e tranquilo. Sen embargo a sala de xogos ximnásticos pode resultar mais estimulante a través da utilización de formas e cores das instalación e mobiliario.

5. O NOSO CLIENTE

Por *cliente preferente* entendese a poboación diana, aquela á que vai dirixida o noso produto ou servizo. Por este motivo, haberá que diferenciarlo do consumidor (maioritariamente nenos), que non necesariamente será cliente directo do noso produto. Polo tanto, o noso *target* estará comprendido pola poboación do concello de Ribadeo e da comarca Mariña Oriental cunha idade comprendida entre os 20 e os 45 anos (hai que ter en conta que a idade media na que se ten o primeiro fillo é 31,7 anos), que é a idade na que a poboación ten nenos de entre 2 e 12 anos e está en disposición de botar man deste tipo de servizo orientado principalmente os nenos. Trátase do grupo de idade que hai que atraer, que hai que convencer para que proben nun primeiro momento este servizo, aínda que despois sexan os nenos os que decidan si lles gusta ou non. Polo tanto, haberá que enfocar esta liña de negocio cara o seguinte grupo de idade:

A Mariña Oriental			
Idade	Total	Homes	Mulleres
20-24	918	433	485
25-29	1.239	606	633
30-34	1.172	605	567
35-39	1.241	613	628
40-44	1.211	609	602
Total	5781	2866	2915

Elaboración propia

Fonte: IGE

Ademais da poboación propia de Ribadeo e a súa comarca, Da Mariña Oriental, pódese atraer en fechas determinadas, como fins de semana ou vacacións, a visita de mais clientes procedentes doutros concellos próximos da provincia, e sobre todo de Asturias, polo que ademais das cifras sinaladas na anterior táboa, pódese considerar un aumento da poboación diana procedente doutros lugares.

6. A NOSA COMPETENCIA

O estudo da competencia forma parte dos pasos previos que calquera emprendedor debe afrontar antes de por en marcha o seu negocio. O coñecemento das fortalezas e debilidades dos competidores axudarán a definir as estratexias a desenvolver pola empresa para acadar niveis óptimos de distinción e produtividade.

Haberá que identificar os posibles competidores que comparten o mesmo contexto ou área de influencia e diferenciar entre dous tipos de competencia:

- Directa: Trátase de negocios que ofrecen o mesmo produto e servizos dentro da mesma área de influencia, e ademais vai dirixido o mesmo público e utiliza os mesmas canles de distribución. É importante coñecer ben os seus produtos e servizos, prezos, horarios...en xeral, os seus puntos fortes e febles.
- Indirecta: Son negocios que non ofrecen a mesma variedade de gama nin de produtos, pero que inclúen na súa oferta outro tipo de produtos que poden ser considerados polo consumidor como unha alternativa para satisfacer as súas necesidades. Neste caso haberá que atender tamén a todos aqueles aspectos que poidan marcar as diferenzas coa finalidade de acadar unha posición vantaxosa no mercado.

A través do estudo levado a cabo, coñécese a existencia de diferentes formas de negocio de este tipo que non acadaron o éxito desexado e acabaron pechando. Dende a óptica dos habitantes de Ribadeo entrevistados, os servizos ofertados eran insuficientes ou deficientes, non acadaban a súa plena satisfacción.

7. RECURSOS

Unha vez que o emprendedor se decide a poñer en marcha un negocio, deberá definir os recursos necesarios para desenvolver o proxecto. Para elo hai que distinguir entre tres tipos de recursos necesarios:

- Recursos financeiros:

Son os recursos económicos² que precisará o emprendedor para por en marcha o negocio. Hai que ter en conta que no comezo da actividade o negocio dificilmente xerará os beneficios necesarios para cubrir os gastos que vai a xerar, por este motivo, ademais de ter unha previsión clara dos gastos que deben ser cubertos, haberá que contar cunha fonte de financiamento para facer fronte a través de efectivo dos gastos non cubertos. Cando falamos de gastos referímonos o aluguer, soldos dos empregados, electricidade, auga, stocks...Ademais, o financiamento necesario dependerá dos recursos propios o comezo da actividade, incorporación de tecnoloxía, acondicionamento do local, mobiliario, prezo do aluguer...

O investimento medio inicial aproximado para o concello de Ribadeo sería o seguinte:

Investimento Inicial Aproximado	
Aluguer do local ³	1300
Acondicionamento	30000
Mobiliario	55000
Tecnoloxía Informática	2000
Stock inicial	6000
Capital inicial	12000
Permisos, licenzas e outros	3000
Total	109.300

Elaboración Propia

² Consultar Guía Xeral de Actividade información sobre recursos económicos e financiamento.

³ Calculo medio tendo en conta que o local non estará ubicado nas rúas peonís.

- Recursos técnicos:

Son aqueles elementos e espazos físicos cos que debe contar o emprendedor para levar a cabo a súa actividade. Haberá que ter en conta as instalacións, maquinaria e tecnoloxía necesarias.

Para a Ludoteca-Cafetería estimamos a seguinte relación en canto as instalacións:

Instalacións (m2)	
Espazo Xogo	120
Cafetería/Almacén	45
Oficina	6
Servizos (3)	12
Total	183

Elaboración Propia

Ademais das instalacións⁴ haberá que ter en conta tamén a situación do propio establecemento, procurando sempre e na medida do posible, situarse nunha zona próxima a núcleos urbanos, centros culturais, sociais ou instalacións deportivas ou escolares, de xeito que resulte visible para os viandantes, próxima e recoñecible para os potenciais clientes.

Outros aspectos a ter en conta son os escaparates e disposición dos materiais e o espazo interior do establecemento, que deberan contar co atractivo e prestacións necesarios para levar a cabo a nosa actividade de forma óptima. Entre os materiais necesarios destacan: Mobiliario, , equipos informáticos, teléfono, fax...

⁴ Consultar Guía Xeral de Actividade.

- Recursos humanos:

Dentro do esquema xeral dunha empresa é de vital importancia ter en conta calquera aspecto relacionado co cadro de persoal necesario para por en marcha o desenvolvemento da actividade.

Habitualmente, sobre todo no comezo da actividade, o propio emprendedor encárgase el mesmo de levar o control da empresa, para elo debe posuír unha serie de características persoais específicas⁵ e un mínimo de formación relativa a xestión empresarial. Polo tanto, é moi conveniente asesorarse ben antes de emprender calquera tipo de actividade.

En caso de levar a cabo a contratación de persoal para o negocio, haberá que ter en conta:

- O análise dos perfís necesarios dos traballadores
- As facilidades de acceso aos mesmos.
- A estrutura organizativa do persoal.
- As posibles evolucións de persoal en función do crecemento da empresa.
- Tipos de contratacións.

⁵ Consultar Guía Xeral de actividade.

8. ANÁLISE ECONÓMICA-FINANCEIRA

O análise económica financeira céntrase fundamentalmente en estudar a relación existente entre os gastos e os ingresos estimados para un negocio concreto. Polo tanto, para coñecer a rendibilidade do negocio, isto é o beneficio, haberá que coñecer cal é a diferenza entre ambos conceptos, os *gastos* e os *ingresos*.

Coa finalidade de orientar ó emprendedor á hora de estimar o cálculo dos beneficios tendo en conta os *gastos*, ofrécese unha táboa onde se inclúen todos aqueles aspectos a ter en conta:

GASTOS PREVISTOS NO ANO XXXX		
Término		Importe
TOTAL GASTOS NO ANO XXXX (A+B)		
A.	TOTAL Gastos variables	
1.	Merca de mercadorías	
B.	TOTAL Gastos fixos(1+2+3+4+5+6+7+8+9)	
1.	Gastos de persoal(a+b)	
a)	<i>Soldos e salarios</i>	
b)	<i>Seguridade social</i>	
2.	Amortizacións	
3.	Aluguer	
4.	Servizos de profesionais independentes(a+b)	
a)	<i>Asesoría</i>	
b)	<i>Avogado</i>	
5.	Primas de seguros	
6.	Publicidade e propaganda	
7.	Subministro(a+b+c+d+e)	
a)	<i>luz</i>	
b)	<i>auga</i>	
c)	<i>teléfono</i>	
d)	<i>fax</i>	
e)	<i>internet</i>	
8.	Tributos	
9.	Gastos varios	
10.	Gastos financeiros	

Na táboa móstranse todos aqueles gastos que o emprendedor deberá de ter en conta á hora de estimar os seus beneficios en relación aos ingresos. Para acadar unha estimación dos ingresos que se poden obter non existe un método infalible xa que entran en xogo moitas variables, pero o que hai que ter en conta é que como mínimo deben ser superar os gastos.

Unha forma de estimar os ingresos parte do cálculo de clientes que poden visitar o negocio e mailo gasto medio de cada un deles. O cálculo faise por día, e despois trasládase o cálculo anual, tendo en conta que o comercio non estará aberto os 365 días do ano e que hai épocas como o Nadal, Semana Santa ou o verán, no que o número de clientes e gasto de cada un deles pode aumentar considerablemente.

Deste xeito, habería que calcular o número de clientes diario que visitaría o establecemento para cada época do ano ata acadar a totalidade de xornadas que o establecemento permanecería aberto anualmente, e multiplicalo polo gasto aproximado por cliente en cada unha destas datas (tendo en conta que o gasto será maior nunhas épocas que en outras).

A suma de todas as vendas do ano (ventas totais), tendo en conta as variacións que se producen en determinadas épocas, serían os ingresos cos que conta o emprendedor.

Unha vez que o emprendedor coñece os ingresos e os gastos pódese estimar unha conta de resultados nos que se fai unha relación detallada dos gastos e ingresos anuais.

A continuación pódese observar con detalle unha táboa de conta de resultados onde se mostran todos os aspectos necesarios para acadar unha estimación dos beneficios do negocio:

CONTA DE PERDAS E GANANCIAS-RESULTADO DO EXERCICIO XXXX			
		<i>Término</i>	<i>Importe</i>
I. INGRESOS[I.a)+I.b)]			86.600,00
I.a)	ventas	85.000,00	
I.b)	subvenciones	1.600,00	
II. GASTOS [II.a)+II.b)]			76.020,00
II.a)	TOTAL Gastos variables (a1)	13.000,00	
a1)	Merca de mercadorías	13.000,00	
I.b)	TOTAL Gastos fixos (b1+b2+b3+b4+b5+b6+b7+b8+b9+b10)	63.020,00	
b1)	Gastos de persoal	31.680,00	
b2)	Amortizacións	7.000,00	
b3)	Aluguer	15.600,00	
b4)	Servizos de profesionais independentes	1.800,00	
b5)	Primas de seguros	1.500,00	
b6)	Publicidade e propaganda	1.240,00	
b7)	Subministros	1.800,00	
b8)	Tributos	300,00	
b9)	Gastos varios	1.350,00	
B10)	Gastos financeiros	750,00	
RESULTADO BRUTO DE EXPLOTACIÓN [I.INGRESOS-II.GASTOS]			10.580,00

9. LEXISLACIÓN ESPECÍFICA

A normativa que fai referencia as ludotecas concrétase en:

- Decreto 354/2003 do 16 setembro, polo que se regulan as ludotecas como centros de servizos sociais e se establecen os seus requisitos. DOG 89. 26 Setembro. 2003.

O servizo de cafetería, merendas e organización de cumpríanos, está rexido pola seguinte normativa:

- Real Decreto 1712/1991, de 29 de setembro (RCL 1991, 2877), sobre o Rexistro Xeral Sanitario de Alimentos.

- Real Decreto 202/2000, do 11 de febreiro, sobre alimentos que establece as normas relativas aos manipuladores de alimentos.

- Real Decreto 3484/2000, do 29 de decembro, sobre alimentos que establece as normas de hixiene para a elaboración, distribución e comercio de comidas preparadas.

- Real Decreto 865/2003, do 4 de xullo, polo que se establecen os criterios hixiénico-sanitarios para a prevención e control da lexionelosis.

- Real Decreto 140/2003, do 7 de febreiro, polo que se establecen os criterios sanitarios da calidade da auga do consumo humano.

- Real Decreto 640/2006, do 26 de maio, sobre produtos alimenticios, que regula determinadas condicións de aplicación das disposicións comunitarias en materia de hixiene, da produción e comercialización dos produtos alimenticios.