

Administración de Empresas

“RENACER PADEL S.R.L.”

Complejo deportivo de Pádel

“En el deporte como todo en la vida, el esfuerzo es resultado”

Alumnos:

Rafael Ledesma Martínez

José María Miño Giménez

Asunción - Paraguay

2022

ÍNDICE

Introducción	1
CAPITULO I – ESTRUCTURA LEGAL Y JURÍDICA	3
1.1 Nombre o Razón Social.....	3
1.2 Tipos de Sociedades.....	3
1.2.1 Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.R.L)	3
1.2.2 Sociedad Anónima. (S.A.)	4
1.2.3 Sociedad Simple (S.S.)	5
1.2.4 Sociedad Colectiva. (S.C.).....	5
1.2.5 Sociedad Comandita Simple. (S.C.S.)	6
1.2.6 Empresa por Acciones Simplificadas (E.A.S).....	7
1.3 Proceso de constitución de la empresa.....	8
1.3.1 Redacción de la Escritura de Constitución de la Empresa.....	8
1.3.2 La escritura de Constitución	11
1.3.3 Arancel del Notariado Público.....	14
1.3.4 Inscripción en el Registro Público de Comercio.....	15
1.3.5 Inscripción en el Registro Público de Personas Jurídicas y Asociaciones.....	16
1.3.6 Matrícula de comerciante.....	17
1.3.7 Rubrica de hojas contables.....	19
1.3.8 Inscripción en la Dirección de Apoyo del Ministerio de Hacienda (R.U.C)	20
1.3.9 Inscripción en el Registro Administrativo de personas físicas y estructuras Jurídicas.....	21
1.3.10 Apertura en la Municipalidad de Asunción (patentes)	23
1.3.11 Instituto de Previsión Social (I.P.S).....	24
1.3.12 Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social (MTESS)	25
1.3.13 Registro en la Dirección Nacional de Propiedad Intelectual (DINAPI).....	26
1.4 Presupuesto.....	28
1.5 Obligaciones fiscales, municipales y laborales.	29
1.6 Vencimiento obligaciones fiscales, municipales y laborales.	32
CAPITULO II – INVESTIGACIÓN DE MERCADO	33
2.1 Investigación de Mercado	33
2.2 Proceso de investigación de mercados.....	33
2.2.1 Necesidad de la información.....	34
2.2.2 Especificar los objetivos de la investigación y las necesidades de información.....	34
2.2.3 Diseño de investigación y las fuentes de datos.....	36
2.2.4 Procedimiento de recolección de datos.....	40
2.2.5 Recolección de datos.....	51
2.2.6 Procesamiento de datos.....	52
2.2.7 Libro de códigos	52
2.2.8 Análisis de los resultados.....	56
2.2.9 Resultado de la investigación de mercado	73
2.3 Valorización del costo de la investigación de mercados.....	75
CAPITULO III – LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS	76
3.1 La definición de lineamiento estratégico.	76

3.2 Segmentación.....	76
3.2.1 Tipos de segmentación.....	76
3.3 Análisis de la macrosegmentación.....	77
3.3.1 Definición de industria.....	77
3.3.2 Definición de mercado.....	77
3.3.3 Producto Mercado.....	78
3.4 Análisis de la microsegmentación.....	78
3.4.1 Análisis	78
3.4.2 Respuesta Diferenciada.....	79
3.4.3 Mensurabilidad	79
3.4.4 Accesibilidad.....	79
3.4.5 Selección	80
3.4.6 Posicionamiento.....	80
3.4.7 Ciclo de Vida del producto	81
3.5 Análisis de la demanda.....	84
3.5.1 Cálculo de la demanda Global	85
3.5.2 Valorización económica anual.....	85
3.5.3 Valor promedio de compra anual (PDCA).....	86
3.5.4 Demanda Global	87
3.5.5 Mercado Potencial	87
3.5.6 Mercado potencial absoluto	88
3.5.7 Cuota de mercado	88
3.6 Análisis de las 5 fuerzas competitivas de Porter.....	91
3.6.1 Amenaza de Nuevos Competidores.....	92
3.6.2 Poder de Negociación con los Clientes.....	93
3.6.3 Poder de Negociación con los Proveedores.....	94
3.6.4 Rivalidad entre Competidores.....	95
3.6.5 Amenaza de productos y servicios sustitutos.....	96
3.6.6 Resumen de las fuerzas.....	97
3.7 Estrategia de Ansoff.....	98
CAPITULO IV– PLAN DE MARKETING	101
4.1 Plan de Marketing.....	101
4.1.1 Elementos plan de marketing.....	101
4.2 Análisis FODA.....	102
4.2.1 Producto:.....	103
4.2.2 Precio	104
4.2.3 Listado Plano FODA.....	107
4.2.4 Matriz de Interacciones del FODA.....	108
4.2.5 Debilidades y Amenazas – Mini Mini.....	108
4.2.6 Interacción de debilidades y Amenazas.....	110
4.2.7 Debilidades y oportunidades – Mini Maxi.....	110
4.2.8 Fortalezas y Amenazas – Maxi Mini	111
4.2.9 Fortalezas y Oportunidades – Maxi maxi	111
4.2.10 Matriz FODA – Generación de Estrategias.....	112
4.3 Objetivos, Estrategias y Planes de Acción	114

4.3.1	Objetivos.....	114
CAPITULO V– ADMINISTRACION.....		124
5.1	Lineamiento Estratégico en la Administración	124
5.2	Misión.....	124
5.3	Visión	124
5.4	Principios y Valores.....	125
5.5	Estructura Organizacional.....	125
5.6	El organigrama y su configuración	125
5.6.1	Organigrama de Renacer Pádel S.R.L	126
5.6.2	Manual de Organización y Funciones.....	128
5.6.3	Manual de Funciones.....	129
5.6.4	Manual de Procedimiento	139
5.6.5	Flujogramas.....	142
5.6.6	Plan Administrativo	145
5.7	Objetivos, Estrategias y Planes de Acción	155
5.7.1	Objetivos.....	155
5.7.2	Estrategias.....	155
5.7.3	Plan de Acción	155
5.8	Proceso de Reclutamiento	160
5.8.1	Reclutamiento Interno.....	161
5.8.2	Reclutamiento Externo.....	161
5.8.3	Reclutamiento por tercerización de servicio:.....	162
5.8.4	Proceso de Selección.....	162
5.8.5	Proceso de Inducción	162
5.8.6	Proceso de Capacitación	163
5.8.7	Proceso de Evaluación De Desempeño.....	163
5.8.8	Layout	164
5.8.9	Recursos Humanos.....	166
5.8.10	Activos Fijos.....	169
CAPITULO VI – ASPECTOS ECONOMICOS		178
6.1	Entorno Económico.....	178
6.2	El Producto Interno Bruto y la Inflación.....	178
6.3	Evolución del salario mínimo.	180
6.4	Evolución del tipo de cambio.....	182
6.5	La protección social frenó la pobreza en el 2020.....	182
6.6	Asunción y su entorno e historia.....	184
CAPITULO VII – PLAN FINANCIERO.		186
7.1	Plan Financiero.....	186
7.1.1	Inversiones.....	189
7.1.2	Cronograma de Inversiones	190
7.1.3	Depreciaciones y Amortizaciones.....	191
7.1.4	Servicio de la Deuda	192
7.1.5	Mano de Obra	193
7.1.6	Cronograma de producción y ventas.....	195
7.1.7	Ingresos por Ventas.....	196

7.1.8 Costos Totales.....	197
7.1.9 Punto de Equilibrio	198
7.1.10 Capital de trabajo	199
7.1.11 Estado de Resultados Proyecto con Financiamiento	200
7.1.12 Estado de Resultados Proyecto sin Financiamiento.....	201
7.1.13 Flujo de Caja con Financiamiento	201
7.1.14 Flujo de Caja sin Financiamiento	203
7.1.15 Balance Proyectado con Financiamiento	204
7.1.16 Balance Proyectado sin Financiamiento	205
7.1.17 Ratios Financieros.....	205
Conclusión	208
Bibliografía	210
Anexos	212

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto ha sido enfocado con el fin de desarrollar un plan de negocio para la apertura del Complejo deportivo “Renacer Pádel S.R.L.”, en la ciudad de Asunción, atendiendo que el país atraviesa una crisis debido a la pandemia al igual que el resto del mundo y, como futuros administradores percibimos; que esta disciplina posibilitará generar un mutuo beneficio creando momentos de distracción, permitiendo despejar el estrés del cliente y paralelamente; el emprendedor recibirá un beneficio económico. Es el objetivo principal de este proyecto; y la idea ha surgido desde el deseo de fortalecer la práctica de este deporte para fomentar el mejoramiento de la salud física y mental; y para alcanzarlo se ha definido los siguientes objetivos: Analizar la factibilidad y rentabilidad de un complejo deportivo para la práctica del deporte pádel para promover e incentivar la cultura deportiva en la población, con el soporte de los siguientes objetivos específicos: 1) Proponer servicios adicionales a los clientes que asisten al complejo de Pádel, 2) Diseñar estrategias de marketing, que fomente el compromiso y la fidelidad de los clientes y 3) Analizar las fortalezas y debilidades del sector.

El presente proyecto se compone de siete capítulos; en el primero se describe cuestiones jurídicas del proyecto, en el segundo la investigación del mercado a través de una macro y micro segmentación, en el tercer capítulo se describe los lineamientos estratégicos, el cuarto hace referencia al plan de marketing, el quinto capítulo expresa acerca del plan administrativo, el sexto capítulo puntualiza aspectos económicos y por último en el capítulo siete se desarrolla el plan financiero.

Se ha desarrollado este plan de negocios para un periodo de cinco años 2022-2027, con la aplicación de estrategias que garantizan que las estimaciones de los valores expuestos, tengan una mayor exactitud posible, ajustados al 4% de inflación para el horizonte del proyecto.

Posterior al análisis de todos los datos obtenidos durante el proceso de elaboración del mismo, se pudo determinar una competencia real y ventajosa para este proyecto; constituyéndolo primeramente como una S.R.L con una inversión inicial importante, donde los socios aportan el 66% y el otro 34% se compone de un préstamo de un banco de plaza; toda la inversión que se recuperaría en un plazo atractivo, confirmando así la viabilidad y rentabilidad de este plan de negocio.

La instalación deportiva se llamará “Renacer Pádel” y contará con 4 pistas de canchas reglamentarias, el servicio principal es el alquiler de pistas de pádel. Esta actividad se inclina hacia el entretenimiento deportivo como distracción en tiempos de ocio. Con la instalación pretendemos englobar ciertos servicios complementarios que será la palanca estratégica para diferenciarnos de los demás competidores, como ser; un rincón de juegos de mesa (teqball) destinado a clientes, cantina y vestuarios con duchas. Además, el cliente podrá gestionar reservas mediante una aplicación móvil (REVA), a través del cual podrá ver disponibilidad de canchas con sus respectivos horarios y visualizar reservar hechas.