

Administración de Empresas

Análisis de la factibilidad técnica, económica y financiera de la instalación de un Complejo Deportivo de Pádel en la ciudad de Lambaré del Departamento Central bajo la denominación de ACE Pádel S.R.L.

**María Alejandra Gómez Toledo
Paola María Antonella Bacigalupo Servín**

**Asunción – Paraguay
2021**

ÍNDICE

Introducción	27
Capítulo I	28
1. Descripción del Negocio y Estructura Legal	28
1.1. Introducción a la idea del Proyecto.....	28
1.2. Concepto del Negocio.....	28
1.3. El Servicio a Ofrecer.....	29
1.4. Clientes Potenciales.....	29
1.5. Requerimientos Jurídicos.....	29
1.5.1. Nombre o Razón Social	29
1.5.2. Tipos de Sociedades.....	29
1.5.3 Aspectos Administrativos y Legales.....	32
1.6. Presupuesto Jurídico Inicial	50
1.7. Obligaciones de la Empresa.....	51
1.8. Formato de documentaciones de la Empresa.....	52
Capítulo II.....	60
2. Investigación de Mercados	60
2.1. Objetivo General.....	60
2.2. Objetivos Específicos.....	60
2.2.1. Objetivo Cognitivo.....	60
2.2.2. Objetivo Afectivo.....	61
2.2.3. Objetivo Comportamental.....	61
2.2.4. Objetivos de la Demanda	62
2.2.5. Objetivo Sociodemográfico	62
2.3. Diseño de Investigación y Fuente de datos.....	63
2.3.1. Investigación Exploratoria	63
2.3.2. Diseño de Fuente de Datos	63
2.3.3. Investigación Concluyente.....	64
2.4. Diseño del Procedimiento de Recolección de Datos	65
2.5. Diseño de la Muestra	76
2.5.1. Definir la Población.	77
2.5.2. Determinar el marco muestral.....	77
2.5.3. Calcular el tamaño de la muestra	78
2.5.4. Selecciona un procedimiento de muestreo.....	79
2.5.5. Tipos de Muestreos Probabilísticos.....	79
2.5.6. Tipos de Muestreos No Probabilísticos	81
2.5.7. Selección de la muestra.....	82
2.5.8. Recolección de la muestra	83
2.6. Codificación y tabulación	83
2.6.1. Libro de Códigos.....	83
2.7. Análisis de Datos Respuestas de las Encuestas	87
2.7.1. Respuestas de las Encuestas ACE Pádel S.R.L.	89
2.8. Conclusiones/Informe.	102
2.9. Costo de la investigación de mercados.....	103

Capítulo III.....	104
3. Lineamiento Estratégico	104
3.1. Análisis de a Macro Segmentación.....	104
3.1.1. La Macro Segmentación.	104
3.1.2. Mercado de Referencia	104
3.1.3. Estrategias de Cobertura del Mercado de Referencia.	106
3.2. Análisis de la Microsegmentación	108
3.2.1. Microsegmentación de ACE Pádel S.R.L.....	109
3.2.2. Ciclo de Vida del Producto.....	109
3.3. Análisis de la Demanda	111
3.3.1 Los Métodos de Previsión de la Demanda.....	111
3.3.2. Cálculo de la Demanda Global	113
3.3.3. Cálculo del Mercado Potencial Absoluto	114
3.3.4. Cuota de Mercado.....	115
3.3.5. Demanda de la empresa como objetivo de ventas para el primer año del proyecto y de las ventas para los siguientes 4 años que es el horizonte del proyecto.	116
3.3.6. Presupuesto de Ventas para los primeros 5 años.	117
3.4. Análisis de las 5 Fuerzas Competitivas de Porter.....	118
3.4.1. Poder de negociación de los clientes.	118
3.4.2. Poder de negociación con proveedores.....	119
3.4.3. Amenaza de entrada de nuevos competidores.....	120
3.4.4. Amenaza de entrada de productos sustitutos.....	121
3.4.5. Rivalidad entre competidores	122
3.4.6. Calificación del Análisis Atractivo del Sector.....	123
3.5. Evaluación de la estrategia de la matriz de Ansoff.....	124
3.5.1. Penetración de mercado.	124
3.5.2. Desarrollo de nuevos mercados.	124
3.5.3. Desarrollo de Productos.....	124
3.5.4. Diversificación.....	124
3.6. Atributos de Posicionamiento Cualitativo	125
3.7. Slogan	126
Capítulo IV.....	127
4. Plan de Marketing.....	127
4.1. Análisis Situacional	127
4.1.1. Variables Controlables.....	127
4.1.2. Variables no controlables.....	131
4.2. Matriz FODA.....	134
4.2.1. Análisis FODA.....	134
4.2.2. Factores internos y externos Matriz FODA.....	136
4.3. Objetivos.....	137
4.4. Objetivo 1.....	137
4.5. Estrategias.....	138
4.5.1. Políticas.....	138
4.5.2. Recursos Humanos.....	139

4.5.3. Recursos Materiales.....	139
4.5.4. Recursos Financieros.....	139
4.5.5. Estrategias de Comunicación.....	139
4.6. Plan de Acción	139
4.7. Objetivo 2.....	141
4.8. Estrategias.....	141
4.8.1. Políticas.....	141
4.8.2. Recursos Humanos.....	141
4.8.3. Recursos Materiales.....	141
4.8.4. Recursos Financieros.....	142
4.8.5. Estrategias de Comunicación.....	142
4.9. Plan de Acción	142
4.10. Objetivo 3.....	143
4.11. Estrategias.....	143
4.11.1. Políticas.....	143
4.11.2. Recursos Humanos.....	144
4.11.3. Recursos Materiales.....	144
4.11.4. Recursos Financieros.	144
4.11.5. Estrategias de Comunicación.....	144
4.12. Plan de Acción	144
4.13. Resumen del Costo del Plan de Marketing	145
4.14. Resumen de facturación estimada del Plan de Marketing	146
4.15. Imagen e Identidad Corporativa.....	146
4.15.1. ¿Qué es la imagen?	146
4.15.2. Imagen Corporativa	146
4.15.3. Identidad Corporativa	147
4.16. Diferencias entre Imagen Corporativa e Identidad Corporativa	148
4.16.1. Logo	148
4.16.2. Logo de ACE Pádel S.R.L.	148
4.17. Resumen de Inversión de Costos.....	150
Capítulo V.....	151
5. Administración.....	151
5.1. Lineamiento estratégico (Ápice estratégico)	151
5.1.1. Misión	151
5.1.2. Visión.....	152
5.1.3. Los Principios y Valores.....	152
5.2. Plan de Administración.....	152
5.2.1. Análisis situacional – Matriz FODA.....	153
5.2.2. Variables Controlables.....	153
5.2.3. Variables No Controlables.....	153
5.2.4. Listado Plano	154
5.2.5. Matriz de Interacción	155
5.2.6. Matriz FODA.....	156
5.3. Objetivos Plan de Administración	157
5.4. Objetivo 1.....	157

5.5. Estrategias.....	157
5.5.1. Políticas.....	158
5.5.2. Recursos Humanos.....	158
5.5.3. Recursos Materiales:.....	158
5.5.4. Recursos Financieros.	158
5.5.5. Estrategias de Comunicación.....	158
5.6. Plan de Acción.	159
5.7. Objetivo 2.....	160
5.8. Estrategias.....	160
5.8.1. Políticas.....	160
5.8.2. Recursos Humanos.....	160
5.8.3. Recursos Materiales.....	160
5.8.4. Recursos Financieros.	160
5.8.5. Estrategias de Comunicación.....	161
5.9. Plan de Acción.	161
5.10. Objetivo 3.....	161
5.11. Estrategias.....	161
5.11.1. Políticas.....	162
5.11.2. Recursos Humanos.....	162
5.11.3. Recursos Materiales.....	162
5.11.4. Recursos Financieros.	162
5.11.5. Estrategias de Comunicación.....	162
5.12. Plan de Acción.	162
5.13. Estructura Organizacional.....	163
5.14. Organigrama	163
5.14.1. Configuración de Estructura ACE Pádel.	166
5.14.2. Mecanismos de control por Henry Mintzberg	166
5.14.3. Mecanismo de Control de ACE Pádel	167
5.14.4. Estructura de Mintzberg.....	167
5.14.5. Recursos Humanos.....	170
5.14.6. Mano de Obra	173
5.14.7. Layout	175
5.14.8. Listado de Activos ACE Pádel S.R.L.	178
5.15. Manual de Funciones.....	178
5.16. Manual de Procedimientos.....	186
5.17. Fluxograma	189
5.18. Análisis de estructura de Costos – Cuadro 8	195
5.19. Plan de Cuentas.....	196
5.19.1. Estructura de un plan de cuentas contables.....	201
Capítulo VI.....	202
6.1. Aspecto Económico	202
6.1.1. Indicadores Económicos.....	202
6.1.2. Producto interno Bruto (PIB).....	202
6.1.3. Balanza comercial (importación/exportaciones).....	203
6.1.4. Fluctuación del tipo de cambio	206

6.1.5. Comportamiento de la reserva monetaria	207
6.1.6. Superávit o déficit Fiscal	208
6.1.7. Inflación	208
Capítulo VII.	210
7.1. Plan Financiero de la empresa	210
7.1.1. Beneficios de crear un plan financiero.....	210
7.2. Cuadros financieros para su análisis.....	211
7.2.1. Cuadro de inversiones.....	211
7.2.2. Cuadro de cronograma de Inversiones.....	213
7.2.3. Cuadro de Depreciación y Amortización.....	214
7.2.4. Cuadro de Servicio de la Deuda.....	215
7.2.5. Cuadro de RRHH. Mano de Obra.....	216
7.2.6. Cuadro de cronograma de producción y ventas.....	218
7.2.7. Ingresos.....	220
7.2.8. Cuadro de Costos Totales	222
7.2.9. Cuadro de punto de equilibrio.....	223
7.2.10. Cuadro de cálculo de Capital de Trabajo.....	223
7.2.11. Cuadro de Estado de Resultado Proyectado con financiamiento.....	224
7.2.12. Cuadro de Estado de Resultado Proyectado sin financiamiento.....	225
7.2.13. Flujo de Caja Proyectado con financiamiento.	226
7.2.14. Cuadro de Flujo de Caja Proyectado sin financiamiento.....	227
7.2.15. Origen y Aplicación de Fondos con Financiamiento.....	228
7.2.16. Origen y Aplicación de Fondos sin Financiamiento.....	229
7.2.17. Balance Proyectado con Financiamiento	230
7.2.18. Balance Proyectado sin Financiamiento	231
7.2.19. Indicadores Financieros.....	232
Bibliografía	235
Anexo.....	238

INTRODUCCIÓN

Actualmente cada vez son más las personas que optan por una vida saludable y por realizar deportes recreativos, lo cual es fundamental para el desarrollo de la gente, el pádel se ha convertido en un deporte divertido de realizar, ya que es fácil de aprender y con un poco de práctica se adquiere más experiencia y destreza, además no requiere gran exigencia física, lo puede realizar cualquier persona.

El pádel es un deporte que inició hace más de 30 años y se encuentra en auge, esto se dio a raíz de que la pandemia contribuyó a que muchas personas lo empezaran a practicar, por las restricciones de aglomeración, ya que es un deporte que no requiere de contacto físico y porque se puede jugar desde 2 jugadores y hasta máximo 4 jugadores.

El deporte fue bien aceptado por las personas y hoy día cuenta con gran demanda, además existen torneos, lo cual lleva a los jugadores a querer perfeccionarse mediante profesionales de este deporte, lo cual también es fuente de ingresos.

ACE Pádel será un complejo deportivo de canchas de pádel ubicado en la ciudad de Lambaré que contará con 2 canchas al aire libre y 2 canchas techadas, ésta última para que los clientes puedan aprovechar los días lluviosos o de intenso calor practicando su deporte favorito. Tendrán la comodidad de disponer de un vestuario amplio, limpio y espacioso además de contar con la ventaja de un estacionamiento propio; sumándole la facilidad de disponer de un bar con bebidas frías, snacks y cortes de carnes para compartir con los amigos o familiares antes, durante y después de cada juego.

La ciudad de Lambaré cuenta con una gran población, existe competencia, pero el mercado aún no se encuentra saturado y se hayan todavía potenciales clientes.