



Proceso de mejora empresa Pádel Shot

Trabajo de Grado

Juliana Becerra Velásquez

Julián David Machacón Fernández

Luisa María Navarrete Pineda

Paula Natalia Quiroga Ortiz

Manuela Rodríguez Aponte

Bogotá

2024



Proceso de mejora empresa Pádel Shot

Trabajo de Grado

Juliana Becerra Velásquez. Administración de Empresas

Julián David Machacón Fernández. Marketing y Negocios Digitales

Luisa María Navarrete Pineda. Marketing y Negocios Digitales

Paula Natalia Quiroga Ortiz. Administración de Negocios Internacionales

Manuela Rodríguez Aponte. Administración de Negocios Internacionales

Luz Andrea Pinzón Alemán

Bogotá

2024

Declaración de originalidad y autonomía

Declaro bajo la gravedad del juramento, que he escrito el documento de título “Proceso de mejora empresa Pádel Shot”, en la opción de grado de PADE 3 y que, por lo tanto, su contenido es original. Declaro que he indicado clara y precisamente todas las fuentes directas e indirectas de información y que este trabajo no ha sido entregado a ninguna otra institución con fines de calificación o publicación.

Juliana Becerra Velásquez

Julián David Machacón Fernández

Luisa María Navarrete Pineda

Paula Natalia Quiroga Ortiz

Manuela Rodríguez Aponte

Declaración de exoneración de responsabilidad

Declaro que la responsabilidad intelectual del presente trabajo es exclusivamente de su autor. La Universidad del Rosario no se hace responsable de contenidos, opiniones o ideologías expresadas total o parcialmente en él.

Juliana Becerra Velásquez

Julián David Machacón Fernández

Luisa María Navarrete Pineda

Paula Natalia Quiroga Ortiz

Manuela Rodríguez Aponte

Contenido

Glosario	8
Resumen	9
Palabras Clave	10
Abstract	10
Key Words	11
1. Introducción	11
2. Análisis del sector	12
2.1 Tendencias	14
2.2 Competidores	16
3. Presentación del Modelo de Negocio	19
3.1. Lean Canva	19
3.2 Buyer Persona	20
4. Diagnóstico de la compañía	21
5. Diagnóstico de los cargos más relevantes de la compañía (estilos de liderazgo)	25
6. DOFA Cruzado	27
7.1. Estrategias FO (Fortalezas + Oportunidades)	31
7.1.1. Expansión de servicios complementarios y eventos deportivos:	31
7.1.2. Promoción del bienestar y salud a través de programas especializados:	32
7.1.3. Potenciación de reservas online y tecnología para la eficiencia operativa:	32
7.2. Estrategias DO (Debilidades + Oportunidades)	32
7.2.1. Implementación de programas de fidelización con servicios personalizados: 32	32
7.2.2. Optimización de horarios a través de reservas escalonadas y eventos corporativos:	33
7.2.3. Reducción de costos mediante la expansión del turismo deportivo y asociaciones estratégicas:	33
7.3. Estrategias FA (Fortalezas + Amenazas)	33
7.3.1. Diferenciación del mercado mediante la calidad y experiencia del usuario: ..33	33
7.3.2. Flexibilización de precios y servicios ante factores macroeconómicos:	34
7.4. Estrategias DA (Debilidades + Amenazas)	34
7.4.1. Optimización de recursos y flexibilidad de personal para evitar la rotación: 34	34
7.4.2. Diversificación de la oferta para mitigar el impacto de nuevas tendencias deportivas:	34
7. Plan de mejora	35

8.1 Embudo de ventas	36
9. Proyección de ventas.....	40
10. Presentar un PYG de la empresa con los nuevos servicios incluidos y cargos necesarios a incluir.....	45
11. Conclusiones	47
12. Referencias.....	49

Lista de Figuras

Figura 1 Lean Canvas Model.....	19
Figura 2 Buyer Persona.....	20
Figura 3 Comunidad Pádel Shot y redes sociales	23
Figura 4 DOFA	27
Figura 5 TOFU (Top of the funnel)	36
Figura 6 MOFU (Middle of the Funnel).....	37
Figura 7 BOFU (Bottom of the Funnel)	38
Figura 8 Información base	41
Figura 9 Precios de los servicios 2024 y 2025.....	42
Figura 10 Nivel de ventas 2024	43
Figura 11 Proyección nivel de ventas 2025	43
Figura 12 Porcentaje de participación mensual	44
Figura 13 Proyección de ventas 2025	44
Figura 14 Incremento en ventas	45
Figura 15 PYG	

Glosario

Embudo de ventas: Modelo que refleja el que siguen los clientes potenciales para convertirse en clientes. Describe las distintas etapas del recorrido del cliente, desde el primer contacto con la empresa hasta la compra final.

Pádel: Juego entre dos parejas, muy parecido al tenis, pero que se juega entre cuatro paredes y en el que la pelota se golpea con una pala de mango corto.

Propuesta de mejora: Planificación mediante la cual un centro articula un proceso que le permita reforzar aquellos aspectos considerados positivos y modificar o eliminar aquellos que se juzgan negativos resultantes de su proceso de autoevaluación previo.

Estrategia de ventas: Ayuda a hacer crecer la empresa de manera sostenible, garantizar su supervivencia en el mercado y enfrentarnos a posibles problemas que puedan surgir en el camino.

Fidelización: Conseguir, de diferentes modos, que los empleados y clientes de una empresa permanezcan fieles a ella.

Resumen

El sector deportivo en Colombia ha mostrado un crecimiento significativo en los últimos años, consolidándose como un mercado en auge. En este contexto, el pádel ha emergido como uno de los deportes de mayor proyección, gracias a su popularidad creciente y a la rápida expansión de su infraestructura en ciudades clave como Bogotá. Este desarrollo ha abierto una ventana de oportunidades para las pequeñas y medianas empresas (PYMEs) que buscan aprovechar esta tendencia, destacándose iniciativas como Pádel Shot, un club deportivo ubicado en Bogotá, Colombia, que se encuentra en un proceso de expansión y busca fortalecer su posición en el mercado a través de estrategias de mejora integral.

En este documento se identifican las principales oportunidades para el club, incluyendo la diversificación de servicios, la implementación de reservas digitales y la promoción de programas de fidelización. Además, se realiza un análisis exhaustivo de las tendencias del mercado y la competencia directa, permitiendo entender las dinámicas actuales del sector. A

partir de diagnósticos internos y externos, así como del análisis de los estilos de liderazgo y su impacto en la gestión organizacional, se propone un plan estructurado. Estas iniciativas están diseñadas para incrementar la competitividad, fortalecer la comunidad de usuarios y garantizar una experiencia de cliente de alta calidad, promoviendo el crecimiento sostenible del club.

Palabras Clave

Pádel, propuesta de mejora, estrategia de ventas, fidelización.

Abstract

The sports sector in Colombia has shown significant growth in recent years, consolidating itself as a thriving market. In this context, padel tennis has emerged as one of the most promising sports, due to its growing popularity and the significant and rapid expansion of its infrastructure in key cities such as Bogota. This development has opened a window of opportunity for small and medium-sized enterprises (SMEs) seeking to take advantage of this trend, highlighting initiatives such as Padel Shot, a sports club located in Bogotá, Colombia, which is in a process of expansion and seeks to strengthen its market position through comprehensive improvement strategies.

This document identifies the main opportunities for the club, including the diversification of services, the implementation of digital bookings and the promotion of loyalty

programmes. In addition, a detailed analysis of market trends and direct competition is carried out to understand the current dynamics of the sector. Based on internal and external diagnostics, as well as an analysis of leadership styles and their impact on organizational management, a structured plan is proposed. These initiatives are designed to increase competitiveness, strengthen the user community and ensure a high-quality customer experience, promoting the sustainable growth of the club.

Key Words

Padel, improvement proposal, sales strategy, loyalty.

1. Introducción

El pádel es un deporte que se originó en 1962 en México, en el Puerto de Acapulco, cuando Enrique Corcuera, un empresario mexicano aficionado al tenis, instaló una pista más pequeña de lo usual en su casa, colocando unas paredes laterales para evitar que las pelotas cruzaran al terreno vecino y se volviera tediosa la dinámica del juego (MuchoPadelMX, 2023). Un detalle interesante es que el primer reglamento del deporte fue redactado por su esposa, Viviana Corcuera, ex-Miss Argentina, quien lo editó y se lo regaló a Enrique como regalo de cumpleaños (Martin, 2024).

Durante la década de 1980, el pádel experimentó un crecimiento exponencial, especialmente en Argentina. Se comenzaron a organizar torneos internacionales y se establecieron ligas profesionales. En 1991, se fundó la Federación Internacional de Pádel en Madrid, con el objetivo de regular el deporte a nivel mundial. En 1993, el pádel fue

reconocido oficialmente como modalidad deportiva por el Consejo Superior de Deportes en España(International Padel Federation, 2024).

Este deporte ha tenido un largo proceso de expansión para llegar a ser reconocido mundialmente como lo es hoy en día, desde países como México, Argentina y España donde tiene más fuerza, siendo un deporte que “radica en su accesibilidad y su capacidad para unir a las personas en torno a una actividad divertida y emocionante y que además fomenta la camaradería, la competencia amistosa y un estilo de vida activo y saludable, adaptándose a jugadores de todos los niveles, desde principiantes hasta profesionales.” (Chaves, 2024)

El pádel llegó a Colombia en 2017 sin embargo, el deporte se popularizó después de la pandemia, se dice que el deporte tomó fuerza cuando varios referentes del mundo deportivo comenzaron a mostrar el deporte en redes sociales. En Colombia, según la plataforma Easycancha; una de la cual hablaremos más adelante, de 2022 a 2023 el número de reservas aumentó más del 800 % y se estima que a largo plazo en el país habrá más de 500 canchas en más de 8 ciudades diferentes. “Datos del sector indican que la construcción y apertura de canchas y clubes de pádel en el ámbito internacional ha crecido más del 35% anualmente entre 2020 y la primera mitad de 2024. ” (Quintero Pedraza, 2024).

En este contexto, este trabajo se enfoca en identificar las oportunidades de mejora del club de pádel Padel Shot, aprovechando las tendencias del sector, el desempeño de los competidores y las posibilidades de innovación. Nuestro objetivo es implementar estrategias que no solo impulsen el crecimiento y desempeño del club, sino que también fomenten una comunidad dinámica y duradera en torno al pádel.

2. Análisis del sector

Colombia ha experimentado un crecimiento exponencial del pádel y se ha convertido rápidamente en uno de los deportes más populares del país. Bogotá, la capital, es un buen reflejo del aumento en el número de jugadores y canchas. Para finales de 2025, Colombia estará en camino de superar los 70.000 padelistas, mientras que Bogotá en particular alcanzará las 500 canchas en los próximos años.

A esto se suma el hecho de que los colombianos ya estaban familiarizados con otros deportes de raqueta, como el tenis y el tenis de mesa, lo que ha favorecido una rápida adopción del pádel, el cual comparte similitudes hasta cierto punto en su mecánica y reglas. Además, figuras destacadas del deporte nacional, como los extenistas Juan Sebastián Cabal, Alejandro Falla y Robert Farah, han impulsado este nuevo ecosistema atlético al organizar eventos como competencias internacionales en escenarios reconocidos, como Llanogrande, en las que participaron 188 parejas. Esto ha contribuido significativamente a visibilizar el potencial de este deporte en el país.

Por otro lado, el país avanzó en infraestructura deportiva, lo que permitió la construcción de modernas canchas de pádel, cubiertas y al aire libre, para fomentar la práctica del deporte.

Este deporte comenzó a ser jugado inicialmente por clases altas, sin embargo, su rápida expansión, ha permitido que se creen canchas de pádel en zonas de clase media a precios más accesibles en Bogotá, o que reafirma nuestros argumentos ya expuestos de que el crecimiento del mercado de pádel es exponencial.

Así, en Bogotá, la creciente demanda de campos de pádel ha llevado a la construcción de numerosos campos (50 hasta el momento) y complejos deportivos, así como a la ciudad en su conjunto, para establecerse como un punto de referencia para el deporte en Colombia. La

realización de torneos y eventos relacionados con el pádel ha aumentado la popularidad del deporte en el país y ha fomentado la adopción por parte de más jugadores de todos los niveles.

En definitiva, el pádel se ha establecido como una tendencia deportiva en Colombia, y Bogotá, la capital del país, ha sido una fuerza impulsora de este proceso (Quintero Pedraza, 2024). Factores como la economía y su impacto en la educación, la facilidad de aprendizaje y la inversión en instalaciones deportivas han llevado al deporte a su actual popularidad. Proyecciones a futuro argumentan que el pádel en Colombia continuará su trayectoria de crecimiento en los próximos años y se establecerá aún más fuerte en el paisaje deportivo de la nación.

2.1 Tendencias

Dentro de las tendencias de este deporte tenemos tres principales: su rápida expansión, la implementación de tecnologías para facilitar el acercamiento al deporte y la diversificación del mercado.

1. La expansión del pádel es algo a destacar ya que “Datos del sector indican que la construcción y apertura de canchas y clubes de pádel en el ámbito internacional ha crecido más del 35% anualmente entre 2020 y la primera mitad de 2024.” (Quintero Pedraza, 2024, párr. 2). Las ciudades con mayor crecimiento son Bogotá y Medellín, es un deporte atractivo para personas de diferentes rangos de edad debido a los diferentes niveles de habilidad disponibles en el juego y la naturaleza social del juego, ya que da una oportunidad para conocer personas nuevas y al mismo tiempo ayuda al desarrollo de relaciones profesionales. El interés en este deporte ha aumentado la demanda de

instalaciones adecuadas para practicarlo, tener instalaciones con comodidades únicas en zonas de alta demanda es una gran oportunidad para atraer usuarios y al mismo tiempo un problema por el crecimiento constante de la competencia.

2. En tecnología y eficiencia tenemos la implementación de plataformas para facilitar y mejorar la práctica del deporte. Por ejemplo, Easy Cancha es una aplicación que tiene la mayoría de los clubes de pádel en Colombia, ya que ayuda a los usuarios a reservar las canchas y comunicarse con los clubes de forma rápida. El uso de este tipo de plataformas afecta directamente la eficiencia y la reputación de los clubes, tener las plataformas adecuadas para el funcionamiento del club ayuda al desempeño de este siempre y cuando estén alineadas a la dinámica con la que el club quiere funcionar.

“La integración de la tecnología, desde dispositivos portátiles hasta la analítica avanzada, ha revolucionado la preparación de los atletas, convirtiéndola en un factor clave en la ventaja competitiva.” (Catapult, 2024)

3. La diversificación del mercado la vemos desde dos puntos diferentes, primero tenemos la participación de personas en diferentes rangos de edad y de diferentes géneros, con lo que podemos crear programas y eventos específicos para estos grupos, ayudando a expandir la base de clientes y a crear una comunidad más inclusiva. Como segundo punto de la diversificación está la implementación de diferentes servicios aparte de las canchas de pádel, como la oferta de artículos deportivos, zonas de cafeterías y facilitar las instalaciones para eventos sociales, con estos servicios tenemos la posibilidad de crear una experiencia más completa para los usuarios.

2.2 Competidores

- Locos x Pádel

6.405 seguidores en Instagram | Ubicado frente al éxito de colina

Pros: Su ubicación es muy atractiva para gran número de personas además de tener en cuenta que por la zona vive un gran número de clientes potenciales teniendo en cuenta el estrato social de la zona. Es uno de los clubes con más canchas disponibles y servicios adicionales como la venta de artículos del deporte, restaurante y zonas sociales cálidas y cómodas.

Cons: La construcción de nuevas instalaciones por la zona, aumentando sus competidores principales.

Una estrategia reciente que funcionó muy bien, fue que este año el club hizo parte de un evento de Pádel internacional que estaba presente por primera vez en Colombia (Zurich Colombia Padel Cup), tuvo presencia de varios jugadores profesionales de talla internacional, con lo que tuvieron muchas oportunidades de comunicación para atraer nuevos clientes que al mismo tiempo tienen un nivel más alto en el deporte.

- Pádel 100

3.325 seguidores en Instagram | Ubicado en la calle 100 #11-79

Pros: La ubicación de este club es el factor más importante que ha contribuido a su popularidad, la zona da la oportunidad perfecta para las personas que salen de trabajar y el club también promueve mucho este beneficio diciendo “El lugar perfecto para jugar pádel al lado de la oficina”.

Cons: Tienen precios más altos con relación a los demás clubes que hemos estamos analizando, esto se debe también a la zona donde está ubicado y a la comodidad de poder hacer deporte y despejar la mente después del trabajo.

Una estrategia que el club implementó en mayo fue una dinámica en redes sociales donde los participantes ganaron tiempo de juego en el club y promos de comida, esto les ayudó a incrementar drásticamente la interacción de sus seguidores, pasando de 6 comentarios a 571 comentarios en la publicación de la dinámica

- Pádel Point

2.907 seguidores en Instagram | Ubicado en la calle 170 #49b-96

Pros: Al igual que Locos x Pádel, este club está en una zona que tiene gran número de clientes potenciales teniendo en cuenta el estrato social de la zona, su ubicación le da mucho potencial para desarrollarse. Además, es un club con una gran diversificación ya que busca incluir diferentes grupos de personas, incluye actividades diferentes para complementar el deporte y ha buscado apoyar a diferentes grupos en circunstancias vulnerables.

Cons: La construcción de nuevas instalaciones por la zona, aumentando sus competidores principales.

Dentro de las estrategias que han hecho destacar al club está un torneo benéfico para los niños de la guajira, mostrándose como un club con responsabilidad social. La estrategia más reciente es la implementación de un plan de socios que se basa en varios tipos de membresías donde los socios tienen beneficios adicionales como descuentos y artículos deportivos.

- Bogotá Pádel Center

2.892 seguidores en Instagram | Ubicado en Toberín en la carrera 45 #169-81

Pros: Es un club que se enfocó en la diversificación de servicios ya que además de sus canchas tienen sportbar, restaurante, coworking, wifi gratis, parqueadero y lockers.

Cons: La construcción de nuevas instalaciones por la zona, aumentando sus competidores principales.

La estrategia principal que usan en sus redes sociales es el uso de contenido educativo, dando tips, reglas y tutoriales de cómo mejorar la técnica y desempeño en el deporte, además es el club más activo en redes sociales porque no solo tienen contenido educativo sino también de entretenimiento e informativo.

- Azotea Pádel

1.449 seguidores en Instagram | Ubicado en la carrera 19 #134-62

Pros: Es un lugar con ambiente divertido ya que tiene algunos juegos disponibles mientras esperas tu reserva. La experiencia de la vista hace que este club se sienta privilegiado y ya que cuentan con piso completo donde solo hay una cancha, se comunican hablando de sus instalaciones como privadas, complementando el sentimiento del privilegio.

Cons: Limitaciones por el número de canchas, solo cuentan con una cancha lo que implica que las personas deben reservar con anterioridad y teniendo en cuenta la demanda del deporte en este momento hay una gran posibilidad de que estén perdiendo clientes por esta razón.

Una estrategia que usaron recientemente fue traer a uno de los mejores jugadores de Bogotá para dictar dos clases de pádel, tienen cupos limitados por lo que esta estrategia les ayudo a mantener y promover su estatus de “una cancha privada”.

3. Presentación del Modelo de Negocio

3.1. Lean Canvas

A continuación, se presenta el desarrollo del modelo “Lean Canvas”, presentando y destacando los principales factores para poder llevar a cabo el modelo de negocio de la empresa “Pádel Shot”.

Figura 1 Lean Canvas Model



Fuente: Elaboración propia

Pádel Shot busca solucionar la problemática de encontrar canchas disponibles en horarios convenientes y a precios accesibles, basando su modelo de negocio en pilares de calidad, flexibilidad y comunidad, al ofrecer una experiencia de juego divertida, flexible y personalizada, instalaciones modernas, con un ambiente acogedor y de alta calidad, además de clases personalizadas y grupales a todos los niveles buscando crear una comunidad que disfrute del deporte. Pádel Shot llega a un mercado objetivo de personas amantes al deporte y que buscan nuevas y divertidas experiencias al mismo tiempo que están disfrutando con familia o amigos, posicionándose como el lugar ideal para que los amantes del pádel disfruten de su deporte favorito, sin dejar atrás a los jugadores ocasionales.

3.2 Buyer Persona

El buyer persona de Padel Shot es una persona de 30 años que está desarrollando su carrera profesional como financiero senior, en busca de equilibrio en su vida. Es un amante del deporte y de aprender cosas nuevas, disfruta compartiendo tiempo con su familia y amigos. Con ingresos medios a altos, según el promedio colombiano, le apasiona practicar nuevos deportes y desarrollarse en ellos, valorando actividades que le permitan distraerse, como el deporte y en especial el pádel.

Figura 2 Buyer Persona

NICOLÁS SILVA



BIOGRAFÍA

Edad: 30 años
Ubicación: Bogotá, Colombia.
Ocupación: Profesional senior
Estado civil: Soltero
Ingresos: Medio - alto

INTERESES Y HOBBIES

- Deporte
- Vida saludable
- Actividades que involucren la interacción social y el networking.
- Participar de eventos deportivos en comunidades fitness

MOTIVACIONES

- Compartir con su familia y amigos
- Llevar una vida balanceada
- Practicar nuevos deportes
- Experiencias que le permitan desconectarse del trabajo

MARCAS FAVORITAS



PERSONALIDAD

Extrovertido

Emocional

Analítico

REDES SOCIALES



HABILIDADES

Deporte ★★★★★

Lectura ★★★★★☆

Fuente: Elaboración propia.

4. Diagnóstico de la compañía

- **Comercial**

Empezando por el área comercial tenemos dos alianzas muy importantes, primero la alianza comercial con All for Padel Colombia de Adidas, esta se presenta como una estrategia clave para la optimización de la propuesta de valor del club. Esta colaboración no solo permite al club acceder a un catálogo de productos de alta calidad, sino que también fortalece su marca al alinearse con un líder global en el sector deportivo. La implementación de esta alianza se basa en la provisión de equipamiento especializado para los clientes, lo que mejora su

desempeño y facilita la atracción de nuevos miembros, promoviendo así el crecimiento sostenible del club en el mercado colombiano.

La segunda alianza estratégica de Pádel Shot es su relación con Gatorade (Gatorade, s. f.), es esencial para reforzar la oferta de servicios del club y alinearse a la tendencia de diversificación. Al integrar bebidas hidratantes de alta gama en la infraestructura de eventos y entrenamientos, se garantiza un apoyo integral a la hidratación y recuperación de los jugadores. En conjunto, estas alianzas estratégicas no solo potencian el desarrollo del pádel en Colombia, sino que también posicionan al club como un actor relevante en la escena deportiva, maximizando el retorno de inversión para todos los involucrados.

Adicionalmente, Pádel Shot tiene servicios complementarios como un bar deportivo, una sauna, una barbería y parqueadero gratis, estos servicios representan una estrategia integral para maximizar la experiencia del cliente y optimizar las operaciones del club. Un bar deportivo no solo actúa como un espacio social que fomenta la interacción entre los clientes, sino que también se convierte en un generador de ingresos a través de la oferta de alimentos y bebidas, así como la organización de eventos y promociones. Este tipo de ambiente puede potenciar la lealtad de los socios y atraer a nuevos clientes, diversificando así la base de usuarios del club, relacionando así mismo que el enfoque del club es el servicio al cliente

El sauna y servicio de duchas, por su parte, se alinea con las tendencias actuales de bienestar y salud, ofreciendo a los atletas un recurso para la recuperación física. Este servicio puede ser un factor diferenciador que no solo mejora la retención de clientes, sino que también promueve un estilo de vida saludable entre los jugadores, lo que a su vez puede aumentar su rendimiento en la cancha.

La incorporación de una barbería dentro de las instalaciones del club añade un elemento de conveniencia y exclusividad, elevando la propuesta de valor del club. Este servicio

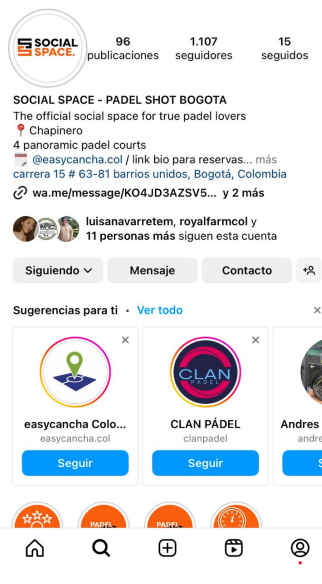
complementa el estilo de vida de los clientes y crea una experiencia integral que refuerza la imagen del club como un centro de bienestar y comunidad. En conjunto, estos servicios no solo enriquecen la oferta del club, sino que también diversifican las fuentes de ingresos y fortalecen la posición competitiva en el mercado, maximizando así el retorno de inversión y la satisfacción del socio.

- **Mercadeo**

Pádel Shot usa redes sociales como Instagram como una herramienta clave para comunicarse con su comunidad y atraer a nuevos clientes, implementando una estrategia de contenido educativo y promocional. El club comparte vídeos y publicaciones que enseñan técnicas de pádel, estrategias de juego y consejos de entrenamiento, lo que no solo educa a los seguidores, sino que también genera interés en las clases que ofrecen. Además, se publican testimonios de miembros y logros de jugadores, lo que crea un sentido de pertenencia y motivación dentro de la comunidad.

Promociones especiales de fin de semana y torneos de pádel también se promueven por Whatsapp, donde está la comunidad Pádel Shot en la que se organizan los “partidos abiertos” una iniciativa que fomenta la interacción y la inclusión entre los miembros. En estos encuentros, cuatro jugadores que, en su mayoría, no se conocen previamente se conectan a través del grupo para programar partidos. Esta dinámica no solo promueve la práctica del pádel, sino que también fortalece el sentido de comunidad, permitiendo que los jugadores amplíen su red social y se integren en el ambiente del club. En conjunto, estas acciones contribuyen a aumentar la visibilidad del club y a consolidar su posición como un referente en el ámbito del pádel.

Figura 3 Comunidad Pádel Shot y redes sociales



Fuente: Elaboración propia.

- **Financiero**

Actualmente, el club de pádel no dispone de información financiera detallada, ya que se trata de un negocio familiar y ha estado en funcionamiento por apenas seis meses. Además, el club todavía se encuentra en fase de construcción en algunas áreas, lo que implica que muchos aspectos operativos y de gestión están en desarrollo. Esta etapa inicial permite al equipo centrarse en establecer una base sólida y en mejorar las instalaciones antes de implementar un sistema financiero más estructurado, con el objetivo de maximizar la sostenibilidad y el crecimiento del club a largo plazo.

- **Administrativo**

El club cuenta con una estructura administrativa organizada en torno a dos gerentes principales. Uno de ellos se enfoca en la gestión del personal y en el desarrollo de relaciones comerciales, asegurando que se establezcan alianzas estratégicas que beneficien al club. El segundo gerente se especializa en la gestión de redes sociales y en el análisis de resultados derivados de las relaciones comerciales, promoviendo la visibilidad y el crecimiento del club en el mercado. Complementando esta estructura, hay cuatro empleados dedicados a la caja y al servicio al cliente, quienes garantizan una atención eficaz y amable a los socios y visitantes y un administrador general del club que supervisa la operación integral, asegurando que todos los aspectos administrativos y operativos funcionen de manera fluida. Además, se cuenta dos personas encargadas de la seguridad, velando por el bienestar de todos en las instalaciones.

5. Diagnóstico de los cargos más relevantes de la compañía (estilos de liderazgo)

Dado que se trata de un club de pádel pequeño en desarrollo, los cargos clave a identificar serían aquellos que aseguran el buen funcionamiento de la empresa.

Gerente General: Dirige el club, supervisando operaciones y tomando decisiones estratégicas para asegurar su crecimiento y sostenibilidad en un entorno competitivo.

- **Dominante (D):** Este estilo es crucial para un gerente general, ya que implica tomar decisiones rápidas y efectivas, así como tener una fuerte orientación hacia los resultados. La capacidad de resolver problemas y enfrentar desafíos es esencial en un entorno competitivo como el del deporte. Un líder dominante puede dirigir con confianza y asumir riesgos calculados para llevar al club hacia el crecimiento.
- **Influyente (I):** Al mismo tiempo, el componente influyente es vital para fomentar una

cultura positiva dentro del equipo. Este estilo promueve la comunicación abierta y la construcción de relaciones, algo esencial para mantener la motivación del personal y promover un ambiente de trabajo colaborativo. Un gerente que combine ambos estilos será capaz de liderar de manera efectiva, motivando a su equipo mientras mantiene el enfoque en los objetivos.

Gerente de Talento Humano y Relaciones Públicas: Gestiona el personal y las relaciones externas, centrándose en el reclutamiento, la retención de talento y la comunicación del club para fortalecer su imagen.

- **Influyente (I):** Este estilo es fundamental para este cargo, ya que el gerente debe ser capaz de construir relaciones sólidas tanto dentro como fuera del club. Un líder influyente se enfoca en motivar y animar a su equipo, además de ser efectivo en la creación de alianzas estratégicas. La capacidad de comunicarse de manera efectiva y de influir en otros es clave para su éxito en el desarrollo de la cultura del club y en la atracción de nuevos socios.
- **Conforme (S):** La empatía y el apoyo son características del estilo conforme, que también son cruciales en este rol. Un gerente que exhibe este estilo está en sintonía con las necesidades y preocupaciones de su equipo, lo que ayuda a crear un ambiente de trabajo colaborativo y armónico. La capacidad de escuchar y proporcionar apoyo emocional contribuye a la retención del talento y al desarrollo de un equipo cohesionado.

Gerente de Marketing Digital y Análisis de Desempeño: Lidera las estrategias de marketing del club, utilizando datos para medir el rendimiento y asegurar la visibilidad y atractivo del club en el mercado.

- **Dominante (D):** En el ámbito del marketing, un líder con un estilo dominante puede

tomar decisiones audaces y estratégicas basadas en el análisis de datos. La capacidad para establecer metas claras y actuar rápidamente es esencial para adaptar las campañas y aprovechar oportunidades en el mercado. Este estilo permite al gerente impulsar el crecimiento del club a través de estrategias innovadoras.

- **Conforme (S):** Sin embargo, este gerente también debe ser colaborativo y orientado a las relaciones, características del estilo conforme. La habilidad de trabajar con diferentes equipos y de entender las necesidades del mercado es vital para crear campañas efectivas. Un líder que combine estos estilos será capaz de implementar estrategias de marketing que no solo sean efectivas, sino que también reflejan la cultura y los valores del club, asegurando que los mensajes resuenen con la audiencia.

6. DOFA Cruzado

Figura 4 DOFA

Debilidades	Oportunidades
<ol style="list-style-type: none"> 1. Capacidad limitada. 2. Altos costos de mantenimiento. 3. Falta de programas de fidelización. 4. Rotación de personal. 5. Oferta limitada en horarios de alta demanda. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Crecimiento exponencial del pádel en Colombia. 2. Reservas online. 3. Crecimiento del turismo deportivo. 4. Servicios complementarios. 5. Tendencia en salud y bienestar.
Fortalezas	Amenazas
<ol style="list-style-type: none"> 1. Ubicación estratégica. 2. Instalaciones modernas. 3. Diversificación de servicios. 4. Oferta de torneos. 5. Comunidad en crecimiento. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Creciente competencia. 2. Factores macroeconómicos. 3. Crecimiento de nuevas tendencias deportivas. 4. Riesgos tecnológicos.

Fuente: Elaboración Propia

Debilidades:

D1: Capacidad limitada.

Pádel Shot cuenta con solo 4 canchas y si bien son instalaciones de calidad, pueden no ser suficientes para lo que necesiten los usuarios en horarios de alta demanda.

D2: Altos costos de mantenimiento.

Las instalaciones modernas tienen un alto costo de mantenimiento y los usuarios de pádel buscan cada vez más instalaciones de calidad que cuenten con buen mantenimiento.

D3: Falta de programas de fidelización.

Pádel Shot no cuenta con programas de fidelización de sus clientes aparte de la interacción que existe al momento de reservar espacios o clases personalizadas.

D4: Rotación de personal.

El personal que trabaja para Pádel Shot tienden a ser jóvenes universitarios que necesita un ingreso extra, este personal tiende a durar un poco tiempo en los lugares de trabajo, lo que puede llegar a ser contraproducente para la atención de Pádel Shot.

D5: Oferta de horarios limitada en horarios de alta demanda.

Al contar solo con cuatro canchas de pádel, es decir 16 personas jugando pádel máximo, los ingresos por hora se ven limitados en horarios de alta demanda.

Oportunidades:**O1: Crecimiento exponencial del pádel en Colombia.**

El Pádel en Colombia ha mostrado un crecimiento exponencial sostenido en los últimos 4 años, y las proyecciones indican que es un deporte que seguirá en crecimiento.

O2: Reservas online.

Las reservas online aseguran que los usuarios no tengan que esperar a confirmar la disponibilidad de espacios por whatsapp, asegurando así una mejor calidad con el servicio prestado.

O3: Crecimiento del turismo deportivo.

Bogotá se está convirtiendo en un centro deportivo en Colombia, es una ciudad en la que se llevan a cabo muchos torneos y se encuentra diversidad de deportes.

O4: Servicios complementarios.

Los usuarios de pádel buscan que el lugar donde juegan pádel les brinde experiencias integrales, así como espacios de networking y lugares para realizar eventos privados.

O5: Tendencia en salud y bienestar.

Las personas interesadas en el pádel tienen tendencias en mejorar su bienestar, salud y estado físico, por lo que Pádel Shot representa una solución a esta demanda incremental.

Fortalezas:**F1: Ubicación estratégica.**

Pádel Shot está ubicado en zonas de alto flujo de potenciales jugadores de pádel, lo que permite atraer un público diverso y en crecimiento.

F2: Instalaciones modernas.

Instalaciones con canchas de alta calidad, iluminación adecuada y espacios confortables que mejoran la experiencia del jugador.

F3: Diversificación de servicios.

Ofrecen clases personalizadas, ventas de artículos deportivos, espacios para eventos sociales y una cafetería, creando una experiencia integral para los usuarios.

F4: Oferta de torneos.

Participación y organización de eventos y torneos que atraen a jugadores de distintos niveles y aumentan la visibilidad.

F5: Comunidad en crecimiento.

Se ha desarrollado un sentimiento de pertenencia en los jugadores habituales, creando una base leal de clientes.

Amenazas:**A1: Creciente competencia.**

La cantidad de nuevos lugares en los que se puede jugar pádel en Bogotá es una

cifra en constante crecimiento, lo que puede hacer que las personas migren a un nuevo

A2: Factores macroeconómicos.

La inflación o la inestabilidad económica pueden afectar el poder adquisitivo de los clientes y su capacidad para gastar en actividades recreativas.

A3: Crecimiento de nuevas tendencias deportivas.

Deportes como el running en tendencia pueden hacer que los usuarios de pádel disminuyan.

A4: Riesgos tecnológicos.

La dependencia de la tecnología para reservas y pagos podría ser una vulnerabilidad en caso de ciberataques o fallos técnicos.

7.1. Estrategias FO (Fortalezas + Oportunidades)

7.1.1. Expansión de servicios complementarios y eventos deportivos:

- Fortalezas (F3, F2): Diversificación de servicios, instalaciones modernas.
- Oportunidades (O3, O4): Servicios complementarios, crecimiento del turismo deportivo.

Pádel Shot puede maximizar su ubicación estratégica y la calidad de sus instalaciones para ofrecer servicios complementarios que mejoren la experiencia del cliente, como espacios para eventos deportivos o privados, networking, y servicios de bienestar. Al organizar más eventos y torneos, se puede aprovechar el crecimiento del turismo deportivo en Bogotá. Además, la oferta de servicios integrales atraerá a jugadores que buscan más que solo una cancha de pádel.

7.1.2. Promoción del bienestar y salud a través de programas especializados:

- Fortalezas (F5, F3): Comunidad en crecimiento, clases personalizadas.
- Oportunidades (O5): Tendencia en salud y bienestar.

Pádel Shot puede capitalizar la creciente tendencia hacia el bienestar al ofrecer programas de fitness relacionados con el pádel. Esto incluye entrenamientos personalizados para mejorar la salud física y mental de los jugadores, creando una propuesta atractiva para quienes buscan mejorar su bienestar a través del deporte impulsando el crecimiento de nuevas audiencias interesadas en este deporte.

7.1.3. Potenciación de reservas online y tecnología para la eficiencia operativa:

- Fortalezas (F2, F5): Instalaciones modernas, comunidad en crecimiento.
- Oportunidades (O2, O1): Reservas online, crecimiento del pádel en Colombia.

La integración completa de sistemas de reservas online asegurará que los clientes disfruten de una experiencia eficiente y sin problemas, lo que atraerá a más jugadores y consolida la comunidad. También podrían utilizar plataformas para análisis de datos que optimicen la ocupación de canchas y mejorar la planificación de eventos.

7.2. Estrategias DO (Debilidades + Oportunidades)

7.2.1. Implementación de programas de fidelización con servicios personalizados:

- Debilidades (D3): Falta de programas de fidelización.
- Oportunidades (O4, O5): Servicios complementarios, tendencia en salud y bienestar.

La falta de programas de fidelización puede abordarse creando membresías que incluyan acceso prioritario a canchas, descuentos en artículos deportivos, clases personalizadas y promociones en eventos. Esto no solo aumentará la lealtad del cliente, sino que incentiva un flujo constante de usuarios interesados en mantenerse activos y en mejorar su bienestar.

7.2.2. Optimización de horarios a través de reservas escalonadas y eventos corporativos:

- Debilidades (D1, D5): Capacidad limitada, oferta limitada en horarios de alta demanda.
- Oportunidades (O2, O4): Reservas online, servicios complementarios.

Pádel Shot puede introducir un sistema de reservas escalonado que incentive a los clientes a reservar en horarios menos populares con descuentos o beneficios adicionales. Además, pueden ofrecer eventos corporativos en horarios de baja demanda, maximizando la utilización de sus instalaciones y generando ingresos adicionales.

7.2.3. Reducción de costos mediante la expansión del turismo deportivo y asociaciones estratégicas:

- Debilidades (D2): Altos costos de mantenimiento.
- Oportunidades (O3): Crecimiento del turismo deportivo.

Para enfrentar los altos costos de mantenimiento, Pádel Shot podría formar alianzas estratégicas con empresas locales para patrocinar eventos deportivos, lo que les permitirá cubrir una parte de los costos. Además, la oferta de paquetes para turistas deportivos podría generar ingresos adicionales que ayuden a sostener el mantenimiento de las instalaciones.

7.3. Estrategias FA (Fortalezas + Amenazas)

7.3.1. Diferenciación del mercado mediante la calidad y experiencia del usuario:

- Fortalezas (F2, F4): Instalaciones modernas, torneos y eventos.
- Amenazas (A1): Creciente competencia.

Para mitigar la creciente competencia, Pádel Shot debe enfocarse en su propuesta de valor diferenciada: instalaciones modernas de alta calidad y la organización de eventos deportivos. Además, la experiencia del cliente puede mejorarse a través de servicios personalizados, como entrenamientos específicos, lo que permitirá que los clientes valoren la

experiencia completa y prefieran este club sobre la competencia.

7.3.2. Flexibilización de precios y servicios ante factores macroeconómicos:

- Fortalezas (F3): Diversificación de servicios.
- Amenazas (A2): Factores macroeconómicos.

Para enfrentar la amenaza de la inflación y otros factores económicos, Pádel Shot podría introducir un esquema de precios dinámicos que se ajusten según la temporada o la demanda. Además, ofrecer paquetes a largo plazo (membresías anuales o semestrales) podría asegurar ingresos estables y atraer a jugadores que busquen una opción más asequible a largo plazo.

7.4. Estrategias DA (Debilidades + Amenazas)

7.4.1. Optimización de recursos y flexibilidad de personal para evitar la rotación:

- Debilidades (D4): Rotación de personal.
- Amenazas (A1): Creciente competencia.

Para reducir la rotación de personal, Pádel Shot puede ofrecer programas de desarrollo profesional o incentivos, como bonos de retención o descuentos en productos y servicios del club. Al mantener un equipo comprometido y capacitado, podrán ofrecer una mejor atención y diferenciación frente a la competencia.

7.4.2. Diversificación de la oferta para mitigar el impacto de nuevas tendencias deportivas:

- Debilidades (D1, D5): Capacidad limitada, oferta limitada en horarios de alta demanda.
- Amenazas (A3): Crecimiento de nuevas tendencias deportivas.

Pádel Shot podría expandir su oferta más allá del pádel, integrando otras actividades

deportivas relacionadas con el bienestar, como yoga o entrenamiento funcional, para mantenerse relevantes frente al crecimiento de nuevas tendencias deportivas. Al ofrecer una experiencia integral de fitness, mantendrán una base de clientes amplia y diversificada.

7. Plan de mejora

En el último año, el mercado del pádel ha mostrado un crecimiento continuo (Gallo Q, 2024) al mismo tiempo que los usuarios buscan una experiencia diferente y divertida para realizar deporte. Teniendo en cuenta esto, surge la idea de una propuesta de mejora para Pádel Shot, centrada en implementar un “Programa Premium” diseñado para ofrecer a los usuarios una serie de beneficios exclusivos a cambio de una suscripción mensual.

El objetivo general es desarrollar e implementar un plan de mejora comercial basado en optimizar los procesos de atracción y fidelización de clientes, con la meta de atraer al menos un 10% de nuevos clientes en los primeros seis meses y lograr un aumento del 15% en los ingresos mensuales mediante un “Programa Premium” enfocado en ofrecer beneficios exclusivos que fomenten la lealtad y la satisfacción del cliente.

La idea del “Programa Premium” es ofrecer a los usuarios una experiencia superior al permitirles acceder a beneficios exclusivos como:

- **Reservas prioritarias:** acceso preferencial a reservas de canchas en horarios de alta demanda.
- Descuentos en alquileres de canchas.
- **Descuentos en clases privadas y grupales:** 10% o 20% de descuento en las clases.

- **Participación en eventos únicos:** participación en torneos premium con premios más atractivos.
- **Descuentos dentro del establecimiento:** rebajas en equipamiento (raquetas, pelotas), en el bar (comidas y bebidas) y en la barbería.
- **Clases incluidas:** acceso a 1 clase grupal y 1 clase individual al mes, sin costo adicional.

8.1 Embudo de ventas

El embudo de ventas se divide en 3 etapas importantes: TOFU (Top of the Funnel), se centra en aumentar visibilidad y atraer nuevos clientes, en esta etapa, se busca captar la atención de personas que aún no están familiarizadas con la marca o el servicio, por lo que el objetivo es establecer una base de clientes atrayendo tráfico, iniciando el proceso de convertir a desconocidos en prospectos interesados. MOFU (Middle of the Funnel), en esta etapa se busca convertir a los clientes en leads, aumentando su interés por nosotros, por lo que la idea es educar a los leads proporcionando contenido más detallado, ayudándoles a comprender cómo el servicio puede abordar sus necesidades y desafíos, y finalmente BOFU (Bottom of the Funnel), en la cual se busca convertir los leads en clientes reales / compradores, en esta etapa, la idea es centrarse en proporcionar información específica sobre precios, características y ventajas competitivas del servicio, además de ofrecer demostraciones, pruebas gratuitas y ofertas para motivar a nuestro cliente a que tome la decisión de compra. (Santos, 2023)

Para la empresa de “Pádel Shot”, el funnel de ventas se compone de la siguiente manera:

Figura 5 TOFU (Top of the funnel)



Fuente: Elaboración Propia

En esta etapa, el propósito es atraer a usuarios principalmente interesados en el deporte pádel y en experiencias exclusivas, por medio de acciones de marketing de contenidos enfocado en contenido atractivo y educativo sobre el pádel (datos curiosos, beneficios del deporte, tips de juego, etc) y campañas publicitarias en Instagram destacando los beneficios del programa premium. Para desarrollar este plan de mejora, específicamente en la etapa TOFU, es esencial el cargo de una persona de marketing, con habilidades y conocimientos en campañas en redes sociales, análisis de métricas y creación de contenido.

Figura 6 MOFU (Middle of the Funnel)

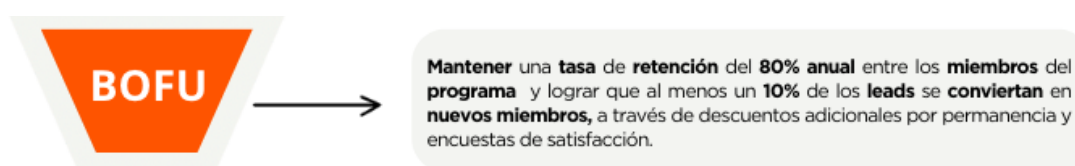


Fuente: Elaboración Propia

En la etapa MOFU, lo que se busca es convertir a los usuarios interesados en clientes potenciales, para esto se planea incentivar a los clientes a registrarse para obtener más información acerca del plan premium y recibir una prueba gratuita del programa por una semana, logrando así una mayor motivación de aquellas personas que mostraron interés en el

deporte y como tal en la empresa. Para llevar a cabo de manera exitosa estas acciones se requiere un cargo de vendedor, el cual cuente con habilidades de comunicación y persuasión para comunicar de manera convincente los beneficios del programa premium y lograr gestionar el proceso de inscripción llevando un seguimiento para convertir el interés del usuario en futuras ventas.

Figura 7 BOFU (Bottom of the Funnel)



Fuente: Elaboración Propia

Para la última etapa se busca convertir los leads en usuarios miembros del programa premium y fidelizarlos, para lograr esto se ofrecerá a los miembros activos del programa premium beneficios adicionales por permanencia en el programa, estos beneficios se darán cada que cumplan 6 meses de membresía o 1 año, adicionalmente, se implementará la realización de encuestas de satisfacción para así tener una percepción por parte de los clientes acerca del programa y de esa forma mejorar continuamente la experiencia premium. Dentro de esta etapa es indispensable una persona encargada de atención al cliente que esté enfocado en mantener la satisfacción de los usuarios, con habilidades en customer experience, solución de problemas, gestión de relaciones y comunicación asertiva y análisis de datos.

La ejecución de este plan de mejora propuesto se llevará a cabo mediante el equipo actual de la compañía, el cual está integrado por el Gerente general, personal de talento humano y personal encargado del marketing digital, lo que significa que no será necesario incorporar

nuevo personal para llevar a cabo dicho plan ya que las personas presentes se encargarán de implementar las estrategias de marketing, ventas y atención al cliente, aprovechando sus conocimientos y habilidades existentes.

8. Estrategias y Tácticas

Alineado con las estrategias propuestas en el DOFA, podemos evidenciar que, de las estrategias propuestas para mejorar la compañía, existe una en la que la relación de la inversión, y la cantidad de recursos permiten que la empresa tenga una mayor rentabilidad como lo puede llegar a ser invertir en desarrollar un programa de membresías, esto apoyado del TOFU, MOFU y BOFU ya explicado anteriormente, estas membresías, permitirán apoyarse de algunas de las oportunidades y debilidades que existen en el negocio, como lo pueden llegar a ser la integración de reservas prioritarias, descuentos al momento de alquilar una cancha, descuentos en clases privadas o grupales (10% o 20%), participación en eventos exclusivos y descuentos dentro del establecimiento.

Estrategia general: Desarrollar e implementar un plan de mejora comercial basado en la optimización de atracción y fidelización de clientes, con la meta de atraer al menos un 10% de nuevos clientes en los primeros seis meses y lograr un aumento del 15% en los ingresos mensuales de Padel Shot.

Etapas del embudo:

TOFU: El TOFU tiene como objetivo aumentar la visibilidad y atraer a nuevos clientes interesados en pádel y experiencias deportivas diversas.

Tácticas:

- Marketing de contenidos: crear contenido atractivo y educativo sobre pádel en redes sociales (para aumentar la visibilidad del deporte y así mismo posicionar a Padel Shot en el top of mind de los consumidores).

- Campañas publicitarias en Instagram (que permitan destacar y dar visibilidad de los beneficios que conlleva contar con la membresía)

- Publicaciones orgánicas en redes sociales que inciten a la interacción de la nueva comunidad que se está construyendo.

MOFU: El MOFU tiene como objetivo convertir a los seguidores del contenido generado en el TOFU en clientes potenciales.

Tácticas:

- Ofrecer prueba gratuita de la membresía por una semana para de esta manera incitar a los posibles clientes en la adquisición de esta membresía.

- Seguimiento personalizado de los clientes que muestran interés en la adquisición de la membresía.

- Formularios de contacto para obtener más información de clientes interesados en la membresía.

BOFU: Convertir clientes potenciales en miembros de la membresía y fidelizarlos.

Tácticas:

- Realizar encuestas de satisfacción para ofrecer una mejor experiencia de usuario con la membresía.

- Brindar atención personalizada al cliente para resolver dudas y problemas.

9. Proyección de ventas

Con el fin de evaluar la viabilidad del plan de mejora propuesto para a empresa “Pádel Shot”, así como el impacto tanto financiero como estratégico de este, se llevó a cabo una

proyección de ventas la cual está establecida para un periodo de 12 meses, correspondiente a la proyección para el año 2025. Como objetivo se fijó aumentar las ventas totales en un 15%, reflejando el potencial de la estrategia de mejora para así lograr aumentar la rentabilidad de la empresa.

Hoy en día "Pádel Shot" ofrece 4 tipos de servicios que incluyen reservas de canchas, clases individuales, clases grupales y por último alquiler de raquetas. Actualmente, la empresa realiza un promedio de 300 reservas a la semana, lo que se traduce en 1200 reservas al mes, en cuanto a las clases individuales ofrece 13 clases a la semana, es decir 50 clases individuales al mes; 5 clases grupales a la semana, lo que equivale a 20 clases grupales al mes y finalmente 113 alquileres de raquetas a la semana, lo que suma 450 alquileres al mes.

Al realizar la proyección de las cifras para el año 2025, considerando un objetivo de crecimiento del 15%, se proyecta que las reservas semanales aumenten a 345, lo que representa 1380 reservas al mes; en cuanto a las clases individuales, se prevé un incremento, pasando de 50 a 58 clases mensuales, las clases grupales también se incrementarán, alcanzando 23 clases mensuales, lo que implica un promedio de 6 clases a la semana y finalmente, el alquiler de raquetas aumentará a 129 unidades a la semana, lo que corresponde a 518 alquileres mensuales. Esto quiere decir, que en el 2025 por mes se espera que se dé un aumento de 180 reservas mensuales, 8 clases individuales, 3 clases grupales y 68 alquileres de raquetas al mes.

Figura 8 Información base

INFORMACIÓN BASE		
Variable	Información base 2024	Información proyección de aumento 15% para 2025
Reservas a la semana	300	345
Reservas al mes	1200	1380
Clases a la semana (Individuales)	13	14
Clases al mes (individuales)	50	58
Clases a la semana (grupales)	5	6
Clases al mes (grupales)	20	23
Alquiler de raquetas a la semana	113	129
Alquiler de raquetas al mes	450	518

Fuente: Elaboración propia.

Los precios que maneja la empresa en el 2024 para cada uno de sus servicios se muestran en la figura 9. Teniendo en cuenta el incremento del IPC para el año 2025, según el Fondo Monetario Internacional (FMI), se prevé que en cuanto a inflación el país cerraría 2024 en 6,7% (Henández M., 2024), por lo que se hace una estimación de precios para 2025 teniendo en cuenta que los precios incrementan este %.

Figura 9 Precios de los servicios 2024 y 2025

INFORMACIÓN BASE		
Variable	Valor servicio 2024	Información proyección de aumento IPC (6,7%) 2025
Reserva 1 hora	\$ 100.000	\$ 106.700
Clase individual	\$ 100.000	\$ 106.700
Clase grupal (4 personas)	\$ 160.000	\$ 170.720
Alquiler raqueta	\$ 10.000	\$ 10.670

Fuente: Elaboración propia

Teniendo en cuenta la información anterior, se realizó el cálculo de las ventas del 2024, tanto a nivel mensual y anual contemplando los 4 servicios (Reservas, Clase individual, Clase grupal, Alquiler raquetas); en cuanto a los resultados obtenidos, el nivel de ventas mensual promedio es de \$132.700.000, lo que equivale a una cifra total anual de \$1.592.400.000.

Figura 10 Nivel de ventas 2024

2024				
NIVEL VENTAS 2024	Valor por servicio 2024	Servicios vendidos por mes	Ventas mensuales 2024	Ventas anuales 2025
Reserva 1 hora	\$ 100.000	1200	\$ 120.000.000	\$ 1.440.000.000
Clase individual	\$ 100.000	50	\$ 5.000.000	\$ 60.000.000
Clase grupal (4 personas)	\$ 160.000	20	\$ 3.200.000	\$ 38.400.000
Alquiler raqueta	\$ 10.000	450	\$ 4.500.000	\$ 54.000.000
Total mensual			\$ 132.700.000	
Total Anual				\$ 1.592.400.000

Fuente: Elaboración propia

Para el 2025, teniendo en cuenta el incremento del IPC y el crecimiento del 15% esperado como objetivo, correspondiente a un incremento por la implementación del plan de mejora, se estima que el nivel de ventas por mes sea en promedio de \$162.829.535, lo que significa un aumento de \$30.129535 en comparación con el 2024; y a nivel de ventas anual se proyecta un incremento de \$361.554.420, alcanzando un total de ventas de \$1.953.954.420 en el 2025.

Figura 11 Proyección nivel de ventas 2025

2025				
NIVEL VENTAS 2025	Valor por servicio 2025	Servicios vendidos por mes	Ventas mensuales 2025	Ventas anuales 2025
Reserva 1 hora	\$ 106.700	1380	\$ 147.246.000	\$ 1.766.952.000
Clase individual	\$ 106.700	58	\$ 6.135.250	\$ 73.623.000
Clase grupal (4 personas)	\$ 170.720	23	\$ 3.926.560	\$ 47.118.720
Alquiler raqueta	\$ 10.670	518	\$ 5.521.725	\$ 66.260.700
Total mensual			\$ 162.829.535	
Total Anual				\$ 1.953.954.420

Fuente: Elaboración propia

La distribución del porcentaje de participación de cada mes para el 2025, se encuentran definidos teniendo en cuenta diferentes factores relacionados con la demanda general del mercado. Como se puede ver en la figura 12, los meses con mayor participación son octubre (0,12%) y mayo (0,10%) ya que en estas épocas es donde más se suelen realizar torneos y actividades promocionales, contando con una participación significativa de personas. Por otro

lado, los meses con menor participación son enero (0,06%), junio (0,06%) y diciembre (0,06%), debido principalmente a que en estos meses son las vacaciones de mitad de año y las festividades de fin de año (Navidad, Año Nuevo, Vacaciones), por lo que la demanda disminuye, ya que las personas viajan o se dedican a otro tipo de actividades más relajadas asociadas con descanso.

Figura 12 Porcentaje de participación mensual

Mes	% Participación mensual
ene-25	0,06
feb-25	0,07
mar-25	0,09
abr-25	0,09
may-25	0,10
jun-25	0,06
jul-25	0,08
ago-25	0,09
sep-25	0,09
oct-25	0,12
nov-25	0,09
dic-25	0,06
	100%

Fuente: Elaboración propia

Para la realización de la proyección mensual y trimestral para el año 2025, se tuvo en cuenta el % de participación de cada mes, para así poder distribuir de manera más precisa las ventas proyectadas, indicando en que meses hay mayor demanda y en cuales hay una menor demanda, estas ventas proyectadas se calcularon en base al valor anual estimado de \$1.953.954.420.

Figura 13 Proyección de ventas 2025

Servicio/Mes	Q1			Q2			Q3			Q4		
	ene-25	feb-25	mar-25	abr-25	may-25	jun-25	jul-25	ago-25	sep-25	oct-25	nov-25	dic-25
Reserva 1 hora	\$ 106.017.120	\$ 123.686.640	\$ 159.025.680	\$ 159.025.680	\$ 176.695.200	\$ 106.017.120	\$ 141.356.160	\$ 159.025.680	\$ 159.025.680	\$ 212.034.240	\$ 159.025.680	\$ 106.017.120
Clase individual	\$ 4.417.380	\$ 5.153.610	\$ 6.626.070	\$ 6.626.070	\$ 7.362.300	\$ 4.417.380	\$ 5.889.840	\$ 6.626.070	\$ 6.626.070	\$ 8.834.760	\$ 6.626.070	\$ 4.417.380
Clase grupal (4 personas)	\$ 2.827.123	\$ 3.298.310	\$ 4.240.685	\$ 4.240.685	\$ 4.711.872	\$ 2.827.123	\$ 3.769.498	\$ 4.240.685	\$ 4.240.685	\$ 5.654.246	\$ 4.240.685	\$ 2.827.123
Alquiler raqueta	\$ 3.975.642	\$ 4.638.249	\$ 5.963.463	\$ 5.963.463	\$ 6.626.070	\$ 3.975.642	\$ 5.300.856	\$ 5.963.463	\$ 5.963.463	\$ 7.951.284	\$ 5.963.463	\$ 3.975.642
PROYECCIÓN DE VENTAS 2025												
Servicio/Mes	Q1	Q2	Q3	Q4	TOTAL							
Reserva 1 hora	\$ 388.729.440	\$ 441.738.000	\$ 459.407.520	\$ 477.077.040	\$ 1.766.952.000							
Clase individual	\$ 16.197.060	\$ 18.405.750	\$ 19.141.980	\$ 19.878.210	\$ 73.623.000							
Clase grupal (4 personas)	\$ 10.366.118	\$ 11.779.680	\$ 12.250.867	\$ 12.722.054	\$ 47.118.720							
Alquiler raqueta	\$ 14.577.354	\$ 16.565.175	\$ 17.227.782	\$ 17.890.389	\$ 66.260.700							
Total	\$ 429.869.972	\$ 488.488.605	\$ 508.028.149	\$ 527.567.693	\$ 1.953.954.420							

Fuente: Elaboración propia

A partir de la información dada anteriormente, se espera que la empresa "Pádel Shot" con la propuesta del plan de mejora, aumente \$361.554.420 sus ventas en el 2025, pasando de \$1.592.400.000 a \$1.953.954.420 en el 2025.

Figura 14 Incremento en ventas

Ventas actuales 2024	\$ 1.592.400.000
Proyección anual 2025	\$ 1.953.954.420
Incremento en ventas	\$ 361.554.420

Fuente: Elaboración propia

10. Presentar un PYG de la empresa con los nuevos servicios incluidos y cargos necesarios a incluir

De acuerdo con el análisis de pérdidas y ganancias, se evidencia un desempeño positivo desde la inauguración del club. Las ventas han experimentado un crecimiento constante y sostenido, alcanzando un incremento significativo de más del 50% entre el primer y el segundo mes de operaciones. Este comportamiento refleja el interés y la aceptación por parte del mercado hacia los servicios que el club ofrece, lo cual sienta una base sólida para el futuro.

En cuanto al análisis de los costos y gastos, incluyendo la nómina y otros costos operativos, se destaca que, actualmente, el club no tiene deudas que impacten su flujo de caja. Esta situación financiera favorable ha permitido que, incluso en las etapas iniciales de funcionamiento, las utilidades sean satisfactorias, superando las expectativas previstas para un

negocio de reciente apertura. Además, la ausencia de compromisos financieros a corto plazo proporciona una mayor flexibilidad para reinvertir en el crecimiento y la mejora continua de los servicios.

Por otro lado, el club tiene un potencial considerable para expandir sus operaciones y consolidarse en el mercado. Con la introducción de nuevos servicios que están siendo implementados, se prevé un incremento adicional en los ingresos. Estos servicios no solo diversificarán la oferta del club, sino que también atraerán a una mayor clientela, impulsando aún más la tendencia positiva en las ganancias. En este contexto, las proyecciones indican que, de mantenerse esta dinámica, el club está bien posicionado para lograr un crecimiento sostenible y alcanzar un desempeño financiero aún más sólido en el mediano y largo plazo.

Figura 15. PYG

Ventas	\$ 682.000.000
Descuentos en ventas y/o devoluciones	0
Ventas netas	\$ 682.000.000
Costo de ventas	-
Utilidad Bruta	682.000.000
Gastos	
Administrativos	
Nomina	\$ 66.000.000
Servicios	\$18.000.000
Marketing	\$ 69.000.000
Gastos en ventas	-
Total gastos	153.000.000
Utilidad Operacional	529.000.000
Gastos Financieros	-
Otros gastos operacionales	0
Otros ingresos operacionales	-
Depreciación	\$ 125.000.000
Amortizaciones	\$ 50.000.000
Total de otros gastos	\$ 175.000.000
Utilidad antes de impuestos	\$ 354.000.000
Impuestos	\$ 123.900.000
Utilidad Neta	\$ 230.100.000

Fuente: Elaboración propia

Figura 16. Gastos

Servicios	Mensual	Total 7 meses
Agua	\$500.00	\$ 3.000.000
Luz	\$ 2.000.000	\$ 12.000.000
Internet	\$500.00	\$ 3.000.000
Nomina	\$ 11.000.000	\$ 66.000.000
Brandeo Canchas	\$ 1.000.000	\$ 6.000.000
Colaboraciones estrategicas	\$ 10.000.000	\$ 60.000.000
Pauta Publicitaria	\$500.00	\$ 3.000.000
Total Admin	\$ 25.500.000	\$ 153.000.000

Fuente: Elaboración propia

Figura 17. Nómina

NOMINA	
PERSONAL DE CAJA	2
PERSONAL DE SERVICIO	1
PERSONAL DE SEGURIDAD	2
ADMINISTRADOR	1

Fuente: Elaboración propia

Figura 18. Crecimiento % mes a mes

MES	VALOR	% CRECIMIENTO
Mayo	\$ 60.000.000	-
jun	\$ 95.000.000	58%
julio	\$ 110.000.000	16%
ago	\$ 130.000.000	18%
sep	\$ 142.000.000	9%
oct	\$ 145.000.000	2%
TOTAL	\$ 682.000.000	

Fuente: Elaboración propia

11. Conclusiones

Este proyecto de mejora para Padel Shot exploró y comprendió las nuevas dinámicas e intereses emergentes del sector deportivo en Colombia, destacando el potencial del pádel como deporte en auge que genera importantes oportunidades para las pequeñas y medianas empresas. El análisis detallado del mercado, los competidores y las características internas del club evidenció tanto fortalezas clave como áreas críticas de intervención e innovación, creando las bases para el desarrollo de estrategias de mejora sostenibles y orientadas al crecimiento.

Una de las conclusiones más relevantes fue la necesidad de diversificar los servicios ofrecidos por Pádel Shot. La implementación de un "Programa Premium" no solo aporta valor adicional a los usuarios actuales, sino que también funciona como un mecanismo eficaz para atraer nuevos clientes. Este enfoque demuestra la importancia de diseñar estrategias centradas en el cliente, donde la experiencia y la personalización sean pilares para fomentar la fidelidad y construir una comunidad sólida.

Desde una perspectiva operativa y financiera, el proyecto demostró que la optimización de los recursos existentes, como las reservas en línea y el uso de plataformas digitales para interacción con clientes, puede mejorar la eficiencia y reducir costos operativos. Las proyecciones financieras resaltan el impacto tangible del plan de mejora, con un aumento esperado del 15% en los ingresos para 2025, alcanzando un total de \$1.953.954.420. Este resultado muestra y subraya la viabilidad económica del proyecto y su capacidad para garantizar la sostenibilidad del negocio a largo plazo.

Además, el análisis financiero confirmó que Pádel Shot cuenta con una estructura sólida y sin deudas significativas, lo que le permite reinvertir en mejoras clave y mantener una posición competitiva en un mercado con alta competencia. Este punto es fundamental para afrontar retos futuros, como la creciente competencia y las nuevas tendencias deportivas que podrían alterar las preferencias del mercado.

Finalmente, este proyecto demuestra que la combinación de un análisis estratégico, una ejecución alineada con las necesidades del mercado y el uso de tecnología son factores clave para transformar una PYME en un actor competitivo. Más allá de los resultados financieros, las estrategias propuestas también buscan posicionar a Pádel Shot como un espacio que fomente el deporte, la inclusión y el bienestar en su comunidad. Esto refuerza el rol social y económico del club, ofreciendo un modelo replicable para otras empresas en el sector deportivo.

12. Referencias

- Catapult. (2024). *Tendencias deportivas para 2025: Redefinición del entrenamiento y la ventaja competitiva*. Catapult. <https://www.catapult.com/es/blog/tendencias-en-el-deporte>
- Chaves, A. (2024). *El pádel, el deporte de moda que ya cuenta con más pistas en el mundo que el tenis*. <https://www.larepublica.co/ocio/el-padel-un-deporte-que-ya-tiene-mas-numero-de-pistas-en-el-mundo-que-el-tenis-3840395>
- Gallo Q, C. (2024). *El pádel, el nuevo deporte de moda en Colombia*. El País. <https://elpais.com/america-colombia/2024-10-08/el-padel-el-nuevo-deporte-de-moda-en-colombia.html>
- Gatorade. (s. f.). *Mantiene libre de lesiones en el pádel*. Colombia. <https://gatorade.lat/co/educacion/mantente-libre-de-lesiones-en-el-padel/>
- Henández M., C. (2024). *PIB, inflación y desempleo: Así le iría a Colombia en 2024 y 2025, según el FMI* | Finanzas | Economía | Portafolio.

<https://www.portafolio.co/economia/finanzas/pib-inflacion-y-desempleo-asi-le-iria-a-colombia-en-2024-y-2025-segun-el-fmi-615918>

International Padel Federation. (2024). History. *Padel FIP*.

<https://www.padelfip.com/history/>

Martin, Raul. D. (2024). *Historia del Padel*. <https://padelstar.es/historia-del-padel/>

MuchoPadelMX. (2023). *La historia del Pádel*. MuchoPadelMX.

<https://www.muchopadel.mx/blogs/noticias/la-historia-del-padel>

Quintero Pedraza, J. F. (2024). *El pádel está de moda: 30.000 deportistas ya lo practican en Colombia*. <https://www.elcolombiano.com/deportes/30-mil-deportistas-practican-padel-en-colombia-BA25250890>

Santos, D. (2023). *TOFU, MOFU y BOFU: qué son, ejemplos e implementación*.

<https://blog.hubspot.es/marketing/que-significan-tofu-mofu-y-bofu#entender>

Tyre, D. (2024). *What is a Sales Funnel? (& What You Should Make Instead)*.

<https://blog.hubspot.com/sales/sales-funnel>