

Padel Lux Boutique

Medicina, Salud y Deportes

**FACULTAD CIENCIAS DE LA ACTIVIDAD FÍSICA
Y EL DEPORTE**



Realizado por: Daniel Moreno Sanz y Juan Tejera Arranz

Año Académico: 2024-2025

Tutor/a: Víctor Jiménez Díaz-Benito.

Área: Plan de empresa.

Resumen

Pádel Lux Boutique es un centro de pádel de lujo pensado para el disfrute de las personas que tengan un alto poder adquisitivo y les guste el deporte y en concreto el pádel. El pádel en España es uno de los deportes más practicados y uno de los que más licencias federativas tiene. España cuenta con algunos de los mejores jugadores del mundo de pádel como es el caso de Arturo Coello (actual número uno) Alejandro Galán o Juan Lebrón y muchas jugadoras situadas en lo más alto del ranking como son Ariana Sánchez y Paula Josemaría. Tenemos la suerte de que en este país contamos con muchísimas pistas de pádel, ya no solo en centro deportivos, sino que también las encontramos en urbanizaciones o viviendas privadas, pero lo que no encontramos es un centro de lujo de este deporte, es decir, una boutique. En países como Francia, Alemania o EE. UU. estos centros de lujo existen y son comunes, por eso, nuestra idea es traer uno aquí a España, donde tenemos la suerte como ya hemos mencionado anteriormente de contar con algunos de los mejores jugadores del mundo de este deporte y además muchos deportistas, cantantes, actores, empresarios, etc., en su tiempo libre el deporte que practican es el pádel.

Nosotros queremos ofrecerles la oportunidad de que vengan a Pádel Lux Boutique para que vengan a despejarse haciendo lo que les gusta, se sientan como en casa, y están rodeados con gente de su mismo estatus, se aíslen de la gente y de los focos de las cámaras, y disfruten de los mejores servicios y productos del mercado.

En Pádel Lux Boutique aceptamos a todo el mundo siempre y cuando esté dispuesto y pueda permitirse nuestros precios.

Palabras clave: pádel, lujo, famosos, deporte, salud, emprendedores, Madrid, España.

Abstract

Padel Lux Boutique is a luxury padel center designed for the enjoyment of individuals with high purchasing power who love sports, particularly padel.

Padel is one of the most played sport in Spain and in terms of federation license is one of the most. Spain boasts some of the world's best padel players, such as Alejandro Galán, Juan Lebrón, and Mapi Sánchez Alayeto.

We are fortunate to have numerous padel courts across the country, not only in sports centers but also in residential complexes and private villas. However, what we lack is a luxury padel center—a boutique. In countries like France, Germany, and the United States, these luxury centers are common. That's why our idea is to bring one to Spain, where, as mentioned before, we have some of the world's best padel players, as well as many athletes, singers, actors, and businesspeople who choose padel as their preferred sport in their free time.

We want to offer them the opportunity to come to Padel Lux Boutique, where they can unwind by playing their favorite sport, feel at home, and be surrounded by like-minded individuals of the same social status. Here, they can escape the public eye and the media while enjoying the finest products and services on the market.

At Padel Lux Boutique, we welcome everyone, as long as they are willing and able to afford our prices.

Keywords: padel, luxury, celebrities, sport, health, entrepreneurs, Madrid, Spain

ÍNDICE DE CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN:	8
2. DEFINICIÓN E IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO:	9
2.1 IDEA DE NEGOCIO:	9
2.2 MODELO CANVAS:	11
2.3 Misión, Visión y Valores:	12
2.4 PERFIL DE LOS EMPRENDEDORES:	13
3. ANÁLISIS ESTRATÉGICO-----	15
3.1 ANÁLISIS INTERNO: (7 s de mckinsey)	15
3.2 ANÁLISIS EXTERNO:	17
3.2.1 TABLA DE BENCHMARKING:	19
3.3 DAFO:	20
3.4 CAME:	22
3.5 ESTABLECIMIENTO DE OBJETIVOS ESTRATÉGICOS:	23
4. PLAN DE MARKETING -----	25
4.1 ACTIVACIÓN DE MARCA:	26
5. PLAN DE OPERACIONES -----	26
5.1 DISTRIBUCIÓN DE ESPACIOS DEPORTIVOS:	27
5.3 PROCESOS:	32
5.4 PROVEEDORES:	32
5.5 COORDINACIÓN:	33
6. PLAN DE RECURSOS HUMANOS -----	34
6.1. SISTEMA RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN DE TRABAJADORES:	36
6.2 ANÁLISIS DESEMPEÑO PUESTOS DE TRABAJO Y FORMACIÓN:	36

6.3 TIPOS DE CONTRATO Y POLÍTICA SALARIAL:	36
7. PLAN JURÍDICO -----	38
7.1 ELECCIÓN DE MODALIDAD JURÍDICA:	38
7.2 REQUISITOS LEGALES: 388. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO-----	41
8.1 INVERSIÓN INICIAL Y FINANCIACIÓN:	41
8.2 BALANCE DE SITUACIÓN:	43
8.3 INGRESOS Y GASTOS DEL AÑO UNO DE FUNCIONAMIENTO	44
8.4 CUENTA DE RESULTADOS A 5 AÑOS:	46
8.5 ESCENARIOS:	47
8.6 RATIOS FINANCIEROS DE INTERÉS Y VALORACIÓN:	48
9. RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA -----	49
10. CRONOGRAMA TO-START -----	50
11. CONCLUSIONES -----	51
11.1 REFLEXIÓN SOBRE EL TRABAJO	51
12. REFERENCIAS-----	54

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Tabla de Benchmarking	20
Tabla 2. Política salarial	38 - 39
Tabla 3. Inversión proyecto	42 - 43
Tabla 4. Financiación	44
Tabla 5. Balance de situación	44 - 45
Tabla 6. Informe de ingresos	45 - 46
Tabla 7. Informe de gastos	46 - 47
Tabla 8. Cuenta de resultados	47 - 48
Tabla 9. Escenarios	48
Tabla 10. Escenarios	49
Tabla 11. Escenarios	49
Tabla 12. Ratios financieros	49

ÍNDICE FIGURAS

Figura 1. Modelo Canvas	13
Figura 2. Análisis PEST	18
Figura 3. Análisis DAFO	21
Figura 4. Análisis CAME	23
Figura 5. Objetivos SMART	25
Figura 6. Plano de Padel Lux Boutique	32
Figura 7. Plano de PAdel Lux Boutique	32
Figura 8. Organigrama	36
Figura 9. Cronograma To - Start	51

1. INTRODUCCIÓN:

El pádel se ha convertido en uno de los deportes de mayor crecimiento en España, con más de 100.000 licencias federativas, según nos indica *CMD Sport*. Su auge ha impulsado la creación de nuevas infraestructuras y centros deportivos, si bien el segmento premium aún no ha sido explotado. Es con este contexto por lo que Padel Lux Boutique surge con el objetivo de cubrir esta necesidad al ofrecer una experiencia deportiva exclusiva, orientada para aquellas personas con un alto poder adquisitivo.

Padel Lux Boutique se inspira en modelos internacionales de éxito, combinando servicios de lujo, privacidad y calidad, además de constar de una ubicación más que destacable al estar localizado en una de las zonas más privilegiadas de la Comunidad de Madrid: La Moraleja, espacio reconocido por su entorno seguro, su clientela selecta y su destacada renta media, la cual alcanza los 109.949 € (Vanitatis; ABC, 2023), lo que la convierte en una de las zonas con mayor renta media de España.

Este ambiente es el sitio ideal para establecer un modelo de negocio que no sólo se base en fomentar el ejercicio físico, sino que también funcione como un lugar de relajación, interacciones sociales y salud emocional. Padel Lux Boutique contesta de una premisa principal, fundamentándose con que los individuos con más recursos financieros no solo aprecian su tiempo libre, sino también la calidad con la que lo utilizan, siendo por ello por lo que el objetivo de Padel Lux Boutique es brindar una vivencia que haga que cada cliente sienta que su tiempo ha sido aprovechado de manera adecuada y disfrutado, en un lugar exento de sesgos, donde se sientan apreciados y respetados.

2. DEFINICIÓN E IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO:

2.1 IDEA DE NEGOCIO: Para explicar nuestro negocio vamos a hacerlo respondiendo a 3 preguntas clave: ¿Por qué surge la idea?, ¿Cómo surge la idea?, y ¿Cuándo surge la idea?

¿Por qué surge la idea? La propuesta de negocio presentada surge por varios motivos que dan respuesta a diversas oportunidades detectadas en el análisis de mercado. El primer motivo del que cabe hablar es el acorde a la expansión del pádel en España, el cual conlleva un crecimiento alcista en el número de participantes, licencias federativas e inversiones, a pesar de que el segmento premium no haya sido desarrollado aún de manera significativa lo cual, al mismo tiempo, representa una oportunidad clara de mercado pues no se observa competencia alguna en este nicho. En segundo, lugar y, en relación con lo ya mencionado, se han analizado diversos estudios y datos del sector que muestran la alta demanda de servicios personalizados en el ámbito deportivo, especialmente por aquellos sujetos con mayores poderes adquisitivos, los cuales buscan instalaciones que integren deporte y un bienestar de calidad, pilares fundamentales en el modelo de negocio que se presenta.

Por otra parte, los promotores del proyecto de negocio Padel Lux Boutique cuentan con formación universitaria en Ciencias de la Actividad Física y del Deporte (CAFYD), les otorga conocimientos técnicos especializados en la promoción de la práctica deportiva, permitiéndoles plasmar una oferta individualizada y orientada a fomentar hábitos saludables, siempre alineada con unos estándares de calidad óptimos y esperados por el público objetivo.

Promover el deporte entre el sector de la población más adinerada, permite presenciar una elevada capacidad dineraria, junto con un elevado consumo, una estabilidad económica y una mayor disposición a la idea de invertir en actividades deportivas diferenciadoras, características propias de la imagen de marca de Padel Lux Boutique.

2.1.2 ¿Cómo surge la idea? El proyecto de negocio se fundamenta a consecuencia del aumento constante de prácticas de pádel en España y en la identificación de ser un nicho aún sin explotar: el mercado premium. El pádel es un deporte de muy fácil acceso, de bajo coste de entrada y con un alto apoyo mediático como así nos lo hace saber la revista *Padel Scientific Journal* la cual nos informa que el periódico *Mundo Deportivo*, en el año 2023, incrementó sus publicaciones a 1603 artículos, lo que representa un 67% de su total anual. Asimismo, la ya mencionada revista también

deja constancia de la cobertura del *World Padel Tour* el cual concentró una elevada atención con un 52% de los artículos deportivos en el diario *Mundo Deportivo* y el 43% en el *Diario AS*, reflejando con ello una presencia creciente en los medios generalistas.

En paralelo con lo mencionado se ha identificado una incipiente relación entre el mundo del pádel y el sector del lujo, siendo la revista *Next Magazine* quien refuerza la idea al señalar que este deporte ha sido “el más reciente en entrar en el radar del lujo”, viéndose adoptado como un estilo de vida por aquellas personas con un alto poder adquisitivo. Es más, marcas como Valentino han transformado instalaciones deportivas como las pistas del Matcha Club en Dubái y, otras firmas como Prada o Versace, aprovecharon el auge lanzando al mercado líneas exclusivas de productos relacionados, empezando con la compra-venta de raquetas, fundas y pelotas.

Se podría decir que es un fenómeno que responde, en cierta manera, a las necesidades específicas de un segmento poblacional al verse involucrado el pádel en el lujo, en la exclusividad y en la calidad. Todos ellos abarcan los pilares fundamentales de Padel Lux Boutique, con los que se tiene en cuenta a las personas con altos recursos y responsabilidades laborales los cuales suelen soportar altos niveles de estrés, pudiendo servirles la práctica deportiva como una vía de canalización efectiva, además de ser un ámbito en el que socializar manteniendo el status. En este contexto podríamos posicionar al pádel no solo como una actividad física más sino, una forma en la que combinar ejercicio, ocio y networking, ahilándolo con los valores: exclusividad, privacidad y calidad que sustentan la propuesta de valor de Padel Lux Boutique.

2.1.3 ¿Cuándo surge la idea?: El propósito de establecer Padel Lux Boutique se plantea en el marco de la elaboración del Trabajo de Fin de Grado del Grado en Ciencias de la Actividad Física y del Deporte (CAFYD). Los dos impulsores del proyecto, Juan y Dani, decidieron especializarse en el campo de la gestión deportiva, lo que les brindó la oportunidad de obtener una visión completa del deporte, no solo como una práctica personal, sino también como un instrumento para fomentar y

promover la actividad física, entre otros aspectos, desde un punto de vista organizativo, estratégico y corporativo.

En este proceso de formación, impulsados por su interés personal en el deporte y el pádel, se propuso la idea de establecer un centro deportivo especializado. La idea surgió de Juan, quien sugirió a su colega la propuesta de establecer un centro de pádel con una perspectiva distinta y, luego, tras un estudio conjunto, ambos determinaron que había una oportunidad evidente en el sector de alto poder adquisitivo, dado que, a diferencia de otras naciones como Alemania, Francia Noruega, Estados Unidos o China, en España no existían centros deportivos de pádel específicamente diseñados para este tipo de usuarios. Fue con el estudio preliminar con el que se permitió identificar un nicho de mercado sin explotar hasta día de hoy: la oferta de servicios deportivos premium o de alta gama, dirigidos a una clientela que requiere exclusividad, calidad, privacidad y una experiencia distintiva. Así, se definió la propuesta de Padel Lux Boutique, un centro diseñado para cumplir con las expectativas de un público selecto en un ambiente competencial y con un diseño de servicios alineados con los estándares internacionales de lujo.

2.2 MODELO CANVAS:

Una vez presentado el proyecto de negocio, resulta fundamental estructurar sus elementos principales con el fin de comprender de forma integral su funcionamiento. Por ello, a continuación, y a través de la utilización del *Modelo Canvas*, se representa clara y visualmente cada uno de los pilares del ya mencionado proyecto de negocio, Padel Lux Boutique, con el que se permite desglosar en diferentes bloques y analizar la forma en cómo se generará valor dentro del mercado objetivo.



Figura 1. Modelo Canvas de Padel Lux Boutique. Elaboración propia.

2.3 MISIÓN, VISIÓN Y VALORES:

El fin del presente proyecto de negocio se basa en:

2.3.1 Misión: Hacer que la gente de alto poder adquisitivo disfrute y se sientan cómodos con la práctica del pádel, proporcionando las herramientas, el acompañamiento y la exclusividad necesaria para que cada usuario disfrute al máximo.

2.3.2 Visión: Aprovechar el auge del pádel y meternos a fondo en el mundo de la gente con mayor poder adquisitivo, siendo reconocidos como el club donde el lujo y el deporte se unen para ofrecer una experiencia deportiva personalizada, exclusiva y moderna. Queremos ser un centro deportivo para promover la salud y el deporte y también un refugio para la gente con mayores recursos donde no solo buscan hacer

deporte de calidad, sino también estar tranquilos sin estar expuestos a críticas y rodeados de gente como ellos.

2.3.3 Valores:

- a. Excelencia en el servicio: Proporcionaremos un servicio excepcional en cada aspecto. Cada detalle importa para que los usuarios estén lo más cómodos posible.
- b. Pasión: Promoveremos un ambiente donde la pasión por el deporte y la vida sana sea el motor que impulse tanto a los jugadores como a nuestro equipo.
- c. Experiencias únicas: Crearemos experiencias exclusivas dentro y fuera de la pista, brindando acceso a eventos especiales que enriquecen la vida de nuestros usuarios y su conexión con el mundo del pádel.
- d. Compromiso: Estaremos totalmente comprometidos con el progreso de nuestros usuarios, poniendo su satisfacción y desarrollo en el centro de nuestro enfoque. Cada usuario es parte de nuestra misión de mejorar constantemente y disfrutar del deporte al máximo.

2.4 PERFIL DE LOS EMPRENDEDORES:

Daniel Moreno Sanz: Dani es una persona que cuenta con los estudios de primaria, ESO, bachillerato, TSEAS (Técnico Superior de Enseñanza Sociodeportiva) y licenciado en CAFYD. La primaria la realizó en el CEIP Ágora, ESO y bachillerato en el Eurocolegio CASVI de Boadilla del Monte, y TSEAS y CAFYD en la Universidad Europea de Madrid en el campus de Villaviciosa de Odón. Dani es un apasionado del deporte desde los 5 años hasta los 18 estuvo jugando al fútbol en el C.D. Nuevo Boadilla, cuando se acabó el tercer año de juvenil dejó de jugar al fútbol para ser árbitro de fútbol por parte de la Real Federación de Fútbol de Madrid (RFFM) y como deporte empezó a jugar al pádel como hobby, actualmente sigue siendo árbitro y practicando pádel. Es una persona tranquila, seria, que mantiene la calma en los momentos de tensión, sabe trabajar de manera individual y en equipo, además de ser un buen gestor de grupo es una persona que sabe escuchar a los demás.

Juan Tejera Arranz: Juan es un profesional con una sólida formación en el ámbito deportivo. Comenzó su trayectoria académica cursando un Grado Medio en Actividades Deportivas en el Medio Natural, lo que le permitió adquirir conocimientos sobre la enseñanza y gestión de actividades físicas. Posteriormente, continuó su especialización con el TSEAS (Técnico Superior en Enseñanza Animación Sociodeportiva), donde desarrolló habilidades en la planificación y dinamización de actividades físicas, consolidando así su capacidad de liderazgo y trabajo en equipo. Actualmente, sigue ampliando su formación con la carrera de CAFYD (Ciencias de la Actividad Física y del Deporte), con el objetivo de profundizar en el entrenamiento y la gestión deportiva. Desde temprana edad, el pádel ha sido su gran pasión. Comenzó a practicar este deporte con sólo 12 años y, desde entonces, su vínculo no ha hecho más que fortalecerse. Con 18 años, obtuvo el título de monitor por la Federación Española de Pádel, lo que le permitió dar el salto al mundo profesional. Durante cinco temporadas trabajó como entrenador en un club de pádel, transmitiendo sus conocimientos y ayudando a sus alumnos en la pista. Actualmente, compagina su formación académica con su labor como monitor en Urbas, donde imparte clases y sigue perfeccionando su metodología de enseñanza. Además de su labor como instructor, compite activamente en la Federación Madrileña de Pádel, lo que le permite mantenerse en un alto nivel de exigencia y seguir evolucionando como jugador. A nivel personal y profesional, se define como una persona disciplinada, comprometida y con una gran capacidad de superación. Su carácter competitivo y su pasión por el pádel le impulsan a enfrentarse a nuevos retos con determinación, buscando siempre mejorar y alcanzar nuevos objetivos. Su experiencia como entrenador y jugador le han dotado de habilidades como la gestión de grupos, la comunicación efectiva y la capacidad de adaptación, cualidades esenciales para el éxito en cualquier ámbito deportivo y empresarial.

3. ANÁLISIS ESTRATÉGICO:

Cabe mencionar la importancia del análisis estratégico en cualquier plan de negocio. Por ello con Padel Lux Boutique se ha realizado un análisis estratégico que permita

comprender tanto el entorno en el que se va a ser implantado como sus capacidades internas; constituyendo de esta manera la base sobre la que se tomarán las decisiones de la empresa. Para ello se presenta tanto un análisis interno donde se valoran los recursos, capacidades y ventajas competitivas del proyecto, como un análisis externo en el que se analizan los factores tanto del entorno general como específico, pues pueden influir en el desarrollo del negocio. De igual manera, se presenta una matriz DAFO como combinación de ambos análisis y, una matriz CAME con la que se presentan las especificidades estratégicas con las que corregir debilidades, afrontar amenazas y, mantener y explotar fortalezas y oportunidades, permitiéndonos con todo ello evaluar la viabilidad del negocio.

3.1 ANÁLISIS INTERNO: (7 s de mckinsey)

1. Estrategia (Strategy): Se ofrece una experiencia deportiva única y exclusiva y de la mejor calidad que exista en el mundo del pádel, enfocada a un público de alto poder adquisitivo, en el que se integran servicios premium, de bienestar y además sostenibles. Para ello tenemos un posicionamiento diferenciado con lujo, privacidad y exclusividad, fidelizamos a los socios con experiencias personalizadas, llevaremos alianzas estratégicas con marcas de lujo, y en el futuro, cuando consigamos ser una marca sólida en el sector buscamos expandirnos a otras zonas de alto nivel económico por el resto de España.
2. Estructura (Structure): Contaremos con una estructura organizativa, funcional y eficiente, la cual, estará enfocada a la excelencia en el servicio y controlando la calidad. Para ello contaremos con una dirección general y departamentos especializados, algunos ejemplos de estos departamentos son de operaciones, de marketing, mantenimiento, atención al cliente, o coaching deportivo, también tendremos empleados encargados de la coordinación de la pista, monitores cualificados, y por supuesto, habrá una jerarquía con canales de comunicación internos definidos.
3. Sistemas (Systems): Sistemas de gestión integrados para garantizar la mejor eficiencia operativa y una experiencia digital del más alto nivel, un software de

gestión de reservas online y una aplicación exclusiva para los socios, para personalizar la atención de los clientes y medir su satisfacción contaremos con un CRM, en este CRM tendrán que rellenar un pequeño cuestionario, hacer una reseña, o clicando en unos emojis, de esta manera conseguiremos obtener información sobre qué les gusta, que les incomoda, que hay que implementar, que hay que mejorar, etc. También un sistema de control de acceso seguro y domótica en las instalaciones, y por último indicadores de rendimiento (KPK) en tiempo real.

4. Valores compartidos (Shared values): Son los valores que definen la identidad de Padel Lux Boutique y gracias a ellos guían las decisiones que se toman, estos valores son la exclusividad y la excelencia en el servicio, la sostenibilidad medioambiental, económica y social, el respeto, la privacidad y el trato personalizado al cliente, y promover el deporte como estilo de vida saludable.
5. Estilo de liderazgo (Style): Nuestro se caracteriza por ser cercanos, pero al mismo tiempo de máxima profesionalidad, basándonos en el liderazgo por ejemplo y atendiendo en todo momento hasta el mínimo detalle, nuestra dirección tomada es comprometida, accesible y nos orientamos a los resultados, nos guía la cultura de mejorar continuamente y estar constantemente innovando, y por último, se motivará al personal gracias a la formación continua y al reconocimiento.
6. Personal (Staff): Nuestro personal está cualificado y alineado con la filosofía de nuestro club, para ello los empleados que estén en nuestro centro estarán formados con sus respectivas titulaciones, para los monitores de pádel se les exigirá mínimo que tengan el TAFAD o TSEAS, para el contable deberá de tener como mínimo algún curso de contabilidad, la gente que trabaja en el restaurante tendrá que tener el grado medio o superior sobre cocina y gastronomía, pastelería y repostería o dirección de cocina, y para los fisioterapeutas deberán ser licenciados en fisioterapia.
7. Habilidades (Skills): Lo que nos diferencia a nosotros de los demás clubes de pádel es la excelencia en la enseñanza del pádel a todos los niveles, la capacidad que tenemos de anticiparnos a las necesidades de los clientes, las

habilidades que tienen los empleados de comunicarse con los clientes, mostrando una gran empatía y discreción, y la gran capacidad de gestionar eventos y experiencias personalizadas.

3.2 ANÁLISIS EXTERNO:

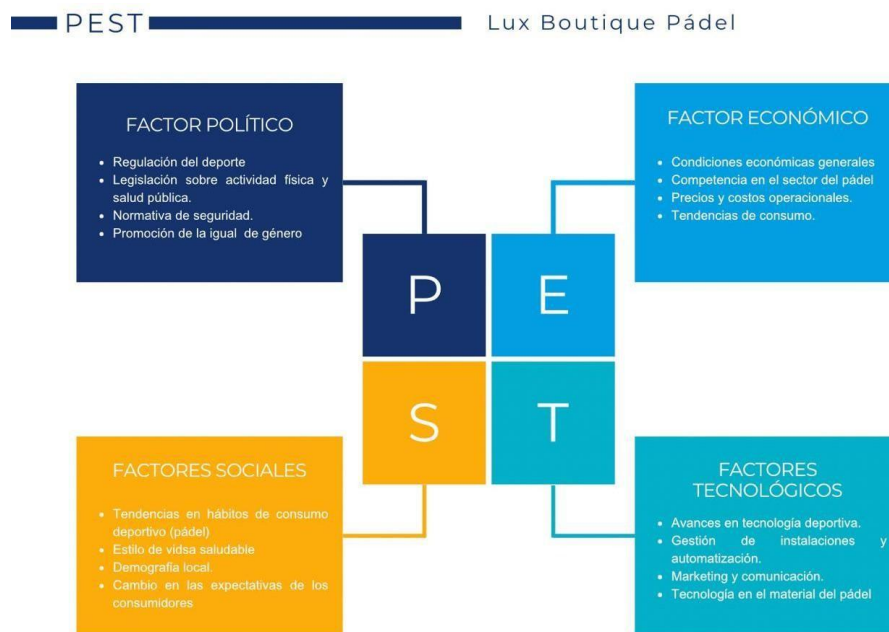


Figura 2. Modelo PEST de Padel Lux Boutique. Elaboración propia realizada con Canva.

- Factor político: Las actividades deportivas en España están reguladas por organismos públicos como el consejo superior de deporte (CSD) y las federaciones deportivas. Para poder llevar a cabo este centro requerimos de licencias municipales, certificados de actividad y en nuestro caso informes medioambientales, ya que La Moraleja es una zona residencial sensible como así nos lo indica el Ayuntamiento de Alcobendas.
- Factor económico: Como hemos mencionado anteriormente en la introducción, La Moraleja es una de las zonas más ricas de Madrid y de España debido a que tiene la mayor renta bruta del país. En esta zona encontramos dos centros

de pádel, uno es La Moraleja Club de Pádel y el otro Riber Pádel Moraleja, ambos clubes tienen instalaciones de buena calidad, pero la diferencia entre ambos clubes con Padel Lux Boutique es que en ambos clubes puede entrar todo el mundo sin respetar la privacidad de los usuarios que hay dentro de las instalaciones. Son clubes más asequibles que el nuestro, nuestros precios son elevados ya que nos hemos basado en la renta de la zona y por lo que nos dice en la revista *Business Insider*, la cual nos dice que los ricos dedican más tiempo a actividades activas como hacer ejercicio.

- c) Factor social: La Moraleja pertenece a Alcobendas, basándonos en las tendencias de consumo deportivo, los dos deportes más practicados son el fútbol y el pádel, en ambos deportes encontramos clubes de buen nivel como por ejemplo el Rayo Ciudad Alcobendas en fútbol o el club de pádel Riber Padel Moraleja. La demografía de la ciudad de Alcobendas es ocupada en mayor parte por el distrito de urbanizaciones con 26,4 km² y un 58,27% de la superficie total según lo que nos dice la página web del Ayuntamiento de Alcobendas.
- d) Factor tecnológico: En Padel Lux Boutique contamos con instalaciones de última tecnología tanto dentro de las pistas, ya sea con iluminación LED, pistas con suelo de última generación, vestuarios modernos, los mejores tratamientos en el servicio de fisioterapia, como en el resto de instalaciones como por ejemplo el restaurante con los mejores alimentos.

3.2.1 TABLA DE BENCHMARKING:

CLUB	Padel Lux Boutique	Club de Pádel La Moraleja	Riber Pádel Moraleja
UBICACIÓN	La Moraleja	La Moraleja	La Moraleja
SEGMENTO OBJETIVO	Alta gama/Exclusivos	Público general	Alta gama/Exclusivos
INSTALACIONES	4 pistas, spa, sauna, cafetería, restaurante	4 pistas, cafetería	5 pistas, cafetería, parking
SERVICIOS EXTRAS	Fisioterapia, restaurante, recuperación, eventos VIP	Cafetería, escuela para niños	Fisioterapia, parking, cafetería
CUOTA	300 €	80 €	150 €
MODELO DE NEGOCIO	Club privado con membresía	Acceso libre	Mixto (cuotas+servicios)
EVENTOS Y TORNEOS	Cerrados y privados	Abiertos	Sociales internos

Tabla 1: Tabla de Benchmarking Padel Lux Boutique. Elaboración propia realizada con programa Word.

En esta tabla de benchmarking vemos las características de nuestros competidores Club de Pádel La Moraleja y Riber Pádel Moraleja con las nuestras propias, donde se comparan la ubicación, el segmento objetivo, las instalaciones, los servicios extras, la cuota, el modelo de negocio, y los eventos y torneos.

3.3 DAFO:

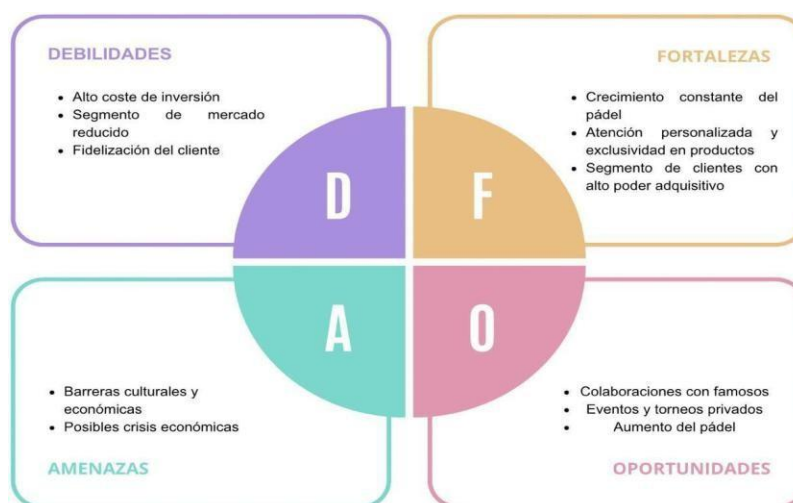
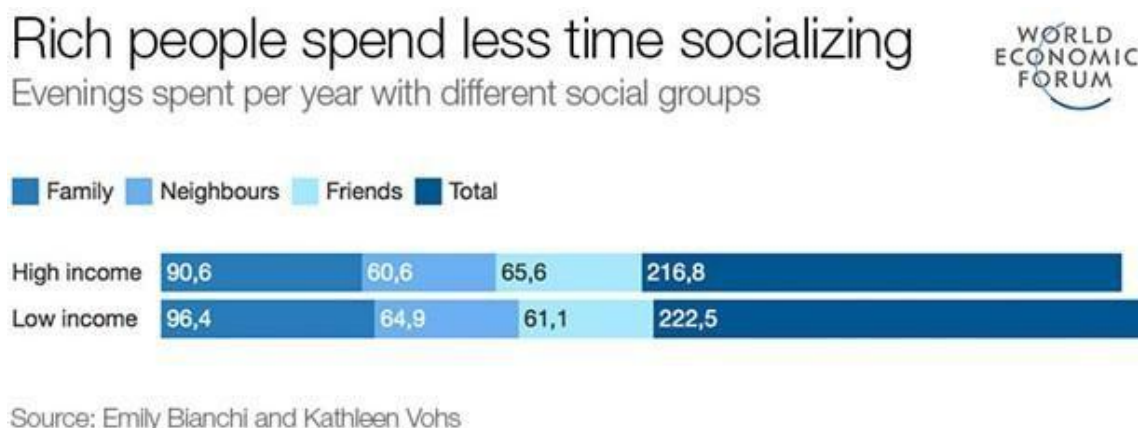


Figura 3. Análisis DAFO Padel Lux Boutique. Elaboración propia realizada con Canva.

- a) Debilidades: El pádel es un deporte que cada año aumenta de manera exponencial el número de licencias por lo que, no tiene momento en el que

vaya a disminuir, aún así, el implementar una instalación como la que nosotros queremos llevar a cabo requiere un alto coste de inversión, el segmento de mercado al que nos dirigimos es muy reducido, ya que en España la gente de alto poder adquisitivo es bastante menor como la que puede haber en otros lugares, aunque sí es cierto que es en Madrid donde más gente rica hay en España, cosa que nos ha impulsado a llevar a cabo el proyecto en la capital española. Y, por último, fidelizar a los clientes, este grupo de clientes es un grupo muy selectivo y esto los hace “egoístas y tacaños” según nos dice el Foro Económico Mundial, los datos que se muestran a continuación, nos permiten visualizar que los individuos de más recursos son los que menos tiempo dedican a socializar con otras personas.



Fuente: World Economic Forum. (s. f.). Rich people spend less time socializing.

En la siguiente figura obtenida *World Economic Forum*, se aprecia cómo la gente de mayor poder adquisitivo socializa menos que aquellos que tienen menor poder adquisitivo.

- b) Amenazas: España es un país en donde el sector de los ricos no es ni respetado ni valorado, por lo que esto puede provocar que la gente de alto poder adquisitivo se sienta cohibida, señalada y juzgada por lo que les puede impedir su práctica deportiva para salir de la rutina y despejarse de su día a

día, por si fuera poco, en un posible futuro, puede darse una crisis debido a un nuevo conflicto bélico, una epidemia... Lo que afecta económicamente a todo el mundo sin importar la condición social.

- c) Fortalezas: Cada año, el pádel crece más que el anterior, teniendo más jugadores que el tenis, así nos lo hace saber el portal de internet *Newtral*, el cual nos informa que “gracias al estudio de *Global Padel Report* España cuenta con más de 3,5 millones de jugadores de pádel, medio millón más que el tenis”. Nosotros nos caracterizamos por ofrecer un servicio personalizado y exclusivo, algo que la gente de alto poder adquisitivo aprecia mucho.
- d) Oportunidades: Llevaremos a cabo colaboraciones con gente de renombre en distintos ámbitos, ya sea con deportistas, influencers, empresarios... El hacer colaboraciones con gente de impacto o de gran poder va a hacer que nuestros clientes estén más a gusto en el centro, ya que como dice el periódico *El Confidencial*, “los ricos son muy selectivos con sus relaciones ya que eso les puede afectar en sus fortunas y su estilo de vida”. Otro punto a tener en cuenta es la privacidad. Y por último, el aumento constante del pádel sigue siendo una oportunidad cada año.

3.4 CAME:



Figura 4. Análisis CAME Padel Lux Boutique. Elaboración propia realizada con Canva.

Corrección: Realizar campañas para fidelizar a los clientes a los que nos dirigimos no es sencillo, como se aprecia en la página web *Luxonomy*, las marcas de lujo y el deporte tienen muchas cosas en común, ya que en ambos ámbitos se busca el rendimiento superior, la dedicación y el buscar la excelencia. Estas campañas que llevaremos a cabo harán que nuestros clientes se sientan identificados.

Adaptación: La salud y el bienestar es algo fundamental para nosotros como empresa que nos dedicamos al deporte, como hemos mencionado en el apartado anterior, este tipo de clientes tiene muchas cosas en común con el deporte, por eso queremos resaltar los valores deportivos, para que ellos se sientan lo más cómodo posible.

Mejora: El llevar a cabo experiencias únicas con marcas ya sea de lujo o marcas relacionadas con el mundo del pádel va a hacer que los clientes se sientan más valorados y respetados.

Explotación: Nuestro objetivo final es llegar a ser una marca consolidada y pionera no solo en el pádel premium en España, sino también como marca en el deporte premium en España, expandiéndose a otras ciudades de España.

Gracias al CAME se ha podido valorar el diagnóstico del entorno, lo cual nos servirá de gran ayuda para poder determinar cuáles serán nuestros objetivos estratégicos.

3.5 ESTABLECIMIENTO DE OBJETIVOS ESTRATÉGICOS:

Los objetivos los vamos a dividir en corto, medio y largo plazo

A corto plazo:

- Diseñar y equipar instalaciones del máximo nivel
- Fidelización de los primeros clientes
- Apertura y funcionamiento del centro

A medio plazo:

- Organizar eventos exclusivos
- Consolidarnos como marca en el mundo del pádel
- Generar alianzas con marcas de alto prestigio

A largo plazo:

- Posicionarnos como referentes de lujo del pádel en España
- Tener clientes VIP
- Abrir otras boutiques por el resto de España

Para el desarrollo de los objetivos desarrollaremos una metodología SMART

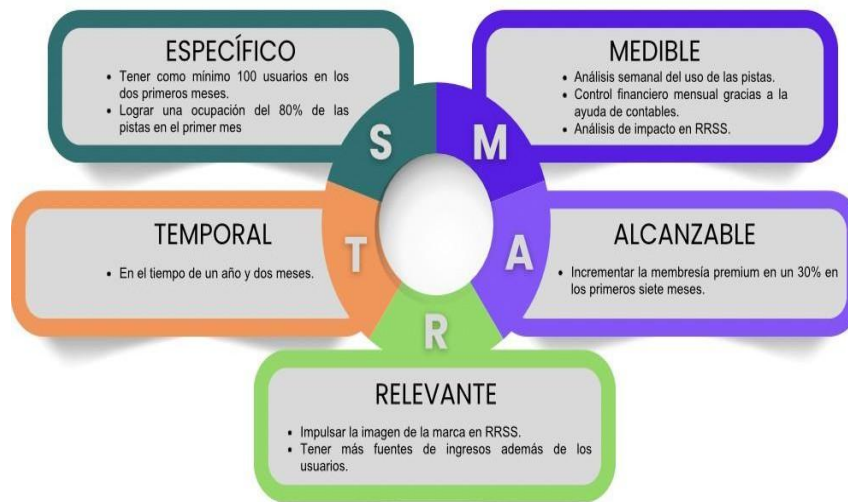


Figura 5. Objetivos SMART Padel Lux Boutique. Elaboración propia realizada con Canva.

En Padel Lux Boutique ofrecemos varios precios en función de si eres socio o no socio; para los socios la cuota trimestral es 4000€ y la anual de 12000€, se incluye 4 horas de alquiler semanales, dos clases de pádel semanales, acceso a las instalaciones premium, toallas en cada visita, bebidas comunes y energéticas y snacks ilimitados, bebidas gratis en la cafetería, sesión de fisioterapia semanal y dos menús degustación en el restaurante semanal ya sea para la comida o cena, también otorga un descuento del 20% en actividades del club, como por ejemplo la reserva de las pistas, clases, restaurante, cafetería... Mientras que para los no socios el alquiler de pista de 1 hora son 80€ y de 90 minutos 120€, las clases por persona al mes durante 1 hora son 400€ por persona, 2 personas 300€ por persona, y 250 € por persona en un grupo de 4 personas, la sesión con el fisioterapeuta son 120€, mientras que un bono son 10000 €. La estimación de las ganancias vendría gracias a las membresías, ya que 50 socios a 12000 € anuales son 600000€ al año solo con los socios

4. PLAN DE MARKETING:

Si se tiene en cuenta el sistema de las 4 p:

- a) **Producto:** Padel Lux Boutique ofrece un servicio exclusivo y premium centrado en la práctica del pádel, dirigido a un público de alto poder adquisitivo. El producto principal es la experiencia deportiva de lujo, que incluye instalaciones de última generación, entrenamientos personalizados y un entorno exclusivo y privado.
- b) **Precio:** La estrategia de precios de Padel Lux Boutique sigue un enfoque premium, orientado a un público de alto poder adquisitivo. El precio se establece en función del valor percibido, la exclusividad del servicio y la calidad de las instalaciones. La estrategia incluye:

Precios elevados que reflejan la exclusividad del servicio, pero que están alineados con el poder adquisitivo de la zona y el segmento de clientes al que se dirige.

Precios personalizados en función de los paquetes de servicios solicitados (por ejemplo, entrenamientos individuales, acceso ilimitado a las instalaciones, uso de otros servicios como el spa...).

Descuentos para membresías anuales o contratos a largo plazo, ofreciendo una tarifa más baja para aquellos que elijan comprometerse con el club durante un período más largo.

c) **Punto de venta:** El club de pádel en sí mismo es el principal punto de venta, donde se ofrecerán todas las experiencias y servicios de lujo. Las instalaciones estarán abiertas únicamente a miembros, asegurando de esta manera la exclusividad. También habrá ventas en línea para reservar entrenamientos, servicios adicionales y paquetes exclusivos, la plataforma digital estará diseñada para facilitar la experiencia al usuario.

d) **Promoción:** La promoción se basa en una estrategia selectiva y elegante, está diseñada con el fin de llegar a personas con un alto poder adquisitivo que buscan privacidad, lujo y bienestar. Para ello se harán eventos privados en el que el acceso sea por ser miembro del club o por invitación exclusiva, se

realizarán alianzas con marcas prestigiosas como por ejemplo Babolat o MYPROTEIN, y como no, con el boca a boca, se incentivará a los miembros a que traigan invitados de su mismo estatus y condición social.

Con nuestro plan de marketing no solo logramos captar clientes, también construimos y posicionamos una marca sólida y diferenciada, por lo que en ese sentido la activación de la marca pasa a ser una fase clave en el marketing de Padel Lux Boutique

4.1. ACTIVACIÓN DE MARCA:

Para celebrar la inauguración y posicionamiento de Pádel Lux Boutique como el referente en el pádel de lujo, organizamos un evento único que reunirá a jugadores profesionales, celebridades, y figuras del deporte apasionados por el pádel. La jornada ofrecerá una experiencia de competencia, lujo y networking, con desafíos de habilidad, un torneo exclusivo y servicios premium para todos los asistentes. Las actividades que se llevarán a cabo serán, en primer lugar, unos retos de habilidad con puntuación (10:00-11:00), en segundo lugar un torneo de pádel mixto (11:00-14:00), a continuación pasaremos a la comida VIP en el restaurante del club (14:30-16:00), y para finalizar pasaremos a la entrega de premios (16:30-17:00)

5. PLAN DE OPERACIONES:

En Padel Lux Boutique los servicios se comercializarán con un modelo de membresía premium, que estará reforzado a su vez por una estrategia de exclusividad, experiencia única y trato personalizado. El centro está ubicado dentro de la urbanización de La Moraleja, en Madrid. Algunos elementos adicionales que son cruciales para el funcionamiento y viabilidad del negocio y que complementan la estructura y fortalecen la ejecución de este proyecto son la posibilidad de contar con un sistema de gestión integral, convenios estratégicos, la sostenibilidad y responsabilidad social de la empresa, una evaluación constante y mejora continua, y en último lugar un plan de escalabilidad.

5.1 DISTRIBUCIÓN DE ESPACIOS DEPORTIVOS:

Padel Lux Boutique se ubicará en el interior de la urbanización de La Moraleja, por lo que el acceso es privado, a la instalación se puede acceder tanto en vehículo como a pie. Una vez dentro de la instalación contamos con 4 pistas de pádel indoor, las cuales se ubicarán a la izquierda para facilitar el acceso desde la entrada y además tendrán acceso directo desde la zona de vestuarios y la recepción, las 4 pistas están construidas con materiales de última tecnología, iluminación con focos LED de última generación, una recepción amplia y moderna ubicada en la entrada la cual permitirá acceder a los espacios complementarios.

5.1.2 Distribución de espacios complementarios:

Frente a la recepción y a las pistas encontramos las siguientes zonas complementarias:

- a) Cafetería: Ubicada en frente de las pistas de pádel, estará conectada con el restaurante, para que los clientes pasen directamente a comer o cenar sin tener que salir del club.
- b) Tienda: Gestionada por personal especializado, ofrece artículos técnicos de pádel, ropa, accesorios y productos premium seleccionados.
- c) Restaurante: Se trata de un espacio amplio y moderno a la par que elegante, diseñado con una propuesta gastronómica acorde al posicionamiento premium del club. Está conectado con la cafetería, permitiendo un flujo interno eficiente entre ambos servicios de hostelería. La ubicación del restaurante se encuentra en la parte opuesta a las pistas de pádel garantizando así un entorno más tranquilo, al encontrarse en el exterior, es visible desde la calle, lo que refuerza su atractivo visual y lo convierte también en un reclamo para nuevos clientes o eventos exclusivos. También tiene entrada y salida independiente a la vía pública y un acceso directo desde el parking subterráneo, favoreciendo la comodidad de los socios y dándole mayor privacidad al acceso.

- d) SPA: Espacio de relajación y bienestar para los socios, donde incluye fuente de hielo, bañera de agua fría, baño de vapor cítrico, sauna de sal del Himalaya, duchas de sensaciones, y bañera de hidromasaje.
- e) Sala de fisioterapia: Estará equipada con tecnología avanzada, ideal tanto para recuperación como para tratamientos preventivos.

Tanto el spa como los vestuarios premium se encuentran situados en el nivel subterráneo del club, conectados directamente mediante escaleras y ascensor desde la planta principal. El motivo por el cual se ha realizado esta gestión de las zonas se debe a dos motivos:

1º Mayor aislamiento acústico: Ofrece un ambiente de tranquilidad y relajación al ubicarse bajo tierra, se reduce la exposición al ruido generado por las instalaciones que se ubican en la primera planta, de este modo se genera un entorno más silencioso y confortable.

2º Mayor privacidad: Esta planta está exclusivamente dedicada al cuidado personal, al ser subterránea le da mayor privacidad.

A su vez, los espacios complementarios tendrán acceso directo con los espacios auxiliares.

5.1.3 Espacios auxiliares:

1. Zona de recepción: Se trata de una zona amplia y moderna ubicada en la entrada del club con doble punto de atención y acceso directo al control de socios y visitantes y a la tienda.
2. Vestuarios premium: Se ubican en frente de las pistas y al lado de la cafetería para un acceso rápido a ambos espacios, los vestuarios están divididos por género, cuentan con duchas privadas, taquillas electrónicas, zona de secado y detalles de confort.

3. Parking subterráneo: Puede albergar 50 vehículos, cuenta con control de acceso desde la calle para mayor seguridad y tiene conexiones directas mediante escaleras y ascensor a recepción y al restaurante.
4. Área de seguridad y control: La instalación cuenta con vigilancia activa desde la apertura hasta el cierre, cuenta con un circuito de cámaras y dos vigilantes en plantilla.

5.1.4 Orientación de los espacios deportivos:

Las pistas estarán orientadas en dirección norte-sur, como así nos indica el CSD (Consejo Superior de Deportes) para minimizar el impacto solar directo. En los espacios exteriores encontramos zonas ajardinadas y espacios con sombra, para la máxima comodidad de los usuarios, como se ha mencionado anteriormente, todos los espacios están conectados entre sí, gracias a la fácil circulación de la instalación deportiva.

5.1.5 Circulaciones:

Debido al buen diseño que posee el club, encontramos circulaciones fluidas y diferenciadas. El acceso principal para socios y visitantes se bifurca hacia la recepción, la tienda y las pistas. Para dirigirse al spa y vestuarios hay una circulación más independiente. Encontramos accesos directos desde el parking a todas las zonas clave mediante ascensor y escaleras. Se aprecia de manera clara una separación de la zona deportiva, la zona de relajación y la zona de hostelería, para mejorar la experiencia del usuario.

5.1.6 Características técnicas:

Padel Lux Boutique ha sido diseñado siguiendo los más altos estándares de calidad, eficiencia energética y confort. Cada detalle ha sido pensado para ofrecer una experiencia deportiva y de bienestar de primer nivel, tanto para socios como para clientes ocasionales. Cuenta con un diseño arquitectónico de alta gama, con una estructura moderna de líneas amplias y materiales de primera calidad, con acabados

interiores con revestimientos de piedra natural, iluminación LED ambiental regulable y suelos antideslizantes de resina epoxi de alta resistencia, el club tiene climatización por aerotermia en todas las zonas, con control individualizado por área. El club es de total accesibilidad para personas con movilidad reducida, contamos con entradas sin barreras arquitectónicas, con rampas y ascensores adaptados y con elementos táctiles y visuales para facilitar la orientación de los usuarios. Los materiales y equipamientos del centro son de la mejor calidad posible, la superficie de juego de las pistas es una superficie premier supercourt X3, la cual es un sistema de césped artificial desarrollado por la empresa MONDO, las ventajas de este tipo de suelos son la acreditación por la World Padel Tour, ofrece un rebote más uniforme y mayor consistencia en el bote de la pelota, mayor seguridad para los jugadores ya que reduce el riesgo de lesiones gracias a su excelente amortiguación lo que provoca que absorbe mejor los impactos en las articulaciones, este tipo de suelo está pensado resistir la intensa fricción provocada por el juego y necesita menos mantenimiento que otras superficies, y por último la estética premium que ofrece, ya que da una imagen moderna y profesional a la instalación. Por su parte, los cristales que rodean la pista serán de vidrio templado de seguridad de 12 mm, ya que resisten altos impactos, en caso de romperse son los más seguros debido a que no generan fragmentos peligrosos, y cuentan con un aislamiento acústico mejorado. La iluminación será LED de alta potencia, será de 200 lux de manera habitual menos los días que se hagan eventos que será de 500 lux, los postes de iluminación serán de 6 metros de alto y contarán con un diseño elegante y estético. La cubierta será de policarbonato translúcido, permitiendo que entre la luz natural. Y, también contamos con cámaras para poder ver luego el partido o las mejores jugadas.

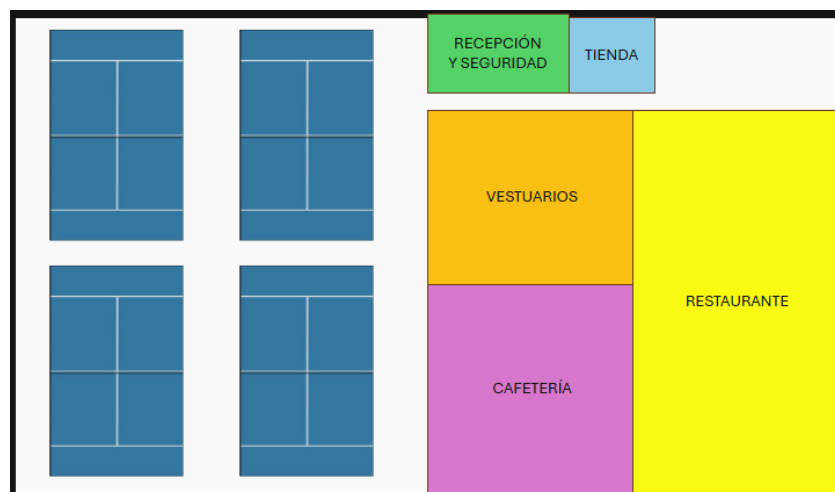


Figura 6. Plano de Padel Lux Boutique. Elaboración propia realizada con PowerPoint.

El plano muestra las pistas y la distribución de los distintos servicios que se ofrecen en Padel Lux Boutique.

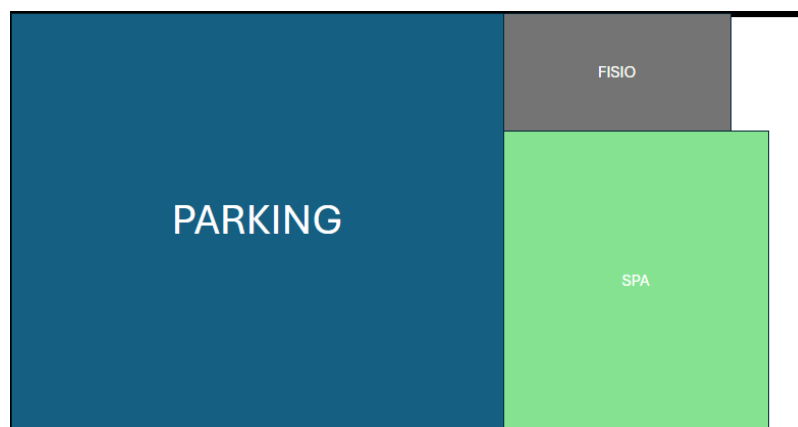


Figura 7. Plano de Padel Lux Boutique. Elaboración propia realizada con PowerPoint.

En este plano se observa la ubicación de la sala de fisioterapia, el spa, y el parking y como están interconectados entre sí.

5.3 PROCESOS:

Encontramos 3 procesos, los estratégicos, operativos y de soporte.

- a. Procesos Estratégicos: Están diseñados para hacer de Padel Lux Boutique una marca sólida y exclusiva que esté conectada con sus clientes, está orientado a ofrecer mucho más que deporte, se quiere ofrecer una experiencia inigualable.
- b. Procesos Operativos: Nos basamos en una suma entre la eficiencia, el detalle y el lujo. Todo está diseñado para que el cliente solo se preocupe de su máximo disfrute, la experiencia que queremos que tengan los clientes es que sea una experiencia fluida, privada y del máximo lujo posible desde que entran hasta que se marchan.
- c. Procesos de Soporte: Son básicos para la boutique, gracias a ellos contamos con la excelencia y la diferenciación, son la clave para garantizar un entorno impecable, seguro, moderno, elegante, y humano.

En Padel Lux Boutique nuestros tipos de clientes más habituales son aquellos los cuales el dinero no es un problema, por lo que varios proveedores quieren colaborar con nosotros para que este tipo de clientes vean sus anuncios y obtengan nuevos clientes.

5.4 PROVEEDORES:

Contamos con la suerte de tener grandes proveedores, tenemos proveedores de infraestructura deportiva, de equipamiento deportivo, de mobiliario, bienestar, alimentación y bebidas, y de seguridad.

Los proveedores de infraestructura deportiva son MONDO Iberica S.A, especialistas en superficie deportivas que proporcionan el suelo premier supercourt X3, en el equipamiento deportivo encontramos Babolat y Adidas Pádel, en cuanto al mobiliario encontramos Dica Cocinas, permitiendo una alta personalización con materiales sostenibles, en el bienestar nos provee Saunas Inbeca, ofrece productos de lujo y exclusivos, en el tema alimenticio estará MYPROTEIN, marca encargada de ofrecer productos proteicos, y en cuanto a la seguridad Prosegur será la encargada de velar por la seguridad del centro ofreciendo personal de seguridad y cámaras de videovigilancia.

5.5 COORDINACIÓN:

El horario de apertura del centro es de 09:00 a 23:00, incluida la cafetería, por otro lado, tenemos el horario del restaurante el cual abre de 13:00 a 17:00 y de 20:00 a 00:00. Todos los servicios abren a la misma hora, lo que varía es su hora de cierre, la tienda tiene un horario de 09:00-20:00, el spa 09:00-21:30, el servicio de fisioterapia de 09:00-20:00.

Los servicios estarán coordinados y organizados en función del tipo y experiencia que desee el usuario, en cuanto a los deportivos hay un alquiler de pistas (individuales o por bonos), clases de pádel (particulares o por grupos), y entrenamientos físicos complementarios, si el usuario necesita recuperación encontramos el servicio de fisioterapia, el spa o la sauna, si está más centrado en el estilo de vida encontramos la tienda de pádel o la cafetería, y en cuanto a los eventos y hacer comunidad se llevan a cabo torneos internos, eventos sociales, etc. En relación a la gestión de turnos, tenemos turnos rotativos para el personal de recepción, de seguridad y de la cafetería y turnos fijos para los monitores de pádel y cocineros, el coordinador general se encargará de supervisar el cumplimiento de los horarios y la calidad del servicio, todo ello basado en el sistema de turnos del Portal de Personal, especialista en la gestión de personal de las empresas. En cuanto a la reserva de pistas online, hemos considerado que la mejor plataforma online para poder realizar dichas reservas es playtonic, de igual forma que se llevarán a cabo protocolos de coordinación interna con reuniones semanales de coordinación entre los responsables de las áreas además de hacer checklist diarias.

6. PLAN DE RECURSOS HUMANOS:

Padel Lux Boutique está formado por un grupo de personas altamente cualificadas para sus labores correspondientes, siendo compuesto por 5 socios fundadores, de los cuales los inversores son únicamente 3 y los otros 2 restantes somos nosotros, Juan y Dani. Juan ocupará el puesto de coordinador deportivo y será el encargado de realizar las tareas relacionadas con la gestión de las postas, Dani, mientras tanto, será

el contable del club. También contamos con 6 empleados en el restaurante, los cuales serán un jefe de cocina encargado de supervisar lo que pasa en la cocina del restaurante, dos cocineros y 3 camareros de los cuales uno será jefe de sala, contamos también con 2 fisioterapeutas, 2 personas en recepción y 2 miembros de seguridad.

- A. Socios fundadores: Responsables de la visión, estrategia y toma de decisiones clave, encargados de definir los valores de la marca, de expandir el negocio, de relaciones clave y de las alianzas palpables, participando asimismo en el diseño de servicios exclusivos para socios.
- B. Gerentes generales: Supervisan diariamente la operación de la boutique, coordinando con todos los departamentos para que la experiencia sea premium.
- C. Contable: Encargado de controlar la contabilidad, fiscalidad y reportes financieros, es el máximo responsable de los presupuestos, pagos y auditorías internas.
- D. Coordinador deportivo: Es el encargado de gestionar a los monitores y las actividades que se realicen en la pista, planifica las clases, los torneos y los entrenamientos personalizados.
- E. Jefe de cocina: Diseña la oferta gastronómica y supervisa al equipo de cocina.
- F. Jefe de sala: Encargado de supervisar que los platos lleguen a los comensales y de dirigir a los camareros.
- G. Equipo de cocina: Formado por 5 miembros, de los cuales 2 son cocineros y 3 son camareros, los cocineros son responsables de preparar el servicio culinario, mientras que los camareros son los encargados de atender a los clientes y estar a su servicio en todo momento que ellos necesiten.
- H. Monitores de pádel: Encargados de impartir las clases de pádel, capacitados para dar clases en todos los niveles, también acompañan y asesoran en la mejora del rendimiento.
- I. Fisioterapeuta: Ofrece tratamientos, rehabilitación y prevención de lesiones

- J. Seguridad: Máximos responsables de quien accede a las instalaciones y encargados de la privacidad de los clientes.
- K. Recepcionista: Encargado de proporcionar información a los clientes y de causar una primera impresión del club.

A continuación, se podrá ver la jerarquización de la empresa gracias a este organigrama:

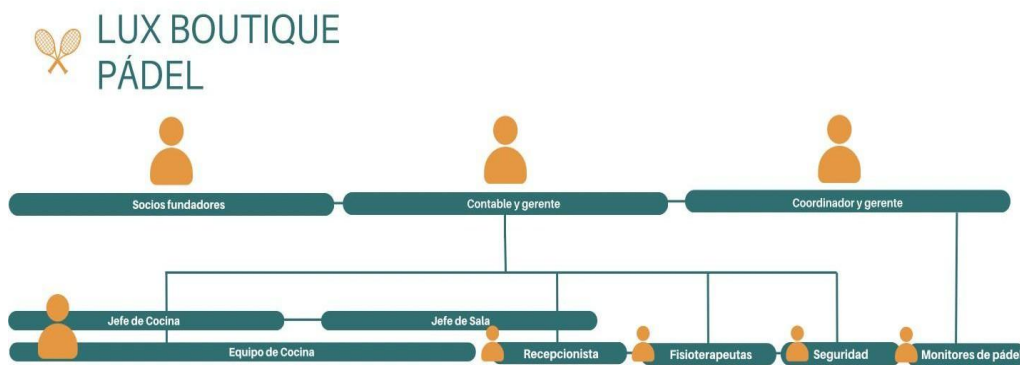


Figura 8. Organigrama Padel Lux Boutique. Elaboración propia realizada con Canva.

Con ello se posibilita observar detalladamente cómo está distribuida la empresa, siendo los socios fundadores los que más importancia tienen en la empresa. En Padel Lux Boutique no aceptamos a cualquiera para que trabaje con nosotros, para poder ser empleado de este centro de lujo se seleccionará detenidamente a aquellos que quieran trabajar con nosotros.

6.1. SISTEMA DE RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN DE LOS TRABAJADORES:

En Padel Lux Boutique se exige cualificación y actitud positiva, buen trato personal y que comparta los valores del lujo, discreción y excelencia. A su vez, para los monitores de pádel se requerirá titulación y que tengan experiencia en otros clubes de alto nivel. Asimismo se exige experiencia en gastronomía gourmet para el personal de cocina, titulaciones y experiencia deportiva en los fisioterapeutas, buena comunicación en atención al cliente para el personal de recepción, buena presencia física y discreción

para el personal de seguridad y, conocimientos en cálculo financiero para el contable del centro.

6.2 ANÁLISIS DEL DESEMPEÑO DE LOS PUESTOS DE TRABAJO Y FORMACIÓN:

El objetivo es garantizar que cada profesional cumpla con los estándares de excelencia, atención personalizada y compromiso con la experiencia premium del cliente. Para ello usaremos distintas metodologías, evaluaciones trimestrales con feedback directo, indicadores cuantitativos como pueden ser la puntualidad, la eficacia o el rendimiento, indicadores cualitativos como el trato al cliente, la actitud, o la colaboración, y una autoevaluación y revisión con el responsable del área. La evaluación se desarrollará cada 2 meses. En cuanto a la formación, se pretende actualizar los conocimientos para mejorar la experiencia del cliente y mantener al equipo motivado y alineado con los valores de la empresa, dicha formación se les realizará a todos los empleados 2 veces al año, cada área tendrá su respectiva formación.

6.3 TIPOS DE CONTRATO Y POLÍTICA SALARIAL:

Los monitores de pádel tendrán un contrato indefinido parcial o a jornada completa, ya que son el núcleo del servicio, se requiere continuidad, confianza del cliente, seguimiento y mejora a largo plazo. Los cocineros tendrán un contrato indefinido debido a que la cocina de autor es algo estable y tenemos nuestra propia identidad, se necesita personal formado y constante para mantener la calidad y el servicio prestado. Para el contable y la persona de recepción se le hará un contrato indefinido completo, es clave para la gestión financiera y por parte del personal de recepción es fundamental para dar una buena primera imagen del club. El fisioterapeuta tendrá un contrato indefinido parcial, servicio regular y de confianza, teniendo horarios más flexibles según la demanda. Y por último, los miembros de seguridad tendrán un contrato indefinido con turnos, es un centro de lujo que requiere una vigilancia constante.

En relación a la política salarial, en Padel Lux Boutique consideramos que lo mejor es tener una política retributiva competitiva, equitativa y motivadora para garantizar atracción y retención del talento. A continuación, podemos apreciar los sueldos de cada empleado y su justificación.

PUESTO	SALARIO MENSUAL (€)	JUSTIFICACIÓN
Fundadores	3.500-5.000	Líderes que toman las decisiones y han creado el negocio.
Monitores de pádel	1.800-2.200	Son la cara visible del club y con ellos se fidelizan los clientes, recibirán bonos por rendimiento.
Fisioterapeuta	1.400-1.800 (media jornada)	Profesionales sanitarios clave, recibirán comisiones por los servicios prestados.
Cocineros	1.600-2.000	Cocina de alto nivel, se premia la creatividad y la regularidad. Los jefes de cocina y de sala tendrán sueldos más altos debido al grado de responsabilidad.
Contable	2.000-2.500	Controla la gestión financiera del club.
Seguridad	1.500-1.700	Trabajo constante que implica buena imagen, confianza y discreción.

Recepcionista	1.200-1.400	También una de las caras más visibles del club que debe de causar buena impresión.
----------------------	--------------------	--

Tabla 2. Política salarial de Padel Lux Boutique. Elaboración propia realizada con formato Word.

7. PLAN JURÍDICO:

7.1 ELECCIÓN DE MODALIDAD JURÍDICA:

Padel Lux Boutique es una Sociedad Limitada (S.L), consideramos que es lo que más se ajusta a nuestro modelo negocio según la cámara de comercio de Madrid, los motivos que nos ha impulsado a ser una Sociedad Limitada son:

Responsabilidad limitada: Nosotros como socios respondemos con el capital aportado, no con nuestro patrimonio personal.

Flexibilidad de gestión: Se adapta bien a un servicio que combina deporte, lujo y servicios exclusivos.

Imagen profesional: Aporta confianza a socios, clientes VIP y proveedores de alto nivel.

Facilidad para incluir inversores: En el futuro, cuando ya estemos consolidados queremos expandirnos, por lo que es más fácil dar entrada a nuevos inversores.

En conclusión, nos ajustamos perfectamente al modelo de Sociedad Limitada ya que combinamos inversión privada, servicios exclusivos y tenemos mucho potencial de crecimiento

5.2 REQUISITOS LEGALES:

Para poder abrir nuestro negocio tenemos que cumplir unos requisitos básicos, los cuales son:

7.2.1 Constitución legal de la empresa: Aquí se elige la forma jurídica adecuada, en nuestro caso una S.L. (sociedad limitada), los motivos por los que hemos decidido ser una S.L. ya se han explicado en el apartado anterior, también deberemos redactar los estatutos y serán firmados ante notario, nos deberemos registrar en el registro mercantil, nos deberemos de dar de alta en hacienda y tendremos que obtener el CIF (Código de Identificación Fiscal), y por último, daremos de alta en la seguridad social a nuestros empleados.

7.2.2 Licencias municipales: Deberemos de obtener la licencia de actividad y apertura, por el ayuntamiento de Alcobendas, esto acredita que el local cumple con la normativa urbanística, medioambiental y de accesibilidad, deberemos de obtener también la licencia de obras ya que se realizarán construcciones, y por último un certificado técnico de instalaciones y seguridad.

7.2.3 Normativas específicas del sector deportivo: Se deberá de cumplir el Reglamento Técnico de Instalaciones Deportivas, nosotros como empresa contaremos con un plan de prevención de riesgos laborales, tendremos que registrarnos como instalación deportiva autorizada en la ciudad de Alcobendas y en la Comunidad de Madrid, gracias al ayuntamiento de Alcobendas y a la web oficial de la Comunidad de Madrid podemos saber dicha información, además deberemos tener contratado un seguro de responsabilidad civil, y contar con personal cualificado.

En cuanto a las ayudas fiscales y financieras encontramos tres apartados a tratar:

7.2.4 Bonificaciones fiscales: Habrá deducciones por inversión en innovación tecnológica y digitalización, se llevará a cabo una reducción de tipos impositivos para las nuevas empresas, la cual será de un 15% durante los dos primeros años, además, es altamente posible que haya posibles bonificaciones en el IAE (Impuesto de Actividades Económicas)

7.2.5 Ayudas y subvenciones públicas: Tanto a nivel nacional como autonómico. A nivel nacional está ENISA Jóvenes Emprendedores o Crecimiento, que otorgan créditos sin aval desde hasta 300.000€, también está el ICEX y el CDTI en el caso de

que se incluyan desarrollos tecnológicos o de internacionalización, lo cual en sería muy beneficioso. En cuanto a nivel autonómico, la Comunidad de Madrid ofrece ayudas para la creación de empresas y autoempleo y también ofrece subvenciones para fomentar el empleo y contratar personal cualificado y subvenciones para eficiencia energética en instalaciones deportivas

7.2.6 Financiación alternativa: En este último apartado encontramos líneas ICO para emprendedores o turismo deportivo, crowdfunding privado de lujo o inversiones de business angels, y acuerdos de patrocinio con marcas premium del deporte o wellness.

8. PLAN ECONÓMICO-FINANCIERO Y VIABILIDAD:

A continuación se muestra el plan económico financiero, el cual tiene como objetivo evaluar la viabilidad y sostenibilidad del proyecto a través de una perspectiva cuantitativa

8.1 INVERSIÓN INICIAL Y FINANCIACIÓN:

Inversión	Nºunid	Precio unitario (€)	Precio total (€)	Vida útil (años)	Amort. anual (€)
Construcción/ adecuación del local (pistas, spa, restaurante, parking, vestuarios)	1	750.000	750.000	20	37.500
Pistas de pádel indoor (vidrio+césped)	4	50.000	200.000	10	20.000

Equipamiento spa completo	1	150.000	150.000	10	15.000
Equipamiento cocina restaurante	1	100.000	100.000	10	10.000
Equipamiento cafetería	1	30.000	30.000	10	3.000
Sala de fisioterapia (camillas+tecnología avanzada)	1	40.000	40.000	8	5.000
Mobiliario (vestuarios, recepción, restaurante, oficina)	-	-	60.000	10	6.000
Sistemas informáticos	1	15.000	15.000	5	3.000
Habilitación tienda de material	1	20.000	20.000	8	2.500
Stock inicial tienda	-	-	30.000	1 (no amortiza)	-
Marketing inicial de lanzamiento	-	-	25.000	1 (gasto inicial)	-

Fondo de maniobra inicial (liquidez)	-	-	80.000	-	-
Total Inversión Inicial	-	-	1.500.000	-	102.000 €/año

Tabla 3. Inversión proyecto Padel Lux Boutique. Elaboración propia realizada con formato Word.

En esta tabla se observa en que se invierte el dinero, el número de unidades de los que disponemos, el precio por unidad y total, el tiempo (en años) que va a ser factible su uso, y la amortización por años.

Fuente de financiación	Importe (€)	Tipo de financiación	Intereses (%)
Aportación fundadores (Juan y Dani)	500.000	Recursos propios	-
Aportación de los 3 socios inversores	1.000.000	Recursos propios	-
Total financiación	1.500.000	-	-

Tabla 4. Financiación proyecto Padel Lux Boutique. Elaboración propia realizada con formato Word.

En esta tabla vemos cuáles son las fuentes de financiación, el importe, el tipo de financiación y los intereses.

8.2 BALANCE DE SITUACIÓN:

ACTIVO	PATRIMONIO NETO Y PASIVO		
ACTIVO		PATRIMONIO NETO Y PASIVO	
ACTIVO NO CORRIENTE		PATRIMONIO NETO	
Construcción y adecuación del club	750.000 € 200.000 €	Capital social (aportaciones fundadores + inversores)	1.500.000 €
Pistas de pádel			
Equipamiento spa	150.000 €	PASIVO NO CORRIENTE	
Equipamiento restaurante	100.000 €	Préstamos a largo plazo	0 €
Equipamiento cafetería	30.000 €	ACTIVO CORRIENTE	
Sala fisioterapia	40.000 €	Tesorería / caja	80.000 €
Mobiliario general	60.000 €	Stock inicial tienda	30.000 €
Sistemas informáticos	15.000 €	PASIVO CORRIENTE	
Habilitación tienda de material	20.000 €	Deudas a corto plazo	0 €
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	1.365.000 €	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO NETO	1.500.000 €
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	110.000 €		
TOTAL ACTIVO	1.475.000 €	TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO	1.475.000 €

Tabla 5. Balance de situación proyecto Padel Lux Boutique. Elaboración propia realizada con formato Word.

En la tabla anterior se observa cuales son los activos y el patrimonio neto y pasivo

8.3 INGRESOS Y GASTOS DEL AÑO UNO DE FUNCIONAMIENTO

INGRESOS (€)	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Membresías (50 socios)	50.0 00	50.0 00	50.0 00	50.0 00	50.0 00	50.0 00	50.0 00	50.0 00	50.0 00	50.0 00	50.0 00	50.0 00
Cientes ocasionales pádel	10.0 00	10.0 00	10.0 00	10.0 00	10.0 00	10.0 00	10.0 00	10.0 00	10.0 00	10.0 00	10.0 00	10.0 00
Fisioterapia	2.00 0	2.00 0	2.00 0	2.00 0	2.00 0	2.00 0	2.00 0	2.00 0	2.00 0	2.00 0	2.00 0	2.00 0
Restaurante	30.0 00	30.0 00	30.0 00	30.0 00	30.0 00	30.0 00	30.0 00	30.0 00	30.0 00	30.0 00	30.0 00	30.0 00
Cafetería	3.00 0	3.00 0	3.00 0	3.00 0	3.00 0	3.00 0	3.00 0	3.00 0	3.00 0	3.00 0	3.00 0	3.00 0
Tienda de material	6.00 0	6.00 0	6.00 0	6.00 0	6.00 0	6.00 0	6.00 0	6.00 0	6.00 0	6.00 0	6.00 0	6.00 0
TOTAL INGRESOS:1. 212.000€	101. 000	101. 000	101. 000	101. 000	101. 000	101. 000	101. 000	101. 000	101. 000	101. 000	101. 000	101. 000

Tabla 6. Informe ingresos de Padel Lux Boutique. Elaboración propia realizada con formato Word.

En la tabla anterior aparecen los ingresos que obtenemos cada mes gracias a los distintos servicios que ofrecemos.

GASTOS (€)	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Sueldos (restaurante, 6 personas)	10.00 0	10.00 0	10.00 0	10.00 0	10.00 0	10.00 0	10.00 0	10.00 0	10.00 0	10.00 0	10.00 0	10.00 0

Sueldos cafetería (2 personas)	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000
Monitores de pádel (6)	12.000	12.000	12.000	12.000	12.000	12.000	12.000	12.000	12.000	12.000	12.000	12.000
Fisioterapeut as (2)	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000
Recepcionist as (2)	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000
Seguridad (2)	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000
Empleado tienda	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500
Suministros (agua, luz, etc.)	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000
Materia prima (restaurante/c afé)	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000
Publicidad y marketing	2.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Mantenimient o (mensual)	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000
Otros gastos	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
TOTAL GASTOS: 977.200€	55.500	54.500	54.500	54.500	54.500	54.500	54.500	54.500	54.500	54.500	54.500	54.500

Tabla 7. Informe gastos proyecto Padel Lux Boutique. Elaboración propia realizada con formato Word.

En la tabla anterior se observan los gastos que tenemos cada mes y en donde se producen dichos gastos.

8.4 CUENTA DE RESULTADOS A 5 AÑOS:

Concepto (€)	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos						
Membresías socios	0	600.000	624.000	648.960	674.918	701.91
Cientes ocasionales	0	120.000	124.800	129.792	134.984	140.384
Fisioterapia	0	24.000	25.200	26.460	27.783	29.172
Restaurante	0	360.000	374.400	389.376	404.951	421.149
Cafetería	0	36.000	37.440	38.938	40.495	42.114
Tienda de material	0	72.000	75.600	79.380	83.349	87.517
Total Ingresos	0	1.212.000	1.261.440	1.312.906	1.366.481	1.422.251
Gastos						
Sueldos y Seguridad Social	0	444.000	457.320	471.040	485.171	499.726
Suministros	0	72.000	74.160	76.385	78.676	81.036
Materia prima (rest./cafetería)	0	96.000	98.880	101.846	104.902	108.049
Publicidad y marketing	0	14.000	12.000	12.360	12.731	13.113
Mantenimiento	0	24.000	24.720	25.462	26.225	27.011
Otros gastos	0	12.000	12.360	12.731	13.113	13.506
Amortización (10 años media)	1.475.000	147.500	147.500	147.500	147.500	147.500
Total Gastos	1.475.000	809.500	826.940	846.324	867.317	889.941

Beneficio antes de impuestos	-1.475.000	402.500	434.500	466.582	499.164	532.310
-------------------------------------	------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------

Tabla 8. Cuenta de resultados a cinco años de Padel Lux Boutique. Elaboración propia realizada con formato Word.

Con esta tabla vemos los ingresos y gastos que se obtienen a 5 años.

8.5 ESCENARIOS:

Escenario	Crecimiento ingresos anual	Crecimiento gastos anual
Optimista	6%	2%
Realista	4%	3%
Pesimista	2%	4%

Tabla 9. Escenarios Padel Lux Boutique. Elaboración propia realizada con formato Word.

Año	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Ingresos					
Optimista	1.212.000 €	1.284.720 €	1.361.803 €	1.443.511 €	1.530.121 €
Realista	1.212.000 €	1.260.480 €	1.310.899 €	1.363.335 €	1.417.868 €
Pesimista	1.212.000 €	1.236.240 €	1.260.965 €	1.286.184 €	1.311.907 €

Tabla 10. Escenarios Padel Lux Boutique. Elaboración propia realizada con formato Word.

Año / Gastos	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Optimista	809.500 €	825.690 €	842.204 €	859.048 €	876.229 €
Realista	809.500 €	833.785 €	858.799 €	884.563 €	911.100 €
Pesimista	809.500 €	841.880 €	875.555 €	910.577 €	946.999 €

Tabla 11. Escenarios Padel Lux Boutique. Elaboración propia realizada con formato Word.

8.6 RATIOS FINANCIEROS DE INTERÉS Y VALORACIÓN DEL PROYECTO:

Indicador	Valor	Interpretación	Resultado
VAN	+581.000 €	El proyecto genera valor neto positivo, superando la inversión inicial y cubriendo el coste de oportunidad del capital (6%).	Efectuable
TIR	19,8%	Rentabilidad interna muy superior al coste del capital (6%), lo que indica un retorno atractivo para los inversores.	Efectuable

Tabla 12. Ratios financieros de interés. Elaboración propia realizada con formato Word.

Conclusión: La conclusión que sacamos con todos los datos obtenidos es que Padel Lux Boutique es económicamente viable, la inversión inicial es bastante arriesgada, pero muy sostenible. Gracias al posicionamiento de lujo y al modelo de membresía premium obtenemos márgenes elevados y un rápido retorno de la inversión, siempre y cuando se mantenga la fidelización de los clientes y un control de gastos exhaustivo.

9. RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

En Padel Lux Boutique no solo buscamos ser un club de referencia en cuanto exclusividad y calidad, también buscamos impactar de manera positiva en la sociedad, en la economía y el medioambiente, para ello nos basamos en tres pilares fundamentales, que son el compromiso medioambiental, el compromiso social, y el compromiso económico. Padel Lux Boutique se alinea 3 objetivos de desarrollo sostenibles, el ODS 3 salud y bienestar, ya que promovemos el deporte y la actividad física, el ODS 8 crecimiento económico y trabajo decente, generamos empleo de calidad a nuestros trabajadores e impulsamos la economía local, y por último el ODS 17 alianzas para lograr objetivos, ya que colaboramos con marcas y ONGs para fomentar valores deportivos.

-Compromiso medioambiental: En cuanto a la sostenibilidad económica nuestro objetivo es minimizar el impacto ambiental del centro y fomentar la conciencia

ecológica entre los socios del club, ¿Cómo haremos esto?, sencillo, usando instalaciones eficientes que tengan materiales sostenibles en la construcción (vidrio reciclado, iluminación LED...), gestión de residuos para que los usuarios y empleados hagan reciclaje, reducción de plásticos de un solo uso en cafetería vestuarios y tienda.

-Compromiso social: Se creará un entorno participativo que promueva la igualdad y el trabajo en equipo y mixto. Para ello, el programa pádel será generalizado, contará con unas clases en las que participan gente de distintas edades sin importar género, unas instalaciones de fácil acceso para que las personas de movilidad reducida no tengan ningún tipo de problema, se realizarán eventos solidarios donde los premios serán recaudados a ONGs, el personal será formado en igualdad, diversidad y trato no discriminatorio, y por último se llevarán a cabo charlas y talleres donde se hablará de los valores deportivos.

-Compromiso económico: Se mantendrá una economía sólida y equilibrada garantizando el crecimiento sostenible del proyecto y su impacto local. Para ello, las medidas que se llevarán a cabo serán la contratación nacional, a poder ser local para fomentar el desarrollo económico de la zona y también a nivel nacional, tener una reinversión responsable en donde parte de los beneficios anuales se destinen a mejorar las instalaciones o a implementar equipos que los usuarios deseen, y una transparencia financiera, donde se dé una comunicación clara de los resultados obtenidos.

Estos compromisos no son un complemento, sino que es parte de la identidad del proyecto, se pretende que cada uno de los socios hagan pádel en un entorno lujoso y privado, pero con valores sociales y deportivos, valores que se puedan sentir en la pista y fuera de ella, con el trato humano y comprometiéndonos en hacer una mejor sociedad.

10. CRONOGRAMA TO-START:

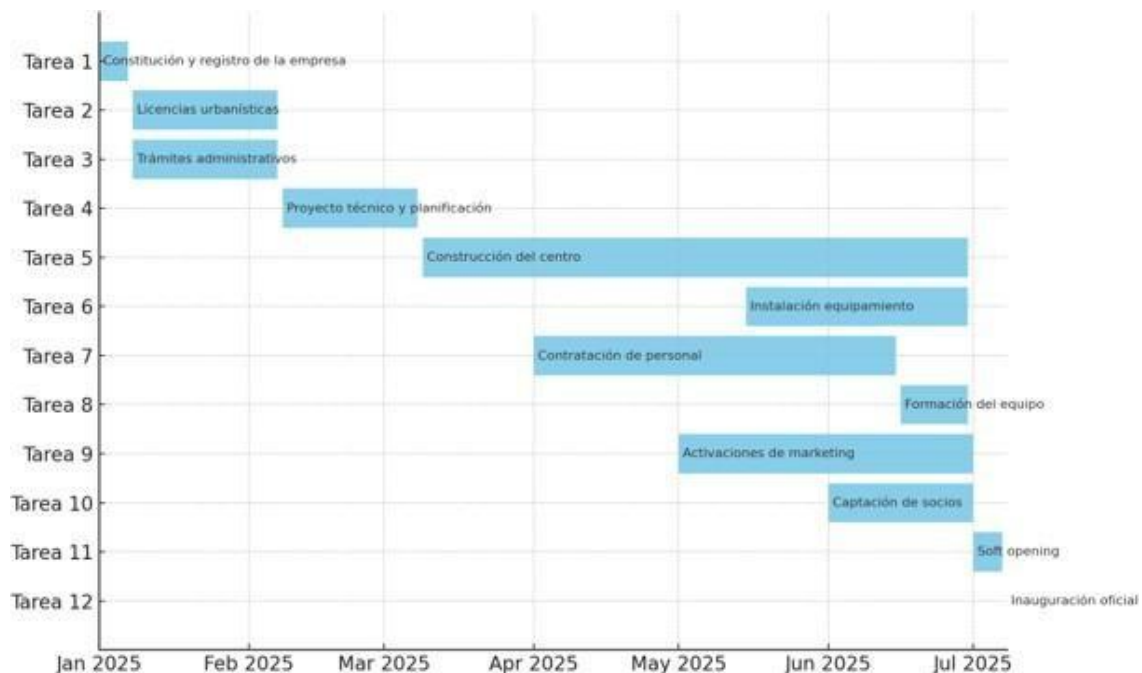


Figura 9. Cronograma To-Start. Elaboración propia realizada con formato Excel

11. CONCLUSIONES:

Padel Lux Boutique es un concepto de negocio innovador, exclusivo y alineado con las demandas de los consumidores de alto poder adquisitivo, en Padel Lux Boutique se fusiona el deporte, la salud y un estilo de vida de alta gama. Los puntos que más destacan del proyecto es el modelo en sí, un modelo boutique nunca visto antes en España, con servicios complementarios de fisioterapia, restauración gourmet y bienestar general, el enfoque que tenemos hacia la sostenibilidad medioambiental, económica y social con medidas concretas para reducir el impacto ambiental y promover el empleo de calidad, el uso de herramientas de análisis estratégicas que nos han permitido poseer una base sólida con la que tomar las mejores decisiones posibles, y por último, el lugar establecido para llevar a cabo el proyecto, La Moraleja, una de las zonas de mayor poder adquisitivo del país, la cual refuerza nuestra propuesta de valor.

Sobre los puntos fuertes destacamos principalmente 3:

1. Segmento de mercado bien definido y con alta capacidad de consumo.
2. Diferenciación clara respecto a otros clubes deportivos de la zona.
3. Muy atractivo para socios, patrocinadores y marcas de lujo que estén interesadas en asociarse con un entorno exclusivo.

Al igual que con los puntos fuertes, en este apartado de puntos débiles y limitaciones destacamos 3:

1. Alta inversión inicial y altos costes operativos.
2. Necesidad de una gestión profesional muy especializada en distintas áreas.
3. Dependencia del mercado premium, la cual es más sensible a los cambios de tendencia.

11.1 REFLEXIÓN SOBRE EL TRABAJO:

Es un proyecto que nos ha supuesto un reto personal y profesional el cual nos ha permitido conectar la teoría empresarial con una idea real, ilusionante y posible, hemos podido comprobar de primera mano lo complejo que es emprender, pero al mismo tiempo hemos podido comprobar lo gratificante que puede ser si se cubre por completo las necesidades del sector que estás cubriendo. Este trabajo nos ha reforzado nuestra convicción sobre la unión que hay entre la pasión, el conocimiento y la estrategia en cualquier propuesta de negocio.

Padel Lux Boutique llevado a la realidad se adapta perfectamente a las tendencias que encontramos en el mercado actual, el cual valora cada vez más la sostenibilidad, la experiencia de vivir algo único, y la excelencia. La planificación detallada, el cronograma realista, el plan económico-financiero a cinco años y el análisis de riesgo demuestran con total firmeza que este negocio no es solo una idea creativa, sino que también es una propuesta sólida, viable y alineada con la realidad del mercado actual. En definitiva, Padel Lux Boutique es un proyecto que pone en valor el proceso de emprender a través de una visión estratégica, ética y sostenible que permite llevar a cabo un proyecto con alma, propósito, y pasión.

12. REFERENCIAS

Ayuntamiento de Alcobendas. (2020). MEMORIA INTERNA DE GESTIÓN Y BALANCE DE ACTUACIÓN. <https://www.alcobendas.org/sites/default/files/2021-07/Memoria%20Interna%20de%20gesti3n%20Urbanizaciones%202020.pdf>

Comunidad de Madrid. (s. f.). Comunidad de Madrid. <https://www.comunidad.madrid/>

CSD. (2016). Normas reglamentarias. https://www.csd.gob.es/sites/default/files/media/files/2021-10/PÁDEL-PDL_2021_Edici3n.pdf

Ellis, K. (2024, 1 junio). Deportistas y Marcas: Las Colaboraciones que Definen el Lujo Moderno. LUXONOMY. <https://luxonomy.net/es/deportistas-y-marcas-las-colaboraciones-que-definen-el-lujo-moderno/>

Entidad de Conservación La Moraleja. (s. f.). Portal del Ayuntamiento de Alcobendas. <https://www.alcobendas.org/es/ayuntamiento/equipamiento-municipal/entidad-de-conservacion-la-moraleja#:~:text=P%C3%A1gina%20Web%20del%20Ayuntamiento%20de%20Alcobendas>

Espinosa, J. (2024, 22 enero). Una radiografía de la fiebre del pádel en España: hay más jugadores que de tenis. Newtral. <https://www.newtral.es/padel-espana-jugadores-pistas-europa/20240120/>

Frida. (2024, 27 marzo). Qué es el pádel y por qué los futbolistas lo juegan tanto. 365Scores Noticias. <https://www.365scores.com/es/news/padel-por-que-popular-entre-futbolistas/>

García, R. (2024, 19 junio). De Richard Gere a Vinicius: la Moraleja vuelve a estar de moda, así es la urbanización más cara de Madrid. Diario ABC.

<https://www.abc.es/summun/living/casas/richard-gere-vinicius-moraleja-vuelve-estar-moda-20240520163341-nt.html>

Gutiérrez-Plaza, G., Arrufat, S., & Alfonso-Asencio, M. (2024). La evolución y el auge del pádel en España: análisis de la cobertura del pádel en grandes medios y su impacto en las audiencias. *Padel Scientific Journal*, 3(1), 79-96. <https://doi.org/10.17398/2952-2218.3.79>

Ibáñez, J. C., Martínez, B. J. S. A., Benítez, S. G., & Echegaray, M. (2017b). Evolución del pádel en España en función del género y edad de los practicantes. *Dialnet*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5978842>

La Moraleja repite como el código postal más rico de España: su renta casi multiplica por 20 la de Torreblanca. (s. f.). *Servimedia*. [https://www.servimedia.es/noticias/moraleja-repite-como-codigo-postal-mas-rico-espana-renta-casi-multiplica-20-torreblanca/3990690#:~:text=La%20Moraleja%20\(Alcobendas\)%20ha%20vuelto, apenas%2010.780%20euros%20per%20c%C3%A1pita](https://www.servimedia.es/noticias/moraleja-repite-como-codigo-postal-mas-rico-espana-renta-casi-multiplica-20-torreblanca/3990690#:~:text=La%20Moraleja%20(Alcobendas)%20ha%20vuelto, apenas%2010.780%20euros%20per%20c%C3%A1pita)

Leal, B. (2024, 19 diciembre). Padel Sport: The Newest Sport to Enter the Luxury Radar. *NEXXT MAGAZINE*. <https://www.nexxtmagazine.com/padel-sport-the-newest-sport-to-enter-the-luxury-radar/#:~:text=After%20beach%20tennis%2C%20spinning%2C%20and,in%20his%20house%20in%201969>

Playtomic. (s. f.). Playtomic. <https://playtomic.io/>

Ramón, G. C., Daniel, P. B., & Nicolás, F. M. (2018). EVOLUCIÓN DE LAS LICENCIAS FEDERATIVAS (1994 - 2016). PÁDEL VS TENIS. EBSCOhost. https://openurl.ebsco.com/EPDB%3Agcd%3A3%3A16768339/detailv2?sid=ebsco%3Aplink%3Ascholar&id=ebsco%3Agcd%3A128114546&crl=c&link_origin=scholar.google.es

Reglamento sobre la Utilización de las Instalaciones y Servicios Deportivos Municipales. (2012). Ayuntamiento de Madrid. <https://sede.madrid.es/UnidadesDescentralizadas/Deportes/Tramites/ficheros/Reglamento%20Utilización%20Instalaciones%20y%20Servicios%20Deportivos%20Municipales.pdf>

Robinson, A., & Piff, P. (2016). La riqueza puede hacernos egoístas y tacaños. Dos psicólogos explican por qué. World Economic Forum. <https://es.weforum.org/stories/2016/10/la-riqueza-puede-hacernos-egoistas-y-tacanos-dos-psicologos-explican-por-que/>

Sanz, A. R. (2016, 5 junio). Este es el tipo de persona con el que los súper ricos no se quieren relacionar jamás. elconfidencial.com. https://www.elconfidencial.com/alma-corazon-vida/2016-04-12/este-es-el-tipo-de-persona-con-el-que-los-super-ricos-no-se-quieren-relacionar-jamas_1181850/

Taulés, S. (2019, 19 enero). ¿Quieres saber qué famosos viven en el barrio más rico de España? vanitatis.elconfidencial.com. https://www.vanitatis.elconfidencial.com/famosos/2019-01-19/barrios-mas-ricos-espana-famosos-moraleja-finca-pearson_1766826/

Telemadrid. (2022, 13 octubre). La Moraleja se mantiene como la zona más rica de toda España. Telemadrid. <https://www.telemadrid.es/noticias/madrid/La-Moraleja-se-mantiene-como-la-zona-mas-rica-de-toda-Espana-0-2496050421--20221013065309.html>

Telemadrid. (2022b, octubre 13). La Moraleja se mantiene como la zona más rica de toda España. Telemadrid. <https://www.telemadrid.es/noticias/madrid/La-Moraleja-se-mantiene-como-la-zona-mas-rica-de-toda-Espana-0-2496050421--20221013065309.html>

se-mantiene-como-la-zona-mas-rica-de-toda-Espana-0-2496050421--
20221013065309.html

Turnos de trabajo: ¿cómo gestionar horarios laborales eficazmente? (2023, 1 junio).

Personio. <https://www.personio.es/glosario/turnos-de-trabajo/>

World Economic Forum. (s. f.). *Rich people spend less time socializing.*

<https://weforum.org>