

UNIVERSIDAD CATOLICA DE CUYO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES



Proyecto de Inversión: “Construcción y alquiler de canchas de tenis en el departamento
Rawson, provincia de San Juan”.

TRABAJO FINAL CONTADOR PÚBLICO

Tesista: Grasset Ana Beatriz.

Director de tesis: C.P. María Belén Grasset.

Metodólogo: Lic. Gabriela Oviedo.

San Juan, Febrero, 2025

UNIVERSIDAD CATOLICA DE CUYO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

Proyecto de Inversión: “Construcción y alquiler de canchas de tenis en la provincia de San Juan, departamento Rawson”.

Tesis de Grado en Contador Publico

Alumno: Grasset Ana Beatriz.

Director: CP María Belén Grasset.

San Juan, Febrero, 2025

Trabajo Final de la Carrera de Contador Público

Aprobada por el tribunal examinador reunido al efecto en San Juan, de
..... de 2025

Calificación obtenida:

Certificación de los integrantes del Jurado		
Director de Trabajo Final	Apellido y Nombre	Firma
Jurado		
Jurado		
Jurado		

.....

Firma del Alumno

Dedicatoria

Les dedico el trabajo de esta tesis a mi familia, principalmente a mis padres y hermana, ya que ellos me apoyaron y contuvieron siempre en todo momento.

Gracias a ellos soy la persona que soy hoy, mis principios, mis valores, mi perseverancia y mi empeño.

También agradezco a los profesores de la facultad que siempre nos enseñaron todas las herramientas para poder defendernos hoy y ser un excelente profesional.

A los compañeros de clase y estudio, ya que mutuamente nos apoyamos cuando algo no lo entendíamos, o nos iba mal en una materia

INDICE DE CONTENIDO

Resumen	9
Capítulo I: Aspectos metodológico.....	10
1.1. Justificación.....	10
1.2. Marco teórico conceptual.....	11
1.3. Objetivos.....	14
1.3.1. Objetivo general.....	14
1.3.2. Objetivos específicos.....	14
1.4. Metodología.....	15
Capítulo 2 – Estudio del Mercado.....	17
2.1. Introducción.....	17
2.2. Conceptualización.....	17
2.3. Análisis del mercado.....	18
2.3.1. Análisis PEST.....	18
2.3.2. Análisis FODA.....	20
2.3.3. Encuestas.....	23
2.4. Estrategia de Marketing.....	24
2.4.1. Tipos de estrategia de marketing.....	25

2.5.	Listado de servicio ofrecido en el predio.....	28
2.6.	Ubicación del predio.....	29
2.7.	Habilitaciones.....	30
3.	Capítulo 3: Estructura de Costos.....	31
3.1.	Introducción.....	31
3.2.	Estructura de Costos.....	31
3.3.	Costo de construcción de canchas y luminarias	32
3.4.	Bienes de uso.....	33
3.5.	Costos laborales.....	36
3.6.	Servicios.....	36
3.7.	Resumen de costos.....	37
3.8.	Encuadre tributario.....	39
3.9.	Determinación del régimen aplicable.....	39
	Capítulo 4- Viabilidad financiera.....	41
4.1.	Introduccion.....	41
4.2.	Inversión inicial.....	41
4.3.	Ingresos.....	45
4.4.	Egresos.....	46

4.5. Flujo de fondos.....	48
4.6. Resultado de la evaluación financiera.....	50
4.6.1. VAN.....	50
4.6.2. TIR	51
Conclusión.....	53
Bibliografía.....	55

Indice de Figuras

Figura 1: Analisis Pest.....	19
Figura 2: Analisis Foda.....	22
Figura 3: Ubicación del Predio.....	29
Figura 4: Iluminaria de cancha.....	32
Figura 6: Alambrado de la cancha.....	33
Figura7: Red de la cancha.....	33
Figura 8:Computadora e impresora.....	34
Figura 9: Heladera.....	34
Figura 10: Mesas y sillas.....	35
Figura 11: Utensillos de limpieza.....	35

Figura 12: Elementos para los jugadores.....36

Indice de cuadros:

Cuadro n° 1: cuadro de gastos.....38

Cuadro n° 2: cuadro de costo de construcción.....42

Cuadro n° 3: cuadro de inversión inicial.....42

Cuadro n° 4: depreciaciones de bienes de uso.....43

Cuadro n° 5: Determinación de la depreciación por cada año.....44

Cuadro n° 6: cuadro de Ingresos por alquiler y refrigerios.....45

Cuadro n° 7: cuadro de ingresos y egresos.....47

Cuadro n° 8: Flujo de fondo del proyecto..... 49

Cuadro n° 9: Calculo van y tir del proyecto.....51

Indice de Anexos:

Anexo I: Medidas de la cancha de tenis.....47

Anexo II: Escala del Monotributo a partir de Febrero 2025.....48

Anexo III: Flujo de Fondos.....49

RESUMEN

El tenis es un deporte practicado a nivel mundial y que reporta beneficios para la salud física y también mental, debido a la concentración que exige (Laurry Lauer,2024). En la provincia de San Juan, practicar tenis es algo complicado debido a la necesidad de estar asociado a un club deportivo para poder tener acceso a las canchas. Además, dentro del mismo club se dificulta conseguir turno para jugar en un horario conveniente debido a la escasa cantidad de canchas, sumado a que la prioridad para su uso la tienen socios del club deportivo. Esto implica que quienes quieren practicar este deporte, deben afrontar una cuota mensual para acceder al club y luchar por conseguir un turno en el horario deseado. Esta problemática se solucionaría si se contara con más canchas de tenis accesibles a todo aquel que pague un valor por el uso del turno. (Sánchez, Manuel; 2022)

El presente proyecto de inversión tuvo por finalidad determinar la factibilidad de la implementación de un complejo que posea canchas de tenis en el departamento Rawson. Para ello fue necesario determinar el modelo de negocios, la identificación de los potenciales clientes, el análisis de los costos y precios de la prestación del servicio y establecer la factibilidad de otras facilidades en el complejo. Este proyecto busco modificar la oferta existente de uso de canchas de tenis en la provincia de San Juan provocando reacciones por parte de la competencia, el cual creo competencia de precios.

Capítulo I: Aspectos metodológico

1.1. Justificación

La realización de actividad física es importante para que la persona consiga llevar una vida sana y saludable. El ejercicio físico se asocia con una mejoría del estado físico y mental, por ello se puede afirmar que el llevar a cabo actividad física de forma regular es un aspecto esencial en la vida de las personas.

Siendo el deporte definido como “actividad o ejercicio físico, sujeto a determinadas normas, en que se hace prueba, con o sin competición, de habilidad, destreza o fuerza física, se puede mencionar al tenis como una de las actividades físicas más completas y beneficiosas para la salud”. (Sánchez, Manuel, 2022, p. 2)

Según los datos de la ITF (Federación Internacional de Tenis) en el año 2019 aproximadamente 87 millones de personas jugaron al tenis alrededor del mundo. En Argentina a partir de los años 70 el tenis se transformó en uno de los deportes más populares, por los resultados conseguidos por Guillermo Vilas y luego con Gabriela Sabatini. Se estima que entre los años 2006 y 2016 el número de argentinos que lo practicaron fue de entre 1.300.000 y 1.700.000, propiciado por los buenos resultados conseguidos por algunos jugadores argentinos como Juan Martín del Potro y la obtención de la ensaladera de plata, la famosa “Copa Davis” en 2016.

En la provincia de San Juan el tenis es un deporte practicado por personas de todas las edades, desde los más pequeños que empiezan la “escuelita de tenis” a partir de los 4 años, pasando por las categorías Sub 12 hasta Sub 18 para posteriormente ser categoría mayores y profesionales. Por otro lado, siempre se puede practicar el deporte sin necesidad de estar asociado a la AAT (Asociación Argentina de Tenis), es decir de forma recreativa.

Sin embargo, en la provincia, si se desea practicar este deporte, es común que los clubes deportivos que poseen canchas de tenis requieran que por lo menos uno de los jugadores sea socio de las instalaciones, pudiendo este invitar a otro jugador no socio, esto conlleva el pago de la inscripción a dicho club además del pago del abono mensual correspondiente, paralelamente, al jugador invitado también se le cobra un monto por el uso de las canchas. Por otro lado, los socios que desean practicar el deporte en sus clubes frecuentemente deben reservar turno con bastante anticipación si desean jugar a un horario específico debido a la disponibilidad de las canchas, ya que no poseen mucha cantidad de las mismas. Dichas complicaciones dificultan el avance y la realización de este deporte en la provincia. De hecho, son pocos los jugadores sanjuaninos que han trascendido a nivel nacional.

El presente proyecto de inversión tuvo por finalidad determinar la factibilidad de la implementación de un complejo que posea canchas de tenis en el departamento Rawson. Para ello fue necesario determinar el modelo de negocio, la identificación de los potenciales clientes, el análisis de costos y precios de la prestación del servicio, y establecer la factibilidad de otras facilidades en el complejo. Este proyecto busco modificar la oferta existente de uso de canchas de tenis en la provincia de San Juan provocando reacciones por parte de la competencia, el cual creará competencia de precios.

1.2. Marco teórico conceptual

Se considera fundamental citar en esta sección algunos conceptos relevantes del área específica de la cual se basará el presente trabajo, lo cual facilitará su entendimiento.

Primero se ha de mencionar que esta tesis se trata de un proyecto de inversión por lo que considero pertinente definir de qué trata proyecto, así como la inversión, a fin de entender de qué se tratará este trabajo.

En primer lugar, se define proyecto como un estudio técnico que analiza las ventajas y desventajas de invertir tiempo y recursos en el desarrollo de una iniciativa determinada, para la cual se aplican técnicas de evaluación cualitativa y cuantitativa que determinan la factibilidad del proyecto en el entorno macro, específico, en el mercado y en el plano financiero. (Carrillo, Diego et al , 2019, p. 19-20)

En esta forma puede haber diferentes ideas, inversiones de diverso monto, tecnología y metodologías con diverso enfoque, pero todas ellas destinadas a resolver las necesidades del ser humano en todas sus facetas, como pueden ser: educación, alimentación, salud, ambiente, cultura, etcétera. (Gabriel Baca Urbina, 2001, p.23)

Por ello se entiende que para todo proyecto se necesita la existencia y coordinación de un conjunto de acciones que se llevarán a cabo, a las cuales, se les adicionaron recursos de distintas índoles, a fin de conseguir un fin o lograr un objetivo determinado.

Por otro lado, se define inversión como el acto mediante el cual se usan ciertos bienes con el ánimo de obtener ingresos o rentas a lo largo del tiempo. La inversión se refiere al empleo de un capital en algún tipo de actividad económica o negocio, con el objetivo de incrementarlo. Dicho de otra manera, consiste en renunciar a un consumo actual y cierto, a cambio de obtener unos beneficios futuros y distribuidos en el tiempo. (Córdoba Padilla, Marcial, 2012, p.248)

Es decir, toda materialización de medios financieros en bienes que van a ser utilizados en un proceso productivo de una empresa o unidad económica, y comprendería la adquisición tanto de bienes de equipo, como de materias primas, servicios, capital humano que llevara la idea a la acción, etc.

Al momento de hablar sobre una inversión se deben considerar cuatro ejes fundamentales, estos son, el riesgo, la rentabilidad, el plazo y la liquidez.

Se define riesgo a la variabilidad de los flujos de caja reales respecto a los estimados. Esto define una situación donde la información es de naturaleza aleatoria, se asocia a una estrategia de un conjunto de resultados posibles, donde cada uno tiene asignada una probabilidad. La incertidumbre caracteriza a una situación donde los posibles resultados de una estrategia no son conocidos y la posibilidad de ocurrencia no es cuantificable. (Nassir Sapag et al,2008, p.299)

En segundo lugar, la rentabilidad relaciona beneficios e inversiones, establece la remuneración del capital y mide la eficiencia empresarial. (Telias, Alejandro,1994, p. 31)

En tercer lugar, plazo como el tiempo es la tercera variable fundamental.

Por último la liquidez como la capacidad de la entidad para cumplir con sus obligaciones financieras menor a corto plazo. (Telias, Alejandro.1994, p. 73)

Habiendo establecido estos conceptos se puede definir al proyecto de inversión como una propuesta de acción que, a partir de la utilización de un capital asignado e insumos materiales, humanos y técnicos, considera posible obtener un rendimiento económico. Estos beneficios, que no son seguros, pueden ser conseguidos a corto, mediano o largo plazo. (Sánchez, Manuel, 2022, p. 5)

Todo proyecto de inversión incluye la recolección y la evaluación de los factores que influyen de manera directa en la oferta y demanda de un producto. Esto se denomina estudio de mercado y determina a qué segmento del mercado se enfocará el proyecto y la cantidad de producto que se espera comercializar. (Sánchez, Manuel, 2022, p. 5)

Este proyecto de inversión consiste en la construcción de canchas de tenis, se define a este como "Deporte que se puede practicar en forma individual o en equipo. Cuando se juega en

singles, el enfrentamiento se hace entre dos tenistas enfrentados entre sí. En cambio, cuando se juega en dobles, el enfrentamiento se lleva a cabo entre dos equipos con dos tenistas cada uno.

Los jugadores deben golpear la pelota con una raqueta y enviarla al otro lado de la red, en el campo contrario. El objetivo es que los contrincantes del otro lado de la red no puedan devolver la pelota así estos anotarán un punto.

El juego termina cuando ganan los set y hay una diferencia de dos puntos con el equipo que va perdiendo". (Pérez, Celeste (19 de noviembre de 2021). Reglas de Tenis. Journey Sport. <https://journey.app/blog/reglas-del-tenis/>)

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

- Evaluar la viabilidad técnica y económica de la construcción y alquiler de canchas de Tenis en el departamento Rawson, San Juan.

1.3.2. Objetivos específicos

- Realizar un estudio de mercado sobre la oferta y demanda del proyecto para la provincia de San Juan
- Analizar la viabilidad técnica del proyecto para asignar de forma eficiente los recursos económicos
- Realizar un estudio económico – financiero del proyecto para determinar la aprobación o rechazo del proyecto

- Establecer el plazo de recuperación de la inversión.

1.4. Metodología

Según Bernal (2010), la metodología es el conjunto de procedimientos y técnicas que se utilizan en la investigación para lograr los objetivos propuestos.

Con respecto al tipo de investigación, Tamayo y Tamayo (2003) expresa lo siguiente: cuando se va a resolver un problema en forma científica, es muy conveniente tener un conocimiento detallado de los posibles tipos de investigación que se puede seguir.

Este conocimiento hace posible evitar equivocaciones en la elección del método adecuado para un procedimiento específico. Conviene anotar que los tipos de investigación difícilmente se presentan puros, generalmente se combinan entre sí y obedecen sistemáticamente a la aplicación de la investigación.

En el presente trabajo se encuadra a un estudio Descriptivo -Analítico, dado que por un lado se pretende conocer y examinar un fenómeno o situación concreta, ya que en este caso es la construcción de canchas de tenis para su uso deportivo y por otro lado busca considerar la conveniencia económica de implementación

Esta sección tiene como fin establecer cómo se llevará a cabo la investigación, se diseña la estrategia para obtener la información y se detallan las actividades para darle respuesta a los objetivos planteados.

Para ello se utilizan diversas herramientas, entre ellas:

- Se realizó un estudio de mercado, por medio de encuestas exploratorias con preguntas del tipo cerradas y abiertas, a fin de tomar conocimiento sobre el precio que estarían dispuestos a pagar los sanjuaninos por un turno para jugar al tenis, la frecuencia con la que

concurrirán para practicar el deporte, si consideran conveniente que el predio posea venta de bebidas con sales para recuperar energías consumidas durante el partido entre otras facilidades, etcétera.

- Se entrevistó a personas que realizan el deporte en forma regular como método de vida.
- Se determinó una estructura de costos que incluya los costos de fabricación, operativos y de mantenimiento. Obteniendo presupuestos de proveedores locales y nacionales.
- Se obtuvo de información relacionada a las habilitaciones municipales y provinciales necesarias para entrar en funcionamiento.
- Se trabajó en la producción de un plan de negocios que sirva como guía en la implementación de recursos y estrategias.
- Con la información obtenida, se realizó un flujo de fondos para evaluar la rentabilidad del proyecto y determinar la viabilidad de su implementación.

Capítulo 2 – ESTUDIO DEL MERCADO

2.1. INTRODUCCION

Este capítulo consiste en un estudio de mercado el cual comprenderá un análisis del consumidor y la demanda por medio de encuestas, de factores tanto internos como externos mediante análisis PEST y FODA y la determinación de la estrategia de marketing.

2.2. CONCEPTUALIZACION

El estudio del mercado puede ser definido como “la recopilación, análisis y presentación de información para ayudar a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing” (Kotler Philip, Bloom, & Hayes 2004, pág. 98)

Por otra parte, Naresh Malhotra, lo define como “la descripción del tamaño, poder de compra de los consumidores, disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor” (Malhotra, 1997, págs. 90-92)

Según Baca, los aspectos que deben estudiarse son cuatro, a saber:

- 1) El consumidor, la demanda del mercado y del proyecto.

El análisis del consumidor tiene por objeto estudiar los hábitos y motivaciones de compra de los consumidores actuales y potenciales, las distintas alternativas de decisión de compra, detectar la necesidad actual o futura del servicio, etc. Este análisis cuantifica el volumen de servicios que el consumidor podría adquirir de este proyecto. La demanda se asocia a los distintos niveles de precios y la estrategia comercial u otros factores. (Sanchez, Manuel; 2022; p.7)

2) La competencia ,las ofertas del mercado y del proyecto

El estudio de la competencia es de suma importancia conocerlo, ya que dirá en que se puede diferenciar el servicio del resto de los posibles competidores. Es necesario conocer los precios que estos manejan, para analizar las ventajas y desventajas que tiene este proyecto frente a estos. Además, conocerla estrategia comercial que utiliza para llegar a sus consumidores. (Sanchez, Manuel; 2022; p.7-8)

3) La comercialización del producto o servicio generado en el proyecto

Este factor es uno de los más complejos de cuantificar, ya que con la simulación de sus estrategias se estiman las reacciones que se puede enfrentar frente al proceso del proyecto. Los resultados obtenidos en la estrategia comercial se basarán en los análisis antes mencionados. Además, las decisiones que se tomen tendrán un fuerte impacto en la rentabilidad del proyecto por las consecuencias económicas que se presentarán en sus ingresos y egresos.(Sanchez, Manuel; 2022; p.8)

4) Los proveedores, la disponibilidad y los precios de los insumos

El análisis de los proveedores es un factor determinante para el éxito o fracaso del proyecto. De aquí la necesidad de estudiar si tiene disponibilidad de insumos, el precio por cada uno, también los plazos de pago, si tiene políticas de descuento, los intereses que cobra, etc. (Baca; 2001; p.27)

2.3. ANALISIS DEL MERCADO

2.3.1. ANALISIS PEST

Este análisis es sumamente útil, ya que da una herramienta por los siguientes motivos:

- Ayuda a detectar oportunidades del negocio y ofrece la posibilidad de advertir cualquier peligro o amenaza a los que pueda estar expuesto el proyecto
- Revela como está cambiando el entorno empresarial externo para que el equipo pueda practicar la adaptabilidad en el lugar
- Permite analizar los riesgos del entorno presente para evitar cualquier proyecto que pueda fallar
- Ofrece un panorama objetivo de mercados nuevos o diferentes basados en hechos cuantificables y no en suposiciones preexistentes sobre una región o mercados específicos

Se utilizó en este proyecto cuatro factores externos en relación con la situación comercial de este proyecto, estos son: políticos, económicos, socioculturales y tecnológicos. (Sánchez, Manuel; 2022)

Se analizan las oportunidades y debilidades que puede traer al negocio. (Véase figura 1)

FIGURA 1 : ANALISIS PEST



Fuente: <https://franciscotorreblanca.es/analisis-pest/>

Políticos: se analizaron las regulaciones legislativas del gobierno, por ejemplo: políticas gubernamentales, trámites, estabilidad política, cambios de gobierno, políticas impositivas como incentivos, regulaciones laborales, etc.

Económicas: se analizó la economía actual, el impacto de la inflación en la implementación del proyecto, ya que afecta al mercado en general. Ejemplo: aumento o disminución de la competencia, variables macroeconómicas, poder adquisitivo de los consumidores, tasas de interés, tipos de cambio, etc.

Socioculturales: se analizaron los comportamientos, tendencias, actitudes sociales, modas que pueden afectar al proyecto o a los consumidores. Ejemplo: estilo de vida, creencias, preferencias acerca del valor dinero, entre otras.

Tecnológico: se analizaron los sistemas o dispositivos tecnológicos que pueden incidir en la producción, distribución y publicación del servicio. Ejemplo: infraestructura de transporte, tecnologías emergentes, automatización, tecnología de la competencia, regulación tecnológica.

Síntesis:

- Implementar campañas de marketing utilizando redes sociales para poder dar a conocer a la población el servicio y poder captar mayor cantidad de potenciales clientes.
- Utilizar programas de créditos para poder hacer frente al financiamiento del costo de construcción
- Ofrecer un servicio diferenciado respecto a la competencia, que incluya beneficios.

2.3.2. Análisis FODA

El análisis FODA brinda a las empresas información que sirve para la toma de decisiones, esta se caracteriza por tener una lista de fortalezas y debilidades de una organización analizando

los recursos y capacidades, por otro lado, una lista de amenazas y oportunidades que se identifican (Barragán, José, González, Evelin; 2020; p227)

Por ello es preciso definir los cuatro componentes de análisis FODA.

En primer lugar, se define las Fortalezas como la capacidad de la empresa para usar eficientemente sus recursos internos y su habilidad para combinarlos en productos y procesos competitivos.

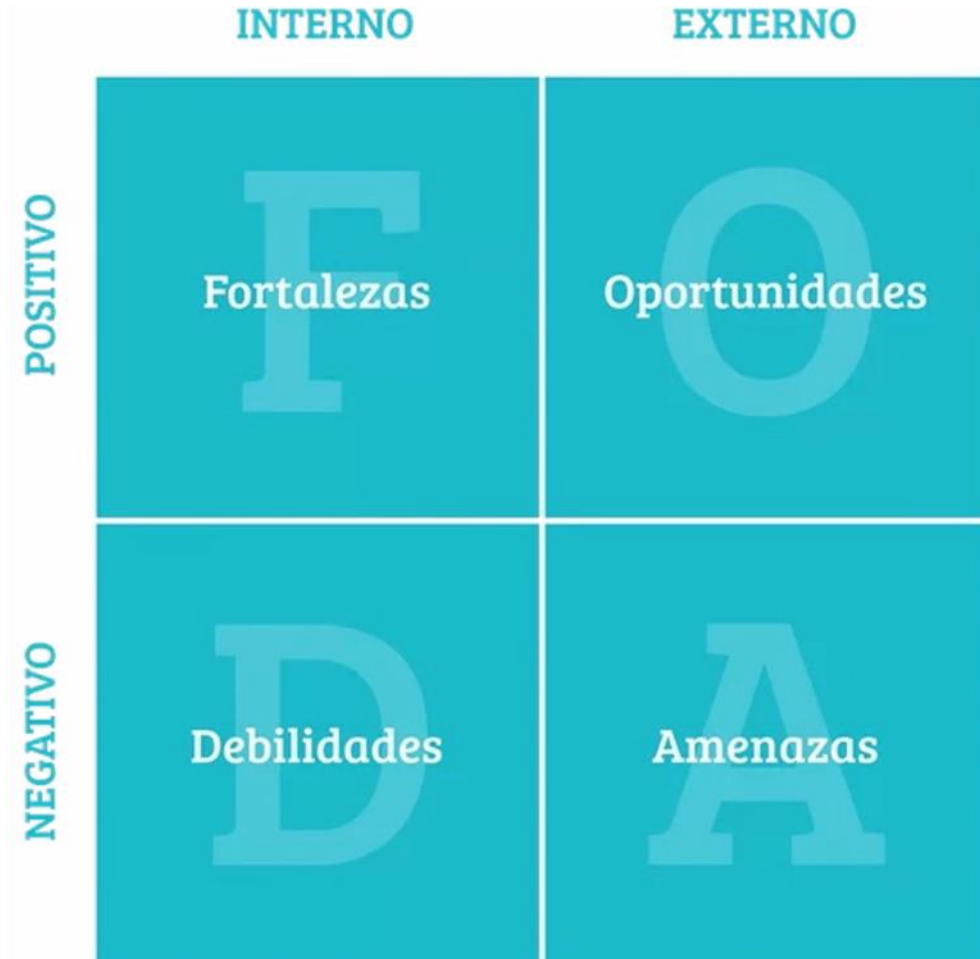
En segundo lugar, se define las Oportunidades como los elementos de un entorno externo que da beneficio a la organización.

En tercer lugar, las debilidades son limitaciones que dificultan el progreso de la organización en una determinada dirección

Por último, las amenazas son situaciones desfavorables en el entorno de la organización y que pueden ser perjudiciales a su estrategia.

El uso de análisis Foda puede traer muchos beneficios a la organización, se distinguen entre sus ventajas: la mejora y el entendimiento que se comparte sobre la organización y los factores que la afectan, la mejora del trabajo en equipo, el desarrollo de mejores planes estratégicos para la empresa, etc. (véase figura 2)

FIGURA 2: ANALISIS FODA



Fuente: Sánchez, Manuel, 2022

Análisis F.O.D.A. del proyecto

Fortalezas:

- Modelo de negocio diferenciado
- Costos operativos bajos
- Bajo costo de mantenimiento
- Durabilidad de las canchas

Debilidades:

- Elevada inversión inicial requerida
- Falta de Experiencia en el sector
- Dar a conocer el negocio

Oportunidades:

- Pocos competidores en el mercado
- Se ofrece un servicio que tiene muchos beneficios para salud humana.

Amenazas:

- Incertidumbre con los costos de construcción
- Posibles modificaciones con los precios del servicio
- Probabilidad que aparezcan nuevos competidores en el mercado

2.3.3. Encuestas

En las encuestas y entrevistas realizadas se implementó una serie de preguntas, se realizaron de manera personal a personas que practican el deporte en clubes, ya que estas no se pueden hacer a personas que no les guste el tenis.

Los encuestados fueron personas del género masculino y femeninos mayores de 18 años, entre las preguntas que se les realizaron fueron la edad, con qué frecuencia practicaban deporte, a qué hora le gustaba más practicar el deporte, si poseían raquetas para practicar o las alquilaban.

Análisis de los resultados obtenidos

Las encuestas fueron respondidas por 30 personas, se realizaron de manera presencial o por whatsapp.

Los encuestados en su gran mayoría practican el deporte de manera habitual como una rutina más en su vida diaria. La gran mayoría son adultos jóvenes, de edad entre 18 a 50 años.

Cuando se les pregunto si poseían raquetas para practicar dicho deporte, todos dijeron que si, pero algunos aclararon que por ahí conocen amigos que quieren empezar a jugar para ver si les gusta el deporte y no les es posible si no poseen raqueta, también se les pregunto a qué horario les gusta más practicarlo y la gran mayoría respondió en la tarde y noche ya que el clima más temprano no es muy beneficioso para la salud en tiempo de verano y eso les dificulta mucho conseguir canchas disponibles en dichos horarios, ya que la demanda aumenta a esas horas, además que se ocupan alguna cancha para dar clases de tenis en esos horarios también.

Con respecto a los servicios adicionales como la venta de bebidas hidratantes, los encuestados miraron con buenos ojos ya que por ahí salen de su trabajo y van a la cancha, por ello no les da tiempo de comprar en el camino agua para hidratarse en el partido.

2.4. Estrategia de Marketing

La estrategia de marketing es el sistema que se utiliza para generar oportunidades de venta. Sirve para comunicar y posicionar productos o servicios de una empresa o proyecto, para poder llegar a los clientes objetivos por los canales adecuados. (De La Vega, Marcos, 2024)

Con una estrategia de marketing se definen una serie de pasos necesarios a seguir para alcanzar el objetivo final de mejorar la venta o posicionar la imagen de una marca.

Hoy día se utilizan miles de estrategias de marketing alrededor del mundo, por ello es necesario encontrar a la mejor que se adapte al negocio. Por ello es necesario observar, estudiar y aplicar las mejores estrategias de marketing posibles.

Los beneficios que pueden traer tener buenas estrategias de marketing son:

- Vender más y de forma previsible y constante
- Aprender a escuchar y entender las necesidades de los clientes
- Mejorar la respuesta del producto o servicio ofrecido a esas necesidades
- La marca podrá ocupar un espacio en la mente de tus clientes
- Descubrir cómo ser recordado por las metas de los clientes

2.4.1. Tipos de estrategia de marketing

2.4.1.1 Estrategia de Segmentación

Los compradores de cualquier mercado difieren en sus deseos, recursos, localización, actitudes de compra y prácticas de compras. Por medio de la segmentación del mercado, las empresas dividen los mercados grandes y heterogéneos en segmentos más pequeños para intentar llegar a ellos de manera más eficiente y efectiva con bienes y servicios que se ajusten mejor a sus necesidades únicas. (Kotler, Philip, Armstrong, Garay; 2014; p.191)

La segmentación es una de las principales estrategias de marketing.

Las variables de la segmentación del mercado son:

- Geográfica
- Psicográfica
- Demográfica
- Conductual

La geográfica conlleva dividir el mercado en distintas unidades geográficas como países, regiones, estados, zonas, etc. Una empresa decidirá si operara en una o pocas zonas geográficas según las necesidades y deseos. (Kotler, Philip, Armstrong, Garay; 2014; p.191)

La demográfica divide el mercado en grupos según la edad, genero, tamaño de la familia, ciclo de vida familiar, ingresos, ocupación, escolaridad, religión, raza, generación y nacionalidad. Los factores demográficos son las bases más populares para segmentar grupos de clientes. Una razón es que las necesidades de los clientes, sus deseos y su frecuencia suelen variar de acuerdo a las variables demográficas y otra es que son más fáciles de medir. (Kotler, Philip, Armstrong, Garay ; 2014; p.191)

La psicográfica divide a los consumidores en los diferentes grupos según la clase social, estilo de vida o las características de personalidad. La gente del mismo grupo podría llegar a tener rasgos muy diferentes. (Kotler, Philip, Armstrong, Garay; 2014; p.194).

La segmentación conductual divide a los consumidores en grupos según sus conocimientos, actitudes, usos o respuestas a un producto. (Kotler, Philip, Armstrong, Garay; 2014;p.196)

La segmentación por ocasión divide el mercado en grupos según situaciones en que los compradores conciben la idea de comprar, hacer realmente la compra o usan el servicio. (Kotler, Philip, Armstrong, Garay; 2014; p.197)

La segmentación por beneficios divide el mercado en segmentos, según los beneficios que los consumidores buscan en el producto o servicio. (Kotler, Philip, Armstrong, Garay; 2014; p. 197)

Segmentación diferenciada: una empresa decide dirigirse a varios segmentos del mercado y diseñar ofertas específicas para cada uno de ellos. (Kotler, Philip, Armstrong, Garay; 2014; p. 202)

Segmentación no diferenciada: una empresa podría decidir ignorar las diferencias de segmentos del mercado y dirigirse al mercado completo con una oferta. Aquí se enfoca en los aspectos comunes de las necesidades de los consumidores y no en aspectos diferentes. (Kotler, Philip, Armstrong, Garay; 2014; p. 201)

Segmentación concentrada: se basa en buscar una participación grande en uno o unos cuantos segmentos o nichos más pequeños. Aquí se busca obtener una firme posición del mercado, debido a su mayor conocimiento de las necesidades de los clientes en los nichos que atiende. (Kotler, Philip, Armstrong, Garay; 2014, p.203)

2.4.1.2 Estrategia de posicionamiento de marca

Es la forma en que los consumidores definen los productos con base a sus atributos importantes, el lugar que ocupa en la mente de los consumidores en relación con los de la competencia. (Kotler, Philip, Armstrong, Garay; 2014; p.207)

Las principales estrategias sobre el posicionamiento son:

Beneficio: en esta se intenta posicionar el producto o servicio por el beneficio que ofrece o percibe el usuario.

Calidad/precio: se intenta ofrecer la mayor calidad posible a un precio aceptable. En las estrategias de precio, podemos posicionar nuestro producto o servicio en la banda alta o baja.

Ventajas: se trata del posicionamiento por las ventajas que ofrece nuestro servicio o producto respecto a la competencia. Las ventajas han de ser objetivas.

Uso/aplicación: se posiciona sobre el uso u aplicación que permite el producto o servicio.

Categoría: el objetivo sería posicionar como líder en una categoría de servicio o producto determinada.

Competidores: este es un clásico en la historia de la publicidad de productos de limpieza,

Es importante definir el posicionamiento que se busca para no perder efectividad y eficacia.

2.5. Listado de servicio ofrecido en el predio

Como se determinó en la justificación de esta tesis, la problemática identificada fue la falta de canchas de tenis que podían ser alquiladas sin la necesidad de pagar una cuota mensual al establecimiento en el que estas se encuentran. Como en un primer momento el establecimiento debe ganar cuota de mercado es que no se pueden establecer precios diferenciados a los de la competencia. Es posible que posteriormente se pueda manejar esta variable más libremente una vez que el negocio esté asentado y en funcionamiento.

Siguiendo con dicho criterio y teniendo en cuenta los resultados de las entrevistas que se realizaron a personas que practican dicho deporte es que se procede a conformar una lista de precios de los servicios que ofrecerá el predio con sus distintas variantes.

- **ALQUILER DE LA CANCHA**

Por hora vespertina \$8000

Por hora nocturna (adicional luz) \$10000

- **Alquiler de elementos**

Los elementos como las pelotas y raquetas se prestan sin cargo previo dejando depósito por si se rompen, si las devuelven en el mismo estado que se las presto se devolverá dicho deposito.

- **Refrigerio**

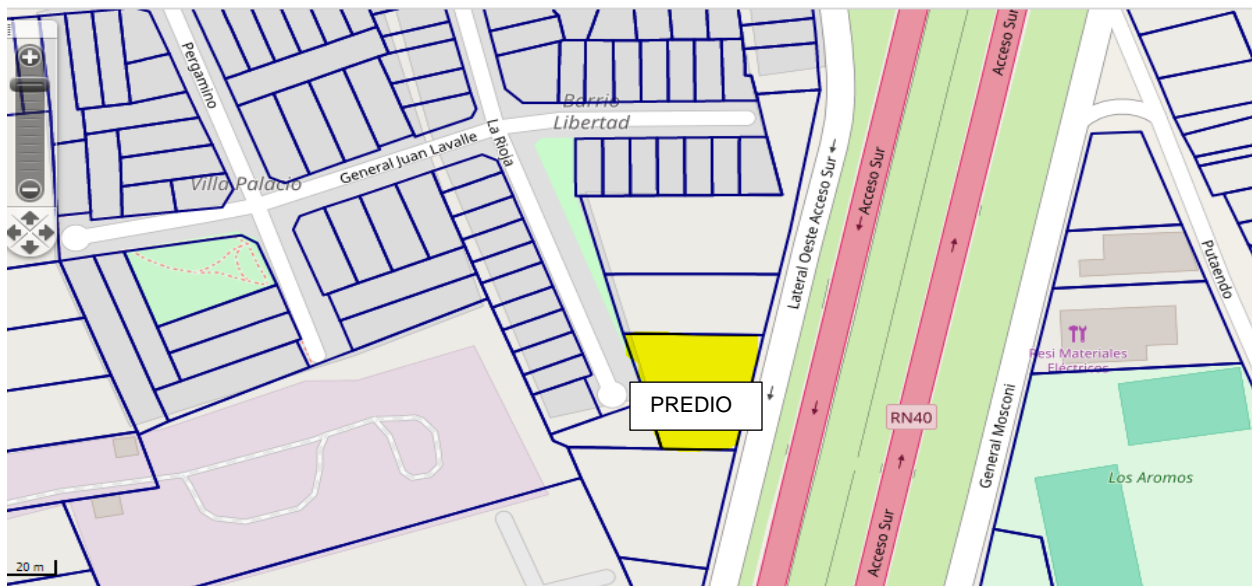
El objetivo de este es proveer a los jugadores en cualquier momento del partido bebidas para hidratarse.

2.6. UBICACIÓN DEL PREDIO

El predio que se ha seleccionado para llevar a cabo el emprendimiento se ubica en el departamento Rawson, en cercanía al límite con el departamento Capital. Concretamente está ubicado en el lateral de la ruta 40 Sur, frente al supermercado Makro. El predio se encuentra muy visible ya que la ruta es el principal acceso a la ciudad de San Juan y por ahí circulan la mayoría de las personas que viven hacia el sur de la provincia. (Véase Figura 3)

Con respecto a la competencia en la zona, no se encuentran canchas de tenis en la cercanía.

FIGURA 3: UBICACIÓN PREDIO



Fuente: [http://servicioscatastro.sanjuan.gob.ar/DgcConsultasWeb/MapApp/DgcPublico?=
\(Consultado el día 13/02/2025\)](http://servicioscatastro.sanjuan.gob.ar/DgcConsultasWeb/MapApp/DgcPublico?=)

2.7. Habilitaciones

Un establecimiento para funcionar y cumplir con las leyes gubernamentales debe pedir habilitaciones.

- Habilitación municipal: habilitación para comercio
- Planeamiento: habilitación de factibilidad y habitabilidad
- Bomberos: habilitación de bomberos
- Salud Pública: habilitación no relacionada con alimentos
- Deportes: inscripción de establecimientos deportivos
- Inscripción en Arca

En la página del gobierno de la provincia de San Juan (<https://habilitacion.sanjuan.gob.ar/>) se indican direcciones, requisitos, documentación a presentar. Las habilitaciones de planeamiento las realiza el arquitecto que lleva a cabo el proyecto de construcción, el cual se pagan sellados en unidades tributarias, el valor es el litro de nafta Premium por cada unidad tributaria, también en la parte municipal se paga tasa y depende de los metros cuadrados el valor.

Capítulo 3: Estructura de Costos

3.1. Introducción

En este capítulo se estudiarán todos los costos que se incurren para poder llevar a cabo el servicio, es decir los gastos necesarios para desarrollar el negocio. Abarca el costo de construcción del predio, los costos laborales, operativos y de mantenimiento.

3.2. Estructura de Costos

Se define costo a los recursos dados a cambio para alcanzar un objetivo específico, para nuestro propósito los costos pueden ser clasificados en:

- Costos fijos: son aquellos costos que permanecen constantes durante un tiempo determinado y que no tienen relación directa con la obtención de un producto, es decir, se trata de gastos que la empresa debe pagar independientemente de su nivel o volumen de producción. No varían con el volumen ni siquiera cuando no hay ventas. Por ejemplo: remuneraciones del personal, energía. (Ledesma, Juan, Martínez, Carlos; 2020; p.4)
- Costos variables: son aquellos costos que varían según el volumen de productos vendidos o fabricados, es decir, están estrictamente relacionados con el volumen de producción y varían según este aumente o disminuya. Por ejemplo: materia prima, mano de obra, etc. (Ledesma, Juan, Martínez, Carlos; 2020; p.5)
- Costos totales: son una combinación de los costos fijos y los costos variables que se incurre para un determinado nivel de producción. (Ledesma, Juan, Martínez, Carlos; 2020; p.5)

3.3. Costo de construcción de canchas y luminarias

Teniendo en cuenta que la cancha a construir será de tipo “cancha dura”, se toma como base en primer lugar el precio de bolsa de cemento, a ello calcularemos la cantidad que necesitamos para la cancha.

El costo del terreno no se tuvo en cuenta por haber sido adquirido con anterioridad al proyecto.

La luminaria se buscará la mejor oferta del mercado, por cada cancha se colocarán cuatro iodines. (véase figura 4).

FIGURA 4 : LUMINARIA DE CANCHA



Fuente: mercado libre. Publicación 07/01/2025

-Cercado perimetral: se cercará con postes de una altura prudencial de manera tal que las pelotas no salgan del perímetro de la cancha, además de los postes que se necesitan para colocar el alambrado. (véase figura 5)

FIGURA 5: ALAMBRADO DE CANCHA



Fuente: mercado libre. Publicación 07/01/2025

-Red: se buscará la mejor oferta del mercado y la mejor calidad posible (véase figura 6)

FIGURA 6: RED PARA LA CANCHA



Fuente: mercado Libre. Publicación 07/01/2025

3.4. Bienes de uso

Equipo informático e impresora, en el cual se utilizara para reserva de turnos, facturación.(véase figura 7)

FIGURA 7: COMPUTADORA E IMPRESORA



Fuente: mercado libre. Publicación 07/01/2025

Heladera en la cual se tendrán las bebidas para que los jugadores puedan adquirir en caso de no traer la suya o quedarse sin bebida en los días de mucho calor.(véase figura 8)

FIGURA 8 : HELADERA DE VIDRIERA



Fuente: mercado libre. Publicación 09/01/2025

Mesas y sillas: se tendrán para el pre o post partido, momento en el cual los jugadores comparten un rato más fuera de la competencia. (véase figura 9)

FIGURA 9: MESAS Y SILLAS



Fuente: mercado Libre. Publicación 07/01/2025

Utensilios de limpieza: en este caso escoba, manguera, balde, trapo de piso, secador. (véase figura 10)

FIGURA 10: UTENSILLOS DE LIMPIEZA



Pala Con Escoba Cajon Rebatible
Gardiner Excelente Calidad



Smart Tech LV-A01 balde y mopa
centrifuga con pedal y 4 mopas color...

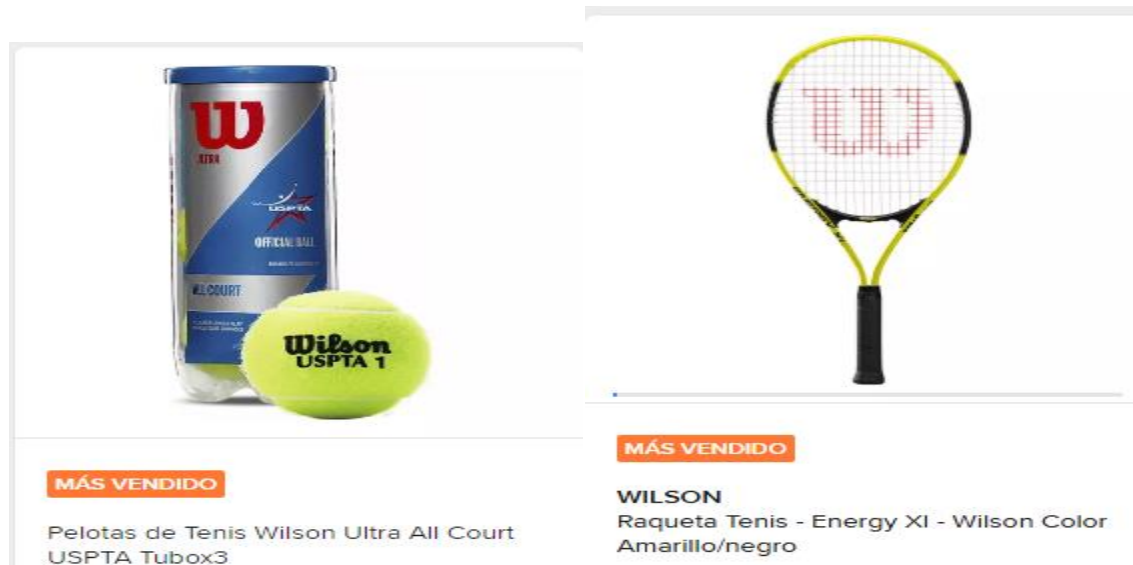


Manguera Riego 1/2 X 25 Mts
Anticolapsable Solytac Reforzada Soly...
Por SHOP FERRETERO
4.7 ★★★★★ (2467)

Fuente: mercado libre. Publicación 07/01/2025

Elementos para los jugadores: raquetas, pelotas.(véase figura 11)

FIGURA 11: ELEMENTOS PARA LOS JUGADORES



Fuente: Mercado Libre. Publicación 09/01/2025

3.5. Costos laborales

Este corresponde a los gastos necesarios vinculados al capital humano. Es el trabajo realizado por una persona en la empresa a cambio de una remuneración según escala salarial por el convenio al que pertenece la actividad. (Según ley 20744,27/09/1974)

El costo laboral incluye salario bruto más adicionales, a esto le agregamos los aportes y contribuciones que se transforma el salario neto (ley 20744,27/09/1974)

Para la atención de las canchas se necesitará en primer lugar una persona, pero tal vez más adelante cuando las canchas tengan una mayor demanda se necesitará más personal.

Teniendo en cuenta el convenio colectivo de trabajo 804-23 “personal de entidades deportivas y civiles” se determinará el sueldo en base a la escala salarial para la categoría de maestranza y servicio. (CCT, escala salarial Utedic)

3.6. Servicios:

Agua, luz: se considera un 3% de los ingresos teniendo en cuenta el uso de reflectores.

Internet: se utiliza un precio promedio calculado a partir de los precios ofrecidos por diferentes proveedores de internet, ya que es necesario para el cobro del alquiler mediante tarjetas o transferencias bancarias.

Asesor Impositivo: se tendrá en cuenta precio de referencia

Mantenimiento y reparaciones: se tendrá en cuenta el 4% de los ingresos para mantenimiento, si no se hacen reparaciones se destinará para reinversión de instalaciones.

Costo de bebidas hidratantes: se utilizará el precio de los distribuidores mayoristas de dichas bebidas.

Otros costos variables; acá se tendrá en cuenta el 2% para imprevistos como puede ser robos, etc.

Pólizas de seguro: se cotizará una póliza contra incendio y robo de las instalaciones.

Pago de impuestos: se estimará el monto a pagar de impuestos en función de la situación impositiva en que se encuadre el empresario

3.7. Resumen de costos

Se presenta un cuadro a modo resumen con todos los costos necesarios para la puesta en marcha, luego puede que estos vayan disminuyendo. (véase cuadro n°1)

Cuadro n° 1 : Cuadro de Gastos

CUADRO DE GASTOS	
COSTO DE CONSTRUCCION	\$ 54.378.492,32
CANCHAS	
MOVIMIENTO DE SUELO	\$ 9.508.002,88
SUELO CAL	\$ 9.012.794,40
CONTRUCCION	\$ -
LUMINARIA	\$ 13.766.795,83
CERCADO.	\$ 8.121.419,13
BAÑOS/CAMARINES	\$ 25.148.585,08
total	\$ 65.557.597,31
BIENES DE USO	
NOTEBOOK	\$ 1.170.000,00
IMPRESORA	\$ 158.000,00
RED CANCHA	\$ 200.000,00
ELEMENTOS DE ENSEÑANZA	\$ 244.000,00
EXHIBIDOR	\$ 327.000,00
MESAS Y SILLA bar (1 MESA Y 2 SILLAS)	\$ 360.000,00
HELADERA DE VITRINA	\$ 1.400.000,00
total	\$ 3.859.000,00
MATERIALES DE LIMPIEZA Y MANTENIMIENTO	
PALA CON ESCOBA	\$ 27.000,00
Balde y mopa	\$ 63.000,00
Manguera	\$ 51.200,00
total	\$ 141.200,00
ELEMENTOS PARA PRACTICAR DEPORTE	
requetas c/u	\$ 244.000,00
SUELDO Y CARGA SOCIALES	
SUELDO ADMINISTRATIVO Y/O ATENCION	\$ 13.226.590,00
SERVICIOS	
LUZ, AGUA, CLOACA	\$ 1.817.100,00
INTERNET	\$ 180.000,00
MARKETING	\$ 500.000,00
CONTADOR	\$ 540.000,00
MANTENIMIENTO Y /O REPARACION (INCLUYE REPOSICION DE PELOTAS)	\$ 2.422.800,00
COSTO DE BEBIDAS HIDRATANTES	\$ 5.544.000,00
CUOTA MONOTRIBUTO	\$ 2.674.039,44
COSTOS VARIABLES	\$ 1.211.400,00
POLIZA DE INCENDIO Y ROBO	\$ 660.000,00
total	\$ 15.549.339,44

FUENTE: Elaboración propia

3.8. Encuadre tributario

Comprende el encuadre tributario que adopta el proyecto para el desarrollo de su actividad, además del cumplimiento de las obligaciones fiscales según la forma adoptada

3.9. Determinación del régimen aplicable

La Argentina tiene dos maneras de encuadrar el negocio en forma tributaria: por un lado, tenemos el régimen del monotributo (ley 24977,20/12/2009) y por otro el régimen general(ley de IVA nº 20631,25/08/1986,,ley de Ganancias nº20628, 31/12/1973,entre otras). Toda empresa argentina debe encuadrarse en alguno de ellos.

Para encuadrarse en un monotributo deberá ser una persona humana, y en función de parámetros establecidos por la ley, como son las ventas, consumo de electricidad, superficie afectada, podrá quedar encuadrada en este régimen simplificado. Si supera alguno de esos parámetros de la categoría más alta, el contribuyente pasará al régimen general.

El régimen general, puede ser para una persona humana o jurídica. Este tiene mayores formalidades en cuanto a registración y presentación que el monotributo, ya que tiene que darse de alta por un lado en la página de Arca en los impuestos IVA, ganancias y bienes personales. Todos los meses debe presentar la liquidación de iva e ingresos brutos. Anualmente presentar DDJJ de ganancias y bienes personales. (Reig, Enrique;1997)

Teniendo en cuenta la envergadura de este proyecto, al inicio de actividades estaría encuadrado en el régimen del monotributo. A medida que vayan los ingresos aumentando, ira subiendo las categorías que dispone este régimen hasta llegar al régimen general, en función del flujo de clientes y ventas que se vayan presentando.

Para la inscripción en el monotributo se hace por intermedio de la página de Arca. En primer lugar se debe sacar la clave fiscal nivel 3, luego proceder a la inscripción del monotributo a

través de registro tributario, donde en función de los parámetros establecidos, se definirá la categoría y culminará con la emisión de una credencial que indica la categoría a la que perteneces y el monto a pagar por mes. (véase anexo II)

Capítulo 4- Viabilidad financiera

4.1. INTRODUCCION

El objeto de este capítulo es ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporciona el proyecto y se ha mencionado en capítulos anteriores, a fin de determinar si es viable este proyecto.

El sistematizar esta viabilidad financiera consiste en identificar los costos e ingresos en estudios que se han ido realizando a lo largo del proyecto.

Este estudio determina la aceptación o rechazo de este proyecto, midiendo la rentabilidad que retorna la inversión, medido moneda de curso legal.

4.2. Inversión inicial

La inversión inicial en este proyecto sería la construcción de las canchas y oficina donde estará la administración y alquiler, la heladera vitrina, además de unos baños y vestuario. Por otro lado, la adquisición de raquetas y pelotas, equipo informático y elementos de limpieza para el mantenimiento de la cancha.

Esta inversión inicial en bienes de uso estará sujeta a depreciaciones en función de cada tipo de bien. La depreciación será del tipo lineal, año de alta completo.

En los siguientes cuadros se visualizará la inversión inicial, el cuadro de depreciaciones y la depreciación estimada para cada año. . (véase cuadro n°2,3,4)

Cuadro n°2: Costo de Construcción

COSTO DE CONSTRUCCION	\$ 54.378.492
CANCHAS	
MOVIMIENTO DE SUELO	\$ 9.508.003
SUELO CAL	\$ 9.012.794
CONTRUCCION	0
LUMINARIA	\$ 13.766.796
CERCADO.	\$ 8.121.419
BAÑOS/CAMARINES	\$ 25.148.585
TOTAL	\$ 119.936.090

FUENTE: Elaboración propia

Cuadro n°3: Cuadro Inversión Inicial

INVERSION INICIAL	
CONSTRUCCION	\$ 119.936.090
RED CANCHA	\$ 200.000
EQUIPO INFORMATICO	1.328.000,00
ELEMENTOS DE ENSEÑANZA	\$ 244.000
EXHIBIDOR	327.000,00
MESAS Y SILLA bar (1 MESA	360.000,00
HELADERA DE VITRINA	1.400.000,00
total	\$ 123.795.090

FUENTE: Elaboración propia

La construcción y todos los bienes de uso que tenemos en el cuadro n°2, están sometidos a desgaste por el tiempo, algunos tienen mayor vida útil que otros y esto implica que al pasar de

los años habría que hacer una reinversión, por ejemplo la red de la cancha con el sol que posee la provincia se deteriora muy rápido (véase cuadro n° 4 y 5)

Cuadro n°4: Depreciaciones de los bienes de uso

CUADRO DE DEPRECIACIONES				
AMORTIZACION DE BIENES	valor	años vida util	% amort Annual	total
CONSTRUCCION	\$ 119.936.090	50	0,02	\$ 2.398.722
RED CANCHA	\$ 200.000	5	0,2	\$ 40.000
EQUIPO INFORMATICO	1.328.000,00	5	0,2	\$ 265.600
ELEMENTOS DE ENSEÑANZA	\$ 244.000	2	0,5	\$ 122.000
EXHIBIDOR	327.000,00	10	0,1	\$ 32.700
MESAS Y SILLA bar (1 MESA Y 2 S	360.000,00	10	0,1	\$ 36.000
HELADERA DE VITRINA	1.400.000,00	5	0,2	\$ 280.000
TOTAL	\$ 123.795.090			\$ 3.175.022

FUENTE: Elaboración propia

Por cada bien, se tiene diferente desgaste, por ello en el cuadro n°5, se muestra el desgaste y perdida de valor de cada bien

Cuadro n°5: Determinación de la depreciación por cada año

DEPRECIACION ACUMULADA	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	A10	A50
CONSTRUCCION	\$ 2.398.721,79	\$ 2.398.721,79	\$ 2.398.721,79	\$ 2.398.721,79	\$ 2.398.721,79	\$ 2.398.721,79	\$ 2.398.721,79	\$ 2.398.721,79	\$ 2.398.721,79	\$ 2.398.721,79	\$ 2.398.721,79	\$ 2.398.726,79
RED CANCHA	\$ 40.000,00	\$ 40.000,00	\$ 40.000,00	\$ 40.000,00	\$ 40.000,00							
EQUIPO INFORMATICO	\$ 265.600,00	\$ 265.600,00	\$ 265.600,00	\$ 265.600,00	\$ 265.600,00							
ELEMENTOS DE ENSEÑANZA	\$ 122.000,00	\$ 122.000,00										
EXHIBIDOR	\$ 32.700,00	\$ 32.700,00	\$ 32.700,00	\$ 32.700,00	\$ 32.700,00	\$ 32.700,00	\$ 32.700,00	\$ 32.700,00	\$ 32.700,00	\$ 32.700,00		
MESAS Y SILLA bar (1 MESA Y 2 SILLAS)	\$ 36.000,00	\$ 36.000,00	\$ 36.000,00	\$ 36.000,00	\$ 36.000,00	\$ 36.000,00	\$ 36.000,00	\$ 36.000,00	\$ 36.000,00	\$ 36.000,00		
HELADERA DE VITRINA	\$ 280.000,00	\$ 280.000,00	\$ 280.000,00	\$ 280.000,00	\$ 280.000,00							
TOTAL AMORTIZACIONES	\$ 3.175.021,79	\$ 3.175.021,79	\$ 3.053.021,79	\$ 3.053.021,79	\$ 3.053.021,79	\$ 2.467.421,79	\$ 2.467.421,79	\$ 2.467.421,79	\$ 2.467.421,79	\$ 2.467.421,79	\$ 2.398.721,79	\$ 2.398.726,79

Fuente: Elaboración propia

4.3. Ingresos

Los ingresos provienen del alquiler de la cancha, con tarifa diferencial dependiendo si el turno es diurno o nocturno, en cuyo caso se cobrará un adicional por el uso de luminaria.

Se estima que los turnos son de una hora, pudiendo reservar un máximo de dos horas por persona por día. Se prevé una ocupación de 10 horas diarias de turno (tanto en horarios diurnos, vespertinos o nocturnos, lo que depende la época del año ya que en verano, los turnos de la noche son los más solicitados y en inviernos sucede a la inversa).

Los elementos de enseñanza o juego (raquetas y pelotas) se brindarán en forma gratuita, contra deposito en garantía por su preservación.

Por otro lado, se expenderán bebidas hidratantes, lo que implica otra fuente de ingreso. En este caso, se ha previsto vender una cantidad de 4 unidades de cada tipo de bebida por día, tomando una posición conservadora a la hora de estimar estas ventas.

Cuadro n°6: Cuadro de Ingresos por Alquiler y Refrigerios

Ingreso por alquiler de cancha Horario 8-24				
	horas por día	\$ por hora	horas por año	\$por año
turnos vespertinos/diurnos	5	\$ 8.000,00	1825	\$ 14.600.000
turnos nocturnos	5	\$ 10.000,00	1825	\$ 18.250.000
total	10	\$ 9.000,00	3650	\$ 32.850.000,00
Ingresos por refrigerios				
refrigerios	Precio unitario	Por día	Por año	
agua mineral	3000	12000	3.960.000,00	
sales	8000	32000	10.560.000,00	
gaseosas	10000	40000	13.200.000,00	
total ingresos por refrigerios			27.720.000,00	

Fuente:

Elaboración

propia

4.4. Egresos

Se tienen en cuenta haciendo referencia a la estructura de los costos mencionada en dicho capítulo, estos son utilizados para determinar la relación porcentual con respecto a los ingresos del primer año, y así obtener referencia a ser utilizada en los años subsiguientes.

En el cuadro n°7 se muestra los gastos necesarios después de obtenidos los ingresos para poder llevar a cabo este proyecto, entre alguno de los gastos que se pueden visualizar en dicho cuadro son el sueldo del empleado, los servicios públicos necesarios como la luz para cuando las canchas se usan de noche, también la cuota del monotributo para poder facturar el alquiler, entre otros.

Cuadro n°7: Cuadro de Ingresos y Egresos

Detalle	año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10	Año 11
Ingresos por alquiler cancha		\$ 32.850.000,00	\$ 38.697.300,00	\$ 45.585.419,40	\$ 53.699.624,05	\$ 63.258.157,13	\$ 74.518.109,10	\$ 87.782.332,53	\$ 103.407.587,71	\$ 121.814.138,33	\$ 143.497.054,95	\$ 169.039.530,73
Ingresos por refrigerio		\$ 27.720.000,00	\$ 32.654.160,00	\$ 38.466.600,48	\$ 45.313.655,37	\$ 53.379.486,02	\$ 62.881.034,53	\$ 74.073.858,68	\$ 87.259.005,52	\$ 102.791.108,51	\$ 121.087.925,82	\$ 142.641.576,62
Ingresos Alquiler elementos												
Total Ingresos		\$ 60.570.000,00	\$ 71.351.460,00	\$ 84.052.019,88	\$ 99.013.279,42	\$ 116.637.643,16	\$ 137.399.143,64	\$ 161.856.191,20	\$ 190.666.593,24	\$ 224.605.246,83	\$ 264.584.980,77	\$ 311.681.107,35
Sy J Administracion		\$ -13.226.590,00	\$ -15.580.923,02	\$ -18.354.327,32	\$ -21.621.397,58	\$ -25.470.006,35	\$ -30.003.667,48	\$ -35.344.320,29	\$ -41.635.609,30	\$ -49.046.747,76	\$ -57.777.068,86	\$ -68.061.387,12
servicios Publico (Luz, agua)		\$ -1.817.100,00	\$ -2.140.543,80	\$ -2.521.560,60	\$ -2.970.398,38	\$ -3.499.129,29	\$ -4.121.974,31	\$ -4.855.685,74	\$ -5.719.997,80	\$ -6.738.157,41	\$ -7.937.549,42	\$ -9.350.433,22
Internet		\$ -180.000,00	\$ -212.040,00	\$ -249.783,12	\$ -294.244,52	\$ -346.620,04	\$ -408.318,41	\$ -480.999,08	\$ -566.616,92	\$ -667.474,73	\$ -786.285,23	\$ -926.244,00
Marketing		\$ -500.000,00	\$ -589.000,00	\$ -693.842,00	\$ -817.345,88	\$ -962.833,44	\$ -1.134.217,79	\$ -1.336.108,56	\$ -1.573.935,89	\$ -1.854.096,47	\$ -2.184.125,65	\$ -2.572.900,01
Contador		\$ -540.000,00	\$ -636.120,00	\$ -749.349,36	\$ -882.733,55	\$ -1.039.860,12	\$ -1.224.955,22	\$ -1.442.997,25	\$ -1.699.850,76	\$ -2.002.424,19	\$ -2.358.855,70	\$ -2.778.732,01
Mantenimiento Y Reparaciones		\$ -2.422.800,00	\$ -2.854.058,40	\$ -3.362.080,80	\$ -3.960.531,18	\$ -4.665.505,73	\$ -5.495.965,75	\$ -6.474.247,65	\$ -7.626.663,73	\$ -8.984.209,87	\$ -10.583.399,23	\$ -12.467.244,29
Costo de bebidas hidratantes		\$ -5.544.000,00	\$ -6.530.832,00	\$ -7.693.320,10	\$ -9.062.731,07	\$ -10.675.897,20	\$ -12.576.206,91	\$ -14.814.771,74	\$ -17.451.801,10	\$ -20.558.221,70	\$ -24.217.585,16	\$ -28.528.315,32
Cuota Monotributo		\$ -2.674.039,44	\$ -3.150.018,46	\$ -3.710.721,75	\$ -4.371.230,22	\$ -5.149.309,20	\$ -6.065.886,23	\$ -7.145.613,98	\$ -8.417.533,27	\$ -9.915.854,19	\$ -11.680.876,24	\$ -13.760.072,21
otros costos variables		\$ -1.211.400,00	\$ -1.427.029,20	\$ -1.681.040,40	\$ -1.980.265,59	\$ -2.332.752,86	\$ -2.747.982,87	\$ -3.237.123,82	\$ -3.813.331,86	\$ -4.492.104,94	\$ -5.291.699,62	\$ -6.233.622,15
TOTAL EGRESOS		\$ -28.115.929,44	\$ -33.120.564,88	\$ -39.016.025,43	\$ -45.960.877,96	\$ -54.141.914,23	\$ -63.779.174,96	\$ -75.131.868,11	\$ -88.505.340,63	\$ -104.259.291,26	\$ -122.817.445,11	\$ -144.678.950,34

Fuente: Producción propia

Flujo de fondos

El flujo de fondo se obtiene por diferencia entre ingresos (cuadro n°5) y egresos (cuadro n°6), da como resultado el beneficio bruto, luego se le restan amortización por desgaste de bienes de uso se obtendrá el resultado neto determinando la ganancia o pérdida por año.

Al final del cuadro se puede visualizar que donde esta el año 0, tenemos la inversión inicial. Y a partir del año 1 al 10, que son los años que se estipulan recuperar la inversión, tenemos los flujos netos que obtendríamos por cada año para recuperar la inversión inicial (ver cuadro n°8), luego se obtiene la van y la tir.

Cuadro n°8: Flujo de Fondos del Proyecto

Flujo de Fondos												
Detalle	año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10	Año 11
ingresos por alquiler cancha		\$ 32.850.000,00	\$ 38.697.300,00	\$ 45.585.419,40	\$ 53.699.624,05	\$ 63.258.157,13	\$ 74.518.109,10	\$ 87.782.332,53	\$ 103.407.587,71	\$ 121.814.138,33	\$ 143.497.054,95	\$ 169.039.530,73
Ingresos por refrigerio		\$ 27.720.000,00	\$ 32.654.160,00	\$ 38.466.600,48	\$ 45.313.655,37	\$ 53.379.486,02	\$ 62.881.034,53	\$ 74.073.858,68	\$ 87.259.005,52	\$ 102.791.108,51	\$ 121.087.925,82	\$ 142.641.576,62
Ingresos Alquiler elementos												
Total Ingresos		\$ 60.570.000,00	\$ 71.351.460,00	\$ 84.052.019,88	\$ 99.013.279,42	\$ 116.637.643,16	\$ 137.399.143,64	\$ 161.856.191,20	\$ 190.666.593,24	\$ 224.605.246,83	\$ 264.584.980,77	\$ 311.681.107,35
Sy J Administracion		\$ -13.226.590,00	\$ -15.580.923,02	\$ -18.354.327,32	\$ -21.621.397,58	\$ -25.470.006,35	\$ -30.003.667,48	\$ -35.344.320,29	\$ -41.635.609,30	\$ -49.046.747,76	\$ -57.777.068,86	\$ -68.061.387,12
servicios Publico (Luz, agua)		\$ -1.817.100,00	\$ -2.140.543,80	\$ -2.521.560,60	\$ -2.970.398,38	\$ -3.499.129,29	\$ -4.121.974,31	\$ -4.855.685,74	\$ -5.719.997,80	\$ -6.738.157,41	\$ -7.937.549,42	\$ -9.350.433,22
Internet		\$ -180.000,00	\$ -212.040,00	\$ -249.783,12	\$ -294.244,52	\$ -346.620,04	\$ -408.318,41	\$ -480.999,08	\$ -566.616,92	\$ -667.474,73	\$ -786.285,23	\$ -926.244,00
Marketing		\$ -500.000,00	\$ -589.000,00	\$ -693.842,00	\$ -817.345,88	\$ -962.833,44	\$ -1.134.217,79	\$ -1.336.108,56	\$ -1.573.935,89	\$ -1.854.096,47	\$ -2.184.125,65	\$ -2.572.900,01
Contador		\$ -540.000,00	\$ -636.120,00	\$ -749.349,36	\$ -882.733,55	\$ -1.039.860,12	\$ -1.224.955,22	\$ -1.442.997,25	\$ -1.699.850,76	\$ -2.002.424,19	\$ -2.358.855,70	\$ -2.778.732,01
Mantenimiento Y Reparaciones		\$ -2.422.800,00	\$ -2.854.058,40	\$ -3.362.080,80	\$ -3.960.531,18	\$ -4.665.505,73	\$ -5.495.965,75	\$ -6.474.247,65	\$ -7.626.663,73	\$ -8.984.209,87	\$ -10.583.399,23	\$ -12.467.244,29
Costo de bebidas hidratantes		\$ -5.544.000,00	\$ -6.530.832,00	\$ -7.693.320,10	\$ -9.062.731,07	\$ -10.675.897,20	\$ -12.576.206,91	\$ -14.814.771,74	\$ -17.451.801,10	\$ -20.558.221,70	\$ -24.217.585,16	\$ -28.528.315,32
Cuota Monotributo		\$ -2.674.039,44	\$ -3.150.018,46	\$ -3.710.721,75	\$ -4.371.230,22	\$ -5.149.309,20	\$ -6.065.886,23	\$ -7.145.613,98	\$ -8.417.533,27	\$ -9.915.854,19	\$ -11.680.876,24	\$ -13.760.072,21
otros costos variables		\$ -1.211.400,00	\$ -1.427.029,20	\$ -1.681.040,40	\$ -1.980.265,59	\$ -2.332.752,86	\$ -2.747.982,87	\$ -3.237.123,82	\$ -3.813.331,86	\$ -4.492.104,94	\$ -5.291.699,62	\$ -6.233.622,15
TOTAL EGRESOS		\$ -28.115.929,44	\$ -33.120.564,88	\$ -39.016.025,43	\$ -45.960.877,96	\$ -54.141.914,23	\$ -63.779.174,96	\$ -75.131.868,11	\$ -88.505.340,63	\$ -104.259.291,26	\$ -122.817.445,11	\$ -144.678.950,34
Beneficio Bruto		\$ 32.454.070,56	\$ 38.230.895,12	\$ 45.035.994,45	\$ 53.052.401,46	\$ 62.495.728,92	\$ 73.619.968,67	\$ 86.724.323,10	\$ 102.161.252,61	\$ 120.345.955,57	\$ 141.767.535,66	\$ 167.002.157,01
Poliza de Seguro		\$ -660.000,00	\$ -777.480,00	\$ -915.871,44	\$ -1.078.896,56	\$ -1.270.940,14	\$ -1.497.167,49	\$ -1.763.663,30	\$ -2.077.595,37	\$ -2.447.407,35	\$ -2.883.045,85	\$ -3.396.228,01
Total Gastos Operativos		\$ 31.794.070,56	\$ 37.453.415,12	\$ 44.120.123,01	\$ 51.973.504,91	\$ 61.224.788,78	\$ 72.122.801,18	\$ 84.960.659,79	\$ 100.083.657,24	\$ 117.898.548,23	\$ 138.884.489,81	\$ 163.605.929,00
Amortizaciones		\$ -3.175.021,79	\$ -3.175.021,79	\$ -3.053.021,79	\$ -3.053.021,79	\$ -3.053.021,79	\$ -2.467.421,79	\$ -2.467.421,79	\$ -2.467.421,79	\$ -2.467.421,79	\$ -2.467.421,79	\$ -2.398.721,79
subtotal		\$ 28.619.048,77	\$ 34.278.393,33	\$ 41.067.101,22	\$ 48.920.483,11	\$ 58.171.766,99	\$ 69.655.379,39	\$ 82.493.238,00	\$ 97.616.235,44	\$ 115.431.126,43	\$ 136.417.068,02	\$ 161.207.207,20
Interes por Prestamo		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
devolucion Capital		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
flujo de Fondos	\$ -123.795.090	\$ 28.619.048,77	\$ 34.278.393,33	\$ 41.067.101,22	\$ 48.920.483,11	\$ 58.171.766,99	\$ 69.655.379,39	\$ 82.493.238,00	\$ 97.616.235,44	\$ 115.431.126,43	\$ 136.417.068,02	\$ 161.207.207,20
VAN	\$ 11.528.860,01	21199295,38	18808446,27	16691399,16	14728403,15	12973089,47	11506733,4	10094433,96	8848138,401	7750308,989	6784705,889	5938995,562
TASA DE DESCUENTO	35%											
TIR	38%											

Fuente: Producción propia

4.5. Resultado de la evaluación financiera

Para precisar cuál es el resultado de la evaluación financiera se determinará su periodo de recuperación y se utilizarán los métodos de VAN (valor actual neto) y TIR (tasa interna de retorno)

4.5.1. VAN

La VAN es el valor que resulta de la diferencia entre el valor presente de los futuros ingresos netos esperados y el desembolso inicial de la inversión.

La fórmula es la siguiente:

$$VAN = -ff_0 - ff_1/(1+k) + ff_2/(1+k)^2 + \dots + (ff_n + V)/(1+k)^n$$

En el último flujo de efectivo aparece el término V que representa el efectivo obtenido si el negocio es liquidado, o el valor actual de la continuidad si el proyecto sigue en marcha, k representa la tasa de interés del costo de oportunidad y por último se descuenta el desembolso de la inversión.

El mérito de un proyecto debe evaluarse de la forma en que es financiado, como si la financiación proviniera del capital propio y así se sabrá si el proyecto es bueno o malo.

La tasa de oportunidad del inversor es denominada como tasa de corte, ya que establece una especie de obstáculo en el reordenamiento del proyecto, aquellos proyectos con VAN mayor a 0 se llevan a cabo y aquellos que su VAN es menor a 0 o negativa no se llevan a cabo, se descartan, cuando es igual a 0 o próximo a este es decisión del inversor de llevarlo a su ejecución o no.

En este proyecto la VAN arroja un valor de \$ 11.528.860,01 teniendo en cuenta una tasa de descuento del 35%.

4.5.2. TIR (tasa interna de retorno)

Es aquella que descuenta el valor futuro de los ingresos netos igualándolos con el desembolso inicial de la inversión,

La tir es la ecuación que iguala el van a 0 o iguala el valor presente del flujo de efectivo futuro al desembolso inicial de la inversión.

La tir es una medida de rentabilidad periódica de la inversión, no se mide en términos absolutos, sino que lo hace en términos relativos, en principio, cual es el porcentaje de rentabilidad que se obtiene por cada moneda invertida en el proyecto.

La fórmula de la tir es:

$$TIR = ff_0 + ff_1/(1+TIR) + ff_2/(1+TIR)^2 + \dots + (ff_n + V)/(1+TIR)^n$$

Si la tir es mayor a k el proyecto se aceptará, donde k es la tasa de descuento, si la tir es menor que k se rechazará, si la tir es muy próxima al costo del capital el inversor decidirá si dará un paso hacia adelante apostando al proyecto o no

En este proyecto la TIR arroja un tasa de 38 % (ver cuadro n°9)

Cuadro n°9: Van y Tir del proyecto

VAN	\$ 11.528.860,01
TASA DE DESCUENTO	35%
TIR	38%

FUENTE: Elaboración propia

Estos valores son obtenidos teniendo en cuenta el valor inicial del cuadro n°7 y los flujos de ingresos que se obtendrían por año.

Análisis de los resultados:

Se partió de una estimación de ingresos teniendo como base el año uno y para los años subsiguientes estimando una inflación del 18% anual. También se estimaron los egresos, teniendo como principal egreso los sueldos, la cuota monotributo, los gastos de mantenimientos, gastos de servicios públicos como agua, luz, internet, equipamiento de la cancha y administración, marketing, póliza de seguro contra incendio. Y, por último, se restó la depreciación de los bienes de uso, luego se obtuvo el flujo neto de la inversión.

Con este flujo, se pudo obtener la VAN teniendo una tasa de descuento del 35% según página del Banco Nación de la República Argentina para las operaciones de descuento y la TIR el proyecto. Las mismas arrojaron un resultado positivo

Con estos resultados se concluye que la VAN arroja un resultado mayor que 0, por lo que los flujos de ingresos y gastos descontados arrojará una ganancia.

La TIR es mayor a la tasa de descuento, por lo que la tasa de rendimiento es mayor a la tasa mínima de rentabilidad exigida.

CONCLUSION

El presente proyecto tuvo como objetivo elaborar un proyecto de un negocio que se dedicará al alquiler de canchas de tenis. Dichas canchas serán del material cemento por su bajo costo de mantenimiento, ya que si se compara con las de polvo de ladrillo tienen un alto costo, además que cuando hay inclemencias climáticas como las lluvias que se están produciendo últimamente en la provincia de San Juan se debe esperar a que las canchas estén totalmente secas para ser utilizadas, esto en las de cemento no sucedería ya que se secan muy rápido por los drenajes que se colocan y las temperaturas elevadas que posee la provincia.

La realización de este proyecto de inversión permitió evaluar la viabilidad económica, técnica y financiera de la implementación del emprendimiento, que consiste en un predio ubicado en el departamento Rawson , en la provincia de San Juan, que tendrá una cancha de tenis, camarines y baños, también un lugar para la administración. La mencionada cancha de tenis tendrá 648 metros cuadrados, que implica 36 de largo y 18 de ancho, la superficie del juego comprende de 23.77 m² conformado por dos lados de 11 metros de largo y 10.97 de ancho en caso de ser dobles y 8.23 en caso de ser simples, además hay que agregar por lo menos 3 metros más de cada lado, todo ello de acuerdo a las medidas reglamentarias de ITF.

El estudio realizado logra concluir que, por un lado, se tomara mano de obra local con la remuneración de acuerdo al convenio colectivo de trabajo pertinente, generando un

pequeño efecto multiplicador en la economía local. Pero, por otro lado, este estudio también concluye que la construcción de esta cancha, posibilita una mayor práctica del tenis. Este deporte es recomendado por especialistas (tanto médicos deportólogos como de otras especialidades) por promover la actividad física a cualquier edad, a la convivencia entre personas y destacando los buenos beneficios de practicar este deporte como son la coordinación, fuerza, resistencia, flexibilidad, velocidad, confianza en uno mismo y manejo de la frustración, concluyendo que alarga la vida por el alto nivel de pensamiento ya que obliga a tener activo el cerebro todo el tiempo.

Luego se trabajó sobre los objetivos particulares mediante técnicas de investigación, se cotejaron modelos de negocios, para poder determinar los factores de éxito en la actividad del presente proyecto, se determinó el plan de marketing y las bases para la relación laboral e impositiva.

Por otro lado, se desarrolló un plan económico-financiero, donde se analiza la inversión inicial, luego se estudian los ingresos asociados al proyecto en dos rubros por un lado el alquiler de canchas y por otro lado la venta de bebidas refrigerantes.

Se concluye que el proyecto es rentable, lo que implica que podría llevarse a cabo y contribuiría al desarrollo deportivo y económico en la provincia de San Juan.

BIBLIOGRAFÍA

- Sevilla Arias, Andrés; 2018; Inversión: Que es, como empezar y que tipos hay.
<https://economipedia.com/definiciones/inversion.html>
- Bernal, Cesar (2010). Metodología de la investigación. 3ª ed.
- Carrillo, Diego, Vega Falcón, Vladimir y Navas, Silvia (2019).Formulación y evaluación de proyectos.1ª ed.
- Córdoba Padilla, Marcial (2012). Gestión Financiera. Editorial Ecode. 1ªed.
- Kotler, Philip, Garay, Armstrong (2012).14ª ed
- Nassir Sapag, Chain, Sapag Chain, Reinaldo, Sapag P., Jose Manuel.(2008). Preparación y evaluación de proyectos.6ª ed
- Reig, Enrique (1975).Impuesto al valor agregado
- Telias, Alejandro (1994). Análisis e interpretación de estados contables. Editorial Reisa.
6ª ed
- Tomayo, Mario (2004).El proceso de la investigación científica.4ª ed.

Paginas consultadas en pdf:

-chrome-

extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/<https://luisdoubrontg.school.blog/wp-content/uploads/2024/03/el-proceso-de-la-investigacion-cientifica-tamayo-y-tamayo.pdf>

-chromeextension:

//efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://luisdoubbrontg.school.blog/wp

content/uploads/2024/05/cesar-bernal-metodologia-de-la-investigacion.pdf

-http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-95182008000100008

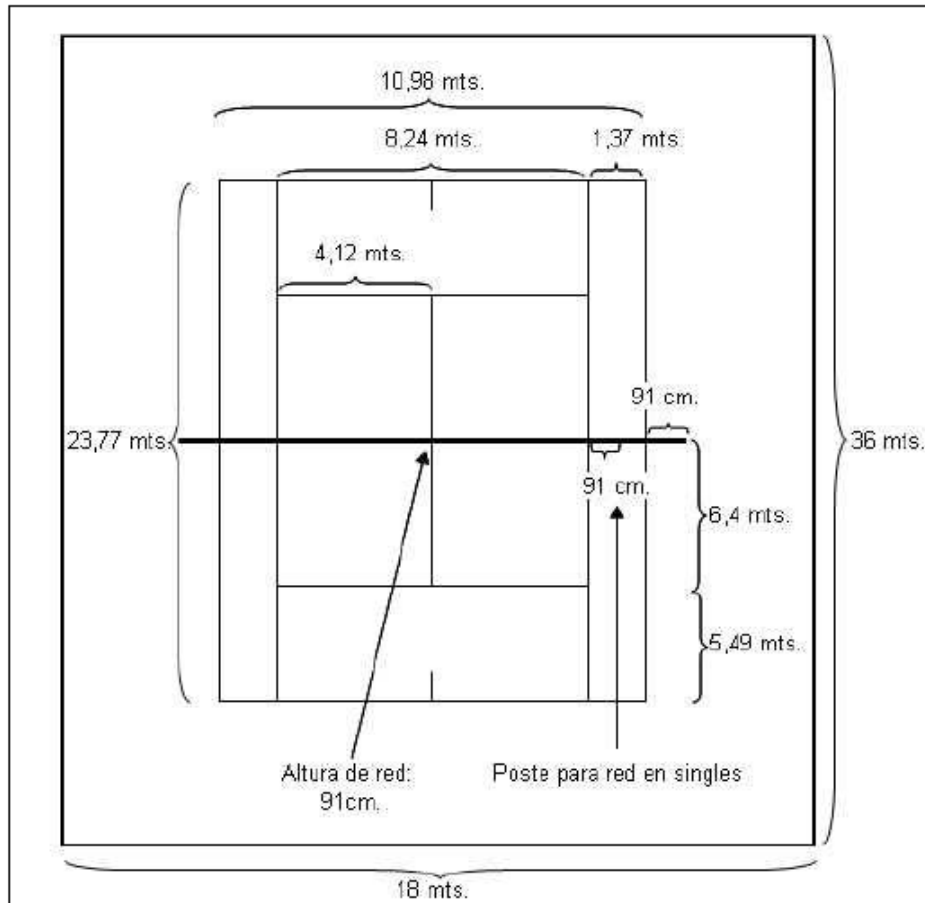
- <https://economipedia.com/definiciones/inversion.html>

-Revista: Journey Sport. 19 de noviembre de 2021. Celeste Pérez.

<https://journey.app/blog/reglas-del-tenis/>

<https://marcosdelavega.com/estrategias-de-marketing/> publicado :fecha 20 de Febrero de 2022

Anexo I: Detalle de dimensiones cancha de tenis



Anexo II: ESCALA DE MONOTRIBUTO A PARTIR DE FEBRERO 2025

✓ Valores de aplicación desde el 1/02/2025

Cuadro de categorías y valores del monotributo

Categ.	Ingresos brutos (*)	Sup. Afectada (**)	Energía eléctrica consumida anualmente	Alquileres devengados anualmente	Precio unitario máximo para venta de cosas muebles	Impuesto integrado		Aportes al SIPA (***)	Aportes obra social (****)	Total	
						Locaciones y prestaciones de servicios	Venta de cosas muebles			Locaciones y prestaciones de servicios	Venta de cosas muebles
A	\$ 7.813.063,45	Hasta 30 m2	Hasta 3330 Kw	\$ 1.816.991,50	\$ 466.361,15	\$ 3.633,98	\$ 3.633,98	\$ 11.871,01	\$ 16.716,32	\$ 32.221,31	\$ 32.221,31
B	\$ 11.447.046,44	Hasta 45 m2	Hasta 5000 Kw	\$ 1.816.991,50	\$ 466.361,15	\$ 6.904,57	\$ 6.904,57	\$ 13.058,11	\$ 16.716,32	\$ 36.679,00	\$ 36.679,00
C	\$ 16.050.091,57	Hasta 60 m2	Hasta 6700 Kw	\$ 2.483.221,72	\$ 466.361,15	\$ 11.871,01	\$ 10.901,95	\$ 14.363,92	\$ 16.716,32	\$ 42.951,25	\$ 41.982,19
D	\$ 19.926.340,10	Hasta 65 m2	Hasta 10000 Kw	\$ 2.483.221,72	\$ 466.361,15	\$ 19.381,24	\$ 18.048,78	\$ 15.800,32	\$ 19.865,77	\$ 55.047,33	\$ 53.714,87
E	\$ 23.439.190,34	Hasta 110 m2	Hasta 13000 Kw	\$ 3.149.451,93	\$ 466.361,15	\$ 36.339,83	\$ 28.829,60	\$ 17.380,35	\$ 24.226,55	\$ 77.946,73	\$ 70.436,50
F	\$ 29.374.695,90	Hasta 150 m2	Hasta 16500 Kw	\$ 3.149.451,93	\$ 466.361,15	\$ 51.118,03	\$ 37.551,16	\$ 19.118,38	\$ 27.880,54	\$ 98.096,95	\$ 84.530,08
G	\$ 35.128.502,31	Hasta 200 m2	Hasta 20000 Kw	\$ 3.755.115,76	\$ 466.361,15	\$ 93.029,98	\$ 46.514,98	\$ 26.765,73	\$ 30.040,93	\$ 149.836,62	\$ 103.321,64
H	\$ 53.298.417,30	Hasta 200 m2	Hasta 20000 Kw	\$ 5.450.974,50	\$ 466.361,15	\$ 266.492,09	\$ 133.246,04	\$ 37.472,03	\$ 36.097,56	\$ 340.061,68	\$ 206.815,63
I	\$ 59.657.887,55	Hasta 200 m2	Hasta 20000 Kw	\$ 5.450.974,50	\$ 466.361,15	\$ 529.955,85	\$ 211.982,34	\$ 52.460,84	\$ 44.576,86	\$ 626.993,55	\$ 309.020,04
J	\$ 68.318.880,36	Hasta 200 m2	Hasta 20000 Kw	\$ 5.450.974,50	\$ 466.361,15	\$ 635.947,02	\$ 254.378,81	\$ 73.445,18	\$ 50.027,83	\$ 759.420,03	\$ 377.851,82
K	\$ 82.370.281,28	Hasta 200 m2	Hasta 20000 Kw	\$ 5.450.974,50	\$ 466.361,15	\$ 890.325,83	\$ 296.775,28	\$ 102.823,25	\$ 57.174,67	\$ 1.050.323,75	\$ 456.773,20

Fuente: página de Arca

AnexoIII: Flujo de Fondos con el cálculo de la van y tir

Flujo de Fondos												
Detalle	año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10	Año 11
ingresos por alquiler cancha		\$ 32.850.000,00	\$ 38.697.300,00	\$ 45.585.419,40	\$ 53.699.624,05	\$ 63.258.157,13	\$ 74.518.109,10	\$ 87.782.332,53	\$ 103.407.587,71	\$ 121.814.138,33	\$ 143.497.054,95	\$ 169.039.530,73
Ingresos por refrigerio		\$ 27.720.000,00	\$ 32.654.160,00	\$ 38.466.600,48	\$ 45.313.655,37	\$ 53.379.486,02	\$ 62.881.034,53	\$ 74.073.858,68	\$ 87.259.005,52	\$ 102.791.108,51	\$ 121.087.925,82	\$ 142.641.576,62
Ingresos Alquiler elementos												
Total Ingresos		\$ 60.570.000,00	\$ 71.351.460,00	\$ 84.052.019,88	\$ 99.013.279,42	\$ 116.637.643,16	\$ 137.399.143,64	\$ 161.856.191,20	\$ 190.666.593,24	\$ 224.605.246,83	\$ 264.584.980,77	\$ 311.681.107,35
Sy J Administracion		\$ -13.226.590,00	\$ -15.580.923,02	\$ -18.354.327,32	\$ -21.621.397,58	\$ -25.470.006,35	\$ -30.003.667,48	\$ -35.344.320,29	\$ -41.635.609,30	\$ -49.046.747,76	\$ -57.777.068,86	\$ -68.061.387,12
servicios Publico (Luz, agua)		\$ -1.817.100,00	\$ -2.140.543,80	\$ -2.521.560,60	\$ -2.970.398,38	\$ -3.499.129,29	\$ -4.121.974,31	\$ -4.855.685,74	\$ -5.719.997,80	\$ -6.738.157,41	\$ -7.937.549,42	\$ -9.350.433,22
Internet		\$ -180.000,00	\$ -212.040,00	\$ -249.783,12	\$ -294.244,52	\$ -346.620,04	\$ -408.318,41	\$ -480.999,08	\$ -566.616,92	\$ -667.474,73	\$ -786.285,23	\$ -926.244,00
Marketing		\$ -500.000,00	\$ -589.000,00	\$ -693.842,00	\$ -817.345,88	\$ -962.833,44	\$ -1.134.217,79	\$ -1.336.108,56	\$ -1.573.935,89	\$ -1.854.096,47	\$ -2.184.125,65	\$ -2.572.900,01
Contador		\$ -540.000,00	\$ -636.120,00	\$ -749.349,36	\$ -882.733,55	\$ -1.039.860,12	\$ -1.224.955,22	\$ -1.442.997,25	\$ -1.699.850,76	\$ -2.002.424,19	\$ -2.358.855,70	\$ -2.778.732,01
Mantenimiento Y Reparaciones		\$ -2.422.800,00	\$ -2.854.058,40	\$ -3.362.080,80	\$ -3.960.531,18	\$ -4.665.505,73	\$ -5.495.965,75	\$ -6.474.247,65	\$ -7.626.663,73	\$ -8.984.209,87	\$ -10.583.399,23	\$ -12.467.244,29
Costo de bebidas hidratantes		\$ -5.544.000,00	\$ -6.530.832,00	\$ -7.693.320,10	\$ -9.062.731,07	\$ -10.675.897,20	\$ -12.576.206,91	\$ -14.814.771,74	\$ -17.451.801,10	\$ -20.558.221,70	\$ -24.217.585,16	\$ -28.528.315,32
Cuota Monotributo		\$ -2.674.039,44	\$ -3.150.018,46	\$ -3.710.721,75	\$ -4.371.230,22	\$ -5.149.309,20	\$ -6.065.886,23	\$ -7.145.613,98	\$ -8.417.533,27	\$ -9.915.854,19	\$ -11.680.876,24	\$ -13.760.072,21
otros costos variables		\$ -1.211.400,00	\$ -1.427.029,20	\$ -1.681.040,40	\$ -1.980.265,59	\$ -2.332.752,86	\$ -2.747.982,87	\$ -3.237.123,82	\$ -3.813.331,86	\$ -4.492.104,94	\$ -5.291.699,62	\$ -6.233.622,15
TOTAL EGRESOS		\$ -28.115.929,44	\$ -33.120.564,88	\$ -39.016.025,43	\$ -45.960.877,96	\$ -54.141.914,23	\$ -63.779.174,96	\$ -75.131.868,11	\$ -88.505.340,63	\$ -104.259.291,26	\$ -122.817.445,11	\$ -144.678.950,34
Beneficio Bruto		\$ 32.454.070,56	\$ 38.230.895,12	\$ 45.035.994,45	\$ 53.052.401,46	\$ 62.495.728,92	\$ 73.619.968,67	\$ 86.724.323,10	\$ 102.161.252,61	\$ 120.345.955,57	\$ 141.767.535,66	\$ 167.002.157,01
Poliza de Seguro		\$ -660.000,00	\$ -777.480,00	\$ -915.871,44	\$ -1.078.896,56	\$ -1.270.940,14	\$ -1.497.167,49	\$ -1.763.663,30	\$ -2.077.595,37	\$ -2.447.407,35	\$ -2.883.045,85	\$ -3.396.228,01
Total Gastos Operativos		\$ 31.794.070,56	\$ 37.453.415,12	\$ 44.120.123,01	\$ 51.973.504,91	\$ 61.224.788,78	\$ 72.122.801,18	\$ 84.960.659,79	\$ 100.083.657,24	\$ 117.898.548,23	\$ 138.884.489,81	\$ 163.605.929,00
Amortizaciones		\$ -3.175.021,79	\$ -3.175.021,79	\$ -3.053.021,79	\$ -3.053.021,79	\$ -3.053.021,79	\$ -2.467.421,79	\$ -2.467.421,79	\$ -2.467.421,79	\$ -2.467.421,79	\$ -2.467.421,79	\$ -2.398.721,79
subtotal		\$ 28.619.048,77	\$ 34.278.393,33	\$ 41.067.101,22	\$ 48.920.483,11	\$ 58.171.766,99	\$ 69.655.379,39	\$ 82.493.238,00	\$ 97.616.235,44	\$ 115.431.126,43	\$ 136.417.068,02	\$ 161.207.207,20
Interes por Prestamo		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
devolucion Capital		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
flujo de Fondos	\$ -123.795.090	\$ 28.619.048,77	\$ 34.278.393,33	\$ 41.067.101,22	\$ 48.920.483,11	\$ 58.171.766,99	\$ 69.655.379,39	\$ 82.493.238,00	\$ 97.616.235,44	\$ 115.431.126,43	\$ 136.417.068,02	\$ 161.207.207,20
VAN	\$ 11.528.860,01	21199295,38	18808446,27	16691399,16	14728403,15	12973089,47	11506733,4	10094433,96	8848138,401	7750308,989	6784705,889	5938995,562
TASA DE DESCUENTO	35%											
TIR	38%											

Fuente: elaboración propia