

**Centro de Esparcimiento Cristiano**

**ENJESUSLIFE**

Juan Felipe Díaz Simbaqueba

Carlos Farid Anaya Tordecilla

Noviembre 2018.

Corporación Unificada Nacional

Administración de Empresas

Opción de Grado III

## Contenido

Centro de Esparcimiento Cristiano .....	4
ENJESUSLIFE.....	4
1. Estudio de mercado .....	4
1.1. Objetivo del estudio de mercados .....	4
1.2. Análisis del sector. ....	4
1.3. Análisis de la oferta.....	5
1.4. Portafolio de servicios.....	8
1.5. Análisis de la demanda.....	9
1.6. Marketing Mix.....	11
2. Estudio Técnico.....	20
2.1. Objetivo del estudio técnico .....	20
2.2. Localización .....	20
2.3. Distribución física .....	22
2.4. Ficha Técnica .....	23
2.5. Flujograma .....	25
2.6. Lista de máquinas, herramientas, equipos y muebles.....	26
2.7. Listado de materias primas e insumos.....	26
2.8. Listado de posibles proveedores.....	26
3. Estudio Administrativo Y Legal .....	27
3.1. Objetivo administrativo y legal .....	27
3.2. Direccionamiento estratégico.....	27
3.3. Estructura orgánica.....	29
3.4. Estructura funcional .....	29
3.5. Estructura jurídica del proyecto .....	30
4. Estudio financiero .....	32
4.1. Objetivo del estudio financiero .....	32
4.2. Proyección de ingresos.....	32
4.3. Proyección de egresos .....	32
4.4. Flujo de Caja .....	32
4.5. Capital de trabajo .....	33
4.6. Balance General .....	34
4.7. Valor presente Neto (VPN).....	35
4.8. Tasa interna de retorno (VPN) .....	35

5. Conclusiones .....	36
6. Bibliografía .....	37

## **Centro de Esparcimiento Cristiano**

### **ENJESUSLIFE**

Centro de Esparcimiento Cristiano es un campus, donde los cristianos podrán gozar de actividades y práctica de deportes en un ambiente sano, donde se comparta en familia. Libre de vicios, alcohol y demás cosas, ofreciendo una mayor conexión con Dios y hermanos en la fe.

#### **1. Estudio de mercado**

##### **1.1. Objetivo del estudio de mercados**

Identificar la viabilidad del proyecto desde la perspectiva de mercados, analizando el comportamiento del sector y las posibles estrategias para estar a la medida de los competidores, buscando satisfacer la necesidad del cliente.

##### **1.2. Análisis del sector.**

De acuerdo al informe del DANE respecto al crecimiento económico en el segundo trimestre del año 2018, se puede percibir, que el sector “Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación”, ha tenido un comportamiento favorable, aumentando un 3.4% con relación al año anterior. Lo que nos indica que nuestro negocio está ubicado en un sector que crece poco a poco dentro del país.

Actualmente, no existen empresas en el mercado con estas características, esto quiere decir que es un sector sin explotar, el cual puede generar muchos beneficios. También, cabe mencionar que las personas cristianas no piensan, actúan y adquieren los mismos servicios que resto de las personas, por lo cual sería una ventaja para nosotros frente a las empresas similares como los clubes campestres y hoteles no especializados, ya que nosotros conocemos mucho de estas personas y nuestros servicios están diseñados especialmente para ellos.

## **5 Fuerzas De Porter**



### 1.3. Análisis de la oferta

Actualmente, Enjesuslife no tiene un competidor directo, sin embargo, dentro del mercado hay posibles sustitutos que pueden lograr llamar la atención de nuestro segmento. Dentro de los competidores más relevantes, tenemos:

- **Colsubsidio:** es una caja de compensación que vela por la recreación de sus afiliados. Asimismo, cuenta con fincas y lugares de esparcimiento a lo largo del país, como lo es “Piscilago”. Las ventajas competitivas que tenemos frente a ellos, es la especialización, dado que nosotros nos enfocamos al público cristiano, haciendo todo un ambiente que los beneficie a ellos.
- **Compensar:** Compensar es otra caja de compensación que cuenta con centro de eventos en varias zonas del país, como son Girardot, Melgar, entre otros; que tienen gran variedad en actividades de recreación para sus afiliados. Compensar tampoco tiene especialización para público cristiano, dado que su target es mucho más general.
- **Hoteles campestres:** Estos hoteles generalmente alquilan sus fincas y prestan sus cabañas para público general, siendo mucho más personalizado, dado que permiten a sus visitantes tener el lugar reducido para ellos, siendo alquilado por parejas, familias y amigos, facilitando su tiempo de ocio. Sin embargo, el ambiente de estos lugares, muchas veces choca frente a

nuestro target, que prefiere lugares apartados del alcohol y con música de sus gustos, como es la música cristiana.

## DOFA

<b>ANALISIS DOFA</b>			
		<b>Internos</b>	
		<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
		1. Satisfacción al cliente en su ámbito recreativo, especialmente cristiano.	1. Falta de Capital propio
		2. Variedad de actividades	2. Falta de experiencia en este negocio.
		3. Innovación en el tipo de negocio.	3. Ser nuevos en el mercado, ya que no somos conocidos
		4. Ambiente familiar	4. Temor al fracaso e incertidumbre.
<b>Externas</b>	<b>Oportunidades</b>	<b>Estrategias FO</b>	<b>Estrategias DO</b>
	1. Alianzas con iglesias cristianas	1.1. Realizar campañas publicitarias en las iglesias cristianas.	1.3. Las alianzas con las iglesias harán que seamos conocidos en el sector.
	2. Libertad de culto en Colombia	2.2. Realizar actividades en todo el país como caminatas y campamentos.	2.2. Asistir a capacitaciones de emprendimiento y negocios.

3. No hay competencia	3.4. Capacitar personal para que se preste un buen servicio que retenga los clientes.	3.4. Realizar los estudios de mercado pertinentes para disminuir los riesgos.
4. Ley 1014/2006. Apoyo al emprendimiento de parte del Gobierno.	4.3. Aprovechar el apoyo del gobierno al emprendimiento y a la innovación.	4.1. Facilidades de préstamo gracias al apoyo del gobierno.
<b>Amenazas</b>	<b>Estrategias FA</b>	<b>Estrategias DA</b>
1. El número de Cristianos en Colombia es bajo.	1.2. Realizar actividades para personas no cristianas sin perder la esencia.	1.3. Unirse con iglesias y hacer evangelismo para que el número de cristianos aumente en Colombia.
2. Aumento de la inflación	2.1. Fidelizar los clientes para incrementar los ingresos y cubrir los gastos.	2.1. Buscar socios capitalistas
3. Aumento en las tasas de interés.	3.4. Complacer familias con servicio y no con precio.	3.2. Evitar pedir préstamos al cambio y crear otras fuentes de ingresos.
4. Los posibles entrantes al mercado, como iglesias o centros no especializados.	4.3. Crear un gran grado de recordación en la marca para que los clientes siempre nos elijan a nosotros.	4.4. Realizar publicidad en sitios donde frecuenten los cristianos, como iglesias, emisoras y canales

## Conclusiones DOFA

- Dado que es un negocio nuevo, la incertidumbre es grande, así que se deben tomar las estrategias que permitan el acortamiento de esas brechas para así, tener un poco de confianza en la idea. Se podrían generar alianzas que aseguren la venta.
- Es importante generar buenas estrategias de marca, que permitan posicionar a la compañía para así tener un mayor grado de recordación y un gran número de clientes.
- La fuerza de esta idea de negocio está en su esencia, así que es fundamental que en todos los flancos del negocio, se transmita la idea. Esto incluye la contratación de colaboradores, decoración del lugar y calidad en la prestación del servicio.

#### **1.4.Portafolio de servicios**

- APARTADO PARA DIOS

Este plan incluye el hospedaje para una persona de 2 días y 1 noche, en la que tendrá 2 desayunos, 2 almuerzos y una cena. Adicionalmente, tendrá acceso al club, conferencias que se realicen durante el fin de semana y piscina en el horario establecido por el centro.

Asimismo, este servicio cuenta con transporte de ida y regreso al sitio, parqueadero en caso de ir en vehículo y acceso a la red WIFI.

<b>Plan 2 días y 1 noche por persona</b>		
2 desayunos	\$ 3.500,00	\$ 7.000,00
2 almuerzos	\$ 6.000,00	\$ 12.000,00
1 Cena	\$ 5.000,00	\$ 10.000,00
	Subtotal	\$ 29.000,00
Hospedaje		\$ 20.000,00

Recreación	\$ 17.256,70
Teléfono	\$ 1.000,00
Wifi	\$ 1.000,00
TV Cable	\$ 1.000,00
Parqueadero	\$ 3.000,00
Conferencias	\$ 5.000,00
Transporte	\$ 40.000,00

Total	\$ 117.256,70
-------	---------------

Utilidad (50%)	\$ 58.628
Riesgos (5%)	\$ 5.863
<b>Precio Final</b>	<b>\$ 181.747</b>

### 1.5. Análisis de la demanda

VARIABLES DE SEGMENTACIÓN B2C	DESCRIPCIÓN B2C
SEGMENTACIÓN GEOGRÁFICA	<p><b>TAM:</b> En Colombia existen aproximadamente 16 millones de cristianos, según la encuesta Barometro de las Americas.  <a href="http://www.las2orillas.co/el-poder-de-los-cristianos-en-colombia/">http://www.las2orillas.co/el-poder-de-los-cristianos-en-colombia/</a></p> <p><b>SAM:</b> En Bogotá hay aproximadamente 2,2 millones de cristianos, que asisten a 1544 iglesias, según el ministerio de cultura, recreación y deporte.  <a href="http://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/es/bogotanitos/bogodatos/bogota-ciudad-de-iglesias">http://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/es/bogotanitos/bogodatos/bogota-ciudad-de-iglesias</a></p> <p><b>SOM:</b> 200 clientes por semana x 4 semanas x 12 meses =</p>

	9.600 clientes.
SEGMENTACIÓN POR EDAD	En esta variable de segmentación se tendrán en cuenta las personas que se encuentren en el rango de edad que va desde los 15 a los 35 años. Pero sin olvidarnos de las familias, en donde pueden haber distintas edades.
SEGMENTACIÓN POR GENERO	Nuestra idea de negocio va dirigida a los generos masculino y femenino.
SEGMENTACIÓN POR INGRESOS	Esta idea de negocio esta dirigida inicialmente a personas que tengan ingresos entre 1SMMLV y 4SMMLV.
SEGMENTACIÓN POR EL CICLO DE VIDA	Dirigido especialmente a jóvenes hombres y mujeres solteros, puesto que tienen menos responsabilidades que aquellos que estan casados. Y porque siempre estan haciendo planes para divertirse y salir de la rutina.
SEGMENTACIÓN PSICOGRÁFICA	Los cristianos se caracterizan por tener buenas relaciones con Dios y su familia, les gusta disfrutar sanamente sin alcohol ni actividades que afecten su relación con Dios. Necesitan que se les fomenten espacios donde puedan compartir con Dios y divertirse sanamente. Las personas cristianas tienden a seguir los parametros biblicos, es decir que su vida es muy distinta a los demas, van seguido a la iglesia, ayudan a sus projimos, piensan en el bien comun por encima del propio y aman a Dios sobre todas las cosas.
SEGMENTACIÓN POR BENEFICIOS	La agencia ofrece sus servicios a personas cristianas que buscan compartir en familia, que buscan interrelacionarse con otras, vivir experiencias inolvidables y realizar actividades encaminadas a fortalecer sus principios y valores cristianos, mejorando su espiritualidad con Dios, a traves de charlas, integración y actividades con sus familias y hermanos en la fe.

## 1.6. Marketing Mix

### REPRESENTACIÓN VISUAL



Naranja: Diversión, juventud

Azul: Seriedad, confianza y tranquilidad

Amarillo: Alegría y amabilidad

#### **1.6.1. PLAZA (Distribución)**

##### **Offline**

Los canales de distribución que utilizaremos para nuestra idea de negocio serán:

Venta directa:

**Locales cerca de iglesias:** Se instalaran 2 locales cerca de las iglesias cristianas más grandes y concurridas de la ciudad para vender los paquetes que ofrece nuestra empresa. Estos paquetes incluyen: Entrada al lugar, comida (desayuno, almuerzo y cena), conferencias, actividades, hospedaje, wifi, teléfono, televisión y parqueadero. Se pueden ajustar a la necesidad y disponibilidad d tiempo del cliente.

**Stand en iglesias cristianas:** Este canal solamente lo utilizaremos para dar información de los servicios que ofrecemos a los clientes, y de la misma manera, motivarlos a que adquieran nuestros paquetes.

### **Online**

Estos serán los canales que más utilizaremos para dar a conocer y vender nuestros servicios debido a que hoy en día todo se maneja por medio de internet. Además, para que nuestros clientes tengan acceso con mayor facilidad al portafolio de servicios que ofrecemos.

#### **- E-commerce dedicado**

- **Página web:** Por medio de este canal; las personas podrán acceder a información de la empresa (quienes somos, donde estamos ubicados, como pueden comprar, como nos pueden contactar, ver videos, etc.). También podrán ver específicamente los servicios que incluyen los paquetes que ofrecemos y si están interesados en ellos los podrán comprar inmediatamente en línea. La compra la podrá hacer online, utilizando una cuenta paypal en donde nuestro cliente deposita el valor del paquete o paquetes que quiere comprar en la cuenta paypal de la empresa y de una vez se hace efectiva la compra. También nuestros clientes podrán hacer la compra utilizando su tarjeta de crédito o débito.

#### **- Social commerce**

En este canal de distribución se utilizaran las redes sociales como:

- **Facebook:** Haciendo uso de esta aplicación las personas podrán ver nuestros anuncios y acceder a un link que los conectara inmediatamente con nuestra página web en donde podrán ver los paquetes y comprarlos de una forma rápida

y segura. Las publicaciones que se harán en esta red contendrán: Información de las promociones que tiene nuestra empresa, descuentos, eventos en otros lugares del país, imágenes de las distintas actividades que se realizan y del lugar completo, así como también videos en donde se pueda ver lo divertido, tranquilo y natural que es el sitio.

- **Instagram:** Esta aplicación será utilizada únicamente para llegar a más personas y para que ellas puedan ver nuestros servicios y promociones puesto que por medio de esta las personas no podrán comprar de una vez. En el contenido de las publicaciones solo irán imágenes del centro de esparcimiento y de las actividades, acompañado con una pequeña información dependiendo de la promoción que estemos haciendo en el momento.
- **Agregadores:** Se realizara alianzas con iglesias cristianas para publicar nuestros servicios en sus páginas y de esa forma llegar a nuestros clientes.

### ***1.6.2. Promoción***

#### **Publicidad (estrategia creativa)**

- Nombre de la marca: ENJESUSLIFE
- Público objetivo: Personas cristianas de la ciudad de Bogotá, hombres y mujeres entre los 15 y los 35 años, que tengan ingresos entre 1SMMLV y 3SMMLV, pueden ser solteros o casados, que les guste pasar tiempo en familia y divertirse.
- Definición: ENJESUSLIFE es un campus, donde los cristianos podrán gozar de actividades y práctica de deportes en un ambiente sano, donde se comparta en familia. Libre de vicios, alcohol y demás cosas, ofreciendo una mayor conexión con Dios y hermanos en la fe.
- Beneficio principal del producto: ENJESUSLIFE tiene muchos beneficios, pero lo que buscamos principalmente es que las personas vivan una experiencia inolvidable por medio de la recreación, la diversión y los momentos en familia sin alejarse de Dios.

- Beneficios secundarios del producto: Actividad física por medio de los diferentes juegos deportivos que tenemos para ellos, conferencias, campamentos, alojamiento, restaurante entre otros.
- Razón de respaldo: Contamos con personas que llevan casi toda su vida en el cristianismo, por tal razón conocen mucho sobre el público objetivo. Que les gusta, a donde les gusta ir, que deporte practican, que actividades realizan, etc. Además se realizarán actividades especiales para las personas cristianas, así como también alianzas con iglesias las cuales realizan salidas con toda su congregación.
- Tipo de publicidad y objetivo final de la comunicación: El tipo de publicidad que manejaremos es motivacional, puesto que nos enfocaremos en lo que le emociona a las personas cristianas, partiendo de un estudio anteriormente hecho a ellos. Con el análisis de sus respuestas tendremos las herramientas suficientes para jugar con sus sentimientos (en el buen sentido) hasta hacer que compren nuestros servicios.

El objetivo de la comunicación será el comportamiento; buscamos que el consumidor actúe, es decir, que pruebe o que compre.

- Información que quiero transmitirle al público

Ven al centro de esparcimiento cristiano ENJESUSLIFE y podrás vivir momentos inolvidables al lado de tu familia y amigos. En el podrás encontrar diversas actividades con las cuales te podrás recrear, divertir y salir de la rutina en un ambiente sano aprovechando el tiempo para hacer actividades en familia, de integración con amigos y actividades para Dios. Contamos con piscinas, restaurante, hotel, canchas, salón de conferencias, lugares para acampar, para juegos de equipo, parqueadero, entre otros servicios.

Ven y vive una experiencia inolvidable!!

- Personalidad de la marca: divertido, tranquilo, natural
- Medios de comunicación:

Los medios de comunicación que utilizaremos serán:

Medios activos: En este tipo de medios utilizaremos el correo directo con aquellas personas que son susceptibles a comprar y los eventos que realizan las iglesias cristianas para informar de nuestros servicios.

Medios íntimos: Puesto que son aquellos seleccionados por el público objetivo, utilizaremos:

- **Internet:** Este debido a que la gran mayoría de nuestro target cuenta con este servicio.  
**Página web:** Información de la empresa, de los servicios, del lugar, precios, ubicación, contacto, imágenes, videos con las experiencias de las personas que nos han visitado, opción de compra de paquetes online por medio de cuentas paypal o de tarjetas de crédito y débito.  
**Facebook:** Información de las promociones que tiene nuestra empresa, descuentos, eventos en otros lugares del país, imágenes de las distintas actividades que se realizan y del lugar completo.  
**Instagram:** Imágenes del centro de esparcimiento y de las actividades, acompañado con una pequeña información dependiendo de la promoción que estemos haciendo en el momento.
- **Revistas:** En la mayoría de las iglesias reparten revistas o folletos, por tanto los cristianos tienen acceso a ellas. Se publicara información acerca de lugar, promociones e imágenes.

## **Promoción de ventas**

**Programa de comprador frecuente:** Este lo manejaremos de la siguiente manera:

Por tres compras en el año le descontamos el 30% de descuento para una próxima vez.

**Cupones:** Por la compra de 3 paquetes de 2 días y una noche le obsequiamos un bono de \$50000 para un cuarto paquete.

### Costos del plan de marketing

Descripción		Costo mensual
<b>Distribución</b>		
<b>Offline</b>		
Local 1	Solo arrendamiento del lugar	\$ 1.000.000
Local 2	Solo arrendamiento del lugar	\$ 1.000.000
<b>Online</b>		
Página web	Creación de la página por un diseñador web	\$ 500.000
Publicidad en Facebook	Pago mensual a la compañía por las publicaciones	\$ 300.000
Publicidad en Instagram	Pago mensual a la compañía por las publicaciones	\$ 270.000
Agregadores	Pago a las iglesias por publicar en sus paginas	\$ 200.000
<b>Promoción</b>		
Revistas	Pago a las iglesias por publicar en sus revistas	\$ 200.000
<b>Total Costos</b>		<b>\$ 3.470.000</b>

### 1.6.3. *Producto*



### 1.6.4. *Precio*

PRECIO INTERNO

<b>Plan 2 días y 1 noche por persona</b>		
2 desayunos	2 desayunos	2 desayunos
2 almuerzos	2 almuerzos	2 almuerzos
1 Cena	1 Cena	1 Cena
Hospedaje		Hospedaje
Recreación		Recreación
Teléfono		Teléfono
Wifi		Wifi
TV Cable		TV Cable
Parqueadero		Parqueadero
Conferencias		Conferencias
Transporte		Transporte
Utilidad (50%)		Utilidad (50%)
Riesgos (5%)		Riesgos (5%)
<b>Precio Final</b>		<b>Precio Final</b>

## PRECIO EXTERNO

<b>Estrategia de precio</b>
-----------------------------

Descremado	Se hace la consulta de precios externos en lugares que pueden ser competidores, y se
------------	--

de Precios	determina la estrategia "Descremado de precios", ya que se cuenta con más servicios que los lugares consultados y la especialidad en la recreación para personas cristianas. Se determina un precio de venta de \$150.000 aproximadamente por persona dejando un margen de utilidad del 50%.
------------	--

Costos Totales por persona; dos días y una noche	\$ 96.434,95
Utilidad (50%)	\$ 48.217,47
Riesgos (5%)	\$ 4.821,75
<b>Precio Final</b>	<b>\$ 149.474,17</b>

Cotización para dos días y una noche en sitios con características similares a los beneficios que estamos entregando a nuestros clientes.

Nombre	Ubicación	Precio
Hotel Campestre la Buena Vida	Fusagasuga	\$ 160.000,00
Ecoparque Chinauta	Chinauta	\$ 120.690,00
Hotel Royal Casablana	Chinauta	\$ 164.608,00
Hotel El Castillo Chinauta	Chinauta	\$

		133.744,00
		\$
	Promedio	144.760,50

## **2. Estudio Técnico**

### **2.1. Objetivo del estudio técnico**

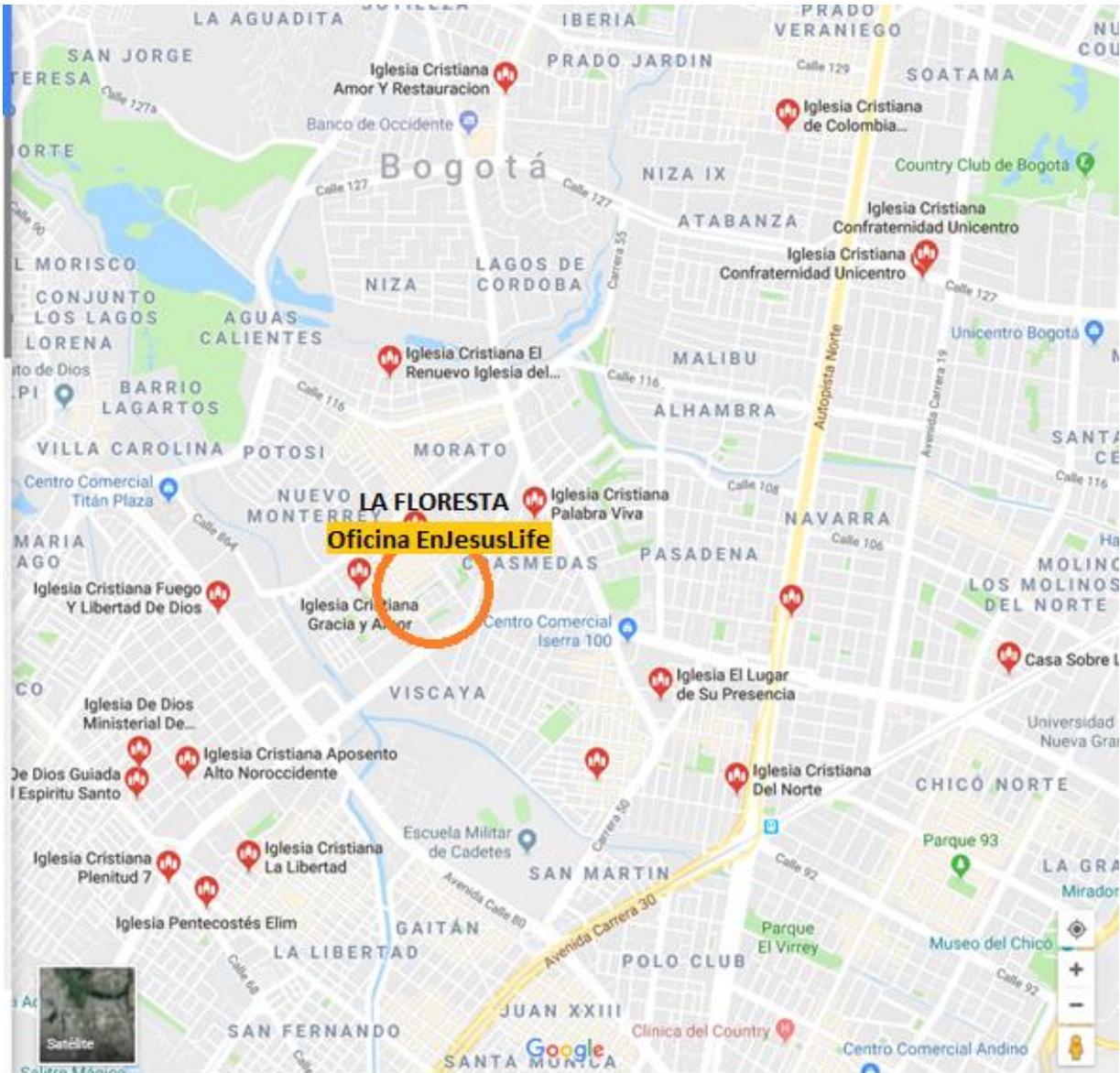
Asegurar el correcto funcionamiento del proyecto, a través del análisis técnico del mismo, garantizando factores como localización, flujos de procesos y características del producto.

### **2.2. Localización**

#### **2.2.1. Oficina**

La oficina estará ubicada en el Barrio la Floresta, localidad Suba, ciudad de Bogotá, dado que es un sitio central a las iglesias cristianas más grandes de Bogotá como “Iglesia Palabra de Vida”, “Iglesia el lugar de su presencia”, “Iglesia cristiana Casa sobre la roca”, entre otras.

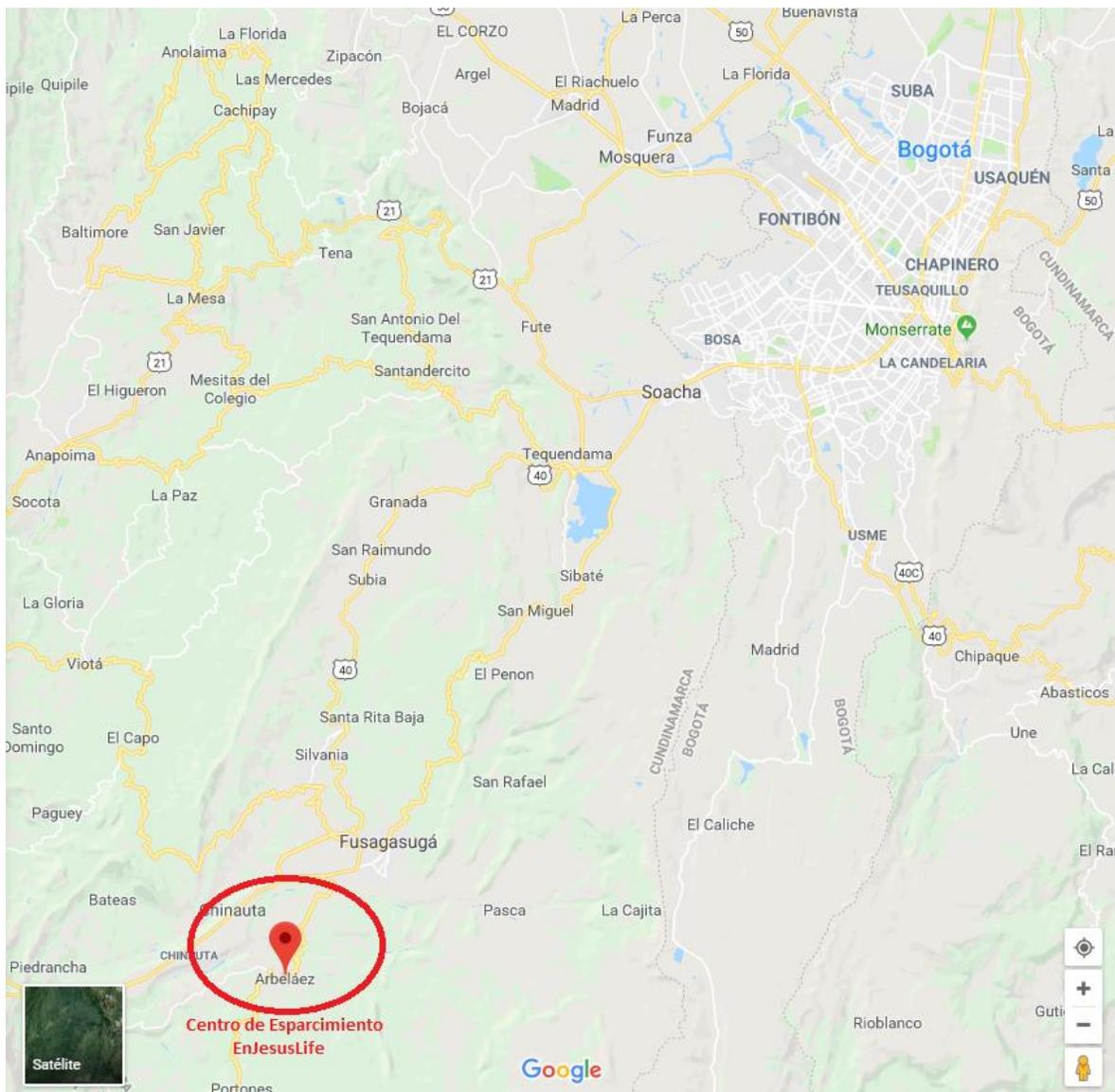
De igual forma, este sector es bastante comercial y se ajusta a la segmentación realizada en el estudio de mercados, donde se apunta a una zona de estratificación de 2 a 4.



### 2.2.2. Centro de esparcimiento

De acuerdo con lo investigado a través del estudio de mercado, se pudo identificar, que el lugar donde están dispuestos a ir nuestros clientes y el más apto en cuanto a tiempos de transporte, partiendo que nuestro segmento se encuentra en Bogotá, creemos pertinente localizar nuestra planta de servicios en el municipio de Arbeláez a las afueras de la ciudad, donde el clima es cálido.

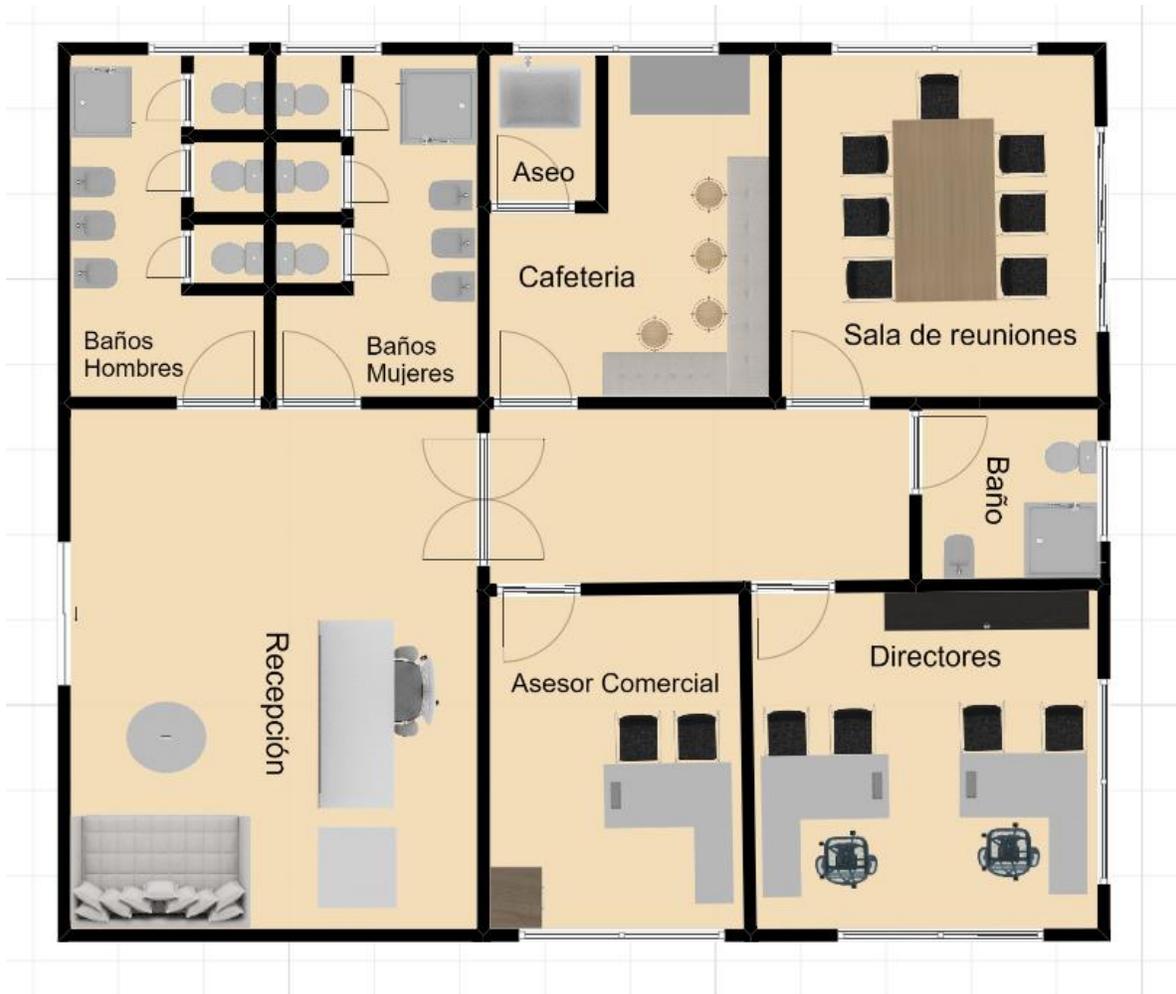
Arbeláez tiene una temperatura promedio de 23° C y se encuentra ubicado a 82 Km de Bogotá.



## 2.3. Distribución física

### 2.3.1. Oficina

La oficina de EnJesusLife será distribuida de la siguiente forma:



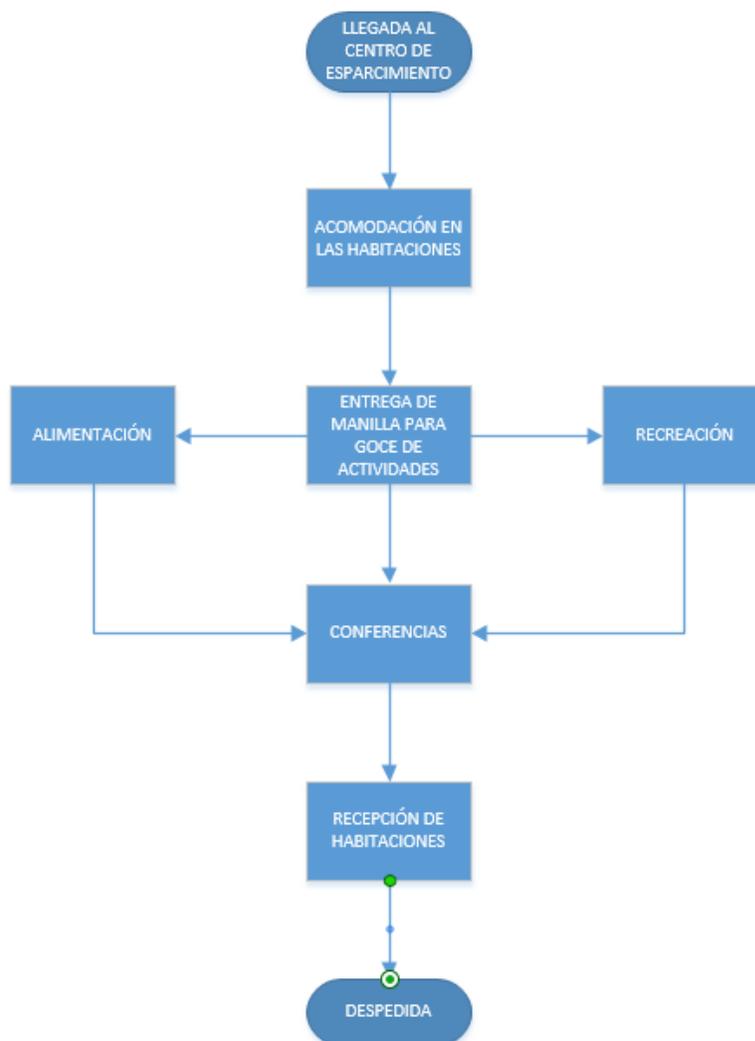
## 2.4.Ficha Técnica

	VERSION: 0
	CODIGO: DOC-DO-001
	PAGINA: 1 de 1
<b>FICHA TECNICA CENTRO DE ESPARCIMIENTO CRISTIANO</b>	

NOMBRE PRODUCTO O SERVICIO	Centro de esparcimiento cristiano EnJesusLife	
CLIENTES EXTERNOS	Jóvenes Cristianos	
PROCESO	Esparcimiento y diversión	
CARGO DEL RESPONSABLE DEL SERVICIO	Recreacionistas	
DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	Centro de Esparcimiento Cristiano es un campus, donde los cristianos podrán gozar de actividades y práctica de deportes en un ambiente sano, donde se comparta en familia.	
REQUISITOS LEGALES	Normas Ambientales, fiscales y comerciales regidas en el país.	
REQUISITOS TECNICOS	Especificaciones requeridas por la ley para el desarrollo de actividades de recreación.	
REQUISITOS DE OPORTUNIDAD	DE TIEMPO	DE SITIO DE ENTREGA
	De acuerdo con la fecha que los clientes soliciten el servicio de hospedaje.	Se realiza en las instalaciones de EnJesusLife descritas en la ubicación.
REQUISITOS AFINES AL MEDIO DE ENTREGA	Transporte al centro de esparcimiento, servicio de hotel, recreación y hospedaje.	
CARGO RESPONSABLE DE	Directores	

APROBACIÓN DEL SERVICIO	
PUNTOS DE CONTROL	Informes de control y gestión mensuales para valoración de las actividades.
VIGENCIA ESPERADA	Duración del plan escogido por el cliente
CONDICIONES DE CONFIDENCIALIDAD	En los procesos y actividades realizadas por la compañía, en pro de la preservación del valor agregado en los servicios.

## 2.5. Flujograma



## **2.6.Lista de máquinas, herramientas, equipos y muebles.**

- 4 computadores de escritorio
- 1 impresora
- 1 scanner
- 1 teléfono
- 4 escritorios con silla
- 4 sillas interlocutoras para clientes
- 1 sofá de espera
- 1 archivador

## **2.7.Listado de materias primas e insumos**

- Material de papelería de oficina
- Material de publicidad como folletos, revistas y volantes.

## **2.8.Listado de posibles proveedores**

- Alquiler y tercerización del centro de esparcimiento
  - A. Arrendadores en el municipio de Arbeláez
- Material de publicidad
  - a. Artes graficas
  - b. Vector Imagen
  - c. Dispapeles
- Material de papelería
  - a. Dispapeles
  - b. Panamericana
  - c. Office Depot
- Muebles
  - a. OML Ofimuebles
  - b. Compumuebles

c. ARK muebles

### **3. Estudio Administrativo Y Legal**

#### **3.1. Objetivo administrativo y legal**

Garantizar los procesos administrativos y legales que se deben realizar en el país, con el fin de contribuir al desarrollo de los objetivos estratégicos.

#### **3.2. Direccionamiento estratégico**

##### **- Nombre y/o razón social**

“Centro de esparcimiento cristiano **ENJESUSLIFE**”

##### **- Misión**

Proveer de experiencias inolvidables a las personas cristianas por medio de actividades en donde puedan compartir, desarrollar relaciones interpersonales y fomentar su espiritualidad.

##### **- Visión**

En el 2022 Centro de Esparcimiento Cristiano será una empresa reconocida en Colombia, por su innovación, dedicación y aporte al desarrollo personal y espiritual de la población cristiana.

##### **- Objetivos**

#### **3.1.2. Objetivo General.**

Fomentar un espacio donde los cristianos puedan desarrollar sus destrezas y compartir en familia un ambiente sano, bajo los principios de Dios.

#### **3.1.3. Objetivos Específicos.**

- Desarrollar 10 actividades de juego y esparcimiento antes de iniciar actividades.

- Contar con sedes en 5 ciudades de Colombia antes de dos años.
- Realizar alianzas con 20 iglesias de Bogotá durante el primer año.
- Hacer 2 campamentos nacionales durante el primero año.
- Capacitar a líderes para apoyar a los jóvenes, niños y adultos con necesidades.

#### - **Valores Corporativos**

**Amor a Dios:** Para amar a las personas, debemos amar a Dios, y dado que somos un centro cristiano, debemos demostrar que amamos a los demás como a Dios.

**Confianza:** Garantizamos que las personas que hacen parte de la empresa son profesionales, íntegros y cuentan con las competencias suficientes para brindar un buen servicio.

**Trabajo en equipo:** trabajamos de la mano no solo con nuestro personal sino también con nuestros accionistas, proveedores y clientes para lograr los objetivos.

**Excelencia:** El profesionalismo y la experiencia de nuestro equipo de trabajo garantizan la calidad de los servicios brindados por nuestra empresa.

**Respeto:** creemos firmemente en el respeto como el valor que rige a nuestra empresa, por lo tanto, escuchamos, entendemos y valoramos las distintas formas de pensar y actuar de nuestros grupos de interés.

**Compromiso social:** Somos una compañía comprometida con la comunidad, nuestro compromiso es acercar a los demás a Dios, cumpliendo normas y aportando a la cultura.

#### - **Logo / Slogan**



**Sin temor a disfrutar...**

### 3.3.Estructura orgánica



### 3.4.Estructura funcional

✓ *Directivo.*

**Perfil:** Persona con capacidad de liderazgo, proactiva, comprometida con la consecución de objetivos, con excelentes relaciones interpersonales y facilidad para adaptarse al cambio. Debe ser profesional en administración de empresas, ingeniería industrial o carreras afines, con experiencia en coordinación de recursos, manejo de personal y toma de decisiones a través de la evaluación de las opciones.

**Funciones:**

- Ejercer la representación legal de la Empresa.
- Realizar la administración global de las actividades de la empresa buscando su mejoramiento organizacional, técnico y financiero.
- Garantizar el cumplimiento de las normas, reglamentos, políticas e instructivos internos y los establecidos por las entidades de regulación y control.

- Participar en reuniones, para analizar y coordinar las actividades de la empresa en general.
- Coordinar y controlar la ejecución y seguimiento al cumplimiento del Plan Estratégico
- Participar en reuniones con Asociaciones, Cámaras, Ministerios y demás Instituciones Públicas y Privadas.
- Entre otras.

✓ ***Comercial.***

**Perfil:** Persona con orientación al servicio, hábil para contactar con los clientes, capaz de escuchar, responder a los problemas, generar confianza, empatía y fidelidad al cliente. Preferiblemente que sea profesional en comercio, mercadeo, ventas o carreras afines. Con experiencia en el área comercial y de ventas.

**Funciones:**

- Planificar y organizar programas especiales de venta y comercialización basados en el estado de las ventas y la evaluación del mercado.
- Identificar oportunidades de negocios.
- Persuadir a los clientes y generar las ventas.
- Captar a nuevos clientes potenciales, visitarlos y ofrecer los planes del centro de esparcimiento cristiano.
- Entre otras.

**3.5.Estructura jurídica del proyecto**

✓ ***Tipo de empresa.***

El centro de esparcimiento cristiano ENJESUSLIFE, Sera una sociedad por acciones simplificada (S.A.S) puesto que nos brinda mayor facilidad para su constitución.

✓ ***Requisitos de constitución.***

Para la constitución de una Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S), la cámara de comercio establece los siguientes pasos:

1. Consultar nombre en el RUES
2. Preparar la papelería
3. Inscripción en la cámara de comercio
4. Crear cuenta de ahorros
5. Tramitar el RUT definitivo
6. Tramitar el registro mercantil definitivo.
7. Resolución de facturación y firma digital.

✓ *Trámites legales*

Los trámites legales para la creación de la empresa son:

Registrarse como persona natural o jurídica.

1. Definir un nombre para la empresa.
2. Clasificar la actividad económica.
3. Verificar la disponibilidad de la marca.
4. Descargar, diligenciar y organizar la documentación exigida.
  - a. Formulario RUES
  - b. Estatutos. Modelos y guía disponibles en la página web de la cámara de comercio.
  - c. Fotocopias de las cédulas de los representantes legales.
5. Presentarse ante la Cámara de Comercio de Bogotá.
6. Abrir una cuenta de ahorros a nombre de la empresa.
7. Radicar los documentos en la CCB.
8. Verificar la aprobación en la CCB.
9. Solicitar el RUT y la firma digital ante la DIAN.

## 4. Estudio financiero

### 4.1. Objetivo del estudio financiero

Contribuir al desarrollo del proyecto, a través del correcto uso de los recursos financieros, identificando la viabilidad y el retorno de los activos invertidos, disminuyendo la incertidumbre y asegurando mayores ingresos.

### 4.2. Proyección de ingresos

FLUJO DE CAJA ANUAL					
MESES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Ingresos</b>					
VENTAS	\$ 432.313.256	\$ 899.211.572	\$ 1.348.817.358	\$ 1.798.423.145	\$ 1.870.360.070
<b>Total Ingresos</b>	\$ 432.313.256	\$ 899.211.572	\$ 1.348.817.358	\$ 1.798.423.145	\$ 1.870.360.070

### 4.3. Proyección de egresos

EGRESOS					
<b>Gastos Administrativos</b>	\$ 75.929.138	\$ 78.966.303	\$ 82.124.955	\$ 85.409.953	\$ 88.826.351
<b>Gastos de ventas</b>	22.919.389	23.836.164	24.789.611	25.781.195	26.812.443
NOMINA DE VENTAS	21.719.389	22.588.164	23.491.691	24.431.359	25.408.613
ARRIENDO	0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
SERVICIOS PUBLICOS	0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
PAPELERIA	0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
PUBLICIDAD	1.200.000	\$ 1.248.000	\$ 1.297.920	\$ 1.349.837	\$ 1.403.830
<b>TOTAL GASTOS EN VTAS</b>	\$ 22.919.389	\$ 23.836.164	\$ 24.789.611	\$ 25.781.195	\$ 26.812.443
<b>TOTAL COSTOS OPERATIVOS</b>	\$ 722.178.815	\$ 923.289.968	\$ 1.095.513.968	\$ 1.267.737.968	\$ 1.318.447.487
<b>TOTAL COSTOS</b>	\$ 821.027.342	\$ 1.026.092.435	\$ 1.202.428.534	\$ 1.378.929.117	\$ 1.434.086.281

### 4.4. Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA ANUAL					
MESES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Ingresos</b>					
VENTAS	\$ 432.313.256	\$ 899.211.572	\$ 1.348.817.358	\$ 1.798.423.145	\$ 1.870.360.070
<b>Total Ingresos</b>	\$ 432.313.256	\$ 899.211.572	\$ 1.348.817.358	\$ 1.798.423.145	\$ 1.870.360.070
<b>EGRESOS</b>					
<b>Gastos Administrativos</b>	\$ 75.929.138	\$ 78.966.303	\$ 82.124.955	\$ 85.409.953	\$ 88.826.351
<b>Gastos de ventas</b>	22.919.389	23.836.164	24.789.611	25.781.195	26.812.443
NOMINA DE VENTAS	21.719.389	22.588.164	23.491.691	24.431.359	25.408.613
ARRIENDO	0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
SERVICIOS PUBLICOS	0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
PAPELERIA	0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
PUBLICIDAD	1.200.000	\$ 1.248.000	\$ 1.297.920	\$ 1.349.837	\$ 1.403.830
<b>TOTAL GASTOS EN VTAS</b>	\$ 22.919.389	\$ 23.836.164	\$ 24.789.611	\$ 25.781.195	\$ 26.812.443
<b>TOTAL COSTOS OPERATIVOS</b>	\$ 722.178.815	\$ 923.289.968	\$ 1.095.513.968	\$ 1.267.737.968	\$ 1.318.447.487
<b>TOTAL COSTOS</b>	\$ 821.027.342	\$ 1.026.092.435	\$ 1.202.428.534	\$ 1.378.929.117	\$ 1.434.086.281
<b>FLUJO DE CAJA ECON</b>	-\$ 388.714.086	-\$ 126.880.863	\$ 146.388.825	\$ 419.494.028	\$ 436.273.789
<b>III. Inversiones Fijas</b>					
1. Equipo de Computo	5.062.000				
2. Maquinaria y Htas	\$ 0				
3. Muebles y Enseres	\$ 3.416.000				
<b>Subtotal</b>	\$ 8.478.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
<b>T. FLUJO DE CAJA FINAN</b>	-\$ 397.192.086	-\$ 126.880.863	\$ 146.388.825	\$ 419.494.028	\$ 436.273.789
<b>INVERSIÓN INICIAL</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
	-\$ 12.801.039	-\$ 397.192.086	\$ 146.388.825	\$ 419.494.028	\$ 436.273.789

#### 4.5.Capital de trabajo

RUBRO		CANTIDAD	UNIDAD TECNICA DE MEDIDA	COSTO / UNIDAD	TOTAL
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y COMUNICACIÓN	COMPUTADOR ESCRITORIO	4	UND	\$ 1.050.000	\$ 4.200.000
	IMPRESORA	1	UND	\$ 199.000	\$ 199.000
	TELEFONO	1	UND	\$ 109.000	\$ 109.000
	SCANNER	1	UND	\$ 554.000	\$ 554.000
	<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$ 1.912.000</b>	<b>\$ 5.062.000</b>
MAQUINARIA Y	NO APLICA	0	UND	\$ 0	\$ 0
COSTOS DE PRODUCCION	NO APLICA	0	UND	\$ 0	\$ 0
				<b>\$ 0</b>	<b>\$ 0</b>
MUEBLES Y ENSERES	ESCRITORIO	4	UND	\$ 369.000	\$ 1.476.000
	SOFÁ DE ESPERA	1	UND	\$ 650.000	\$ 650.000
	SILLAS PARA RECEPCIÓN	4	UND	\$ 100.000	\$ 400.000
	SILLAS PARA ESCRITORIO	4	UND	\$ 100.000	\$ 400.000
	ARCHIVADOR	1	UND	\$ 490.000	\$ 490.000
<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$ 1.709.000</b>	<b>\$ 3.416.000</b>	
PUBLICIDAD, PROPAGANDA Y	PUBLICIDAD INICIAL	1	PAQ	\$ 500.000	\$ 500.000
	PAGINA WEB	1	UND	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000
<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$ 500.000</b>	<b>\$ 500.000</b>	
ÚTILES Y PAPELERÍA	KIT PAPELERÍA (CARPETAS, SOBRES, TIJERAS, CLIPS, G	1	UND	\$ 100.000	\$ 100.000
<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$ 100.000</b>	<b>\$ 100.000</b>	
ELEMENTOS DE ASEO Y CAFETERÍA	AZUCAR	2	LIBRAS	\$ 2.600	\$ 5.200
	CAFÉ	2	FRASCOS	\$ 6.000	\$ 12.000
	AGUA	3	GARRAFONES	\$ 5.000	\$ 15.000
	PAPEL HIGIENICO	10	ROLLOS	\$ 1.700	\$ 17.000
	JABON PARA MANOS	1	LITRO	\$ 6.000	\$ 3.000
	JABON ASEO	1	BOLSA	\$ 6.000	\$ 6.000
	TRAPERO	1	UND	\$ 3.000	\$ 3.000
	JAVON LAVALOSA	1	UND	\$ 7.000	\$ 7.000
					\$ 0
				\$ 0	
ARRIENDO	OFICINA	1	UND	\$ 1.100.000	\$ 1.100.000
				\$ 0	
<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$ 1.137.300</b>	<b>\$ 1.168.200</b>	
SERVICIOS	AGUA	85	M3	\$ 1.170	\$ 99.450
	LUZ	300	KWH	\$ 700	\$ 210.000
	GAS	400	KHZ	\$ 200	\$ 80.000
	TELEFONO	1.000	MINUTOS	\$ 100	\$ 100.000
	INTERNET	30	DIAS	\$ 5.500	\$ 165.000
	<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$ 7.670</b>	<b>\$ 654.450</b>
NOMINA	SUELDO AUXILIAR ADMINISTRATIVO	1	UND	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
	AUXILIO TRANSPORTE	1	UND	\$ 88.211	\$ 88.211
	CAJA DE COMPENSACION FAMILIAR	1	UND	\$ 40.000	\$ 40.000
	PARAFISCALES (PENSIONES)	1	UND	\$ 120.000	\$ 120.000
	ARL	1	UND	\$ 5.220	\$ 5.220
	PROVISIÓN CESANTIAS	1	UND	\$ 90.648	\$ 90.648
	PROVISIÓN INTERESES DE SESANTIAS	1	UND	\$ 1.282	\$ 1.282
	PROVISIÓN PRIMA DE SERVICIOS	1	UND	\$ 13.328	\$ 13.328
	PROVISIÓN VACACIONES	1	UND	\$ 41.700	\$ 41.700
<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$ 1.400.389</b>	<b>\$ 1.400.389</b>	
<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$ 1.400.389</b>	<b>\$ 1.400.389</b>	
GASTOS LEGALES	GASTOS CONSTITUCIÓN EMPRESA	1	UND	\$ 200.000	\$ 200.000
OTROS	CONTADOR				\$ 0
	IMPREVISTOS	1	UND	\$ 300.000	\$ 300.000
<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$ 500.000</b>	<b>\$ 500.000</b>	
<b>TOTAL GASTOS INVERSIÓN</b>				<b>\$ 7.266.359</b>	<b>\$ 12.801.039</b>

#### 4.6. Balance General

ESTADO DE LA SITUACION FINANCIERA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>ACTIVO</b>					
<b>CORRIENTE</b>	<b>40.811.489</b>	<b>89.176.759</b>	<b>146.118.974</b>	<b>201.389.959</b>	<b>224.924.466</b>
<b>Disponible</b>	4.323.133	44.960.579	67.440.868	89.921.157	93.518.004
<b>Deudores</b>	34.585.060	35.968.463	53.952.694	71.936.926	74.814.403

Otros activos	1.903.296	8.247.717	24.725.412	39.531.876	56.592.060
<b>ACTIVO FIJO</b>					
Maquinaria y Equipo	0	0	0	0	0
Muebles y Enseres	3.416.000	3.416.000	3.416.000	3.416.000	3.416.000
Equipo de Computo	5.062.000	5.062.000	5.062.000	5.062.000	5.062.000
<b>SUBTOTAL FIJO</b>	<b>8.478.000</b>	<b>8.478.000</b>	<b>8.478.000</b>	<b>8.478.000</b>	<b>8.478.000</b>
Depreciación Acumulada	1.354.000	2.708.000	4.062.000	5.416.000	6.770.000
<b>TOTAL ACTIVO FIJO NETO</b>	<b>7.124.000</b>	<b>5.770.000</b>	<b>4.416.000</b>	<b>3.062.000</b>	<b>1.708.000</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>47.935.489</b>	<b>94.946.759</b>	<b>150.534.974</b>	<b>204.451.959</b>	<b>226.632.466</b>
<b>PASIVOS</b>					
<b>PASIVO CORRIENTE</b>	123.939.663	141.016.480	166.884.047	190.263.184	217.074.786
CUENTAS POR PAGAR	8.137.377	8.503.559	8.886.219	9.286.099	9.703.974
IVA POR PAGAR	109.519.358	125.947.262	151.136.714	173.807.221	199.878.305
OBLIGACIONES LABORALES	6.282.927	6.565.659	6.861.114	7.169.864	7.492.508
<b>PATRIMONIO</b>	459.534.342	715.236.318	1.102.700.550	1.456.784.593	1.864.467.127
<b>CAPITAL</b>	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000
<b>UTILI Y/O PERD</b>	429.534.342	685.236.318	1.072.700.550	1.426.784.593	1.834.467.127
<b>TOTAL PASVO MAS PATRIMONIO</b>	<b>583.474.005</b>	<b>856.252.798</b>	<b>1.269.584.597</b>	<b>1.647.047.778</b>	<b>2.081.541.913</b>

#### 4.7. Valor presente Neto (VPN)

VNA	\$ 16.017.352
-----	---------------

#### 4.8. Tasa interna de retorno (VPN)

TIR	22,74%
-----	--------

## 5. Conclusiones

- Pese que el proyecto es viable, debido a que la idea es nueva y no existen competidores que presten exactamente los mismos servicios, se debe tener cuidado, dado que puede haber presencia de posibles entrantes y productos sustitutos que podrían afectar el impacto de EnJesusLife en el mercado.
- Es claro que es importante contar con una oficina en Bogotá con el fin de gestionar la parte administrativa, realizar alianzas estratégicas y realizar los movimientos de fuerza comercial, debido a la ubicación de nuestro público objetivo.
- En el momento de realizar tercerización del centro de esparcimiento, se gana bastante terreno y se disminuyen costos, dado que se paga a otra empresa para que preste el servicio por paquetes, evitando los costos de tiempos muertos.
- Se deben aprovechar las ventajas que el Gobierno de Colombia da a los empresarios que quieren formar nuevas compañías, dado que puede ser una fuente de apalancamiento e impulso para la ejecución del proyecto.
- Las normas para el proyecto que queremos emprender no son demasiado rigurosas, pese al tipo de empresa que se esta emprendiendo y las cualidades del servicio que se va a entregar.
- Los indicadores económicos son positivos, demostrando la sostenibilidad del proyecto en la línea de tiempo, alcanzando punto de equilibrio rápidamente y generando ganancias para la empresa.

## 6. Bibliografía

### Lista de referencias

Camara de Comercio de Bogotá. (n.d.). *Camara de Comercio Bogotá*. Retrieved from <http://www.ccb.org.co/Cree-su-empresa/Inicie-su-empresa/Pasos-para-crear-empresa/Constituya-su-empresa-como-Persona-Juridica>

Crear-Empresas. (n.d.). *Crear-Empresas*. Retrieved from <http://www.crear-empresas.com/obligaciones-fiscales-de-la-empresa>

Fundación Universia. (n.d.). *Universia*. Retrieved from [http://www.emplea.universia.es/informacion/emprendedores/obligaciones\\_empresa/sociales\\_laborales/](http://www.emplea.universia.es/informacion/emprendedores/obligaciones_empresa/sociales_laborales/)

Gestion Legal Colombia. (2014, 03 17). *mprende*. Retrieved from <http://mprende.co/gesti%C3%B3n/beneficios-tributarios-al-crear-empresa-en-colombia>