

JEFXTREME

JEFFERSON ALEXIS CASTELLANOS LOPEZ  
Administración Turística y Hotelera

DOCENTE AIDEE TORRES GIL

CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR CUN.  
ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
ADMINISTRACION TURISTICA Y HOTELERA  
BOGOTÁ D.C.  
2018



Dedicado a mis padres y las personas  
estuvieron acompañándome durante  
este proceso de crecimiento y  
aprendizaje

Agradezco a docentes, compañeros  
y todas las personas que aportaron  
ideas y conocimientos durante todo  
este tiempo de aprendizaje

## RESUMEN

Este proyecto de investigación y creación de empresa se realizó con el fin de poner en marcha todos nuestros conocimientos y capacidades adquiridas durante este proceso de aprendizaje universitario.

Jefxtreme nace de la necesidad de las personas de cambiar sus rutinas diarias por uno o varios días de diversión y diversificación del tiempo permitiendo desarrollar un rato de ocio e interacción con la naturaleza y otras personas.

## TABLA DE CONTENIDO

1. JUSTIFICACIÓN
2. DESARROLLO DE MATRIZ ESTRATEGICA
  - 2.1 Descripción de la Idea de Negocio
  - 2.2 Identidad Estratégica
  - 2.3 Futuro Preferido
  - 2.4 Objetivo General
  - 2.5 Objetivos Específicos
3. ESTUDIO DE MERCADOS
4. PLAN DE MARKETING
  - 4.1 Objetivos del Plan de Marketing
  - 4.2 Estrategia de Producto.
  - 4.3 Estrategia de Precio
  - 4.4 Estrategia de Publicidad
    - 4.4.1 Plan de Medios
  - 4.5 Estrategia de Promoción
  - 4.6 Estrategia de Distribución
  - 4.7 Proyección de ventas
5. ESTUDIO ADMINISTRATIVO
  - 5.1 Definición de la Estructura Organizacional
  - 5.2 Tamaño de La Empresa
  - 5.3 Normatividad
  - 5.4 Costos Administrativos
    - 5.4.1 Gastos de Personal
    - 5.4.2 Gastos de puesta en Marcha
6. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL
  - 6.1 Objetivo del Estudio Legal
  - 6.2 Marco Legal:
  - 6.3 Definición de la empresa
  - 6.4 Clasificación de las Mipymes

- 6.4.1 Clasificación Internacional de actividades económicas (CIIU)
- 6.4.2 Clasificación de las sociedades
- 6.5 Constitución legal
  - 6.5.1 Registro Único tributario (RUT)
  - 6.5.2 Requisitos del registro mercantil
  - 6.5.3 Resolución de facturación DIAN
  - 6.5.4 Obligaciones de registro
  - 6.5.5 Revisión técnica de seguridad bomberos
  - 6.5.6 Normas sanitarias y de salud secretaria de salud
  - 6.5.7 Normas de fabricación de alimentos y medicamentos INVIMA
- 7. ESTUDIO TÉCNICO
- 8 ESTUDIO FINANCIERO
- 9 ANÁLISIS DE IMPACTOS
  - 9.1 Impacto Ambiental
  - 9.2 Impacto Social
  - 9.3 Impacto Económico
- 10 CONCLUSIONES
- 11 BIBLIOGRAFIA

## **1. JUSTIFICACIÓN**

En estos tiempos modernos donde la tecnología nos tiene más absorbidos y el trabajo de cada individuo hace que los momentos de relajación, descanso o simplemente ocio sean cada vez menos. Esta idea de pasadía en UTICA nos llevara a pasar un día inolvidable, lleno de experiencias y aprendizajes que harán que cada persona que lo disfrute llegue con otra disposición a retomar sus días laborales y escolares y lo mejor de esto es que solo les tomara un día.

A continuación, encontrara más a fondo explicada la idea, el plan de negocio y como se llevará a cabo para volverlo acogedor y más agradable a cada persona y que así decida experimentar y vivir esta experiencia.

## **2. DESARROLLO DE MATRIZ ESTRATEGICA**

### **2.1 Descripción de la Idea de Negocio**

Esta idea de pasadía viajera en Utica surgió de la idea de ver el comportamiento de diversos habitantes, de varias edades que buscan una pasadía cercana, amigable y que les deje experiencias enriquecedoras.

### **2.2 Identidad Estratégica**

Jefxtreme se basará en generar un ambiente diferente de relajación y aprendizaje en Utica Cundinamarca, se busca brindar un servicio de amabilidad y mejorando el servicio de turismo y deporte de aventura. Se utilizará paisajes e infraestructura natural mostrando nuestra fauna y flora colombiana.

### **2.3 Futuro Preferido**

En tres años estaremos mejor posicionados entre las empresas prestadoras de servicio gracias a nuestro excelente servicio y confiabilidad que le prestaremos a nuestros clientes.

### **2.4 Objetivo General**

Crear un espacio ecológico y diversión donde los clientes se sentirán a gusto y tendrán un día de descanso y ocio donde los participantes podrán identificar y destacar sus habilidades en las actividades extremas.

## 2.5 Objetivos Específicos

Los objetivos que hallaremos serán:

- Poder lograr e identificar momentos de dispersión
- Satisfacer las necesidades del cliente
- Generar nuevos aprendizajes
- Buscar un momento de relajación
- Brindar un buen servicio de calidad

## 3. ESTUDIO DE MERCADOS

### a. Objetivos del Estudio de Mercados

- **Objetivo social:** conocer los consumidores y clientes potenciales
- **Objetivo económico:** determinar el grado de éxito o pérdida que pueda tener la empresa
- **Objetivo administrativo:** ejecutar y emplear el plan de desarrollo que ayude a la empresa a alcanzar sus objetivos.

### b. Definición del mercado objetivo

Jefxtreme será una pasadía que ofrece servicios de aventura diseñado especialmente para gente joven y con espíritu aventurero, explorando nuevas experiencias haciendo que destaquen sus habilidades y mejoren su relación con el medio ambiente.

### c. Metodología de Investigación

Se realiza una encuesta entre personas de 18 y 35 años.

#### 1. Tipo de sexo

M  F

#### 2. Cuantos años tiene

- a) 18 a 22 años
- b) 23 a 25 años
- c) 26 a 30 años
- d) 31 a 35 años



3. ¿Ha realizado alguna actividad de aventura?

SI  NO

4. ¿Cuántos fines de semana viaja al año?

- a) 1 a 5
- b) 6 a 9
- c) 10 a 12
- d) Más de 12

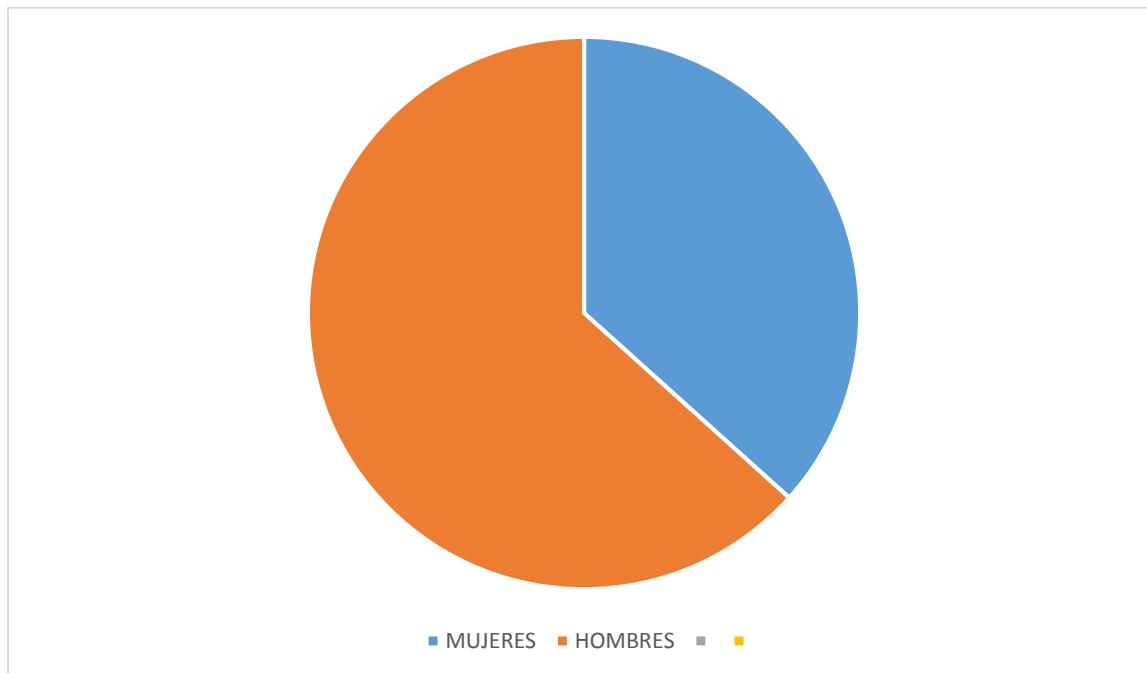
5. ¿En qué temporada del año viaja más?

- a) Principio de año
- b) Mitad de año
- c) Final de año
- d) No tiene preferencia

#### d. Análisis de Investigación

1. Tipo de sexo

M  F



Se realizó la encuesta a 50 personas donde 28 fueron hombres y 22 mujeres.

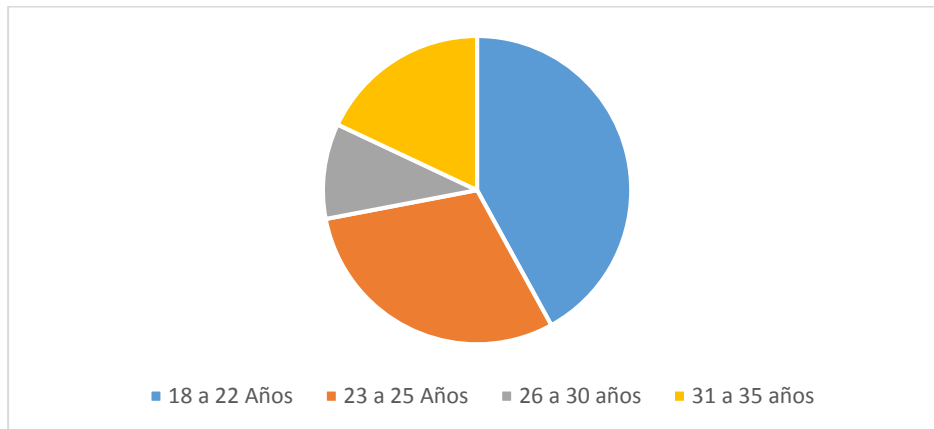
## 2. Cuantos años tiene

18 a 22 años

23 a 25 años

26 a 30 años

31 a 35 años



## 3 ¿Ha realizado alguna actividad de aventura?

SI  NO



36 personas han realizado alguna actividad de aventura

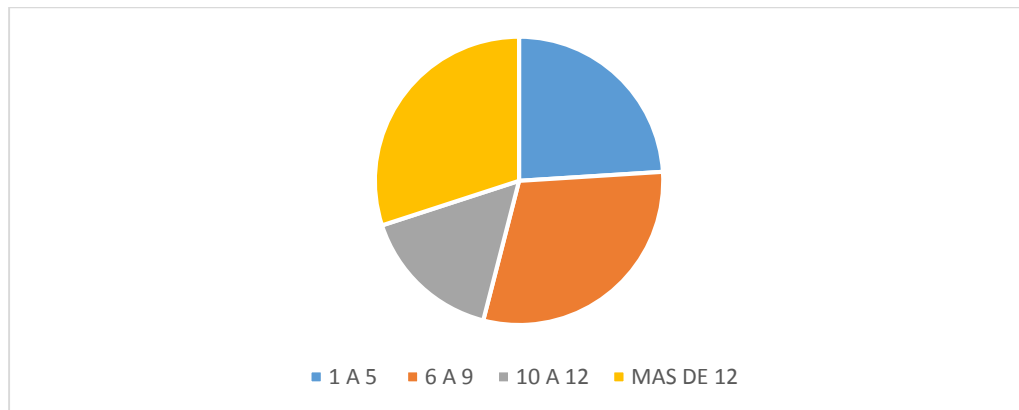
4. ¿Cuántos fines de semana viaja al año?

1 a 5

6 a 9

10 a 12

Más de 12



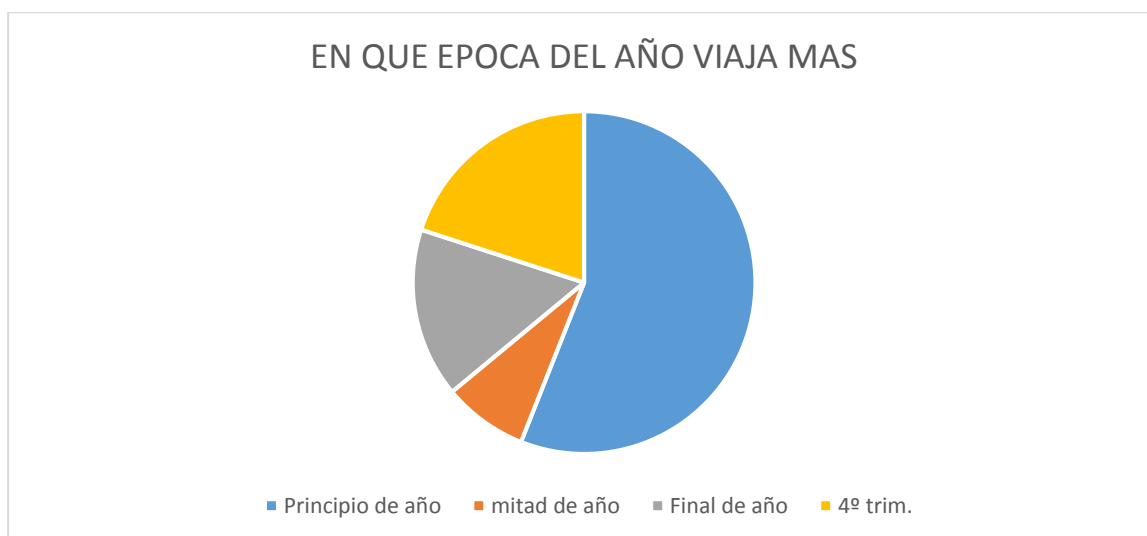
5. ¿En qué temporada del año viaja más?

Principio de año

Mitad de año

Final de año

No tiene preferencia



## 4PLAN DE MARKETING

### a. Objetivos del Plan de Marketing

- El objetivo principal es identificar a los clientes y concientizarlos del cuidado del medio ambiente durante las actividades.
- Lograr una conexión con el cliente y el con su familia para desarrollar actividades extremas.

### b. Estrategia de Producto.

Jefxtreme será una pasadía donde los amantes de la aventura tendrán un rato agradable y divertido enfocado en actividades extremas relacionadas con la naturaleza.

#### - Estrategia de Marca

Nuestra marca será identificada en la representación de la naturaleza y actividades extremas que nos caracterizamos por los valores corporativos y el poder satisfacer las necesidades de los clientes.

#### - Estrategia de Servicio Postventa

Nuestra estrategia posventa es seguir en contacto con los clientes por medio de correos electrónicos, redes sociales y así reconocer las peticiones quejas o sugerencias que tengan después de haber utilizado nuestros servicios.

### c. Estrategia de Precio

la estrategia de precio se basa directamente en la competencia, los precios y servicios que ellos ofrecen para así mejorar nuestra oferta y poder ofrecer un mejor servicio a unos mejores precios.

La estrategia es ofrecer nuestros servicios en diferentes portales de internet y que ahí se evidencie la diferencia con la competencia

#### 4.4 Estrategia de Publicidad

- **BTL:** Establecer un conjunto de actividades innovadoras y creativas que logren captar la atención de diversos clientes.
- **ATL:** Publicidad por medios masivos de comunicación, pero se emplearán correos electrónicos, redes sociales que prácticamente no tienen ningún valor.

##### 4.4.1 Plan de Medios

- **Directo:** Se realizarían campañas múltiples con difusiones publicitarias en universidades, parques, centros comerciales donde frecuenten las personas jóvenes.
- **Indirecto:** Por medio de redes sociales y correos.

#### 4.5 Estrategia de Promoción

- **Redes sociales:** Las redes sociales es el método más fácil de darnos a conocer debido a su rapidez en la entrega de información y que tiene un valor relativamente bajo.
- **Canales web:** Se buscará alquiler de espacios en páginas web de terceros para darnos a conocer de otras maneras.

#### 4.6 Estrategia de Distribución

Se realizará la estrategia dirigida a 50 personas en las que identificamos que ha varias personas les agrada la idea de nuestro pasadía en Utica Cundinamarca ya que cuenta con los espacios y zonas requeridas para poderlo realizar.

En el país hay varias ofertas de pasadía o campamentos, la idea de mi pasadía es que será único en el que encontraran diversas actividades en un solo lugar sin necesidad de desplazamientos extras.

## 4.7 PROYECCIÓN DE VENTAS

PROYECCIÓN DE LOS GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS						
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
Gastos de personal	89.274.893	92.223.081	95.266.443	98.410.235	101.657.773	476.832.425
Otros gastos de personal (externos)	6.000.000	6.198.000	6.402.534	6.613.818	6.832.074	32.046.425
Honorarios Contador	0	0	0	0	0	0
Servicios Públicos	3.600.000	3.718.800	3.841.520	3.968.291	4.099.244	19.227.855
Gastos papelería y otros	600.000	619.800	640.253	661.382	683.207	3.204.643
Publicidad	7.800.000	8.057.400	8.323.294	8.597.963	8.881.696	41.660.353
Arriendo Oficina	0	0	0	0	0	0
Diversos	6.000.000	6.198.000	6.402.534	6.613.818	6.832.074	32.046.425
Depreciaciones Administrativas	400.000	400.000	400.000	400.000	400.000	2.000.000
<b>Total Gastos Admón.</b>	<b>113.674.893</b>	<b>117.415.081</b>	<b>121.276.579</b>	<b>125.265.506</b>	<b>129.386.068</b>	<b>607.018.126</b>

## 5. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

### 5.1 Definición de la Estructura Organizacional

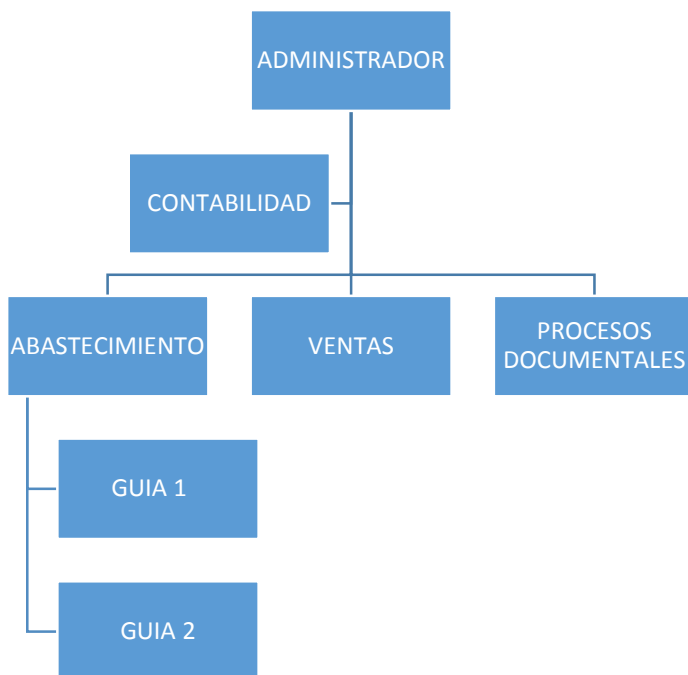
#### a. Misión

Jefxtreme es un pasadía enfocado en el deporte extremo que cuenta con los recursos para desarrollar actividades en la naturaleza extremas que generen diversión y esparcimiento entre los clientes.

#### b. Visión

Ser al 2023 una empresa líder en el mercado de diversión extrema generando confianza y credibilidad con nuestros clientes.

### c. Organigrama



### d. Dofa

#### Fortalezas:

- Ser una empresa que mezcla aventura, diversión y aprendizaje en un solo lugar
- Costos de aceptación
- Valores agregados de la compañía

#### Oportunidades

- No todo el turismo es ya de sol y playa, encontrar ese nuevo nicho de mercado es la mejor opción
- Dedicado especialmente a gente joven y atrevida deportivamente

#### Debilidades

- Recursos financieros inicial
- Falta de socios

#### Amenazas

- Globalización y crisis económica
- Competencia con el paso del tiempo
- Situaciones climatológicas

## 5.2 Tamaño de La Empresa

Será una pequeña empresa prestadora de servicios debido a que contará con un máximo de 8 empleados y los ingresos presupuestados no superaran los 500 SLMV

## 5.3 Normatividad

De acuerdo con la ley 222 de 1995 de código de comercio esta empresa será por Sociedad por Acciones Simplificadas (SAS) donde está conformado por un único socio

## 5.4 Costos Administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS	
Concepto	Vr Mes
Gastos de personal	0
Otros Gastos de personal (externos)	500000
Honorarios Contador	0
Servicios Publicos	300000
Gastos papeleria y otros	50000
Publicidad	650000
Arriendo Oficina	0
Diversos	500000
Depreciaciones Administrativas	
TOTAL	2000000

### 5.4.1 Gastos de Personal

SUELDOS PERSONAL INICIAL SEGÚN ESTUDIO TÉCNICO DE ADMINISTRACIÓN		
Empleado	Sueldo	Aux Trans
administrador	1.500.000	88.211
ventas	1.000.000	88.211
abastecimiento	800.000	88.211
Guía 1	900.000	88.211
guía 2	900.000	88.211
TOTAL	5.100.000	441.055



## 5.4.2 Gastos de puesta en Marcha

INVERSIÓN FIJA	
Terrenos	1.500.000
Edificios	0
Maquinaria y Equipos	0
Equipos Computo y comunicación	1.000.000
Muebles y Enseres	2.000.000
Vehículos	0
<b>Total</b>	<b>4.500.000</b>

## 6. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL

### 6.1 Objetivo del Estudio Legal

Se pretende encontrar los alcances y viabilidad con que debemos desarrollar este proyecto, los lineamientos que debemos tener presentes y todos los estudios necesarios para desarrollarlo.

### 6.2 Marco Legal:

Para dar inicio a este proyecto debemos tener en cuenta los siguientes ítems y procesos a seguir que son necesarios.

#### Requisitos de carácter obligatorio según decreto 1879 de 2008

- Matrícula mercantil vigente, diligenciando el formulario RUES- registro único empresarial para la matrícula de establecimientos de comercio, sucursales o agencias, el cual se solicita en las sedes de la cámara de comercio pertinentes. Para solicitar la matrícula de debe haber inscrito anteriormente como persona jurídica o estar registrado como persona natural.
- Certificado Sayco & Acinpro
- Registro nacional de turismo. Este registro es obligatorio para los prestadores de servicios turísticos relacionados en el artículo 12 de la Ley 1101 de 2006

- concepto sanitario. Todos los establecimientos deben cumplir con las condiciones sanitarias que describe la Ley 9 de 1979 que está compuesta por títulos de carácter general como protección del medio ambiente, suministro de agua entre otros.
- Uso del suelo, verificar que la actividad económica del establecimiento se pueda desarrollar en la ubicación que se ha escogido de acuerdo al POT, y la reglamentación específica del municipio.
- Registro de publicidad exterior visual o una certificación de intensidad auditiva. Validar si por sus características del establecimiento requiere realizar esos trámites.
- Concepto técnico de seguridad humana y protección contra incendios.
- Lista de precios
- Inscripción en el RUT Registro Único Tributario
- Inscripción en el RIT Registro de Información Tributaria
- Pagar los impuestos distritales y municipales necesarios.

### **6.3 Definición de la empresa:**

JEFXTREME se caracteriza por ser una empresa terciaria del sector económico, ofreciendo servicios turísticos de aventura y está diseñado para que las personas pasen un rato agradable saliendo de la monotonía acostumbrada.

### **6.4 Clasificación de las Mipymes:**

Será una pequeña empresa prestadora de servicios debido a que contará con un máximo de 8 empleados y los ingresos presupuestados no superaran los 500 SLMV

## 6.4.1 Clasificación Internacional de actividades económicas (CIIU):


- La clasificación internacional que compete a JEFXTREME la 5519 que consiste en provisión de alojamiento temporal.
- 5520 actividades de camping

## 6.4.2 Clasificación de las sociedades:

De acuerdo con la ley 222 de 1995 de código de comercio esta empresa será por Sociedad por Acciones Simplificadas (SAS) donde está conformado por un único socio

## 6.5 Constitución legal:

Es una persona jurídica cuya naturaleza es de carácter comercial, que puede ser constituida por una o varias personas, las cuales pueden ser naturales o jurídicas



CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA  
SEDE CENTRO  
14 DE AGOSTO DE 2006 HORA : 14:43:12  
01N080814147 HOJA : 1 DE 2

CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACION LEGAL DE LA ENTIDAD SIN ANIMO DE LUCRO: COLEGIO DE CONTADORES PUBLICOS DE COLOMBIA.  
NUMERO: 80027763  
N.I.T.: 900096821-7 ADMINISTRACION: BOGOTA PERSONAS JURIDICAS  
EL SUSCRITO SECRETARIO DE LA CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA, EN EJERCICIO DE LA FACULTAD CONFERIDA POR LOS ARTICULOS 43 Y 144 DEL DECRETO NUMERO 2150 DE 1995.

CERTIFICA :  
DOMICILIO: BOGOTA D.C.  
DIRECCION: CE 7 NO. 49 28 OF 702  
TELEFONO: 2888592 FAX: NO REPORTO

CERTIFICA :  
QUE POR ESCRITURA PUBLICA NO. 0018444 DEL 16 DE JUNIO DE 2006 , OTORGADO(A) EN ASAMBLEA DE ASOCIADOS , INSCRITA EN ESTA CAMARA DE COMERCIO EL 21 DE JULIO DE 2006 BAJO EL NUMERO: 00104374 DEL LIBRO I DE LAS ENTIDADES SIN ANIMO DE LUCRO, FUE CONSTITUIDA LA ENTIDAD DENOMINADA: COLEGIO DE CONTADORES PUBLICOS DE COLOMBIA

CERTIFICA :  
ENTIDAD QUE EJERCE LA FUNCION DE INSPECCION, VIGILANCIA Y CONTROL: ALCALDIA MAYOR DE BOGOTA

CERTIFICA :  
VIGENCIA: QUE EL TERMINO DE DURACION DE LA ENTIDAD ES INDEFINIDO

CERTIFICA :  
OBJETO : A) PRINCIPIOS: EL COLEGIO TENDRA COMO FUNDAMENTO LOS SIGUIENTES PRINCIPIOS: LA UNIDAD, LA DEMOCRACIA PARTICIPATIVA Y PLURALISTA; LA PRIMACIA DEL BIEN COMUN SOBRE EL PARTICULAR, LA JUSTICIA, LA IGUALDAD, LA LIBERTAD; EL RESPETO DE LA DIGNIDAD HUMANA; LA SOLIDARIDAD Y SUBSIDIARIDAD; LA DESCENTRALIZACION, LA CONVIVENCIA, EL TRABAJO; EL CONOCIMIENTO, LA INVESTIGACION; EL DESARROLLO CIENTIFICO Y TECNOLOGICO DE LA CONTADURIA Y DE LA CONTABILIDAD; LA DEFENSA DEL CONTADOR PUBLICO Y LA PROFESION. B ) OBJETO SOCIAL: EL COLEGIO TENDRA COMO OBJETO SOCIAL LO SIGUIENTES FINES, LOS CUALES SE DESARROLLARAN CON FUNDAMENTO EN SUS PRINCIPIOS, EN LO QUE CORRESPONDA: A. AUNAR, REPRESENTAR Y DEFENDER A TODOS LOS CONTADORES PUBLICOS, SIN DISTINGUO ALGUNO, CUALQUIERA SEA EL LUGAR EN QUE SE ENCONTRAREN. B. PROMOVER LA FORMACION INTEGRAL DE LOS CONTADORES PUBLICOS Y DE QUIENES ASPIRAN A SERLO PARA QUE SEAN GESTORES DE CAMBIO EN EL NUEVO CONTEXTO DE LOS NEGOCIOS Y DE LA ECONOMIA NACIONAL E INTERNACIONAL. C. PROMOVER Y REALIZAR CON ORGANIZACIONES NACIONALES E INTERNACIONALES LA INTEGRACION DE LOS PROFESIONALES Y CON LA COMUNIDAD INTERNACIONAL EN TODAS LAS AREAS DE LA CIENCIA DE LA CONTABILIDAD. D. CONTRIBUIR A SOLUCIONAR LOS CONFLICTOS QUE SE PRESENTEN A LOS COLEGIADOS EN EL EJERCICIO PROFESIONAL. E. REALIZAR ACTIVIDADES DE CAPACITACION Y ACTUALIZACION DE CONOCIMIENTOS PARA SUS COLEGIADOS Y PARA PERSONAS QUE EJERZAN OTRAS PROFESIONES U OFICIOS AFINES CON LA PROFESION DE CONTADOR

### 6.5.1 Registro Único tributario (RUT):

El RUT es el Registro Único Tributario y sirve como mecanismo de identificación que clasifica a las personas y entidades.



Formulario del Registro Único Tributario (RUT) de la DIAN. El formulario muestra el logo de la DIAN, el número de identificación 001, un código QR, un código de barras con el número 18177204957, y campos para datos personales y empresariales.

### 6.5.2 Requisitos del registro mercantil:

La Matrícula Mercantil es un medio de identificación del comerciante y de su establecimiento de comercio, así como medio de prueba de existencia de uno y de otro.

Por disposición legal, los comerciantes, sean personas naturales o jurídicas, están obligadas a matricularse en el Registro Mercantil que lleva la Cámara de Comercio y matricular allí mismo su empresa o negocio.

La matrícula se debe renovar anualmente, dentro de los tres primeros meses del año. En caso de no ejercer actividad comercial alguna, debe cancelar su Matrícula Mercantil.

También están obligados a registrar en su propio interés y en el de terceros, actas, libros y documentos que la ley señala tales como: constitución, reforma, disolución y liquidación de sociedades, apertura de agencias y sucursales, enajenación y cancelación de establecimiento de comercio; contratos de prenda, reserva de dominio, agencia comercial, concordatos, poderes, permisos de funcionamiento a las sociedades comerciales, libros de comercio, embargos, secuestros, sucesiones, entre otros.

**FORMULARIO DEL REGISTRO ÚNICO EMPRESARIAL Y SOCIAL RUES**

CONFECÁMARAS

1. INFORMACIÓN GENERAL

2. IDENTIFICACIÓN

3. ACTIVIDADES ECONÓMICAS

4. ACTIVIDADES EMPRESARIALES

5. DATOS DE CONTACTO

6. DATOS DE REPRESENTACIÓN LEGAL

7. DATOS DE REPRESENTACIÓN SOCIAL

**REGISTRO ÚNICO EMPRESARIAL**

PERSONA NATURAL DEL COMERCIO, EMPRESA ASOCIATIVA DE TRABAJO, O LA ENTIDAD DE COMERCIO SUJETAS O AGENCIAS

1. INFORMACIÓN GENERAL

2. IDENTIFICACIÓN

3. ACTIVIDADES ECONÓMICAS

4. ACTIVIDADES EMPRESARIALES

5. DATOS DE CONTACTO

6. DATOS DE REPRESENTACIÓN LEGAL

7. DATOS DE REPRESENTACIÓN SOCIAL

### 6.5.3 Resolución de facturación DIAN:

Para este trámite se debe presentar ante la DIAN los siguientes documentos:

- Certificado de representación legal expedido por la cámara de comercio
- Certificación de apertura de cuenta bancaria a nombre de la empresa
- Solicitud de asignación de facturación
- Presentación del RUT

**DIAN** Autorización Numeración de Facturación **1876**

1. Número de identificación Tributaria - NIT: 9.121.117.0001

2. Número de autorización: 18762000000258

3. Fecha de expedición: 01/06/2016

4. Fecha de vencimiento: 31/05/2017

5. Tipo de autorización: PRUEBAS REPRESENTACIÓN GAS

6. Lugar de expedición: Bogotá D.C.

7. País: COLOMBIA

8. Ciudad: Bogotá D.C.

9. Calle: Calle 100 No. 100-100

10. Correo electrónico: contacto@diان.gov.co

11. Teléfono: +57 (0)2 280 1000

12. Sitio web: www.dian.gov.co

13. Descripción: PRUEBAS REPRESENTACIÓN LEGAL

14. Valor: \$ 0.000.000.000.000

15. Fecha de emisión: 01/06/2016

16. Hora de emisión: 10:00:00

17. Usuario: JUAN CARLOS GONZALEZ

18. Firma: JUAN CARLOS GONZALEZ

19. Cédula de ciudadanía: 9.999.999.999

20. Documento de identidad: 9.999.999.999

21. Documento de identificación: 9.999.999.999

22. Documento de identificación: 9.999.999.999

23. Documento de identificación: 9.999.999.999

24. Documento de identificación: 9.999.999.999

25. Documento de identificación: 9.999.999.999

26. Documento de identificación: 9.999.999.999

27. Documento de identificación: 9.999.999.999

28. Documento de identificación: 9.999.999.999

29. Documento de identificación: 9.999.999.999

30. Documento de identificación: 9.999.999.999

31. Documento de identificación: 9.999.999.999

32. Documento de identificación: 9.999.999.999

33. Documento de identificación: 9.999.999.999

34. Documento de identificación: 9.999.999.999

35. Documento de identificación: 9.999.999.999

36. Documento de identificación: 9.999.999.999

37. Documento de identificación: 9.999.999.999

38. Documento de identificación: 9.999.999.999

39. Documento de identificación: 9.999.999.999

40. Documento de identificación: 9.999.999.999

41. Documento de identificación: 9.999.999.999

42. Documento de identificación: 9.999.999.999

43. Documento de identificación: 9.999.999.999

44. Documento de identificación: 9.999.999.999

45. Documento de identificación: 9.999.999.999

46. Documento de identificación: 9.999.999.999

47. Documento de identificación: 9.999.999.999

48. Documento de identificación: 9.999.999.999

49. Documento de identificación: 9.999.999.999

50. Documento de identificación: 9.999.999.999

51. Documento de identificación: 9.999.999.999

52. Documento de identificación: 9.999.999.999

53. Documento de identificación: 9.999.999.999

54. Documento de identificación: 9.999.999.999

55. Documento de identificación: 9.999.999.999

56. Documento de identificación: 9.999.999.999

57. Documento de identificación: 9.999.999.999

58. Documento de identificación: 9.999.999.999

59. Documento de identificación: 9.999.999.999

60. Documento de identificación: 9.999.999.999

61. Documento de identificación: 9.999.999.999

62. Documento de identificación: 9.999.999.999

63. Documento de identificación: 9.999.999.999

64. Documento de identificación: 9.999.999.999

65. Documento de identificación: 9.999.999.999

66. Documento de identificación: 9.999.999.999

67. Documento de identificación: 9.999.999.999

68. Documento de identificación: 9.999.999.999

69. Documento de identificación: 9.999.999.999

70. Documento de identificación: 9.999.999.999

71. Documento de identificación: 9.999.999.999

72. Documento de identificación: 9.999.999.999

73. Documento de identificación: 9.999.999.999

74. Documento de identificación: 9.999.999.999

75. Documento de identificación: 9.999.999.999

76. Documento de identificación: 9.999.999.999

77. Documento de identificación: 9.999.999.999

78. Documento de identificación: 9.999.999.999

79. Documento de identificación: 9.999.999.999

80. Documento de identificación: 9.999.999.999

81. Documento de identificación: 9.999.999.999

82. Documento de identificación: 9.999.999.999

83. Documento de identificación: 9.999.999.999

84. Documento de identificación: 9.999.999.999

85. Documento de identificación: 9.999.999.999

86. Documento de identificación: 9.999.999.999

87. Documento de identificación: 9.999.999.999

88. Documento de identificación: 9.999.999.999

89. Documento de identificación: 9.999.999.999

90. Documento de identificación: 9.999.999.999

91. Documento de identificación: 9.999.999.999

92. Documento de identificación: 9.999.999.999

93. Documento de identificación: 9.999.999.999

94. Documento de identificación: 9.999.999.999

95. Documento de identificación: 9.999.999.999

96. Documento de identificación: 9.999.999.999

97. Documento de identificación: 9.999.999.999

98. Documento de identificación: 9.999.999.999

99. Documento de identificación: 9.999.999.999

100. Documento de identificación: 9.999.999.999



#### **6.5.4 Obligaciones de registro:**

- COMERCIANTE - Una de sus obligaciones es inscribir en el registro mercantil los libros, actos y documentos que la ley exija / LIBROS DE COMERCIO - No han sido definidos por ninguna ley ya que la facultad otorgada al Gobierno para su reglamentación no ha sido ejercida
- LIBROS OBLIGATORIOS DE CONTABILIDAD - De las normas mercantiles y tributarias se deduce que lo son el de Inventarios y Balances, el Diario y el Mayor y Balances / LIBRO DIARIO - Es un libro principal y obligatorio a que se refieren los artículos 53 del Código de Comercio y 33 del Decreto 2821 de 1974 / LIBROS DE CONTABILIDAD - Son una especie de Libros de Comercio y deben ser inscritos en el registro mercantil
- OPERACIONES REGISTRADAS EN LIBROS CON POSTERIORIDAD - No da lugar a la sanción por libros de contabilidad de que trata el literal b) del artículo 654 del E.T. / REGISTRO DE LIBROS DE CONTABILIDAD - Su inexistencia y no la contabilización de operaciones anteriores a la inscripción es lo que origina la sanción / REGISTRO PREVIO DE LOS LIBROS DE CONTABILIDAD - Será exigible siempre que exista ley especial que así lo consagre situación que no se contempla en el Estatuto Tributario.

#### **6.5.5 Revisión técnica de seguridad (bomberos):**

Es la apreciación técnica emitida por el Cuerpo Oficial de Bomberos de Bogotá D.C., a través de la cual se revisan las condiciones de seguridad humana, riesgos de incendio, materiales peligrosos y sistemas de protección contra incendios que se presentan en un establecimiento comercial.



Bogotá D.C., Día \_\_\_\_\_ Mes \_\_\_\_\_ Año \_\_\_\_\_.

Señores  
Dirección Distrital de Impuestos de Bogotá - DIB  
Ciudad

Yo \_\_\_\_\_, actuando en calidad de: \_\_\_\_\_, identificado con cédula de ciudadanía No. \_\_\_\_\_.

- a) Propietario ( ) Poseedor ( ) del predio identificado con CHIP \_\_\_\_\_, Matrícula Inmobiliaria \_\_\_\_\_, Dirección \_\_\_\_\_.
- b) Representante legal ( ) de la sociedad \_\_\_\_\_, identificada con NIT \_\_\_\_\_, quien es Propietaria ( ) Poseedora ( ) del predio identificado con CHIP \_\_\_\_\_, Matrícula Inmobiliaria \_\_\_\_\_, Dirección \_\_\_\_\_.
- c) Apoderado General ( ) Apoderado Especial ( ) Autorizado ( ) del señor(a) \_\_\_\_\_, quien es Propietario(a) ( ) Poseedor(a) ( ) del predio identificado con CHIP \_\_\_\_\_, Matrícula Inmobiliaria \_\_\_\_\_, Dirección \_\_\_\_\_.
- d) Apoderado General ( ) Apoderado Especial ( ) Autorizado ( ) de la sociedad \_\_\_\_\_, identificada con NIT \_\_\_\_\_, quien es Propietaria ( ) Poseedora ( ) del predio identificado con CHIP \_\_\_\_\_, Matrícula Inmobiliaria \_\_\_\_\_, Dirección \_\_\_\_\_.

Solicito la expedición del recibo de determinación del valor a pagar por concepto de la participación en plusvalía del predio identificado con dirección \_\_\_\_\_, CHIP \_\_\_\_\_, Matrícula Inmobiliaria \_\_\_\_\_.

El recibo debe ser expedido a nombre de:

Nombre o Razón Social \_\_\_\_\_  
 Cédula de ciudadanía / NIT No. \_\_\_\_\_  
 Teléfono \_\_\_\_\_  
 Dirección de Contacto \_\_\_\_\_  
 Fecha en que se realizará el pago \_\_\_\_\_

Lo anterior teniendo en cuenta que la Secretaría de Planeación ( ) o la Unidad Administrativa Especial de Catastro Distrital ( ), liquó el efecto plusvalía del predio objeto de esta solicitud mediante Resolución No. \_\_\_\_\_ de fecha \_\_\_\_\_, de la cual tuve conocimiento en fecha \_\_\_\_\_.

Atentamente,

NOMBRE DEL SOLICITANTE: \_\_\_\_\_

FIRMA: \_\_\_\_\_

ANEXOS: \_\_\_\_\_

Sección Administrativa CAD  
 Carrera 20 N° 25 - 85  
 Sede Dirección Distrital de  
 Impuestos de Bogotá - DIB  
 Av. Calle 130 N° 85 - 85  
 P.O. Box 071 de Bogotá - D.C. 05001  
 www.dib.bogota.gov.co  
 Información Línea 166



**BOGOTÁ**  
**HUYANA**  
 69-F.173  
 V.1

### 6.5.6 Normas sanitarias y de salud (secretaría de salud):

Si la empresa es un establecimiento comercial o realiza sus actividades con una infraestructura física, debe solicitar a las secretarías de salud municipales la licencia de sanidad y presentar los demás requerimientos que estas exijan de acuerdo con su actividad económica.



3. Los locales, deben ser de buena construcción, materiales resistentes, impermeables, en condiciones y de fácil limpieza y distribución. Además tanto por dentro como afuera, las construcciones deben estar bien ventiladas, permitir el ingreso de luz natural y permitir la circulación del aire fresco. Los locales deben estar bien ventilados y permitir el ingreso de luz natural y permitir la circulación del aire fresco.

4. Los locales deben estar bien ventilados y permitir el ingreso de luz natural y permitir la circulación del aire fresco. Los locales deben estar bien ventilados y permitir el ingreso de luz natural y permitir la circulación del aire fresco.

5. El espacio y distribución de los locales debe permitir un flujo constante de personas y mercancías y facilitar el acceso de los clientes a los locales. Los locales deben estar bien ventilados y permitir el ingreso de luz natural y permitir la circulación del aire fresco.

6. Cuando los establecimientos no cuenten con agua y electricidad, deben contar con sistemas de almacenamiento de agua potable y electricidad, los cuales deben estar bien ventilados y permitir el ingreso de luz natural y permitir la circulación del aire fresco.

BOGOTÁ MEJOR PARA TODOS

1. Las personas que trabajan en establecimientos y locales, deben estar bien ventilados y permitir el ingreso de luz natural y permitir la circulación del aire fresco.

2. Los locales deben estar bien ventilados y permitir el ingreso de luz natural y permitir la circulación del aire fresco.

3. Los locales deben estar bien ventilados y permitir el ingreso de luz natural y permitir la circulación del aire fresco.

4. Los locales deben estar bien ventilados y permitir el ingreso de luz natural y permitir la circulación del aire fresco.

5. Los locales deben estar bien ventilados y permitir el ingreso de luz natural y permitir la circulación del aire fresco.

6. Los locales deben estar bien ventilados y permitir el ingreso de luz natural y permitir la circulación del aire fresco.

7. Los locales deben estar bien ventilados y permitir el ingreso de luz natural y permitir la circulación del aire fresco.

8. Los locales deben estar bien ventilados y permitir el ingreso de luz natural y permitir la circulación del aire fresco.

9. Los locales deben estar bien ventilados y permitir el ingreso de luz natural y permitir la circulación del aire fresco.

10. Los locales deben estar bien ventilados y permitir el ingreso de luz natural y permitir la circulación del aire fresco.





## 6.5.7 Normas de fabricación de alimentos y medicamentos (INVIMA):

Toda empresa que produzca o transforme alimentos, medicamentos, productos de aseo, cosméticos y el transporte de los mismos, debe solicitar el registro de estos ante el INVIMA, Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos.

REPÚBLICA DE COLOMBIA  
MINISTERIO DE SALUD  
**INVIMA**  
INSTITUTO NACIONAL DE VIGILANCIA DE MEDICAMENTOS Y ALIMENTOS

DE MEDICAMENTOS Y ALIMENTOS  
**FORMULARIO ÚNICO DE REGISTRO SANITARIO AUTOMÁTICO DE ALIMENTOS  
NUEVO Y RENOVACIÓN  
DECRETO 3075/97**

**1. DATOS GENERALES DEL TITULAR**

Número o Razón Social:		Ciudad:	
Dirección:		País:	
Correo Electrónico E-mail:		T.P. de Abogado No.:	
Departamento:		Dirección de notificación:	
Propietario, Representante legal o Apoderado:		Ciudad de notificación:	
Credencial ciudadana:		Teléfono de notificación:	

**2. DATOS DEL RESPONSABLE DE LA TRANSACCIÓN DETALLADA EN LA CONSIGNACIÓN**

Número o Razón Social:		NIT o CC	
Dirección:		Tel:	
Ciudad:		Código de tarifa Canalada:	
Número de consignación (referencia 1):			

**3. DATOS ESPECÍFICOS DEL PRODUCTO**

Alimentos producidos o elaborados en el país.  Alimentos Importados

Solicitud de Registro Sanitario

Solicitud Renovación Registro Sanitario No. \_\_\_\_\_ Vigente hasta: \_\_\_\_\_

Fabricante(s) o empaquetador		Ubicación (Dirección y Ciudad):
1:		
2:		
3:		
Importador (es)		Ubicación (Dirección y Ciudad):
1:		
2:		
3:		

Nombre del producto: \_\_\_\_\_

Marcas comerciales: \_\_\_\_\_

**CONDICIONES DE CONSERVACIÓN DEL PRODUCTO**

Temperatura ambiente  Refrigeración  Congelación

EXPEDIENTE No. \_\_\_\_\_ REGISTRO SANITARIO No. \_\_\_\_\_ VIGENTE HASTA \_\_\_\_\_

Verificado por: \_\_\_\_\_ Subdirector (a) de Registros Sanitarios:

Declaro que la información presentada en esta solicitud es verídica y comprobable en cualquier momento, que conozco y acato los reglamentos vigentes que rigen las condiciones sanitarias de los alimentos de consumo y que el producto cumple con todas las condiciones sanitarias exigidas por el Ministerio de Salud en el ámbito colombiano y en su defecto con la normativa Cubo, Americana. Este producto será comercializado con marcas comerciales registradas.

Nombre y firma del propietario, representante legal o apoderado \_\_\_\_\_

BSA-011-03-01

## 7. ESTUDIO TÉCNICO

### 7.1 Objetivos del estudio Técnico

Esta idea de pasadía viajera en Utica surgió de la idea de ver el comportamiento de diversos habitantes, de varias edades que buscan una pasadía cercana, amigable y que les deje experiencias enriquecedoras.



## 7.2 Ficha técnica del Producto (B/S)

FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO	
FECHA:	CÓDIGO:
VERSIÓN:	VIGENCIA:
NOMBRE DEL PRODUCTO:	JEFXTREME
Nombre Comercial	JEFXTREME
Calidad	ALTA
Generalidades	Pasadía extrema en Utica Cundinamarca
Requisitos Generales	Autorizaciones
Requisitos Específicos	Certificados, Permisos

## 7.3 Descripción del Proceso

Jefxtreme se basará en generar un ambiente diferente de relajación y aprendizaje en Utica Cundinamarca, se busca brindar un servicio de amabilidad y mejorando el servicio de turismo y deporte de aventura. Se utilizará paisajes e infraestructura natural mostrando nuestra fauna y flora colombiana.

## 7.4 Requerimientos y Necesidades:

INVERSIÓN FIJA	
Terrenos	1.500.000
Edificios	0
Maquinaria y Equipos	0
Equipos Computo y comunic	1.000.000
Muebles y Enseres	2.000.000
Vehículos	0
<b>Total</b>	<b>4.500.000</b>

INVERSIÓN DIFERIDA	
Licencias, trámites legales	1.500.000
Otro	0
Seguros (A un año)	0
<b>Total</b>	<b>1.500.000</b>

INVERSIÓN CIRCULANTE	
Inversión Circulante	19.000.000

<b>TOTAL INVERSIONES</b>	<b>25.000.000</b>
--------------------------	-------------------

## 7.5 Plan de Producción

DE PRODUCCIÓN		
PRODUCCIÓN	Sueldo	Aux Trans
administrador	1.500.000	88.211
ventas	1.000.000	88.211
abastecimiento	800.000	88.211
Guía 1	900.000	88.211
Guía 2	900.000	88.211
<b>TOTAL</b>	<b>5.100.000</b>	<b>441.055</b>

## 7.6 Plan de compras

CALCULO COMPRAS	
Mat Prima / Invent	Vr Mes
accesorios oficina	3.000.000
accesorios actividades	2.000.000
varios	1.000.000
<b>Total Egreso Mat P / Inventario</b>	<b>6.000.000</b>

## 7.6.1 Costos de Producción

CALCULO COSTOS DE OPERACIÓN	
Concepto	Vr mes
Gastos de personal	
Otros gastos de personal	1.000.000
Mantenimiento Equipos	500.000
Mantenimiento Instalaciones	500.000
Servicios Públicos	850.000
Arriendos	2.000.000
Dotación	
Depreciación Operativa	0
<b>Total</b>	<b>4.850.000</b>

## 8 ESTUDIO FINANCIERO

PROYECCIÓN PERSONAL ADMINISTRATIVO Y DE PRODUCCIÓN						
NÓMINA PARA EL PERSONAL DE ADMINISTRACIÓN						
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
<b>Sueldos Básicos</b>						
administrador	18.000.000	18.594.000	19.207.602	19.841.453	20.496.221	96.139.276
ventas	12.000.000	12.396.000	12.805.068	13.227.635	13.664.147	64.092.850
abastecimiento	9.600.000	9.916.800	10.244.054	10.582.108	10.931.318	51.274.280
Guía 1	10.800.000	11.156.400	11.524.561	11.904.872	12.297.732	57.683.565
guía 2	10.800.000	11.156.400	11.524.561	11.904.872	12.297.732	57.683.565
<b>Total Sueldos</b>	<b>61.200.000</b>	<b>63.219.600</b>	<b>65.305.847</b>	<b>67.460.940</b>	<b>69.687.151</b>	<b>326.873.537</b>
<b>Prestaciones</b>						
Cesantía (mes)	5.099.980	5.268.279	5.442.132	5.621.722	5.807.239	27.239.352
Intereses de Cesantía (mes)	51.000	52.683	54.421	56.217	58.072	272.394
Vacaciones (mes)	2.552.040	2.636.257	2.723.254	2.813.121	2.905.954	13.630.627
Prima de Servicios (mes)	5.099.980	5.268.279	5.442.132	5.621.722	5.807.239	27.239.352
<b>Total Prestaciones Sociales mes</b>	<b>12.802.999</b>	<b>13.225.498</b>	<b>13.661.939</b>	<b>14.112.783</b>	<b>14.578.505</b>	<b>68.381.725</b>
<b>Parafiscales y seguridad social</b>						
Aporte en Salud Eps (mes)	5.202.000	5.373.666	5.550.997	5.734.180	5.923.408	27.784.251
Aporte en Pensión (mes)	7.344.000	7.586.352	7.836.702	8.095.313	8.362.458	39.224.824
Arp (mes)	489.600	505.757	522.447	539.688	557.497	2.614.988
Caja Compensación Familiar	2.236.294	2.312.208	2.388.511	2.467.332	2.548.754	11.953.099
I.C.B.F.	0	0	0	0	0	0

SENA	0	0	0	0	0	0
<b>Total aportes Patronales</b>	<b>15.271.894</b>	<b>15.777.983</b>	<b>16.298.657</b>	<b>16.836.512</b>	<b>17.392.117</b>	81.577.163
<b>Auxilio de transporte</b>						
Auxilio de transporte	5.292.660	\$ 5.414.391	\$ 5.593.066	\$ 5.777.637	\$ 5.968.299	28.046.054
<b>TOTAL ADMINISTRACION</b>	<b>89.274.893</b>	<b>92.223.081</b>	<b>95.266.443</b>	<b>98.410.235</b>	<b>101.657.773</b>	476.832.425

<b>NÓMINA PARA EL PERSONAL DE PRODUCCION</b>						
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Sueldos Basicos</b>						
administrador	18.000.000	18.594.000	19.207.602	19.841.453	20.496.221	96.139.276
ventas	12.000.000	12.396.000	12.805.068	13.227.635	13.664.147	64.092.850
abastecimiento	9.600.000	9.916.800	10.244.054	10.582.108	10.931.318	51.274.280
Guia 1	10.800.000	11.156.400	11.524.561	11.904.872	12.297.732	57.683.565
guia 2	10.800.000	11.156.400	11.524.561	11.904.872	12.297.732	57.683.565
<b>Total Sueldos</b>	<b>61.200.000</b>	<b>63.219.600</b>	<b>65.305.847</b>	<b>67.460.940</b>	<b>69.687.151</b>	<b>326.873.537</b>
<b>Prestaciones</b>						
Cesantía (mes)	5.099.980	5.268.279	5.442.132	5.621.722	5.807.239	27.239.352
Intereses de Cesantía (mes)	51.000	52.683	54.421	56.217	58.072	272.394
Vacaciones (mes)	2.552.040	2.636.257	2.723.254	2.813.121	2.905.954	13.630.627
Prima de Servicios (mes)	5.099.980	5.268.279	5.442.132	5.621.722	5.807.239	27.239.352
<b>Total Prestaciones Sociales mes</b>	<b>12.802.999</b>	<b>13.225.498</b>	<b>13.661.939</b>	<b>14.112.783</b>	<b>14.578.505</b>	<b>68.381.725</b>
<b>Parafiscales y seguridad social</b>						
Aporte en Salud Eps (mes)	5.202.000	5.373.666	5.550.997	5.734.180	5.923.408	27.784.251
Aporte en Pensión (mes)	7.344.000	7.586.352	7.836.702	8.095.313	8.362.458	39.224.824
Arp (mes)	489.600	505.757	522.447	539.688	557.497	2.614.988
Caja Compensación Familiar	2.236.294	2.312.208	2.390.677	2.471.785	2.555.620	11.966.584
I.C.B.F.	0	0	0	0	0	0
SENA	0	0	0	0	0	0
<b>Total aportes Patronales</b>	<b>15.271.894</b>	<b>15.777.983</b>	<b>16.300.822</b>	<b>16.840.965</b>	<b>17.398.983</b>	<b>81.590.648</b>
<b>Auxilio de transporte</b>						
Auxilio de transporte	5.292.660	5.414.391	5.538.922	5.666.317	5.796.643	27.708.933
<b>TOTAL OPERACIÓN</b>	<b>94.567.553</b>	<b>97.637.472</b>	<b>100.807.531</b>	<b>104.081.006</b>	<b>107.461.282</b>	<b>504.554.843</b>
<b>TOTAL NOMINA</b>	<b>183.842.445</b>	<b>189.860.553</b>	<b>196.073.974</b>	<b>202.491.241</b>	<b>209.119.055</b>	<b>981.387.268</b>

<b>PROYECCIÓN DE LOS GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS</b>						
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>	<b>TOTAL</b>
Gastos de personal	89.274.893	92.223.081	95.266.443	98.410.235	101.657.773	476.832.425
Otros gastos de personal (externos)	6.000.000	6.198.000	6.402.534	6.613.818	6.832.074	32.046.425
Honorarios Contador	0	0	0	0	0	0
Servicios Publicos	3.600.000	3.718.800	3.841.520	3.968.291	4.099.244	19.227.855
Gastos papeleria y otros	600.000	619.800	640.253	661.382	683.207	3.204.643
Publicidad	7.800.000	8.057.400	8.323.294	8.597.963	8.881.696	41.660.353
Arriendo Oficina	0	0	0	0	0	0
Diversos	6.000.000	6.198.000	6.402.534	6.613.818	6.832.074	32.046.425
Depreciaciones Administrativas	400.000	400.000	400.000	400.000	400.000	2.000.000
<b>Total Gastos Admon</b>	<b>113.674.893</b>	<b>117.415.081</b>	<b>121.276.579</b>	<b>125.265.506</b>	<b>129.386.068</b>	<b>607.018.126</b>

PROYECCIÓN DE LOS INGRESOS OPERATIVOS						
INGRESOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	TOTAL
<b>Por Ventas</b>						
actividad completa	36.000.000	37.080.000	38.192.400	39.338.172	40.518.317	191.128.889
actividad 2	28.800.000	29.664.000	30.553.920	31.470.538	32.414.654	152.903.111
actividad 3	24.000.000	24.720.000	25.461.600	26.225.448	27.012.211	127.419.259
0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0
<b>Total Ingresos de operación</b>	<b>\$ 88.800.000</b>	<b>\$ 91.464.000</b>	<b>\$ 94.207.920</b>	<b>\$ 97.034.158</b>	<b>\$ 99.945.182</b>	<b>\$ 471.451.260</b>

*Informativo*

CRÉDITO BANCARIO						
DESCRIPCIÓN	PERIODO 0	PERIODO 1	PERIODO 2	PERIODO 3	PERIODO 4	PERIODO 5
Valor del crédito	30.000.000					
Tasa de Interés	2,3%					
Saldo de Capital	30.000.000	30.000.000	24.269.725	18.827.929	13.260.971	7.565.974
Cuota Fija	6.420.275	6.420.275	6.000.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000
Pago Intereses		690.000	558.204	433.042	305.002	174.017
Abono a Capital		5.730.275	5.441.796	5.566.958	5.694.998	5.825.983

## 9 ANÁLISIS DE IMPACTOS

### 9.1 Impacto Ambiental

- Permisos de ingreso a sitios ecológicos
- Turismo sostenible
- Crear conciencia a los turistas para preservar el lugar.

### 9.2 Impacto Social

- Va dirigido directamente a la mejora del estilo de vida
- Dar a entender la importancia de los tiempos de ocio en los seres humanos
- Acceso al turismo

### 9.3 Impacto Económico

- Situación económica de los jóvenes
- Variación en el precio de los impuestos
- Aumento en el valor de los peajes

### 10 CONCLUSIONES

- Jefxtreme será una empresa dedicada a la diversión y ocio entre los jóvenes por medio de las actividades extremas
- Es importante conocer los proveedores y sus servicios
- El estudio de mercado da la tendencia necesaria.
- Es importante saber invertir en las locativas para que la TIR tenga un porcentaje positivo

## 11 BIBLIOGRAFIA

- <http://admluisfernando.blogspot.com/2008/04/ii-estudio-tecnico.html>
- <https://www.ccb.org.co/>
- <https://www.gerencie.com/registro-mercantil.html>
- <https://www.javeriana.edu.co/personales/hbermude/jurisprudencia/13135.htm>
- [bomberosbogota.gov.co/?q=contenido/preguntas-frecuentes](http://bomberosbogota.gov.co/?q=contenido/preguntas-frecuentes)