

Emprendimiento social para la creación de una fundación dirigida a niños, niñas y adolescentes de escasos recursos del municipio de Itagüí, Antioquia

Presentado por:

Carolina Serna Zuluaga



Asesor Metodológico: Isis Miosotis Álvarez Flórez

Asesor Temático: Lina Giraldo Agudelo

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA LATINOAMERICANA

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

MEDELLÍN

2021

Tabla de contenido

1. Formulación del proyecto	6
1.1 Planteamiento del problema	6
1.2 Objetivos	8
<i>General</i>	8
<i>Específicos</i>	8
1.3 Justificación	8
1.4 Alcance	10
1.5 Metodología	10
<i>Enfoque</i>	10
<i>Modalidad</i>	11
<i>Método</i>	11
<i>Técnicas e instrumentos de recolección de información</i>	11
<i>Herramientas</i>	12
2. Análisis del sector	14
2.1 PESTEL	14
<i>Entorno Político</i>	14
<i>Entorno económico</i>	17
<i>Entorno Social</i>	18
<i>Entorno Tecnológico</i>	20
<i>Entorno Ecológico</i>	21
2.2 Análisis de competidores (Directos e Indirectos)	26
<i>Rivalidad entre los competidores existentes</i>	26
<i>Amenazas de nuevos competidores</i>	27
<i>Amenaza de productos y servicios sustitutos</i>	27
<i>Poder de negociación de los proveedores</i>	27
<i>Poder de negociación de los clientes</i>	28
3. Segmento de clientes	29
3.1 Mapa de empatía	29
<i>Niños, niñas y adolescentes</i>	29
<i>Empresas nacionales o internacionales</i>	30
<i>Personas naturales donantes</i>	31

4. Propuesta de Valor	34
5. Relación con los clientes	37
6. Canal	39
7. Actividades claves	41
8. Recursos claves	43
9. Alianzas claves	45
10. Marco Legal.....	48
11. Viabilidad financiera	70
Conclusiones	81
Bibliografía	83

RESUMEN

Este modelo de negocio enfocado a la creación de una fundación que brindará ayuda a los niños, niñas y adolescentes del municipio de Itagüí en situación de vulnerabilidad brindándoles así un lugar en el cual puedan asistir por una comida al día y para que estos puedan recibir acompañamiento en sus actividades escolares, la fundación pretende crear algunos talleres de música, danza, teatro, clases de inglés entre otros en los cuales los asistentes puedan tener un poco más de ayuda ya que fuera de esta no tienen o sus familias no cuentan con los recursos.

Se realizó una encuesta a diferentes personas del municipio las cuales respondieron preguntas enfocadas a su educación y la educación que tiene sus hijos, y se incluyeron preguntas sobre que talleres les gustaría que tuviera la fundación y en la cual se pudo notar que hay una gran población de familias que necesitan ayuda en cuanto a alimentación y educación para sus hijos, por último se realizó un estudio financiero para saber cuál sería la viabilidad de que la fundación pudiera entrar en funcionamiento

ABSTRACT

This business model focuses on the creation of a foundation focused on children and adolescents of the municipality of Itagüí in vulnerable situations, providing them with a place where they can attend to receive a meal a day and so that they can receive help in their school activities. The foundation intends to create some courses in which the attendees can have a little more help, since outside of this they do not have, or their families do not have the resources.

A survey was made to different people of the municipality who answered questions focused on their education and the education of their children, and included questions about what workshops

they would like the foundation to have and in which it was noted that there is a large population of families who need help in terms of food and education for their children, finally a financial study was conducted to know what would be the feasibility of the foundation could become operational.

Palabras claves: Fundación, niños, niñas y adolescentes, vulnerabilidad, alimentación, educación

1. Formulación del proyecto

1.1 Planteamiento del problema

Según el Banco Mundial, “el retraso del crecimiento en la primera infancia puede ocasionar daños irreversibles en el desarrollo cognitivo de un niño, con consecuencias en la educación, los ingresos y la productividad que perduran bien en la vida adulta. Los costos económicos de la desnutrición, en términos de pérdidas de productividad y de crecimiento económico de un país, son significativos y varían anualmente entre el 2 % y el 3 % del producto interno bruto (PIB) en algunos países.” (Banco Mundial, 2018)

Hay grupos poblacionales en los cuales se puede ver un mayor nivel de pobreza entre niños, niñas y adolescentes; poblaciones indígenas y afrodescendientes, y son las poblaciones con menores niveles educativos. Los gobiernos de la región de latino América y el Caribe implementaron 263 medidas de protección social de emergencia en 2020. Estas lograron alcanzar al 49,4% de la población, aproximadamente 84 millones de hogares o 326 millones de personas. Sin esas medidas, la incidencia de la pobreza extrema habría alcanzado el 15,8% y la pobreza el 37,2% de la población. (CEPAL, 2020)

Por consiguiente, Según UNICEF, 2021, con el inicio del COVID-19, se tuvieron que cerrar las escuelas lo cual causo una pérdida de 39.000 millones de comidas escolares en todo el mundo. También se produjo una reducción del 30% de los servicios nutricionales en los países con bajos ingresos. (UNICEF, 2021)

Por otro lado, “en el Programa Mundial de Alimentos, liderado por las naciones unidas alrededor de 135 millones de personas padecen hambre severa, debido principalmente a los conflictos causados por los seres humanos, el cambio climático y las recesiones económicas. La

pandemia de COVID-19 podría duplicar ahora esa cifra y sumar unos 130 millones de personas más que estarían en riesgo de padecer hambre severa a finales de 2020”. (Moran, 2020)

Según el Departamento Administrativo Nacional de estadísticas, “en Colombia las personas en situación de pobreza aumentaron en 661.890 en el 2019, mientras que aquellas que están por debajo de la línea de pobreza extrema sumaron otras 728.955.” (DANE, 2019)

De acuerdo con esto, las cifras para el Valle de Aburrá muestran que en 2019 el 24,4% aumentó la cantidad de personas en situación de vulnerabilidad ya que estos no pudieron obtener los ingresos, la cantidad de dinero que necesita una persona para su subsistir, con este incremento el valle de aburra quedo como la segunda ciudad después de Bogotá con mayor número de personas en situación de pobreza, con un total de 54.037 personas que ingresaron en esta situación entre 2018 y 2019. (DANE, 2020)

En Colombia existen diferentes iniciativas para contribuir a mitigar o eliminar estas problemáticas, tanto desde los organismos multilaterales, las políticas públicas, y las iniciativas privadas. Por ejemplo, en Medellín existen diferentes entidades sin ánimo de lucro como las fundaciones que tienen como objeto prestar ayuda a personas en situación de vulnerabilidad brindándole atención integral a los niños, niñas y jóvenes por otro lado estas contribuyen en su nivel de educación y a su bienestar y nutrición.

De acuerdo con lo anteriormente planteado Itagüí es un municipio con una gran población en situación de vulnerabilidad, y el cual tiene muy pocas ayudas de la alcaldía y el gobierno, en este municipio son muy pocas las fundaciones que ayudan a los niños, niñas y jóvenes pero no hay fundaciones que ayuden a la comunidad en temas de alimentación y

educación por ende se pretende crear una fundación que brinde ayuda a niños, niñas y adolescentes de escasos recursos y que puedan encontrar en la fundación una comunidad de apoyo.

¿Cómo a través de la creación de un plan de negocio de una fundación se puede contribuir al bienestar de la infancia y adolescencia de las dimensiones de nutrición y educación en el municipio de Itagüí?

1.2 Objetivos

General

Estructurar un emprendimiento social para la creación de una fundación que permita la contribución al bienestar de la infancia y adolescencia en las dimensiones de nutrición y educación en el municipio de Itagüí para el año 2022-1.

Específicos

- Identificar las fundaciones en el municipio de Itagüí que atienden a niños, niñas y adolescentes en diversas dimensiones.
- Caracterizar la población de niños, niñas y adolescentes del municipio de Itagüí en situación de vulnerabilidad objeto de la atención.
- Definir un estudio de sostenibilidad financiera para el emprendimiento social.

1.3 Justificación

En la actualidad en el municipio de Itagüí los niños, niñas y adolescentes que viven en comunidades vulnerables sufren una privación de los recursos materiales como emocionales los

cuales son necesarios para sobrevivir, desarrollarse y prosperar, lo que les impide disfrutar sus derechos, alcanzar su pleno potencial o participar como miembros plenos y en pie de igualdad en la sociedad.

De ahí la importancia de las fundaciones ya que estas cumplen una labor importante de acuerdo con su naturaleza o razón social, procurando por el bienestar social de la comunidad, proponiendo programas que ayuden a personas con diferentes necesidades y así buscando libertad y prosperidad en una sociedad civil.

De acuerdo con esto, resulta oportuno junto con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), ya que estos son objetivos alcanzables, por medio de la declaración de las Naciones Unidas aporta elementos importantes para su logro pues establece los medios para su ejecución y seguimiento. Son objetivos inclusivos, todos deben sumar, y no se quiere dejar a nadie atrás.

Por lo tanto, dentro de estos objetivos resultan importantes las dimensiones donde se establece que la educación permite la movilidad socioeconómica ascendente y es clave para salir de la pobreza; por otro lado, la dimensión de Cero hambres, hoy en día se producen alimentos más que suficientes para alimentar a todos. Sin embargo, casi 690 millones de personas siguen padeciendo subalimentación crónica, en un contexto de reducción de los avances hacia el logro del Cero Hambre.

Este modelo de negocio resulta pertinente debido que en el municipio de Itagüí se ha identificado algunas comunidades en situación de vulnerabilidad donde son familias de estratos 1 y 2 y que cuentan con más de dos hijos, su único sustento es un salario mínimo y por ende no cuentan con la oportunidad de brindarles a sus hijos la calidad de vida que estos merecen, estas

comunidades que no tiene acceso a una buena alimentación y por ende tampoco una buena educación, estas comunidades son muy poco apoyadas por el gobierno y la alcaldía y por ello se hace relevante crear una fundación que contribuya a el bienestar alimenticio y a la educación de estos niños, niñas y adolescentes.

Por lo tanto, la realización de este plan de negocio se pretende aportar social un poco a estas personas que se encuentran en situaciones meros favorables, por medio de ayudas que podrían aportar bastante para su desarrollo y para el bienestar social.

1.4 Alcance

Para el desarrollo del trabajo quedará listo un documento de la estructura del modelo de negocio, un estudio de mercado de las organizaciones que trabajan con niños, niñas y adolescentes en el municipio de Itagüí, un análisis de las fundaciones que hay en el municipio y por último se realizara un estudio financiero para ver la sostenibilidad financiera que tendrá está en el tiempo, este proyecto será entregará la primera semana del mes de junio y se desarrollará en el primer semestre del año 2022.

1.5 Metodología

Se aplicará la metodología canvas ya que esta cabe cualquier tipo de organización ya sea social o empresarial ya que no hay propiamente metodologías desarrolladas o ampliamente utilizadas en emprendimientos sociales.

Enfoque

El presente ejercicio es de carácter cualitativo con algunas características cuantitativas, descriptivo y proyectivo ya que en este se pretende analizar el objeto de estudio desde

perspectivas y dimensiones descriptivas, y con algunos elementos numéricos ya que también se pretende realizar un estudio financiero para ver la sostenibilidad financiera que tendrá este emprendimiento social.

Modalidad

La modalidad de este trabajo es de tipo emprendimiento, según Salinas y Osorio, (2012), “el emprendimiento es un término poliédrico, que está directamente relacionado con la acción de la persona. En este sentido se puede entender el emprendimiento como el conjunto de actitudes y conductas que dan lugar a un determinado perfil personal orientado hacia la autoconfianza, la creatividad, la capacidad de innovación, el sentido de responsabilidad y el manejo del riesgo”. (Salinas & Osorio, 2012).

Método

Para llevar a cabo el siguiente trabajo se hace necesario implementar dos métodos, con el propósito de plasmar un plan de negocio viable, el modelo CANVAS para alcanzar los objetivos, este modelo fue diseñado por Alexander Osterwalder (2011), la cual se está consolidando como una alternativa real para agregar valor a las ideas de negocio, este se compone de 9 módulos, entre ellos Segmentos de mercado, propuestas de valor, canales, relaciones con los clientes, fuentes de ingreso, recursos clave, actividades clave, asociaciones clave, estructura de costos.

Técnicas e instrumentos de recolección de información

Revisión documental: Según Hurtado, (2010) la revisión documental es donde se recolecta información escrita sobre cierto tema en particular, teniendo así un fin de relación entre el tema con diferentes variables ya sea directa o indirectamente. (Hurtado, 2010)

Encuesta: “Las encuestas son entrevistas con un gran número de personas utilizando un cuestionario prediseñado, dicho cuestionario está diseñado para obtener información específica.”
(Malhotra, 1997)

Las 5 fuerzas de Porter: Daft (2011) señala que es un modelo eficaz para formular la estrategia y permite determinar la posición de una empresa frente a los competidores. Explica que Porter estudió varias organizaciones de negocios y propuso que los gerentes pueden formular una estrategia que permita a la organización tener una mayor rentabilidad y ser menos vulnerable si entienden las cinco fuerzas del entorno de la industria.

Herramientas

Mapa de empatía: El mapa de empatía es una herramienta en la cual permite identificar a cuál cliente estará dirigida tu oferta o producto, esta cuenta con 6 aspectos relacionados al ser humano, los cuales permite realizar un análisis de tus futuros clientes.

Herramientas Ofimáticas: “Las herramientas de ofimática son un conjunto de técnicas, aplicaciones y programas informáticos que se utilizan en funciones de oficina para optimizar, automatizar y mejorar los procedimientos y tareas relacionados. Esas herramientas suelen presentarse en paquetes de programas conocidos como suites de oficina u ofimática.”
(smartpeme, 2014).

Entre las herramientas tendrá como herramienta principal el Excel ya que en esta podemos encontrar datos numéricos mas precisos para insertar dentro del trabajo y la viabilidad financiera.

Herramientas financieras: Las herramientas financieras son operaciones que sirven para administrar los ingresos, gastos, el flujo de caja y mantener el capital circulante adecuadamente para un buen funcionamiento del negocio.

Flujo de caja: “Es un informe financiero que presenta el detalle de los ingresos y egresos de dinero que tiene una empresa, en un período determinado. A partir de este informe podemos conocer de manera rápida la liquidez de la empresa y tomar decisiones más certeras.” (Moreno, 2010)

Existe 3 tipos de flujos de caja

Financiero: Es la circulación de dinero en efectivo, representa todas las entradas y salidas de este en un periodo específico.

Operativo: El dinero en efectivo que se obtienen de la actividad comercial, estas son suficientes para cubrir las salidas diarias del efectivo.

Del Inversionista: Son las variaciones y modificación en la cantidad de dinero que se tiene, las cuales se generan de los ingresos y egresos de capital con base en las inversiones en instrumentos financieros, como son: deudas a corto plazo, gastos de capital asociados a las inversiones, compra de bienes inmuebles y otras adquisiciones.

Tasa interna de retorno: “La Tasa Interna de Retorno o TIR permite saber si es viable invertir en un determinado negocio, considerando otras opciones de inversión de menor riesgo. La TIR es un porcentaje que mide la viabilidad de un proyecto o empresa, determinando la rentabilidad de los cobros y pagos actualizados generados por una inversión” (Torres, 2021).

2. Análisis del sector

Las fundaciones pertenecen al tercer sector, este se centra en las entidades que no son públicas ni tienen ánimo de lucro, estas se ocupan de realizar proyectos de acción social, o defender intereses colectivos de cualquier tipo. Estas entidades cuentan con una característica y es que no se reparten los beneficios entre las personas socias o los miembros de los órganos de gobierno, todos los beneficios que se consiguen se reinvierten en la misma entidad.

Es importante realizar un análisis del sector ya que por medio de este se podrá identificar factores externos que puedan contribuir a la hora de enfrentarse a nuevos retos saber cómo desenvolverse dentro de estos, tener claro la población a la cual la fundación estará dirigida y así poder ofrecer mejores beneficios.

2.1 PESTEL

Por medio de un análisis PESTEL se pretende evidenciar como se encuentra las organizaciones sin ánimo de lucro que atienden a niños, niñas y adolescentes en el municipio de Itagüí en los sectores político, económico, social, tecnológico, ecológico. El sector legal no se definirá en este apartado ya que se pretender abordar más afondo en el marco legal.

Entorno Político

La Organización de Naciones Unidas (ONU), (2015), aprobó para el año 2030 la agenda en la cual implementarán 17 objetivos con los cuales pretenden hacer llamado universal para así tomar acciones y poner a fin la pobreza, proteger el planeta y mejorar las vidas de las personas en todo el mundo. Dentro de esta agencia encontramos el objetivo número 2, con el cual las estimaciones indican que en el mundo padecen hambre alrededor de 690 millones de personas, ósea, el 8,9% de la población mundial. (Las Naciones Unidas, 2020)

En este sentido, podemos observar el objetivo número cuatro, Educación de calidad, en la cual se han tenido varios avances a la hora del acceso a la educación de la primera infancia y ha habido un aumento en la matrícula en las escuelas en todos los niveles. Aun así todavía hay alrededor de 260 millones de niños que aún no asisten a una escuela en el 2018; y aparte de esto los niños no están alcanzado los estándares en el nivel adecuado en lectura y matemáticas. (Las Naciones Unidas, 2020).

La educación es otro factor central en el desarrollo integral de la infancia y la adolescencia en el país. La tasa de cobertura neta mide la proporción de estudiantes matriculados en el nivel educativo considerando la edad del estudiante y comparándola con el total de la población que tiene la edad teórica para estar en dicho nivel. (Anuario Estadístico Antioquia, 2018)

Por otro lado, el Ministerio de Educación dice que la política pública para el desarrollo humano integral ofrece nueve dimensiones de las cuales en este trabajo nos enfocaremos en dos, educación y nutrición y las cuales proponen programas como:

Educación:

- Programas suficientes para atender en educación integral (cuidado, nutrición y educación inicial) a los niños, niñas y adolescentes.
- Acceso a educación formal (grados cero a once) a la población en edad escolar.

- Acceso a programas de educación superior (técnica profesional, tecnológica o profesional universitaria); capacitación laboral o a programas de formación para el trabajo.
- Acceso a programas de alfabetización a jóvenes y adultos iletrados.
- Implementación de la estrategia de prevención y erradicación de las peores formas de trabajo infantil y protección al joven trabajador e inclusión de acciones en el plan de desarrollo o en los planes institucionales.

Nutrición

- Plan municipal de seguridad alimentaria y nutricional o inclusión de acciones para el abastecimiento de alimentos y asistencia nutricional a la población vulnerable.
- Capacidad para atender con complemento nutricional a los niños menores de 5 años.

Para el municipio de Itagüí, “La Política Pública de Infancia y Adolescencia 2015-2025, tiene como objetivo general garantizar el ejercicio de los derechos, promoviendo la protección y el desarrollo integral, en condiciones de igualdad, para los niños, niñas y adolescentes del Municipio de Itagüí”. (Consejo Municipal de Itagüí, 2015)

Los principales principios en los cuales se ven enmarcados la política pública de la primera infancia son la de derechos y protección integral, los cuales están establecidos en la Constitución Política y en la Ley 1098 de 2006 con esto se tiene que los derechos a garantizar son los siguiente:

- **Protección integral.** Se entiende por protección integral de los niños, niñas y adolescentes el reconocimiento como sujetos de derechos, la garantía y cumplimiento de estos, la prevención de su amenaza o vulneración y la seguridad de su restablecimiento inmediato en desarrollo del principio del interés superior.
- **Interés superior de los niños, las niñas y los adolescentes.** Se entiende por interés superior del niño, niña y adolescente, el imperativo que obliga a todas las personas a garantizar la satisfacción integral y simultánea de todos sus Derechos Humanos, que son universales, prevalentes e interdependientes.
- **Prevalencia de los derechos.** En todo acto, decisión o medida administrativa, judicial o de cualquier naturaleza que deba adoptarse en relación con los niños, las niñas y los adolescentes, prevalecerán los derechos de estos, en especial si existe conflicto entre sus derechos fundamentales con los de cualquier otra persona.

Entorno económico

Itagüí es un municipio Colombiano el cual se encuentra ubicado en el sur del Valle de Aburrá en el departamento de Antioquia. Este tiene límite por el Este con dos municipios, Medellín y Envigado, por el sur con los municipios de Envigado, Sabaneta y La Estrella, y por el Oeste con los municipios de La Estrella y Medellín. (Alcaldía de Itagüí, 2019)

“El municipio se encuentra dividido en 64 barrios organizados en seis comunas; y un corregimiento llamado Manzanillo constituido por 8 veredas. El estrato socioeconómico que predomina en Itagüí es el estrato 3 con el 51,2 % del total de viviendas del municipio. Le siguen el estrato 2 (bajo) con el 41,7 % y el 1 (bajo-bajo) tiene un 6,0 %. El estrato 4 (medio) solo se encuentra en un 1,1 %”. (Alcaldía de Itagüí, 2018)

El municipio de Itagüí es reconocido por ser el municipio más industrializado dentro de los municipios no capitalizables que tiene Colombia, las actividades que más sobresalen son las textiles y la industria licorera. (Alcaldía de Itagüí, 2018)

Este municipio ha tenido una expansión significativa como para que almacenes de cadena centren sus hipermercados dentro de este, aparte de esto, Itagüí cuenta con la sede principal de la cámara de comercio del Aburra Sur en la cual atiende a los municipios del Sur del Valle de Aburra. (Camara de Comercio, 2018)

Entorno Social

La encuesta de calidad de vida es una investigación que cuantifica y caracteriza las condiciones de vida que han tenido en los últimos años los colombianos, incluyendo variables como vivienda, educación, salud, cuidado de los niños, gastos e ingresos, entre otros.

En la encuesta de calidad de vida realizada en el 2019 por la gobernación de Antioquia se puede evidenciar que en el municipio de Itagüí se presenta una inseguridad alimentaria entre su comunidad, el municipio de Itagüí presenta solo el 40,60% de la población segura, un 34,86% leve, un 11,61% moderado y un 8,81% severo, esto demuestra que bastante de su población se encuentra en estado de vulnerabilidad alimenticia. (Anuario Estadístico Antioquia, 2019)

Desde que inició la emergencia sanitaria a causa de la pandemia mundial por el COVID-19, las autoridades locales de Itagüí iniciaron una campaña de solidaridad para atender las necesidades básicas de las poblaciones más vulnerables en el municipio.

En el 2020 la alcaldía de Itagüí habilitó su sitio web, en el cual se inscribieron 61.000 personas, en este se establecieron procesos de identificación para las personas que cumplían con

los requisitos para así poder obtener sus beneficios, en este proceso fueron eliminados 11.000 registros de personas que no son de Itagüí y se descartaron alrededor de 20.000 inscripciones múltiples por grupo familiar, dejando solo uno de los integrantes, de los 32.000 que aparecían en Sisbén, 10.245 hacían parte de la población vulnerable debidamente caracterizada e identificada y ellos fueron los primeros en ser atendidos. (Alcaldía de Itagüí, 2020)

Por otro lado, la gobernación de Antioquia en su último informe en el 2018 presenta estadísticas sobre cuantos alumnos hay matriculados en Antioquia para este año, el cual son 139.518 estudiantes de prejardín, jardín y transición, esta cifra cuenta con las entidades tanto públicas como privadas. En Itagüí según este informe se encuentran matriculados en prejardín 592 estudiantes activos, jardín 896, transición 2.504, y en preescolar 3.992. (Anuario Estadístico Antioquia, 2018)

De acuerdo con esto en básica primaria se encuentran matriculados 495.253 estudiantes activos, de estos en establecimientos oficiales hay 436.795 y en colegios privados se encuentran 58.458 estudiantes, en el municipio de Itagüí se encuentran 11,524 en la parte Urbana y el en sector Rural se encuentran 925 estudiantes en los establecimientos oficiales del municipio. Y en totalidad con los no oficiales serían 2.732 estudiantes en las partes rurales en básica primaria, mientras que en los sectores urbanos se encuentran 14,256 estudiantes matriculados. (Anuario Estadístico Antioquia, 2018)

En la básica secundaria y media se encuentran matriculados en entidades oficiales 342.823 y no oficiales 43.655, en el municipio de Itagüí el sector urbano se encuentran 11.017 estudiantes matriculados en los establecimientos oficiales del municipio 1.873. (Anuario Estadístico Antioquia, 2018)

Según la encuesta de calidad de vida de la gobernación de Antioquia (2019), se encuentra que hay muchos niños, niñas y adolescentes que no asisten a escuelas/colegios, en el municipio se puede identificar que el sector rural el 39,24% de jóvenes y niños que no asisten al colegio y en el sector urbano 31,26%, comparado con municipios cercanos como Sabaneta, Envigado, Copacabana, La estrella entre otros, es el municipio del área metropolitana que menor tasa de asistencia escolar tiene.

Tabla 1. Niños, niñas y adolescentes zona rural y urbana que presentan inasistencia a las IES

Por municipio 2019		
Municipio	Rural	Urbano
Sabaneta	25,63%	21,83%
Envigado	27,58%	23,86%
Copacabana	30,42%	25,36%
La Estrella	28,13%	27,02%
Itagüí	39,15%	31,26%

Fuente: Elaboración propia con datos del Anuario Estadístico de Antioquia

Entorno Tecnológico

Las tecnologías no son el foco del modelo de negocio, pero aun así estas están abarcando todos los ejercicios, en este sentido se implementarán ciertas tecnologías y herramientas que podrían ayudar a la fundación a tener un poco más de conocimiento y ponerse a la vista de personas interesadas en aportar a esta.

Las industrias, los medios de comunicación y hasta los gobiernos requieren un fuerte componente de tecnología para poder competir y hacer su labor de manera eficiente. Para un correcto funcionamiento adecuado de la fundación se necesitarán algunas herramientas, equipos

y software especializados, Las fundaciones y asociaciones sin fines lucrativos necesitan herramientas para gestionar sus proyectos y fondos de manera óptima y eficaz acorde a un marco legal.

Existe una gran diferencia entre las organizaciones tradicionales y las entidades sin fin de lucro, pero también es cierto que estas giran alrededor de unos objetivos para mantenerse en el mercado, permanecer en el tiempo y seguir creciendo, el marketing sirve a las organizaciones para mejorar sus resultados y mientras las organizaciones sin fin de lucro muestre mejores resultados más podrá aportar a su causa. (Frade, 2019)

Los objetivos no deben confundirse con “la causa” de la organización. Las acciones de marketing en una ONG persiguen de forma más habitual tres tipos de objetivos:

- Aumentar las donaciones.
- Difundir la causa para conseguir más simpatizantes.
- Lograr un incremento en el número de voluntarios.

Entorno Ecológico

En Colombia se encuentran diferentes organismos o entidades ambientales encargadas de emitir y regular la normatividad ambiental que deben tener las organizaciones, entre ellos están: el congreso de la república, el ministro de ambiente y desarrollo sostenible, la corporación autónoma regional, el IDEAM y las secretarías de ambiente de cada ciudad o municipio.

La norma ISO 14001 es una norma internacional que permite a las empresas demostrar el compromiso asumido con la protección del medio ambiente a través de la gestión de los riesgos medioambientales asociados a la actividad desarrollada.

Dentro de las leyes con las cuales deben contar las organizaciones a sus inicios se tiene, para la fundación se tendrá en cuenta algunas de estas leyes que serán de gran utilidad para un buen funcionamiento de esta, entre ellas se tiene la ley 373 de 1997 la cual se refiere al uso eficiente y ahorro adecuado del agua “Todo plan ambiental regional y municipal debe incorporar obligatoriamente un programa para el uso eficiente y ahorro del agua”. (Ministerio de ambiente, s.f.)

En su informe el Ministerio de ambiente explica cuál es el concepto que se tiene, “Se entiende por programa para el uso eficiente y ahorro de agua el conjunto de proyectos y acciones que deben elaborar y adoptar las entidades encargadas de la prestación de los servicios de acueducto, alcantarillado, riego y drenaje, producción hidroeléctrica y demás usuarios del recurso hídrico” (Ministerio de ambiente, s.f.)

También dentro de la fundación se tendrá en cuenta el Decreto 548 de 1995, en el cual en su artículo 44 se prohíbe el uso de altoparlantes y amplificadores, en el artículo 45 prohíbe generar ruido que traspase los límites de una propiedad, y en su artículo 55 restringe el ruido en zonas residenciales; prohíbe perturbar la tranquilidad ciudadana. (Ministerio de ambiente, s.f.)

Por otro lado, resulta importante para la fundación implementar dentro de esta practicas amigables con el medio ambiente, integrando de manera dinámica con los niños, niñas y adolescentes a través de juegos con elementos de la naturaleza, con los animales, la exploración, entre otras actividades que pueden aportar bastante para estos.

Siguiendo con el tema ecológico la fundación también pretende hacer jornadas de reciclaje enseñándole a los niños, niñas y adolescentes como deben separar los residuos, en la

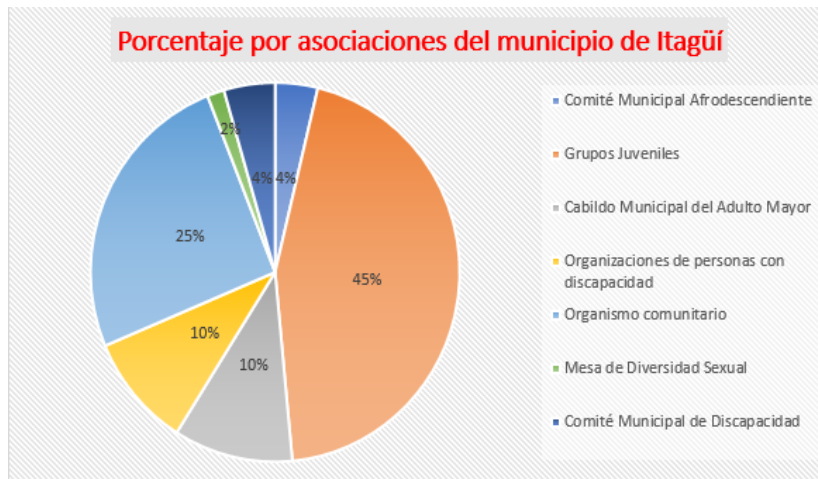
cual se tendrán las canecas de colores, donde el blanco se depositarán los residuos aprovechables como plástico, botellas, latas, vidrio, metales, papel y cartón. En el color negro se depositarán residuos no aprovechables como el papel higiénico; servilletas, papeles y cartones contaminados con comida; papeles metalizados, entre otros. Y por ultimo la caneca verde se depositarán residuos orgánicos aprovechables como los restos de comida, desechos agrícolas. Según lo dice la Resolución No. 2184 de 2019. (Ministerio de ambiente, s.f.)

Hallazgos

Momento I

De acuerdo con lo anteriormente planteado se logra evidenciar que las organizaciones que trabajan con la niñez y la adolescencia en el municipio de Itagüí son en total de 134 agremiaciones, asociaciones, fundaciones y entre otros grupos de interés dentro de este municipio como se puede evidenciar a continuación.

Figura 1 *Porcentaje de asociaciones del municipio de Itagüí*



Fuente: Alcaldía de Itagüí con datos de la alcaldía de Itagüí

Estas asociaciones que ayudan a la comunidad dentro del municipio, como lo son los comités municipales, grupos juveniles, cabildos municipales, organizaciones entre otros, pero no todas ayudan a niños, jóvenes y adolescentes, son muy pocas las fundaciones que brindan ayudas a estos. Ya sean fundaciones que ayudan a niños con cáncer o con alguna discapacidad, fundaciones culturales, corporaciones ambientalistas, entre otras.

Algunas organizaciones comunitarias o fundaciones que prestan algún servicio a jóvenes del municipio de Itagüí serían y de las cuales se pudo encontrar información en sus páginas web, son:

Ciudad Villa ventura: Es una organización comunitaria que brinda a sus integrantes niños, y jóvenes y madres de familia, proceso de educación ambiental, gestión del riesgo y seguridad alimentaria.

ASOCOMUNAL: Asocomunal Itagüí tiene como líneas de acción la educación, equidad de género, cultura, deporte y comunicaciones. Actualmente su proyecto principal es la ejecución del presupuesto participativo para temas de dotación urbanística, gimnasios al aire libre y programa de fortalecimiento cultural.

Corporación SIPAH: es una entidad sin ánimo de lucro dedicada a la investigación, gestión y promoción de los valores socio-culturales y del entorno natural; está compuesta por un equipo humano de alta calidad y desempeño, el cual se encuentra conformado por personal profesional en las áreas de (Antropología – Arqueología – Licenciaturas – Ciencias Sociales e Historia – Arquitectura – Sistemas – Diseño Gráfico – entre otras).

Fundación Cultural el Hormiguero: Es organización cultural y empresarial de base comunitaria, que fomenta el desarrollo social desde los territorios, a través de la construcción de procesos que promuevan la construcción de paz, la formación artística, la participación social y la apropiación del territorio.

Forjadores del futuro: Es una asociación que brinda ayuda a los jóvenes mayores de 14 años para que estos puedan terminar su ciclo escolar.

Grupo Aequus: como una apuesta educativa y solidaria, liderada por un grupo de jóvenes convencidos de que a través de la educación podían aumentar las oportunidades de sus vecinos y robarle actores al combo del barrio.

Solo son 7 organizaciones que se pudieron identificar que trabajan con niños, niñas y adolescentes ya sea en el ámbito educativo, ambiental y cultural. Dentro de la informalidad que tienen algunas fundaciones en el municipio no se encontró registro de pagina web o de página de Facebook por ende no se pudo corroborar la información y las actividades que estas realizan dentro del municipio.

Por otro lado, la gran mayoría de los categorizados dentro de grupos juveniles son fundaciones y academias de baile, no se agregaron al listado ya que no son fundaciones que tengan que ver con lo que se está planteando en este modelo de negocio.

2.2 Análisis de competidores (Directos e Indirectos)

Dentro del análisis de los competidores existen herramientas que se pueden implementar a la hora de evaluar la competencia tales como: Las 5 fuerzas de Porter donde se analizan los competidores directos de la entidad y se identifica cada uno de ellos como, dentro de este se encuentran, la rivalidad entre competidores, amenaza de nuevos competidores, poder de negociación con los proveedores, amenaza de productos o servicios sustitutos y poder de negociación con los clientes.

Rivalidad entre los competidores existentes

Entre las fundaciones la rivalidad competente, no se da tan notoria como con otras actividades comerciales, como un producto o servicio en el mercado. Por lo tanto, la rivalidad

marcada no es tan comercial entre las fundaciones cuando se trata de ayudar a niños, niñas y adolescentes de escasos recursos, aunque, sin importar la razón social a las cuales se dedican estas fundaciones dentro del municipio de alguna manera se ven enfrentadas entre sí en cuanto a las donaciones, ya que, todas sin importar la ayuda que presten a la comunidad necesitan de estas.

Amenazas de nuevos competidores

La cantidad de fundaciones para niños, niñas y adolescentes en el municipio de Itagüí es algo mínima ya que el municipio no es tan grande pero aun así no todas las fundaciones que se crean cubren todos los sectores e igualmente no todas son creadas con el mismo fin. Debido a la situación económica a la que se enfrentan las entidades dedicadas a esta labor, son pocas las probabilidades que entren de nuevas fundaciones a la ciudad.

Amenaza de productos y servicios sustitutos

Se podría indicar que la única amenaza de un nuevo producto sustituto sería las Organizaciones no Gubernamentales (ONG'S), ya que estas son entidades públicas sin ánimo de lucro creadas por gobiernos locales, regionales o internacionales o bien por organismos internacionales para resolver problemas tanto a nivel regional como internacional.

Poder de negociación de los proveedores

Los posibles proveedores de la fundación serán, las empresas que prestan el servicio de acueducto, energía, telefonía e internet, además de todas las personas y empresas que realizan donaciones, ya sea de ropa, zapatos, víveres, productos de aseo, útiles escolares, juguetes, medicamentos, y dinero.

Poder de negociación de los clientes

Los usuarios son la razón de ser de las fundaciones lo cual hace que la organización se vea obligada a buscar donares que aporten constantemente a la causa, cuestión que afecta negativamente a la fundación por los prejuicios y la desconfianza que se tienen con las entidades sin ánimo de lucro por parte de la ciudadanía, ya que estos piensan que su dinero no va a ser utilizado con el propósito con que se generó la donación. Por estas razones los donadores estarán recibiendo el certificado por la donación hecha para tener constancia de su obra social y poder recibir los beneficios tributarios asignados legalmente.

3. Segmento de clientes

La segmentación de clientes son las personas, organizaciones o usuarios para los que tu negocio crea valor. El Segmento de Clientes del Modelo Canvas consiste en definir quiénes son los clientes del negocio para establecer la estrategia. Se necesita conocer íntimamente al consumidor de tu producto o servicio, y analizar su personalidad como cliente, sus gustos y preferencias.

Por esa razón, la segmentación del cliente es uno de los primeros bloques a rellenar en el lienzo Canvas. Existen muchos tipos de segmentos de clientes, así que se debe realizar una descripción detallada y minuciosa del cliente al cual se quiere abordar.

Desde el punto de vista social: Los clientes habituales serían los niños, niñas y adolescentes del municipio de Itagüí que no cuenten con los recursos necesarios para tener una buena alimentación y requiera de ayuda alimentaria y educativa.

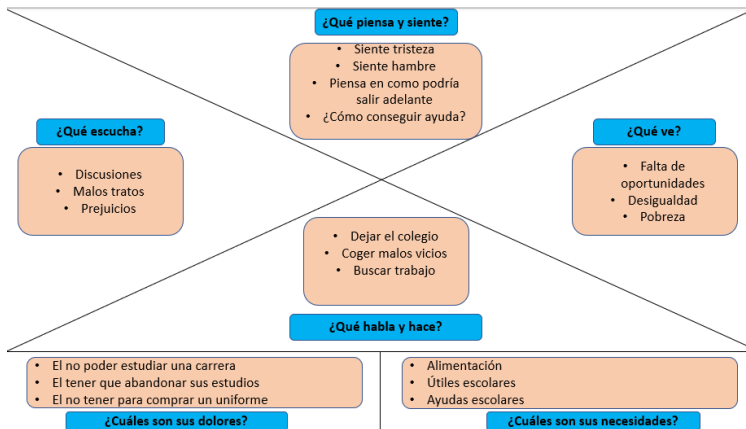
Desde el punto de vista de negocio: Las empresas o personas natural ya sea nacional o internacional desee fomentar su labor social y realizar una donación para ayudar a estas personas.

3.1 Mapa de empatía

Niños, niñas y adolescentes

Estos son los clientes a los cuales va dirigida la fundación directamente ya que son los que se beneficiaran de los servicios, es importante saber lo que estos pueden estar sintiendo o pensando en su entorno para así poder entender y saber cómo se les podrá ayudar a estos.

Figura 2 Mapa de empatía sobre los niños, niñas y adolescentes

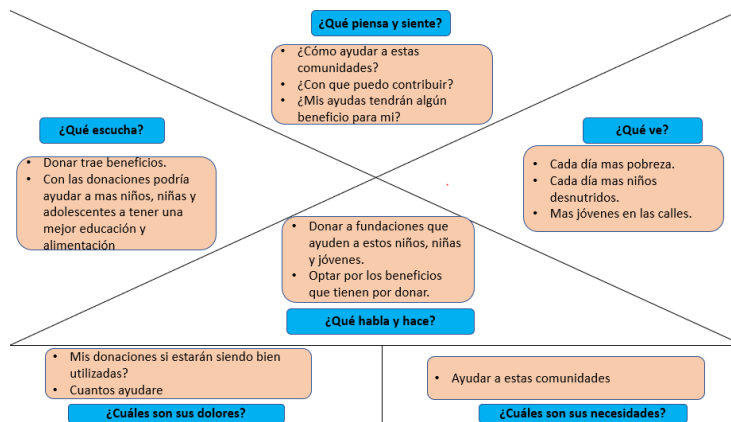


Fuente: Elaboración propia

Empresas nacionales o internacionales

Es importante saber el que piensa y oye estas empresas y que es lo que ve para brindarle ayudas a las entidades sin ánimo de lucro, por eso se pretende tener estudiadas estas empresas para así poder acudir a ayudas de estas.

Figura 3 Mapa de empatía sobre empresas nacionales e internacionales

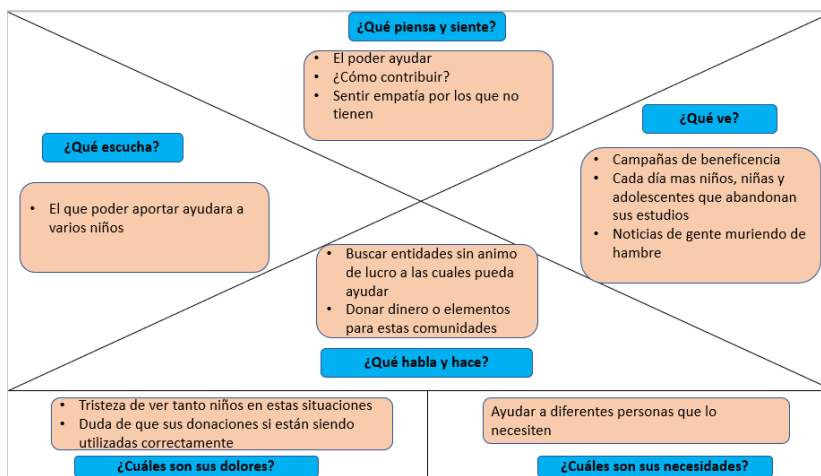


Fuente: Elaboración propia

Personas naturales donantes

Las personas que suelen brindar ayudas y donaciones a las fundaciones o entidades sin ánimo de lucro son personas que suelen indagar bien en estas entidades para que así sus recursos sean invertidos en algo que valga la pena, por eso es importante saber cómo piensa y cuáles son las causas a las cuales acuden.

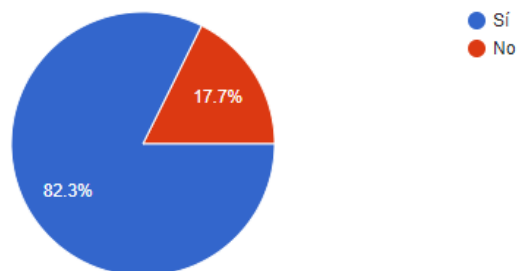
Figura 4 Mapa de empatía sobre personas naturales donantes



Fuente: Elaboración propia

Con la ayuda de una encuesta realizada en municipio de Itagüí se pudieron identificar las edades y el estrato socioeconómico de algunos de los clientes los cuales podrán pertenecer a la fundación.

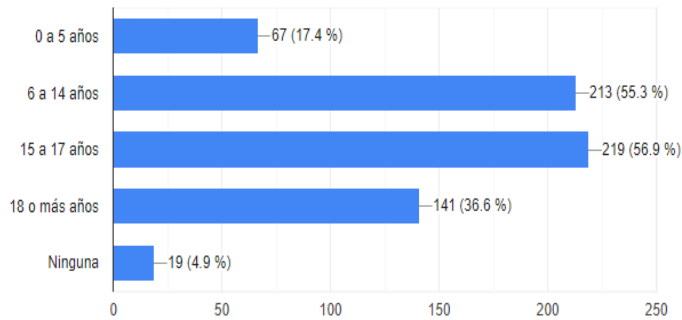
Figura 5 Viven menores de 18 años



Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta

Como se puede evidenciar en la gráfica el 82,3% de los hogares si viven menores de 18 años, mientras que el 17,7% dijo que no vive en su hogar con alguien menor a 18 años.

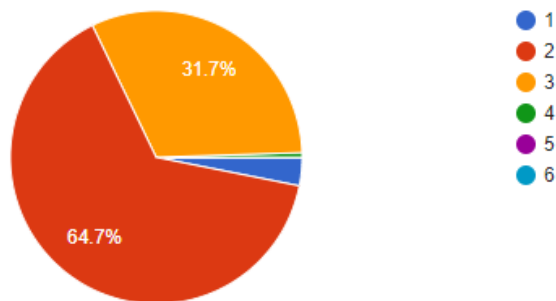
Figura 6 *Edad de los hijos de las personas encuestadas*



Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta

Como se puede observar el 56,9% de las personas encuestadas respondieron que sus hijos tienen entre 15 a 17 años, el 55,3% entre 6 a 14 años, el 36,6% tienen 18 o más años y el 17,4% de 0 a 5 años y por ultimo, el 4,9% respondieron que no tienen hijos.

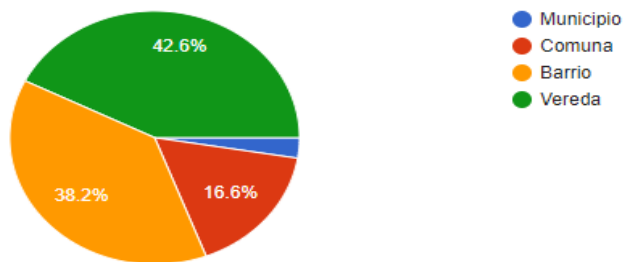
Figura 7 *Estrato socioeconómico al que pertenecen*



Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta

En el municipio de Itagüí las personas encuestadas el 64,7% son de estrato socioeconómico 2, el 31,7% son de estrato socioeconómico 3, el 3,1% pertenecen al estrato socioeconómico 1 y el 0,5% estrato socioeconómico 4.

Figura 8 Lugar en el cual viven



Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta

El 42,6% de las personas encuestadas viven en vereda, el 38,2% en barrio, el 16,6 en comuna y el 2,6% de las personas viven en el municipio.

4. Propuesta de Valor

Como propuesta de valor se tiene, generar ayudas de alimentación y educación a los niños niñas y adolescentes más vulnerables del municipio, creando así cursos, y alianzas con entidades como la secretaria de educación e implementar 3 líneas que acoja en cada campo de lo que brindara la fundación.

Como elementos diferenciadores se tiene:

Línea Lápiz en mano

- Asesoría pedagógica
- Acompañamiento tareas escolares
- Convenios con IE

Línea: Aliméntate bien

- Comedores comunales
- Mercados mensuales
- Una comida al día

Línea de Bienestar

- Ayudas de los padres y/o voluntarios
- Oferta de actividades lúdicas y culturales

Por otro lado, todas estas actividades tendrán una segmentación donde se harán grupos por edades y las actividades a realizar serán adecuadas para cada segmento de usuarios,

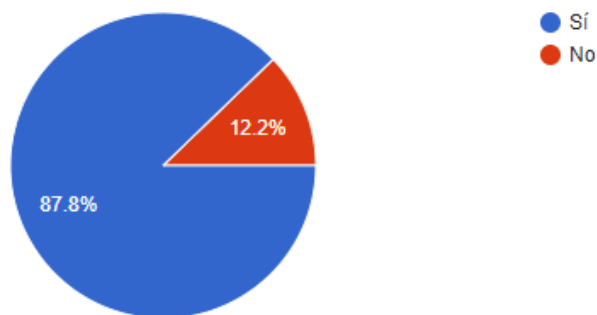
actividades diferentes para niños, niñas y adolescentes y otras actividades para adolescentes ya que por la diferencia de edades puede que no sean aceptadas todas las actividades en conjunto.

Esta sería la mejor opción que pueden escoger los habitantes del municipio ya que no hay ninguna otra organización sin ánimo de lucro que brinde atención en educación y nutrición a los niños, niñas y adolescentes.

Como hipótesis inicial para la creación de la fundación se tiene el abandono de ayudas para personas de este municipio que carecen de recursos para sostenerse y para brindarles una buena educación a sus hijos, luego se tuvo en cuenta datos del departamento y del municipio de niños, niñas y adolescentes desescolarizados y se tuvo una gran cantidad, y por último se evidenció los niños que pasan hambre y por ende se llegó a la conclusión que es necesaria una fundación que pueda brindar ayudas a la comunidad del municipio de Itagüí.

También se tuvieron en cuenta algunas preguntas de la encuesta para poder agregar valor a la fundación y así poder tener una mayor proximidad a las comunidades a las cuales se quiere llegar y cuáles serían las actividades que estos les gustaría tener.

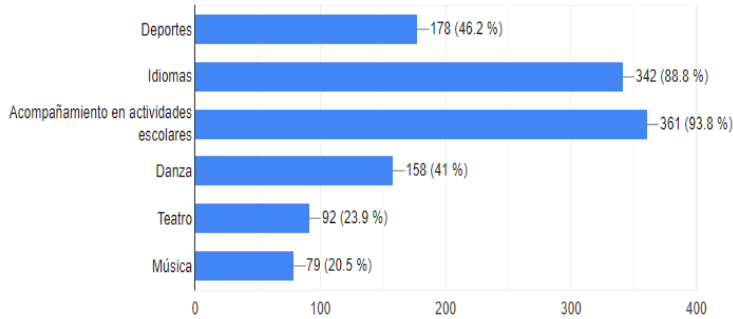
Figura 9 *Aceptación de asistir a la fundación*



Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta

El 87,8% de las personas están de acuerdo en que sus hijos asistan a una fundación que les brinde ayuda en actividades escolares y alimentación, mientras que el 12,2% no está de acuerdo en que sus hijos asistan a este lugar.

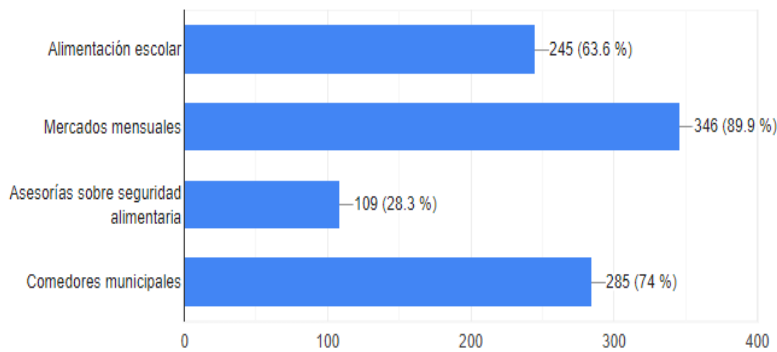
Figura 10 *Actividades preferidas*



Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta

Las actividades por las que los encuestados tuvieron más empatía fueron por acompañamiento de actividades escolares con un 93.8%, idiomas con un 88,8%, deportes con un 46,2%, Danzas con un 41%, teatro con un 23,9% y música con un 20,5%.

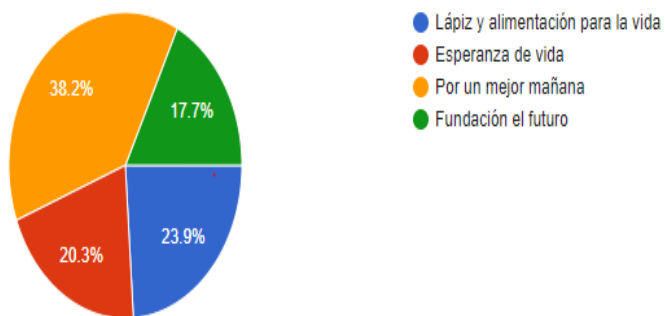
Figura 11 *Ofertas alimentarias preferidas*



Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta

Según la gráfica el 89.9% le gustaría que la fundación ofreciera mercados mensuales a los niños, niñas y adolescentes que más lo necesiten, el 74% está de acuerdo con que se establezcan comedores municipales, el 63,6% con que se dé una alimentación escolar y el 28.3% quisiera también asesorías sobre seguridad alimenticia.

Figura 12 Nombre más favorable para la fundación



Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta

Para las personas encuestadas el nombre más conveniente para la fundación es, por un mejor mañana con un 38,2% seguido de lápiz y alimentación para la vida con un 23,9%, luego esta esperanza de vida con un 20,3% y por último fundación el futuro con un 17,7%.

5. Relación con los clientes

Las relaciones con los clientes permiten especificar cómo se van a adquirir, retener y hacer crecer la cartera de clientes.

La relación con los clientes de la fundación será de forma:

Personal (comunicación directa)

- **Empresas públicas y privadas:** Se tendrá una relación de respeto y compromiso mediante reuniones con los encargados de estas entidades se podrían llegar a un acuerdo de como estas podrían ayudar a la fundación con aportes.
- **Donantes:** Respeto, compromiso, responsabilidad con estas personas que deseen donar a la fundación será una comunicación directa ya que se pretende que estas vayan a las instalaciones a ver cómo es todo el proceso que realiza la fundación y por ende ellos mismos decidan si quieren seguir ayudando.

A distancia (Comunicación indirecta)

- **Ente territorial:** Con el ente territorial se llevará una relación discreta, cordial, respetuosa ya que se tendrá una comunicación indirecta esta se pretende que sea por medio de E-mail.

Colectiva:

- **Niños, niñas y adolescentes de escasos recursos:** Se tendrá una relación colectiva ya que estos tendrán por medio de charlas, talleres, comedores los beneficios que brinda la fundación.

Tener una buena relación con el cliente es esencial debido a que es el núcleo funcional de la fundación por ende se pretende que prime el compromiso, la responsabilidad, la honestidad de parte de los clientes y de la fundación para que todos puedan tener un beneficio dentro de esta y la fundación pueda desempeñar sus labores favorable mente ayudando a los que más lo necesitan.

Son estrategias que permitirán una mejor comunicación de las partes y una mejor distribución del tiempo y los compromisos que cada cliente tiene tanto en sus actividades cotidianas como en las actividades de la fundación.

6. Canal

Los canales de comunicación son esenciales para la fundación, ya que por medio de estos se podrá conectar con los clientes para así poder brindarle información sobre lo que se va ocurriendo, los canales con los cual contara la fundación serán, canales directos, como lo son, las redes sociales, la página web e indirectos como podrían ser cuñas de televisión y medios de comunicación o por medio de la página de la alcaldía de Itagüí.

Redes sociales: Se contará con páginas de Facebook e Instagram para publicar, fotos, eventos e información relevante que vaya sucediente al pasar de los días.

Página Web: En este apartado se subirá como está constituida la fundación y toda la información relevante, sus programas, sus eventos, sus beneficiarios entre mucha más información y por medio de esta las personas que se encuentren dispuestas a contribuir con alguna donación se contará con un apartado donde se explique el para qué y el cómo se realiza.

Teléfono: Se contará con unas líneas de atención donde usuarios y clientes se podrán comunicar ya sea para pedir información para entrar o para realizar una donación, igualmente se contará con una línea de WhatsApp la cual estará disponible para pedir cualquier tipo de información.

Páginas de la alcaldía: Por medio de la página se pretende dar a conocer más la fundación del municipio de Itagüí y que se enteren que hay una organización sin ánimo de lucro que está dispuesta brindar ayudas a personas que no tengan los recursos necesarios.

Con estos canales se pretende llegar a más público y hacer visible todo el trabajo que se realizará con los niños, niñas y adolescentes del municipio de Itagüí, mediante de estos se lograra expandir la información y llegar a personas que desean colaborar mediante sus donaciones para ayudar a estas personas del sector que no cuentan con recursos necesarios.

7. Actividades claves

Las actividades claves son las que hacen posible que exista una propuesta de valor ya que se por medio de este se puede dar una mejor solución al problema planteado y para esto se necesitan ciertos elementos para poder cumplir.

Registro de la fundación: El registro de la fundación se hace mediante la cámara de comercio de Medellín, en la cual se consulta el nombre, para verificar que no esté en uso, definir la forma de constitución, luego se procede a la asignación del NIT, después se realiza un diligenciamiento de formulario RUES y el formulario adicional de registro con otras entidades y por último se espera para la verificación.

Alquiler del espacio para la fundación: Es importante tener un espacio donde se pueda desarrollar oportunamente las actividades con las que contara la fundación para poder atender a sus clientes y usuarios.

Adecuación del lugar: Es importante tener un lugar con todas las cosas necesarias para poner en funcionamiento la fundación, tanto computador, la cocina, tener claro donde ira cada espacio y cada cosa.

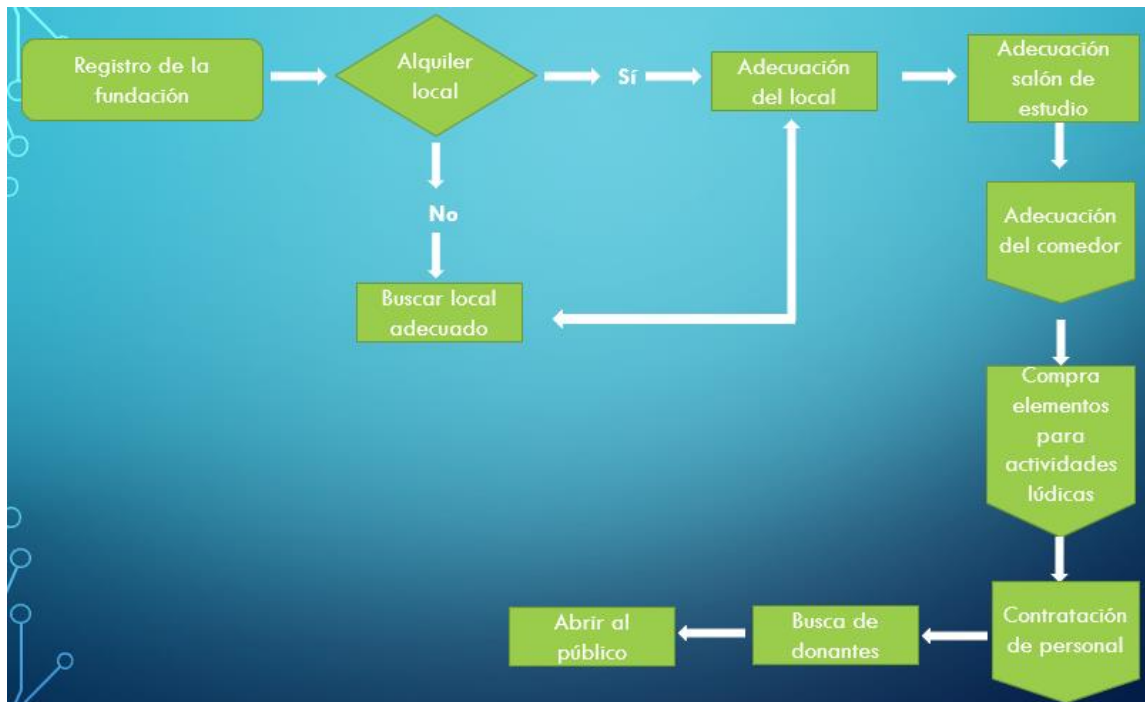
Adecuación del lugar de estudio: Se adecuara el espacio en el cual se pretende brindar la ayuda a los niños, niñas y adolescentes que lleguen a la fundación buscando quien pueda colaborarles con sus tareas escolares, o resolver alguna duda que estos tengan.

Adecuación de los comedores: Se implementaran las mesas, sillas y todo lo relacionado con el comedor donde los niños, niñas y adolescentes llegaran a recibir su alimento y para esto es importante tener un lugar adecuado y organizado.

Compra de elementos para actividades lúdicas: Para hacer actividades dentro de la fundación es importante tener elementos que ayuden a esto, por ende, se compraran juguetes y cosas que seran importantes para la realización de estas.

Contratación de personal: Se contrataran un auxiliar administrativo para que ayude en la recepción, un cocinero, una persona de oficios varios, una persona que se encargara del aseo de la fundación y un contador externo.

Figura 13 Diagrama de flujo de actividades



Fuente: Elaboración propia

8. Recursos claves

Recursos humanos:

- **Voluntarios:** Son importantes debido a que son los que ayudan a que las actividades que realizará la fundación se lleven a cabo.
- **Niños, niñas y adolescentes:** Estos son importantes porque son los que recibirán los beneficios que ofrecerá la fundación para así brindarles un mejor bienestar.
- **Donantes:** Las personas que realicen las donaciones tienen un nivel de importancia más alto debido a que con lo que estos donen se pondrá en funcionamiento la fundación.

Recursos técnicos:

- **página web:** La creación de una página web para la fundación será de mucha importancia ya que en esta se pondrá toda la información sobre la fundación, los programas con los que se cuentan y así tener una mayor visibilidad a las personas de afuera y motivarlas a que pueden contribuir con algo para niños, niñas y adolescentes que lo necesitan.

Recursos financieros:

- **Donaciones:** Para las fundaciones es importante las donaciones debido a que es el núcleo de estas, por ende, se pretende buscar empresas o personas que quieran ayudar a esta causa y para así poder sostenerse en el tiempo.

Recursos tecnológicos:

- **Computador:** Para la fundación sería importante contar con un computador ya que en este pueden llevar registro de los clientes y usuarios que visitan la fundación.
- **Teléfono:** Será de mucha utilidad para tener una línea telefónica donde los usuarios y clientes se puedan comunicar con las personas encargadas y así poder resolver sus dudas o dar alguna información.

9. Alianzas claves

Las alianzas claves son las alianzas estratégicas que se establecen dentro del modelo de negocio para colaborar, el objetivo es establecer una red de proveedores y socios que contribuyan al funcionamiento óptico del modelo de negocio.

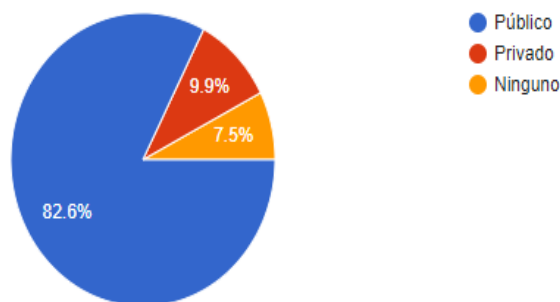
Convenios con IE: Se harán convenios con instituciones educativas para mirar como la fundación pudiera ayudar a los jóvenes que están mal en los estudios, la fundación les brindara el acompañamiento académico para culminar sus tareas, se buscaría hacer una alianza con la secretaria de educación municipal para poder atender a las instituciones de educación superior.

Empresas donantes: Se harían alianzas con empresas públicas y privadas que contribuirán donando a la fundación implementos que puedan servir, ya que estos recibirían beneficios tributarios por hacer donaciones y las dos partes saldrían beneficiadas.

Las alianzas son importantes para la fundación y su propuesta de valor ya que por medio de estas se podrán llevar a cabo las actividades planeadas por esta y por medio de las alianzas se podría llegar a alcanzar las metas con las que cuenta la fundación y así poder llegar a un mayor público.

Para las alianzas claves se realizaron preguntas con el fin de identificar si los niños, niñas y adolescentes del municipio asisten a instituciones en las cuales se puedan generar convenios con la fundación.

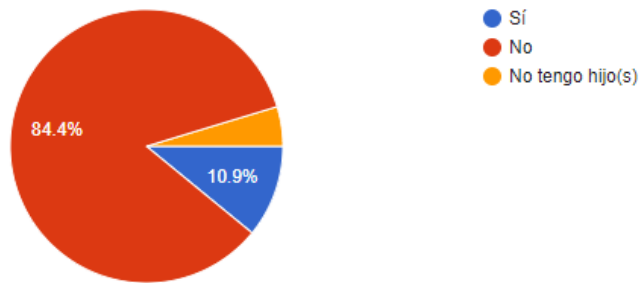
Figura 14 Asistencia a colegio público o privado



Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta

Según las personas encuestadas el 82,6% de los padres, tienen a sus hijos estudiando en un colegio público, el 9,9% en colegio privado y el 7,5% no tiene a sus hijos estudiando en ningún colegio.

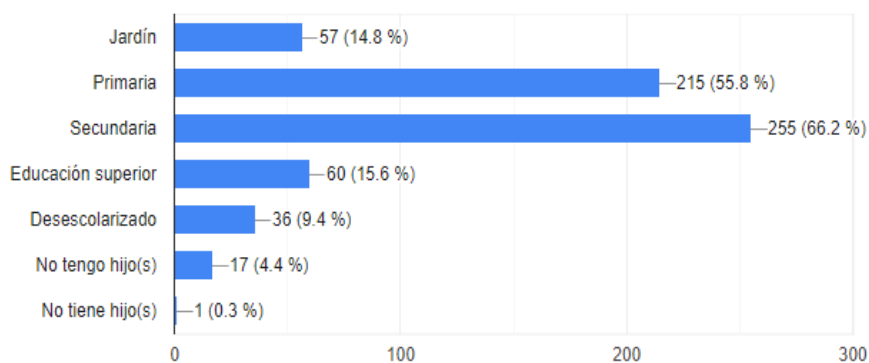
Figura 15 Asistencia a clases extracurriculares



Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta

Según las personas encuestadas en 84,4% de los hijos no asisten a clases extracurriculares, el 10,9% si asiste a estas clases y el 4,7% no tiene hijos.

Figura 16 Nivel educativo de sus hijos de las personas encuestadas



Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta

El 66,2% de los hijos se encuentran en secundaria, el 55,8% en primaria, el 15,6% tiene una educación superior, el 14,8 está en jardín, el 9,4% se encuentran desescolarizados, y el 4,7% no tiene hijos.

10. Marco Legal

Las fundaciones son personas jurídicas que nacen de la voluntad de una o varias personas naturales o jurídicas y cuya finalidad es propender por el bienestar común bien sea de un sector o gremio en particular o de toda la comunidad La fundación se rige por el código civil, artículo 633, la Ley 80 de 1993, la ley 22 de 1987, la ley 52 de 1990, los decretos 1407/91, 2035/91, 525/90, decreto distrital 091/87 y demás normas aplicables a su condición de empresa privada.

Para registrarse como persona jurídica ante la cámara de comercio, este registro se realiza para registrar el nombre, nombre accionistas, ubicación de operación, monto máximo de aporte de capital y definir su razón social. Para completar el registro se solicitan los siguientes documentos. (Cámara de comercio)

Características de la Fundación:

- Aunque no hay valor mínimo de patrimonio, se debe contar con unos bienes o dineros preexistentes.
- Legalmente no tiene definida una forma organizativa.
- Se regulan totalmente por sus estatutos.
- No tiene ánimo de lucro.
- Tienen un patrimonio determinado desde su nacimiento.
- La afectación del patrimonio es irrevocable.
- La vigencia entendida como el periodo de duración de la entidad es de carácter indefinido.
- Legalmente no es permitido disolverse y liquidarse por voluntad de los fundadores o miembros. Fases para la constitución de una fundación:

Primera fase: Requisitos

- Manifestar expresamente la voluntad para ejercer el derecho de asociación.
- El número mínimo de asociados es de uno.
- Elaborar los estatutos Las fundaciones son patrimonios autónomos, que se destinan única y exclusivamente al objetivo que los fundadores le otorgaron a la entidad.

Segunda fase: Procedimiento

- Convocar a la asamblea de constitución.
- Nombrar al presidente y secretario de la asamblea.

- Realizar la asamblea y en ella se elige: La junta directiva, conformada por el presidente, secretario y tesorero.

- Definir el nombre de la fundación y los aportes.
- Aprobar los estatutos.
- La junta directiva nombra el representante legal o gerente.

Para las fundaciones es requisito contar con un patrimonio preexistente al momento de su constitución, el cual puede estar representado por los aportes iniciales de sus fundadores o bienes.

Tercera fase: Registro ante Cámara de Comercio

Para obtener el registro de empresa sin ánimo de lucro, ESAL y registrar la Fundación ante la Cámara de Comercio, es necesario tener los siguientes documentos:

- Acta de la asamblea de constitución, suscrita por presidente y secretario de la asamblea.
- Acta de nombramiento y firma de aceptación de cargos directivos, suscrita por presidente y secretario de la asamblea.
- Copia de los estatutos, firmados por el presidente y secretario de la asamblea.
- Diligenciar el formulario del registro único empresarial de la cámara de comercio.
- Diligenciar el formulario adicional de registro con otras entidades.

- Diligenciar el formulario pre – RUT que se puede encontrar en la página de Internet de la DIAN o reclamarlo allí.

Cuarta Fase: Solicitud ante la DIAN

El representante legal debe solicitar el registro único tributario RUT, al igual que la autorización de facturación. Para este trámite se debe llevar el certificado de existencia y representación legal expedido por la Cámara de Comercio.

Quinta fase: Control de Legalidad

El Control de legalidad y vigilancia se tramita para las fundaciones ante las gobernaciones y para el caso de Bogotá por la Alcaldía Mayor, con los siguientes documentos:

- Petición suscrita por el representante legal.
- Copia de los estatutos firmados por el presidente y secretario de la asamblea.
- Copia del acta de constitución, valor de los aportes, suscrita por presidente y secretario de la asamblea.
- Documentos o certificaciones que acrediten la efectividad de los aportes de él o los fundadores, que acreditarán mediante acta de recibo suscrita por quienes hayan sido designados para ejercer la representación legal y la revisoría fiscal de la entidad.
- Constancia de pago de los aportes iniciales.
- Acta de nombramiento y firma de aceptación de cargos directivos, suscrita por presidente y secretario de asamblea.

- Certificación de representación legal expedido por la Cámara de Comercio.
- Certificado de existencia y representación legal de la empresa donde laboran los asociados.

Momento II

El municipio de Itagüí está situado al sur de la ciudad de Medellín, en el Valle de Aburrá, una de las nueve regiones en las que se divide cultural y geográficamente el Departamento de Antioquia. Colinda con Medellín, Envigado, Sabaneta y La Estrella.

El área total del Municipio (sin incluir la vereda La Verde) equivale a un total de 17.08 Km², integrada por la urbana de 12.17 Km² y un área Rural de 3.61 Km². Cuenta con un área suelo de expansión de 1.30 Km².

Figura 17 Mapa del municipio de Itagüí



Fuente: Alcaldía de Medellín

En materia de población actualmente se cuenta con una certificada por el DANE, para el año 2019 de 283.794 habitantes. Corresponden a cabecera 257.026, centros poblados y rural disperso 26.768 habitantes

Población

Para el modelo de negocio de la creación de una fundación, se considera a la población que residen en el municipio de Itagüí, tomando en cuenta tanto madres, padres, adolescentes y jóvenes mayores de 15 años, se tomaran este traget considerando que las personas son plenamente responsables al momento de tomar decisiones en pro y beneficio de los miembros de su familia, principalmente a aquellos niños, niñas y adolescentes que se encuentran en situación de vulnerabilidad.

Teniendo en cuenta lo anteriormente planteado se determina que la población del municipio de Itagüí tiene una población total de 283.794 de habitantes.

Muestra

Para determinar la muestra del modelo de negocio se aplicó el método aleatorio simple, en donde las personas a ser encuestadas y objeto de estudio son al azar de toda la población, al enviar un enlace donde se encuentra la encuesta y que lo respondan las personas del municipio de Itagüí a las cuales les llegue este.

Nivel de confianza: 95%

Margen de error: 5%

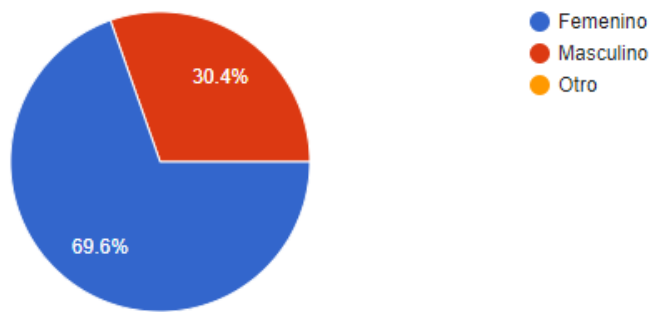
Población: 283.794

Tamaño de muestra: 385

La población seleccionada como objeto de estudio, al realizar el cálculo de la muestra arrojó que se deberán realizar 385 encuestas a los habitantes del municipio de Itagüí para el desarrollo del modelo de negocio.

La encuesta consta de 27 preguntas las cuales se dividen en tres partes, caracterización de personas y hogares, caracterización alimentaria y preguntas adicionales. Las respuestas de esta encuesta fueron repartidas en varias partes del trabajo.

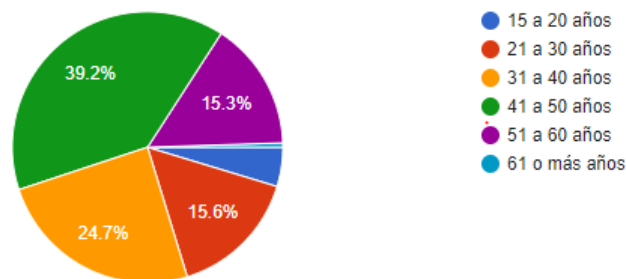
Figura 18 *Genero de las personas encuestadas en el municipio de Itagiú*



Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta

Se obtuvo como resultado que el 69,6% de las personas que respondieron se identificaron con el género femenino, mientras que el 30,4% se identificaron con genero género masculino.

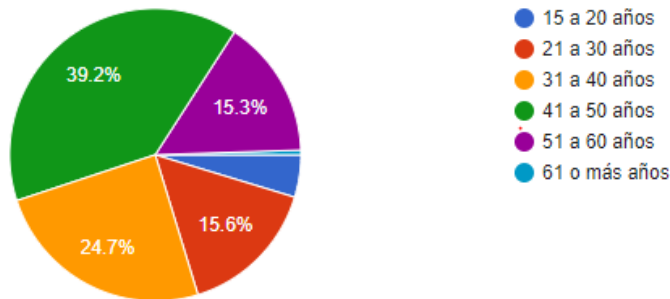
Figura 19 *Rango de edad de las personas encuestadas*



Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta

De las 385 personas las cuales respondieron a la encuesta el 39,2% están en un rango de edad de 41 a 50 años, el 24,7% están entre 31 y 40 años, el 15,6% entre 21 y 30 años, el 15,3% entre 51 y 60 años, el 4,7% está entre 15 y 20 años y por último el 0,5% de 61 o más años.

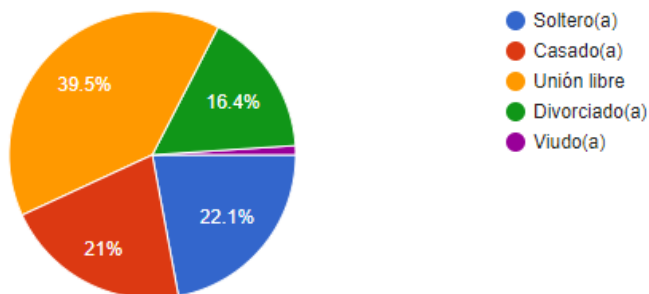
Figura 20 Rango de edad de las personas encuestadas



Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta

De las 385 personas las cuales respondieron a la encuesta el 39,2% están en un rango de edad de 41 a 50 años, el 24,7% están entre 31 y 40 años, el 15,6% entre 21 y 30 años, el 15,3% entre 51 y 60 años, el 4,7% está entre 15 y 20 años y por último el 0,5% de 61 o más años.

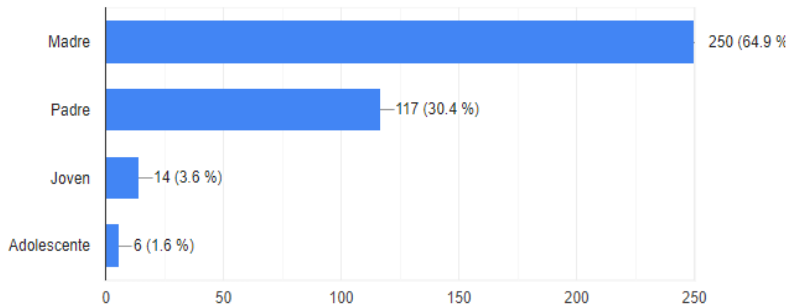
Figura 21 Estado civil de las personas encuestadas



Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta

El estado civil de los encuestados en el municipio de Itagüí esta que el 39,5% viven en unión libre, el 22,1% están solteros, el 21% están casados, el 16,4% se encuentran divorciados y el 1% están viudos.

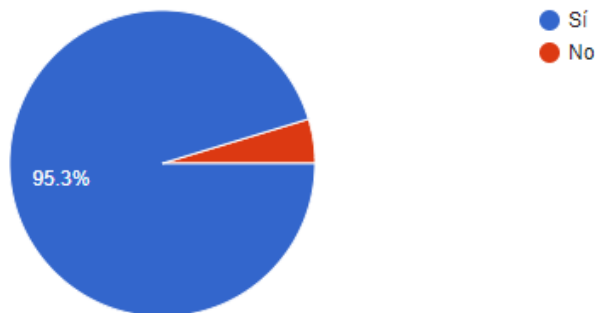
Figura 22 *Condición actual de las personas encuestadas*



Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta

Se pudo evidenciar que el 64,9% son madres, el 30,4% padres, el 3,6% Jóvenes y el 1,6% adolescentes los cuales respondieron esta encuesta

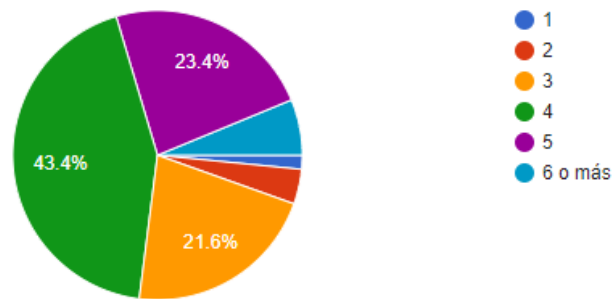
Figura 23 *Porcentaje de las personas encuestadas que tienen hijos*



Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta

En el municipio de Itagüí el 95,3% de las personas encuestadas tienen hijos, mientras que el 4,7% no tienen hijos hasta el momento.

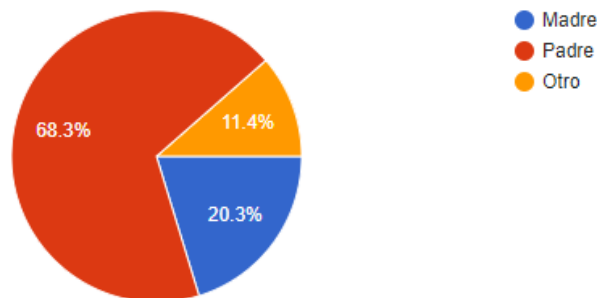
Figura 24 *Número de personas que viven en la casa de las personas encuestadas*



Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta

Las familias encuestadas en el municipio de Itagüí tienen un núcleo familiar donde el 43,4% viven 4 personas, el 23,4% viven 5 personas, el 21,6% viven 3 personas, el 6,2% viven 6 o más personas, el 3,9% viven 2 personas y por último el 1,6% vive una sola persona.

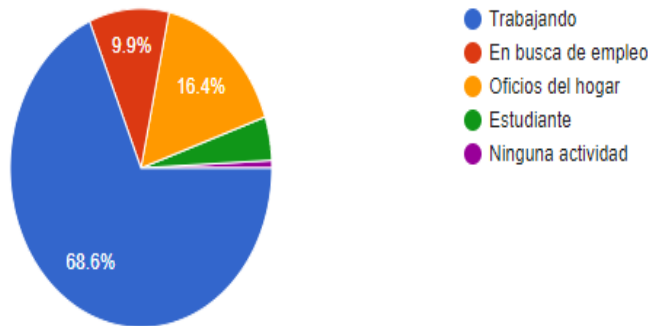
Figura 25 *Jefatura dentro del hogar de las personas encuestadas*



Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta

El 68,3% respondió que en su hogar quien tiene la jefatura es el padre, mientras que el 20,3% respondieron que era la madre y el 11,4% dice que es otra persona la cual tiene la jefatura.

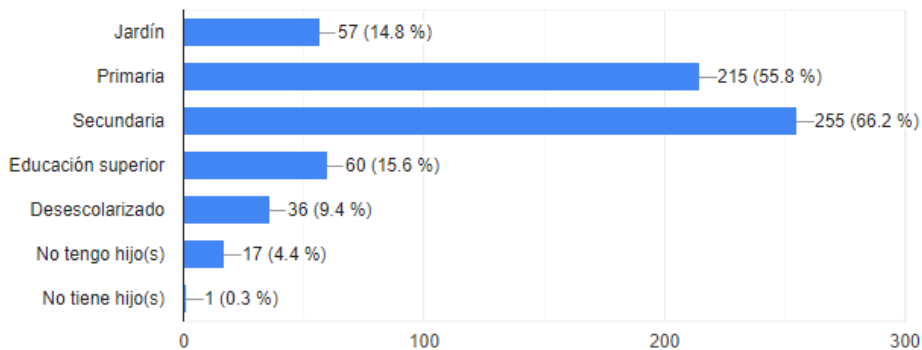
Figura 26 Actividad actual de las personas encuestadas



Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta

El 68,6% de las personas se encuentran trabajando, el 16,4% se dedica a los oficios del hogar. El 9,9% está en busca de empleo, el 4,4% se encuentra realizando sus estudios, y el 0,8% no realiza ninguna actividad.

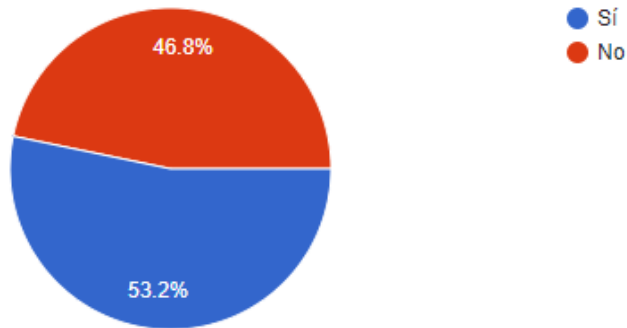
Figura 27 Nivel educativo de sus hijos de las personas encuestadas



Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta

El 66,2% de los hijos se encuentran en secundaria, el 55,8% en primaria, el 15,6% tiene una educación superior, el 14,8 está en jardín, el 9,4% se encuentran desescolarizados, y el 4,7% no tiene hijos.

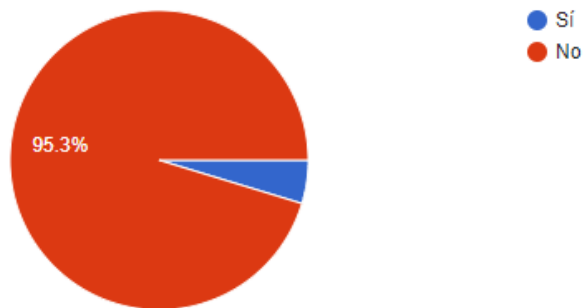
Figura 28 Preocupación por lo falta de alimentos



Fuente: Elaboración propia

Según la gráfica el 53,2% de las personas encuestadas se preocupó por que los alimentos en su hogar se acabarán, mientras que el 46,8% dice que no ha tenido esta preocupación.

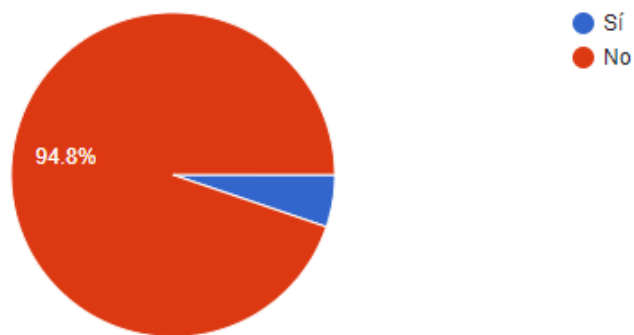
Figura 29 ¿En el hogar se quedaron sin alimentos?



Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta

El 95,3% de estas personas no se han quedado sin alimentos, mientras que el 4,7 en los últimos 3 meses se quedó sin alimentos.

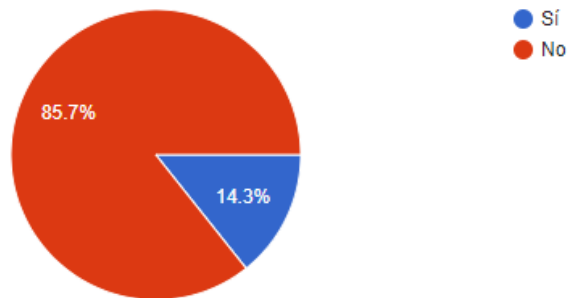
Figura 30 *Algún adulto deajo de desayunar, comer o almorzar*



Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta

El 94,8% de las personas no se han quedado en algún momento de los últimos 3 meses sin comer mientras que el 5,2% dijo que si ha dejado de comer en algún momento.

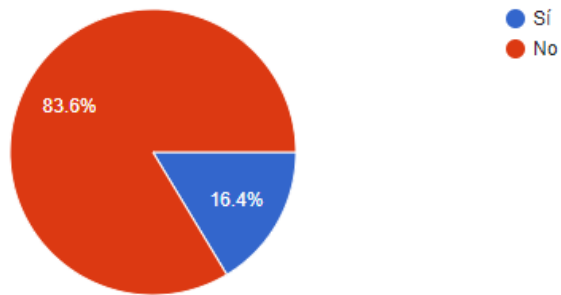
Figura 31 *Algún menor deajo de tener una alimentación saludable y balanceada*



Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta

El 85,7% de las personas contestaron negativamente, ningún menor de estos hogares ha dejado de tener una alimentación saludable y balanceada, mientras el 14,3% dice que si han dejado de comer saludable y balanceados los menores de 18 años en su hogar.

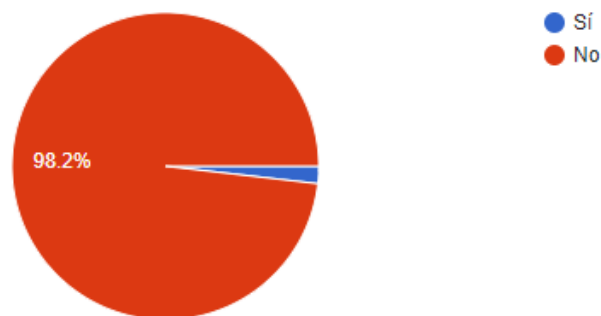
Figura 32 *Algún menor tuvo una alimentación basada en poca variedad de alimentos*



Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta

El 83,6% respondieron que los menores no han tenido poca variedad en sus alimentos, por otro lado, el 16,4% respondieron que si han tenido poca variedad de alimentos en sus menores.

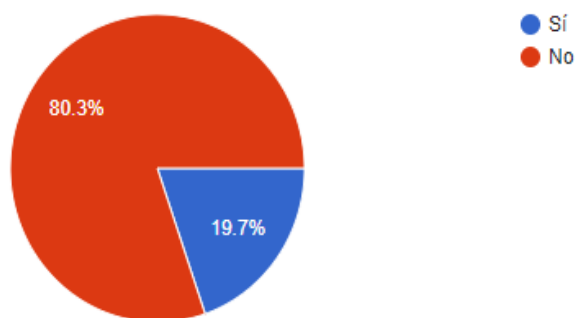
Figura 33 *¿Algún menor dejó de desayunar, almorzar o comer en los últimos 3 meses?*



Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta

El 98,2% contestaron los menores en su hogar no han dejado de recibir alguna de las comidas del día en los últimos 3 meses, mientras que el 1,8% respondieron que si han tenido que dejar de darle alguna comida a sus menores.

Figura 34 *¿Tuvieron que disminuir la comida de algún menor en los últimos 3 meses?*



Fuente: Elaboración propia con resultados de la encuesta

El 80,3% de los encuestados no han tenido que disminuir la comida de sus menores en los últimos 3 meses, mientras que el 19,7% si han tenido que pasar por esta situación.

Estrategias comerciales

Grupos de interés: Nuestros grupos de intereses serán todas las personas que influyen en la fundación o se vean afectados por el accionar que esta tendrá, entre ellos tenemos:

- **Aportantes – Donantes:** Ya que por medio de estas es que se invierten en cosas que favorezcan la fundación y así poder sostenerse financieramente en el tiempo.
- **Comunidad:** Se promoverá e implementarán procesos sociales que incrementen las capacidades colectivas e institucionales y fortalezcan el capital humano y social, aportando a la construcción de relaciones de confianza que a largo plazo propicien entornos favorables para el beneficio conjunto.
- **Trabajadores:** Estos serán indispensable para el logro de los objetivos institucionales, el desarrollo de los trabajadores y contribuir al mejoramiento de su entorno familiar; garantizando las condiciones laborales, el bienestar integral, el desarrollo de capacidades y el cumplimiento de la ley.
- **Gobierno:** Actuando dentro del marco legal, se desplegará la corresponsabilidad para el cumplimiento de los fines sociales del Estado, basada en una relación de confianza, transparencia y respeto por los derechos individuales y colectivos.

Donaciones: Estas son uno de los mecanismos que facilita que las entidades sin ánimo de lucro obtengan financiación económica para la puesta en marcha de sus programas o iniciativas de desarrollo y así poder sostenerse financieramente en el tiempo. Para la fundación serían fundamentales para poder atender más niños, niñas y adolescentes en el pasar de los años, por eso se tendrán en cuenta algunos crowdfunding para hacer campañas y así la gente podrá aportar con esta causa social, entre estos están:

Vaki: Las Vakis, al estar en línea tienen una cobertura mayor ya que puedes recibir aportes desde cualquier parte del mundo. Tu comunidad, familia y amigos pueden difundir la información compartiendo el link único de tu Vaki por redes sociales y llegar a personas que no conoces, pero comparten tus ideas.

Ulule: Ulule te permite descubrir y dar vida a proyectos originales, creativos, solidarios e innovadores gracias al crowdfunding. En Ulule, los proyectos son exitosos si consiguen llegar (o sobrepasar) su objetivo de recaudación.

Marketing digital: Es una estrategia utilizada por las fundaciones para promoverse y posicionarse dentro de la comunidad y así poder llamar la atención de personas que se interesen en temas sociales como en este caso ayudar a los niños, niñas y adolescentes y entre estas tendríamos:

Página web: En esta estará toda la información de la fundación, sus grupos de intereses, sus formas de donación, la misión y visión con la que contará la fundación y proyectos que se vayan implementado.

Redes sociales: Por medio de estas se le mostrara a la gente por medio de fotos y videos todo lo que va haciendo la fundación.

Relaciones públicas y eventos: Organizar eventos acordes con el grupo social para la concientización y recaudación de dinero. Junto a las relaciones pública por medio de comunicación con esto se pretende generar interés en el público objetivo.

Inspección sanitaria: Pretende mantener las condiciones higiénico sanitarias básicas de los establecimientos que manipulen alimentos y por ende la fundación contará con un restaurante y tendrá que cumplir ciertos requisitos establecidos por el Invima

Condiciones de pisos, paredes y drenajes.

Pisos y Paredes: Sin grietas, rugosidades, asperezas o falta de continuidad que facilite la acumulación de suciedad y/o dificulte su limpieza. En áreas donde se realizan operaciones de porcionado, troceado o acondicionamiento de alimentos, las paredes son en colores claros y las uniones entre estas y el piso son redondeadas. Los pisos son resistentes, no porosos, impermeables, lavables. En pisos y paredes de las áreas donde se realizan operaciones de corte, porcionado, troceado o acondicionamiento de alimentos no hay signos de filtraciones o humedad y se evidencian en buenas condiciones de mantenimiento.

Drenajes: El drenaje del establecimiento tiene la capacidad requerida para la evacuación de aguas residuales y la pendiente o desnivel permiten su evacuación. Los drenajes están debidamente protegidos con rejillas y se encuentran limpios y en buen estado de mantenimiento.

Instalaciones sanitarias.

Los servicios sanitarios deben funcionar, se deben mantener limpios y estarán dotados de los implementos requeridos para la higiene personal como: papel higiénico, dispensador con jabón desinfectante, implementos desechables o equipos automáticos para el secado de manos y papeleras de accionamiento no manual.

En las áreas donde se manipulen alimentos (corte, porcionado, tajado, acondicionamiento, etc.) o cercano a éstas se cuenta con lavamanos dotados con implementos

para la higiene del personal manipulador de alimentos. Existen avisos que indiquen al personal manipulador la necesidad del lavado de manos luego de usar los servicios sanitarios, después de cualquier cambio de actividad y antes de iniciar las labores diarias.

Equipos y utensilios

Capacidad, diseño y funcionamiento de equipos y utensilios.

Disponer de neveras, congeladores, de capacidad suficiente para la conservación y exhibición de productos que por su naturaleza requieran bajas temperaturas. La instalación y ubicación de los equipos permite las operaciones de limpieza, desinfección y de mantenimiento (incluidas las partes superiores, laterales e inferiores de los equipos). Los materiales en que están contruidos los equipos y utensilios son resistentes al uso y a la corrosión, así como al contacto con productos empleados de limpieza y desinfección.

Superficies en contacto con el alimento.

Los equipos, utensilios y las superficies de trabajo en contacto con alimentos utilizadas para la manipulación de productos que requieren algún proceso previo a la venta (fraccionar, cortar, tajar, porcionar, acondicionar etc.) están fabricados con materiales inertes, no tóxicos, resistentes al uso, a la corrosión y a los agentes de limpieza y desinfección.

Las superficies de trabajo, de los equipos y utensilios que entran en contacto directo con los alimentos son de acabado liso, no poroso, no absorbente y no presentan defectos, grietas o espacios donde puedan acumularse partículas de alimentos o suciedad; no están recubiertas con pinturas, no desprenden residuos o cuerpos extraños que puedan adherirse al alimento y afectar su inocuidad. Son desmontables o de fácil acceso que permita realizar las actividades de limpieza

y desinfección necesarias. Las superficies donde se corten o fraccionen los alimentos, se encuentran en buen estado de conservación y son de material sanitario.

Personal manipulador de alimento

Estado de salud aparente (signos/lesiones)

El estado de salud aparente de los empleados no evidencia síntomas de enfermedades ni afecciones de la piel que puedan transmitirse por los alimentos, el establecimiento implementa las medidas preventivas y correctivas necesarias, como cambio de actividad o remisión del manipulador a reconocimiento médico para ser evaluado, con el fin de evitar que un manipulador de alimentos que padece o es portador de una enfermedad susceptible de transmitirse por los alimentos, o tenga heridas infectadas, irritaciones cutáneas o diarrea, trabaje en las zonas o áreas de manipulación de alimentos con probabilidad de contaminar las materias primas, alimentos en proceso, alimentos terminados, envases de alimentos o material de envase o embalaje, superficies de equipos y utensilios con microorganismos patógenos.

Prácticas higiénicas y dotación.

El personal manipulador presenta adecuada higiene corporal e indumentaria apropiada (blusa o delantal y gorro, de colores claros y calzado cerrado) para las operaciones realizadas. Se evidencia que los manipuladores de alimentos aplican las buenas prácticas higiénicas tales como lavado de manos, uñas cortas, limpias y sin esmalte, no usan maquillaje, no consumen alimentos o bebidas, evitan comportamientos inadecuados como toser, fumar, manipular dinero simultáneamente con alimentos sin la debida protección, entre otros. El personal que realiza actividades de manipulación directa de alimentos (corte, porcionado, empaque etc.) no usa accesorios que puedan caer en los alimentos, como joyas, relojes, mantiene el cabello recogido y

cubierto totalmente (incluye barba, bigote y patillas), cuando es necesario usa tapabocas dependiendo del riesgo de contaminación del alimento, según la actividad que realiza.

Suministro y calidad de agua potable

El expendio dispone de suministro de agua potable y este es adecuado para las actividades que se realiza. El sistema de conducción o tuberías garantiza la protección del agua potable y evita su contaminación.

Residuos solidos

Existen recipientes para el almacenamiento de basuras, suficientes, de material sanitario, bien ubicados, provistos de bolsa desechable, con tapa, las basuras son removidas frecuentemente (cada vez que sea necesario) y los recipientes se lavan y desinfectan antes de ser nuevamente utilizados.

Momento III

11. Viabilidad financiera

En Colombia, La ley 590 de 200, conocida como la Ley Mipymes, esta clasifica las empresas como micro, pequeñas, medianas y grandes empresas, la fundación se definirá inicialmente como una empresa pequeña, estas tienen entre 11 y 50 trabajadores, y activos totales mayores a 501 smmlv y menores a 5.001 smmlv. Entre sus empleados, voluntarios y beneficiarios no habrá una mayoría de 50 personas como lo establece la ley para las pequeñas empresas.

Las fundaciones y entidades sin ánimo de lucro tienen varios riesgos a las cuales demandarían un análisis e interpretación de resultados que los usuarios necesitan conocer, el estado y evolución de indicadores que clarifiquen la situación y viabilidad, el cumplimiento de los fines fundacionales fijados en los estatutos, la eficiencia gestora de los patronos-gestores, y el coste de los servicios prestados.

Las organizaciones que reciben apoyo financiero de otras entidades deben sujetarse a las condiciones impuestas por estos, donde muchas de estas condiciones pueden incidir en los servicios que pueden ofrecer y el destino y utilización que se le deben dar a sus contribuciones financieras.

Al tratarse de una entidad sin ánimo de lucro hace que sean intrínsecamente vulnerables al riesgo de liquidez puesto que la mayoría de ellas depende de recursos externos donados por terceras personas que por lo general no son constantes, por tanto una gestión eficaz del riesgo de liquidez contribuye a garantizar la capacidad de toda entidad para hacer frente a los flujos de caja

resultantes de sus obligaciones de pago, que son de naturaleza incierta al venir influidos por acontecimientos externos y por la conducta de otros agentes.

Las fundaciones sin ánimo de lucro como cualquier otra entidad privada debe realizar gestión financiera al manejo de sus recursos ya que como las demás debe cancelar sus obligaciones como pagos a sus colaboradores tanto internos (empleados) como externos (proveedores), tasas impositivas, así mismo debe tener recursos disponibles para posibles contingencias o desarrollo de nuevos proyectos que contribuyan con su finalidad social, como se trata de una entidad sin ánimo de lucro cuya finalidad no es cumplir el objetivo básico financiero que es maximizar la rentabilidad del accionista si no generar recursos para reinvertirlos en proyectos sociales se debe prestar mayor atención puesto que están bajo una normatividad especial.

En cumplimiento de la decisión tomada por la Corte Constitucional - Sentencia C-022/20 del 29 de enero de 2020, el prevalidador formato 2532 – Información de Donaciones, permite dejar como anónima la información relacionada con la identificación y el nombre de los donantes.

Las Entidades sin Ánimo de Lucro - ESAL son personas jurídicas legalmente constituidas cuyos aportes, utilidades o excedentes no son reembolsados, ni distribuidos bajo ninguna modalidad, ni directa o indirectamente, ni durante su existencia, ni en el momento de su disolución y liquidación, puesto que persiguen un fin social o comunitario. Los rendimientos o aportes obtenidos en una Entidad Sin Ánimo de Lucro son reinvertidos en el mejoramiento de sus procesos o en actividades que fortalecen la realización de su objeto social.

Las ESAL tienen como principal fuente de ingreso los dineros recibidos por parte de personas naturales, jurídicas o entidades públicas en representación del Estado, por medio de las donaciones.

Estas podrán solicitar su calificación como contribuyentes del Régimen Tributario Especial, siempre y cuando se encuentren legalmente constituidas y su objeto social corresponda a una o más de las actividades meritorias; busquen contribuir al desarrollo integral de la sociedad o de una comunidad mediante el apoyo a sectores débiles o población vulnerable, tales como: las madres cabeza de familia, los niños, la investigación, la educación, etc.

Las Empresas Asociativas sin Ánimo de Lucro – EASAL son las cooperativas y demás entidades del sector solidario, en las cuales los trabajadores o los usuarios, según el caso, son simultáneamente los aportantes y los gestores de la empresa, creadas con el objeto de producir o distribuir conjunta y eficientemente bienes o servicios para satisfacer las necesidades de sus asociados y de la comunidad en general.

Se presume que una empresa asociativa no tiene ánimo de lucro, cuando cumpla los siguientes requisitos:

1. Que establezca la irrepartibilidad de las reservas sociales, y en caso de liquidación, la del remanente patrimonial.
2. Que destine sus excedentes a la prestación de servicios de carácter social, al crecimiento de sus reservas y fondos, y a reintegrar a sus asociados para los mismos en proporción al uso de los servicios o a la participación en el trabajo de la empresa, sin perjuicio de amortizar los aportes y conservarlos en su valor real. Ley 79 de 1988, y la ley 454 de 1998.

Las EASAL pueden presentar solicitud de readmisión para pertenecer al RTE cuando haya sido excluidas de dicho régimen. Adicionalmente, es de propicio aclarar que para este tipo de entidades no deben tener relacionada una actividad meritoria de las establecidas en el artículo 359 del E.T. por cuanto la actividad meritoria corresponde a la descripción del objeto social.

Beneficios por pertenecer al régimen tributario especial - RTE

Las asociaciones, fundaciones, y corporaciones que sean Entidades sin Ánimo de Lucro y que pertenezcan al Régimen Tributario Especial, tienen como principal beneficio una tarifa del 20% del Impuesto de Renta y Complementario sobre el beneficio neto o excedente, y tendrá el carácter de exento, cuando éste se destine directa o indirectamente a programas que desarrollen el objeto social y la actividad meritoria de la entidad, en el año siguiente a aquel en el cual se obtuvo.

Impuesto a la renta de las ESAL.

Las entidades sin ánimo de lucro o ESAL que deben declarar renta son las señaladas en el artículo 19 del estatuto tributario, “Todas las asociaciones, fundaciones y corporaciones constituidas como entidades sin ánimo de lucro, serán contribuyentes del impuesto sobre la renta y complementarios, conforme a las normas aplicables a las sociedades nacionales”

Las entidades sin ánimo de lucro son contribuyentes del impuesto a la renta, y nacen perteneciendo al régimen ordinario como cualquier empresa o sociedad comercial.

El tratamiento especial está dado por la tarifa del impuesto a la renta, que pueden ser 3 diferentes

- **General:** 33%, 32%, 31% según el año gravable (Por defecto, sin cumplir requisitos)
- **20%** (Recibe la calificación como contribuyente del régimen especial (Artículo 356-2 E.T))
- **0%** Se califica como régimen especial y además invierte sus utilidades (beneficio neto o excedente) conforme el artículo 358 del E.T.

IVA

El IVA es un impuesto de régimen general, es decir, un impuesto en el que la regla general es la causación del gravamen y la excepción la constituyen las exclusiones expresamente consagradas en la ley. En estas condiciones, las exclusiones del IVA son taxativas, de tal forma que los bienes y servicios que no se encuentren expresamente exceptuados del tributo se encuentran gravados.

En el régimen especial predica respecto al impuesto a la renta, más no respecto al Iva, de modo que no existe un régimen especial del Iva en el que no se cobre el impuesto a las ventas.

Las entidades del régimen especial deben pagar el Iva por todos los bienes y servicios que adquieran, y en caso de que vendan bienes o presten servicios gravados con el Iva, tendrá que cobrarlo como responsables del IVA que deben ser.

En el impuesto a las ventas existe un régimen de responsabilidad y otro de no responsabilidad, y el de no responsabilidad nada tiene que ver con el régimen especial en renta, sino respecto a las personas naturales que cumplen los toques señalados en el artículo 437 del estatuto tributario.

ICA

Es importante aclarar que las entidades sin ánimo de lucro y las entidades del sector solidario pertenecen a un régimen tributario especial exclusivamente en el impuesto de renta, razón por la cual en materia del impuesto de industria y comercio deberán ceñirse por las disposiciones vigentes de cada municipio, ya que en este impuesto se gravan las actividades industriales, comerciales y de servicio, independientemente de quien las desarrolle.

Este tipo de entidades necesita generar ingresos y desarrollar dichas actividades, las cuales generalmente son gravadas con el impuesto de industria y comercio como si fuera cualquier sociedad comercial, no obstante se deberán analizar las exenciones, exclusiones y no sujeciones en ICA que contemple cada legislación territorial, con el fin de establecer si existe algún tratamiento provisional y/o preferencial para este tipo de entidades, aunque realmente son muy contados los casos de incentivos tributarios para dichas entidades y sus actividades.

Inflación: La inflación es un aumento generalizado y sostenido del nivel general de precios de una economía en el tiempo. En Colombia la inflación se mide a través de lo que se denomina índice de precios al consumidor (IPC), que es una medida del costo de vida en una economía a partir de la evolución de los precios de los bienes y servicios que consumen típicamente los hogares; en este sentido, la inflación se debe entender como el promedio ponderado de los cambios de precios del conjunto de bienes y servicios que conforman la canasta del IPC. (Banco de la República)

IPC: “El índice de precios al consumidor (IPC) mide la evolución del costo promedio de una canasta de bienes y servicios representativa del consumo final de los hogares, expresado en

relación con un período base. La variación porcentual del IPC entre dos periodos de tiempo representa la inflación observada en dicho lapso. El cálculo del IPC para Colombia se hace mensualmente en el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE)”. (Banco de la República, 2021).

Análisis económico

Partiendo de esto se pretende realizar un análisis financiero para la fundación en la cual se tendrán como referencias proyecciones económicas tomadas de las investigaciones del grupo Bancolombia, se tomarán las proyecciones de los próximos 5 años, (2021 hasta el 2025).

Tabla 2. Supuestos macroeconómicos

Variable	Media	Fuente	2021	2022	2023	2024	2025
Inflación COP	Porcentaje	Grupo Bancolombia	2,4%	3,0%	3,5%	3,7%	3,1%
Inflación UDS	Porcentaje	Grupo Bancolombia	2,3%	2,2%	2,2%	2,0%	2,0%
PIB Colombia	% crecimiento	Proyecciones Bancolombia	8,0%	2,7%	2,7%	3,0%	2,8%
DTF 90 días	Porcentaje	Proyecciones Bancolombia	2,33%	3,67%	4,59%	5,14%	5,48%
IPC	Porcentaje	Grupo Bancolombia	3,6%	3,3%	3,1%	3,1%	3,3%

Fuente: Elaboración propia con datos tomados del grupo Bancolombia

Para este análisis se inició con la elaboración del CAPEX para tener claridad todos los implementos que se necesitara para poner en funcionamiento la fundación, y se pudo identificar que en activos se necesitan 11.125.177, como se puede evidenciar a continuación en la tabla.

Tabla 3. CAPEX

CAPEX				
ACTIVO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
Computador	Computador All in One HP 21.5 Pulgadas AMD RYZEN R3 4GB 1TB 256GB	1	\$ 2.269.000	\$ 2.269.000
Mesas plasticas	Mesa Rimax 75 cm x75 cm cuadrada para cuatro	15	\$ 70.900	\$ 1.063.500
Sillas plasticas	Sillas de material plástico con 89 cm de alto	30	\$ 50.000	\$ 1.500.000
Teléfono	Teléfono Ip Grandstream Gxp1610, con 2 lineas, retención, transferencia, reenvío, llamada en espera, directorio hasta 500 contactos	1	\$ 189.777	\$ 189.777
Juego de cubiertos	Se incluyen cucharas, cuchillos y tenedores	40	\$ 3.500	\$ 140.000
Olla a presión	Olla A Presión Imusa 7 Litros Acero Talent Master, Acero inoxidable	1	\$ 263.900	\$ 263.900
Olla arrocera	Black + Decker Olla Arrocera 1,8 Lts 10 Tazas RC860	1	\$ 219.900	\$ 219.900
Sartén	Sartén Imusa de 26 cm antiadherente con 43,5 cm de largo	4	\$ 45.900	\$ 183.600
Licudadora	Licudadora Oster con vaso de vidrio resistente a un choque termico de 90 Grados, con una capacidad	1	\$ 259.900	\$ 259.900
Nevera	Nevera LG con 170cm de alto, 70 cm de ancho y 70 cm de profundidad, una capacidad total de 437Lts, con panel digital, y eficiencia energetica A	1	\$ 3.629.900	\$ 3.629.900
Estufa	Estufa Haceb de Piso 4 Puestos Gas Propano Negro REFLEX 50-V	1	\$ 695.900	\$ 695.900
Silla de escritorio	Silla Gerente Malla con Brazos Base Cromada	1	\$ 249.900	\$ 249.900
Escritorio	Un escritorio de 150 cm de ancho, 70 cm de largo y 80 cm de alto	1	\$ 459.900	\$ 459.900
Licencia Software	Compra de licencia para el uso de programas	1	\$ 219.900	\$ 219.900
TOTAL		98	\$ 8.628.277	\$ 11.125.177

Fuente: Elaboración propia con precios de home center

Para esto también se realizó el OPEX para evidenciar los gastos que se tendrán en la fundación. En el cual se tuvieron en cuenta los salarios de los trabajadores, el arriendo del local donde funcionara la fundación, los servicios públicos entre otros gastos que se necesitan.

Tabla 4. OPEX

OPEX			
ITEM	CANTIDAD	VALOR MENSUAL	TOTAL ANUAL
Arriendo	1	\$ 1.200.000	\$ 14.400.000
Diseño y manteniendo de página	1	\$ 3.000.000	\$ 36.000.000
Platos plásticos	40	\$ 3.800	\$ 152.000
Vasos plásticos	40	\$ 1.000	\$ 40.000
Servicios públicos	1	\$ 200.000	\$ 2.400.000
Internet (RED DE 30 Megas)	1	\$ 150.000	\$ 1.800.000
Auxiliar administrativo	1	\$ -	\$ 17.512.981
Personal oficinas varios	1	\$ -	\$ 17.569.892
Cocinero	1	\$ -	\$ 17.569.892
Contador	1	\$ -	\$ 21.600.000
Personal de aseo	1	\$ -	\$ 17.569.892
Hosting	1	\$ 39.000	\$ 468.000
Papelería Oficina	1	\$ 27.000	\$ 324.000
Papelería de cocina	1	\$ 30.000	\$ 360.000
Mercado	1	\$ 2.060.000	\$ 24.720.000
TOTAL GASTO	93	\$ 6.710.800	\$ 172.486.656

Fuente: Elaboración propia

Estado de resultados proyectado

A continuación, se presentará el estado de resultados proyectado a 5 años, desde el 2021 hasta el 2025, en la cual se evidenciarán los ingresos y gastos que tendrá la fundación en estos

años, donde se podrá ver que beneficios o que perdidas tendrá la fundación durante este tiempo en funcionamiento.

Tabla 5. Estado de resultados proyectado

ESTADO DE RESULTADOS					
INGRESOS OPERACIONALES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos		\$ 125.000.000	\$ 129.375.000	\$ 134.161.875	\$ 138.320.893
CMV	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
UTILIDAD BRUTA	\$ -	\$ 125.000.000	\$ 129.375.000	\$ 134.161.875	\$ 138.320.893
GASTOS OPERACIONALES					
Servicios publicos	\$ 2.400.000	\$ 2.472.000	\$ 2.558.520	\$ 2.653.185	\$ 2.735.434
Arrendamiento	\$ 14.400.000	\$ 14.832.000	\$ 15.351.120	\$ 15.919.111	\$ 16.412.604
Computador	\$ 2.269.000	\$ 2.337.070	\$ 2.418.867	\$ 2.508.366	\$ 2.586.125
Electrodomesticos de cocina	\$ 4.585.700	\$ 4.723.271	\$ 4.888.585	\$ 5.069.463	\$ 5.226.617
Implementos de cocina	\$ 5.393.100	\$ 5.554.893	\$ 5.749.314	\$ 5.962.039	\$ 6.146.862
Implementos de oficina	\$ 899.577	\$ 926.564	\$ 958.994	\$ 994.477	\$ 1.025.306
Implementos del restaurante	\$ 2.563.500	\$ 2.640.405	\$ 2.732.819	\$ 2.833.933	\$ 2.921.785
Licencia Software	\$ 219.900	\$ 226.497	\$ 234.424	\$ 243.098	\$ 250.634
Dotación	\$ 1.515.000	\$ 1.560.450	\$ 1.615.066	\$ 1.674.823	\$ 1.726.743
Diseño	\$ 36.000.000	\$ 37.080.000	\$ 38.377.800	\$ 39.797.779	\$ 41.031.510
Salario	\$ 91.822.656	\$ 94.577.336	\$ 97.887.543	\$ 101.509.382	\$ 104.656.172
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 162.068.433	\$ 41.930.486	\$ 43.398.053	\$ 45.003.781	\$ 46.398.898
Impuestos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
UTILIDAD NETA	\$ 162.068.433	\$ 41.930.486	\$ 43.398.053	\$ 45.003.781	\$ 46.398.898
TOTAL GASTOS OPERACIONALES	\$ 162.068.433	\$ 166.930.486	\$ 172.773.053	\$ 179.165.656	\$ 184.719.791
Excedentes operacionales	-\$ 162.068.433	-\$ 41.930.486	-\$ 43.398.053	-\$ 45.003.781	-\$ 46.398.898

Fuente: Elaboración propia

La fundación no recibirá ingresos hasta el año segundo y de ahí en adelante se hizo la proyección del macroeconómica de la inflación en Colombia en los próximos 5 años, se pretende que estos ingresos aumenten cada año para que la fundación pueda seguir en funcionamiento.

La cuenta mayor representativa son los gastos fijos, ya que en esta se encuentran los salarios y la compra de implementos necesarios para el funcionamiento, por otro lado, como se puede evidenciar no hay impuesto debido a que las fundaciones cuentan con un régimen tributario especial.

Tabla 6. Flujo de caja proyectado

FLUJO DE CAJA OPERATIVO					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
EBITDA	\$ 162.068.433	\$ 41.930.486	\$ 43.398.053	\$ 45.003.781	\$ 46.398.898
Capital Inicial	\$ 5.000.000	\$ 5.150.000	\$ 5.330.250	\$ 5.527.469	\$ 5.698.821
Capex	-\$ 11.125.177	-\$ 11.458.932	-\$ 11.859.995	-\$ 12.298.815	-\$ 12.680.078
Impuesto en efectivo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
FLUJO DE CAJA	\$ 178.193.610	\$ 58.539.418	\$ 60.588.298	\$ 62.830.065	\$ 64.777.797

Fuente: Elaboración propia

En el flujo de caja operativo el cual se llevará durante los primeros 5 años, en este se realiza una inversión inicial en activos de 11.125.177, y se reinvertirán los excedentes que vaya teniendo al pasar de los años, debido a que por ser una entidad sin animo de lucro no se pueden apropiar de estos.

Tabla 7. Incremento de niños, niñas y adolescentes

INCREMENTO DE NIÑOS, NIÑAS Y ADOLESCENTES POR AÑO				
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
30	50	75	100	120

Fuente: Elaboración propia

Conclusiones

Itagüí es uno de los municipios en las cuales se necesita un poco más de atención en cuanto a los niños, niñas y adolescentes debido a que cuenta con sectores dentro de este con mucha vulnerabilidad y donde se ve mucho la pobreza, en consecuencia a lo realizado se evidencio que este municipio cuenta con diferentes fundaciones con distinta razón social pero no hay fundaciones que ayuden directamente en términos de educación y alimentación a los niños, niñas y adolescentes de escasos recursos, se logra evidenciar dentro del municipio que en su gran mayoría son fundaciones, asociaciones y comités comunales entre otros que están más enfocados en lo cultural y ecológico, debido a esto se busca que con la creación de la fundación se logre ayudar a más personas en situación de vulnerables dentro del municipio.

De acuerdo con esto y con las encuestas realizadas a los habitantes del municipio de Itagüí, mayormente a madres y padres, se logró evidenciar que el estrato socioeconómico que prima es el estrato 2; estos hogares en la gran mayoría son compuesto por 4 personas y entre ellas el padre es la cabeza de hogar, aunque la encuesta arrojó que también hay muchas de estas familias donde la madre es la cabeza de hogar esto puede llegar influir en el comportamiento de los jóvenes y el abandono del estudio ya que no tienen a alguien que los esté guiando constantemente porque muchas veces estas madres deben trabajar más de lo normal para poder sacar a sus hijos adelante. Fue alto el porcentaje de aceptación hacia la creación de una fundación que brinde ayuda en ámbitos de educación y alimentación y aparte que dentro de estas se crearan talleres para que así los usuarios puedan tener un poco más de aceptación.

Por otro lado, el recurso financiero sirve de apalancamiento a los recursos humanos, se utiliza para cubrir los costos y gastos de la fundación, entre otros. El flujo constante de recursos financieros es crucial para la fundación, financieramente es un proyecto viable debido a que genera

un flujo de caja positivo y con una mayor oportunidad de reinvertir los excedentes en la fundación para así poder asistir a más niños, niñas y jóvenes de este municipio, no dejando a un lado el alto nivel de liquidez con el que pueden contar las fundaciones al depender de donaciones de personas externas, ya que por medio de estas se reinvertir, inicialmente se contarán con 30 niños, niñas y adolescentes y al pasar de los años ir aumentando más personas vulnerables que lo necesiten, para así tener una buena reputación ya que las fundaciones son fichadas porque muchas de estas pueden estar involucradas en temas de lavado de activos.

Bibliografía

- Alcaldía de Itagüí.* (2020). Obtenido de https://www.itagui.gov.co/sitio/ver_noticia/cerca-de-50000-ayudas-ha-entregado-la-alcaldia-de-itagui-a-las-familias-mas-vulnerables-de-la-ciudad
- Alcaldía de Itagüí.* (2018). Obtenido de <https://www.itagui.gov.co/filemanager/files/anuario2018.pdf>
- Alcaldía de Itagüí.* (2018). Obtenido de <https://www.itagui.gov.co/filemanager/files/anuario2018.pdf>
- Alcaldía de Itagüí.* (2019). *Alcaldía de Itagüí.* Obtenido de <https://www.itagui.gov.co/municipio>
- Alcaldía de Itagüí.* (2020). Obtenido de https://www.itagui.gov.co/sitio/ver_noticia/cerca-de-50000-ayudas-ha-entregado-la-alcaldia-de-itagui-a-las-familias-mas-vulnerables-de-la-ciudad
- Anuario Estadístico Antioquia.* (2018). Obtenido de https://www.icbf.gov.co/sites/default/files/politica_nacional_de_infancia_y_adolescencia_2018_-_2030.pdf
- Anuario Estadístico Antioquia.* (2018). Obtenido de https://www.icbf.gov.co/sites/default/files/politica_nacional_de_infancia_y_adolescencia_2018_-_2030.pdf
- Anuario Estadístico Antioquia.* (2018). Obtenido de https://www.icbf.gov.co/sites/default/files/politica_nacional_de_infancia_y_adolescencia_2018_-_2030.pdf
- Anuario Estadístico Antioquia.* (2018). Obtenido de <http://www.antioquiadatos.gov.co/index.php/educacion-2018>
- Anuario Estadístico Antioquia.* (2018). Obtenido de <http://www.antioquiadatos.gov.co/index.php/educacion-2018>
- Anuario Estadístico Antioquia.* (2018). Obtenido de <http://www.antioquiadatos.gov.co/index.php/educacion-2018>
- Anuario Estadístico Antioquia.* (2019). Obtenido de <https://antioquia.gov.co/inseguridad-alimentaria-vf>
- Banco de la República.* (s.f.). Obtenido de <https://www.banrep.gov.co/es/se-mide-inflacion-colombia>
- Banco de la República.* (Julio de 2021). Obtenido de <https://www.banrep.gov.co/es/estadisticas/indice-precios-consumidor-ipc>
- Banco Mundial.* (28 de Septiembre de 2018). Obtenido de Banco Mundial: <https://www.bancomundial.org/es/topic/nutrition/overview>
- Behar, D.* (2008). Obtenido de <http://rdigital.unicv.edu.cv/bitstream/123456789/106/3/Libro%20metodologia%20investigacion%20este.pdf>
- Cámara de comercio.* (s.f.). Obtenido de <https://www.camaramedellin.com.co/Portals/0/servicios-registrales/registro-esal/guias/26-Inscripcion-de-una-fundacion.pdf>

Camara de Comercio. (2018). Obtenido de <https://ccas.org.co/>

CEPAL. (2020). Obtenido de <https://www.cepal.org/es/comunicados/pandemia-provoca-aumento-niveles-pobreza-sin-precedentes-ultimas-decadas-impacta>

Consejo Municipal de Itagüí. (2015). Obtenido de <https://www.itagui.gov.co/uploads/entidad/normatividad/82084-acuerdo-013-de-2015.pdf>

Consejo Municipal de Itagüí. (2015). Obtenido de <https://www.itagui.gov.co/uploads/entidad/normatividad/82084-acuerdo-013-de-2015.pdf>

DANE. (2019). Obtenido de https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/condiciones_vida/pobreza/2019/Boletin-pobreza-monetaria-dptos_2019.pdf

FAO. (2003). *La alimentación de los niños y jóvenes en edad escolar* .

Frade, N. d. (5 de agosto de 2019). *Semrush Blog*. Obtenido de <https://es.semrush.com/blog/marketing-para-ong/>

Gobernación de Antioquia . (2019). Obtenido de <https://antioquia.gov.co/index.php/encuesta-calidad-de-vida-2019>

Hurtado, J. (2010). *Metodología de la Investigación, Guía para la comprensión holística de la ciencia*. Obtenido de [https://repository.uniminuto.edu/bitstream/handle/10656/5218/TP_NunezMeraWendyJohanna_2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y#:~:text=Seg%C3%BAn%20Hurtado%20\(2008\)%20afirma%20que,etapas%2C%20en%20donde%20se%20observe](https://repository.uniminuto.edu/bitstream/handle/10656/5218/TP_NunezMeraWendyJohanna_2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y#:~:text=Seg%C3%BAn%20Hurtado%20(2008)%20afirma%20que,etapas%2C%20en%20donde%20se%20observe)

Las Naciones Unidas. (2020). Obtenido de <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/development-agenda/>

Las Naciones Unidas. (2020). Obtenido de <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/development-agenda/>

Malhotra, N. K. (1997). *Investigación de mercados*. Obtenido de <http://www.elmayorportaldegerencia.com/Libros/Mercadeo/%5BPD%5D%20Libros%20-%20Investigacion%20de%20Mercados.pdf>

Ministerio de ambiente. (s.f.). Obtenido de https://www.minambiente.gov.co/images/normativa/leyes/1997/ley_0373_1997.pdf

Ministerio de ambiente. (s.f.). Obtenido de https://www.minambiente.gov.co/images/normativa/leyes/1997/ley_0373_1997.pdf

Ministerio de ambiente. (s.f.).

Ministerio de ambiente. (s.f.). Obtenido de <https://www.minambiente.gov.co/images/normativa/app/resoluciones/res%202184%202019%20colores%20bolsas-41.pdf>

- Moran, M. (2020). *Objetivos de desarrollo sostenible, poner fin al hambre* .
- Moreno, M. A. (2010). *El blog Salmón*. Obtenido de <https://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/el-flujo-de-caja-y-su-importancia-en-la-toma-de-decisiones#:~:text=El%20Flujo%20de%20Caja%20es,empresa%20en%20un%20per%C3%ADodo%20dado.&text=La%20diferencia%20entre%20los%20ingresos,la%20liquidez%20de%20>
- Mundial, B. (2020). *Banco Mundial*. Obtenido de <https://www.bancomundial.org/es/topic/poverty/overview>
- Mundial, B. (2020). *Pobreza*. Obtenido de <https://www.bancomundial.org/es/topic/poverty/overview>
- Mundial, B. (s.f.). *Banco Mundial*.
- Negocios, E. y. (2020). 17,5 millones de personas en Colombia, en condición de pobreza. *El Tiempo*.
- Salinas, & Osorio. (2012). Obtenido de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/290/29055767013/html/index.html>
- smartpeme. (2014). *smartpeme*. Obtenido de <https://smartpeme.depo.gal/documents/10180/251588/Herramientas+ofim%C3%A1ticas/9b1a4a07-fe7d-4eb9-9ee6-efad00ec71f9;jsessionid=9134CD0AEA7F59D662E09E56DEA1AC71?version=1.0>
- Torres, M. (23 de Junio de 2021). *Rankia*. Obtenido de <https://www.rankia.cl/blog/mejores-opiniones-chile/3391122-tasa-interna-retorno-tir-definicion-calculo-ejemplos>
- UNICEF. (28 de Enero de 2021). *UNICEF* . Obtenido de <https://www.unicef.org/es/comunicados-prensa/perdida-39000-millones-comidas-escolares-desde-pandemia-presagia-crisis-nutricion>

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>Porcentaje de asociaciones del municipio de Itagiú</i>	24
Figura 2 <i>Mapa de empatía sobre los niños, niñas y adolescentes</i>	30
Fuente: <i>Elaboración propia</i>	30
Figura 3 <i>Mapa de empatía sobre empresas nacionales e internacionales</i>	30
Figura 4 <i>Mapa de empatía sobre personas naturales donantes</i>	31
Figura 5 <i>Viven menores de 18 años</i>	31
Figura 6 <i>Edad de los hijos de las personas encuestadas</i>	32
Figura 7 <i>Estrato socioeconómico al que pertenecen</i>	32
Figura 8 <i>Lugar en el cual viven</i>	33
Figura 9 <i>Aceptación de asistir a la fundación</i>	34
Figura 10 <i>Actividades preferidas</i>	36
Figura 11 <i>Ofertas alimentarias preferidas</i>	36
Figura 12 <i>Nombre más favorable para la fundación</i>	37
Figura 13 <i>Diagrama de flujo de actividades</i>	43
Figura 14 <i>Asistencia a colegio público o privado</i>	46
Figura 15 <i>Asistencia a clases extracurriculares</i>	47
Figura 16 <i>Nivel educativo de sus hijos de las personas encuestadas</i>	47
Figura 17 <i>Mapa del municipio de Itagiú</i>	53
Figura 18 <i>Genero de las personas encuestadas en el municipio de Itagiú</i>	55
Figura 19 <i>Rango de edad de las personas encuestadas</i>	55
Figura 20 <i>Rango de edad de las personas encuestadas</i>	56
Figura 21 <i>Estado civil de las personas encuestadas</i>	56
Figura 22 <i>Condición actual de las personas encuestadas</i>	57
Figura 23 <i>Porcentaje de las personas encuestadas que tienen hijos</i>	57
Figura 24 <i>Número de personas que viven en la casa de las personas encuestadas</i>	58
Figura 25 <i>Jefatura dentro del hogar de las personas encuestadas</i>	58
Figura 26 <i>Actividad actual de las personas encuestadas</i>	59
Figura 27 <i>Nivel educativo de sus hijos de las personas encuestadas</i>	59
Figura 28 <i>Preocupación por lo falta de alimentos</i>	60
Figura 29 <i>¿En el hogar se quedaron sin alimentos?</i>	60

Figura 30 <i>Algún adulto dejo de desayunar, comer o almorzar</i>	61
Figura 31 <i>Algún menor dejo de tener una alimentación saludable y balanceada.....</i>	61
Figura 32 <i>Algún menor tuvo una alimentación basada en poca variedad de alimentos</i>	62
Figura 33 <i>¿Algún menor dejo de desayunar, almorzar o comer en los últimos 3</i>	62
<i>meses?</i>	62
Figura 34 <i>¿Tuvieron que disminuir la comida de algún menor en los últimos 3 meses?</i>	63

INDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Niños, niñas y adolescentes zona rural y urbana que presentan inasistencia a las IES	20
Tabla 2.	Supuestos macroeconómicos.....	76
Tabla 3.	CAPEX	77
Tabla 4.	OPEX	78
Tabla 5.	Estado de resultados proyectado.....	79
Tabla 6.	Flujo de caja proyectado.....	80