

**ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD DE UNA FUNDACIÓN QUE OFREZCA
SERVICIOS DE REFUERZOS ESCOLARES Y ACOMPAÑAMIENTO DE TAREAS A
HIJOS DE COLABORADORES QUE ESTÉN CURSANDO GRADOS DE BÁSICA
PRIMARIA DE LA EMPRESA UNIVERSAL DE LIMPIEZA S.A.S.**

**NATALIA GUERRERO VERGARA
SEBASTIÁN VARGAS VALENCIA**

**PROYECTO INTEGRAL DE GRADO PARA OPTAR AL TÍTULO DE
ESPECIALISTA EN GERENCIA DE EMPRESAS**

ORIENTADOR:

**ÓSCAR OSWALDO GONZÁLEZ PEÑA
MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN MBA**

**FUNDACIÓN UNIVERSIDAD DE AMÉRICA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE EMPRESAS
BOGOTÁ D.C.**

2021

NOTA DE ACEPTACIÓN

Firma del Director de la Especialización

Firma del Calificador

Bogotá D.C., marzo de 2021

DIRECTIVOS DE LA UNIVERSIDAD

Presidente de la Universidad y Rector del Claustro

Dr. Mario Posada García-Peña

Consejero Institucional

Dr. Luis Jaime Posada García-Peña

Vicerrectora Académica y de Investigaciones

Dra. María Claudia Aponte González

Vicerrector Administrativo y Financiero

Dr. Ricardo Alfonso Peñaranda Castro

Secretaria General

Dra. Alexandra Mejía Guzmán

Decano de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Dr. Marcel Hofstetter Gascón

Director de la Especialización de Gerencia de Empresas

Dr. José Andrés Rueda Montaña

DEDICATORIAS

A mi amado esposo, mis adorables hijos, mis incondicionales padres y por, sobre todo, a mi insuperable Dios. Salmo 37: 4-5.

Natalia Guerrero Vergara

Dedico esta monografía principalmente a Dios que es el que reina en mi vida También a mi padre que desde el cielo ha sido una guía para mi en estos treinta años de vida, a mi madre que desde pequeño me inculco la importancia de la educación. Por otro lado, le dedico este texto a Steffany Jaramillo quien es la persona que por mas de un año estuvo a mi lado. Así como a mi compañera Natalia que con sus consejos me impulso a terminar con responsabilidad este proyecto que espero le sea útil a una población en vulnerabilidad como lo son los pequeños que queremos atender. Claramente no puedo dejar de un lado a la empresa Universal de Limpieza S.A.S. quien nos abrió las puertas para poder hacer este sueño posible.

Sebastián Vargas Valencia

AGRADECIMIENTOS

Gracias Señor por enseñarme que Tú viniste a servir y no a ser servido. Por hacerme entender que de igual manera los dones y conocimientos que me has dado debo ponerlos al servicio de otros, porque de esto nació la idea de la fundación. Gracias por la paciencia de mi familia en este tiempo de estudio, por el apoyo de mis padres, por el ánimo que constantemente sentí que me diste para culminar este proceso, por lo aprendido de mis profesores y compañeros, y por la buena disposición de la empresa ante el proyecto. Gracias mi buen y fiel Dios.

Natalia Guerrero Vergara

Quiero agradecer a Dios ante todo por que se que sin su ayuda nada es posible. Por otro lado, a la capitana de este barco que estuvo en todos los momentos de dificultad Natalia Guerrero quien con su inteligencia y entereza hizo posible este proyecto. No esta de mas darle un especial agradecimiento a mi novia Steffany Jaramillo que fue el impulso invisible durante todo este tiempo. Y, muchas gracias a los pequeños de las trabajadoras de Universal de limpieza y a la compañía que sin su existencia nada de esto tendría sentido. Les envié a todos los anteriores un abrazo desde lo mas profundo de mi corazón.

Sebastián Vargas Valencia

Las directivas de la Universidad de América, los jurados calificadores y el cuerpo docente no son responsables por los criterios e ideas expuestas en el presente documento. Estos corresponden únicamente a los autores.

TABLA DE CONTENIDO

	pág.
RESUMEN	12
INTRODUCCIÓN	13
JUSTIFICACIÓN	14
OBJETIVOS	16
1. DIAGNÓSTICO	17
1.1 Análisis de los sectores	17
1.2. Análisis de la empresa Universal de Limpieza S.A.S.	25
1.3. Matriz DOFA	27
2. ESTUDIO DE MERCADO	29
2.1. Descripción del servicio	29
2.2. Investigación del mercado	30
2.2.1. <i>Segmentación del mercado</i>	30
2.2.2. <i>Instrumento del estudio del mercado</i>	30
2.2.3. <i>Cálculo de la muestra</i>	31
2.2.4. <i>Análisis de los resultados obtenidos</i>	32
2.2.5. <i>Conclusiones de la encuesta aplicada</i>	39
2.2.6. <i>Análisis de la demanda</i>	40
2.2.7. <i>Análisis de la oferta</i>	41
2.3. Marketing mix	45
2.3.1. <i>Estrategias de producto/servicio</i>	45
2.3.2. <i>Estrategias de precio</i>	46
2.3.3. <i>Estrategias de distribución</i>	47
2.3.4. <i>Estrategias de promoción</i>	47
2.3.5. <i>Presupuesto total del marketing mix</i>	48
3. ESTUDIO DE TÉCNICO	50
3.1. Descripción y características generales del servicio	50
3.2. Tipos de servicios	51
3.3. Capacidad instalada de atención	52

3.4.	Planta física y dotación	53
3.4.1.	<i>Presupuesto dotación requerida para puesta en marcha</i>	55
3.5.	Recurso humano	56
3.6.	Perfil de proveedores	56
3.7.	Localización	57
3.7.1.	<i>Localización de las instalaciones por puntos</i>	58
4.	ESTUDIO ADMINISTRATIVO	60
4.1.	Direccionamiento estratégico	60
4.1.1.	<i>Misión</i>	60
4.1.2.	<i>Visión</i>	60
4.1.3.	<i>Propósito</i>	60
4.1.4.	<i>Objetivos estratégicos</i>	61
4.1.5.	<i>Valores</i>	62
4.1.6.	<i>Ventajas competitivas</i>	62
4.2.	Organismos de apoyo	63
4.3.	Estructura organizacional	64
4.4.	Descripción de cargos	64
4.4.1.	<i>Administrador o director</i>	65
4.4.2.	<i>Practicante universitaria</i>	66
4.4.3.	<i>Psicólogo</i>	67
4.4.4.	<i>Revisor fiscal</i>	68
5.	ESTUDIO LEGAL	69
5.1.	Información básica para la constitución de la fundación	69
5.2.	Trámites legales de constitución	69
5.3.	Presupuesto de trámites legales de constitución	72
5.4.	Otros aspectos legales a considerar	73
6.	ESTUDIO FINANCIERO	75
6.1.	Inversión	75
6.2.	Costos y gastos	77
6.3.	Ingresos operacionales	78
6.4.	Flujo de caja	78

6.5.	Indicadores financieros	79
6.5.1.	<i>Tasa interna de retorno</i>	80
6.5.2.	<i>Valor presente neto</i>	80
6.5.3.	<i>Relación costo beneficio</i>	80
7.	CONCLUSIONES	81
	BIBLIOGRAFÍA	83
	ANEXOS	86

LISTA DE FIGURAS

	pág.
Figura 1. PIB registrado por actividades servicios administrativos y apoyo	18
Figura 2. Indicadores flujo de caja para sector servicios profesionales aseo	18
Figura 3. El empleo en los servicios de limpieza	19
Figura 4. Porcentajes de tipos de fundaciones en Colombia	22
Figura 5. Porcentajes fundaciones según tipo en países latinoamericanos	22
Figura 6. Años de creación según el tipo de fundación	23
Figura 7. Porcentaje fundaciones según tipo y su número de empleados	23
Figura 8. Porcentaje fundaciones de acuerdo a tipo y población atendida	24
Figura 9. Matriz DOFA	28
Figura 10. Sexo de la muestra poblacional	32
Figura 11. Edad de la muestra poblacional	33
Figura 12. Estado Civil de la muestra poblacional	33
Figura 13. Localidad de residencia de la muestra poblacional	34
Figura 14. Estrato socioeconómico de la muestra poblacional	34
Figura 15. Cantidad de hijos de la muestra poblacional	35
Figura 16. Cantidad de hijos en primaria de la muestra poblacional	35
Figura 17. Persona encargada del cuidado de hijo en muestra poblacional	36
Figura 18. Tarifas de pago por cuidado de hijos de la muestra poblacional	36
Figura 19. Acompañamiento escolar de cuidadores en muestra poblacional	37
Figura 20. Preferencias sobre acompañamiento escolar	37
Figura 21. Valoración de tarifa del servicio según la muestra poblacional	38
Figura 22. Valoración de beneficios del servicio según muestra poblacional	38
Figura 23. Población en edad escolar PEE en localidad de Bosa para 2018	42
Figura 24. Crecimiento población escolar PEE en Bosa entre 2014 y 2018	43
Figura 25. Mapa localidad de Bosa	57
Figura 26. Objetivos estratégicos por perspectivas	61
Figura 27. Organigrama	64

LISTA DE TABLAS

	pág.
Tabla 1. Características de servicios ofrecidos por entidades similares	44
Tabla 2. Presupuesto del marketing mix	49
Tabla 3. Presupuesto de dotación de instalaciones para puesta en marcha	55
Tabla 4. Tabla de método cualitativo de localización por puntos	59
Tabla 5. Perfil de cargo del administrador	65
Tabla 6. Perfil de cargo de las practicantes universitarias	66
Tabla 7. Perfil de cargo del psicólogo	67
Tabla 8. Perfil de cargo del revisor fiscal	68
Tabla 9. Presupuesto de trámites de constitución legal	73
Tabla 10. Inversión inicial de activos fijos	75
Tabla 11. Inversión inicial de activos diferidos	76
Tabla 12. Inversión inicial por capital de trabajo y gran total de inversión	77
Tabla 13. Presupuesto de costos y gastos administrativos	77
Tabla 14. Ingresos operacionales proyectados a tres años	78
Tabla 15. Flujo de caja libre proyectado a tres años	79
Tabla 16. Cálculo del TIR, VPN y B/C	79

RESUMEN

Este proyecto tiene como objetivo la realización de un estudio de prefactibilidad para la creación de una fundación que ofrezca servicios de refuerzos escolares y acompañamiento de tareas, a hijos de colaboradores de la empresa Universal de Limpieza S.A.S. que estén cursando grados de básica primaria, en Bogotá.

Este estudio nace de la necesidad de generar un proyecto de responsabilidad social que se convierta en solución para la comunidad empresarial de UL a través del cuidado en ambientes seguros y fomento al estudio de sus niños, convirtiéndose en un diferencial valioso ante sus colaboradores, clientes y competidores.

Para esto, se realizó primeramente una consulta del sector de empresas de aseo al igual que de las fundaciones pues el proyecto involucró ambos, y posteriormente se realizó una investigación de mercados, con el fin de identificar claramente el perfil del nicho de mercado al cual se enfocaba el proyecto, y de diseñar una estrategia de marketing acertada. Tomando esta información como base, se elaboró el estudio técnico el cual involucró aspectos relacionados con la estructura física del lugar, su ubicación y el recurso humano requerido para el funcionamiento de la fundación. Luego se definió el direccionamiento y estructura organizacional de la entidad en el estudio administrativo, complementándolo con aspectos de ley en el estudio legal, y culminando con una evaluación financiera que incluyó la estimación de la inversión requerida, sus costos, gastos e ingresos, y el cálculo de los indicadores financieros más relevantes para la determinación de la factibilidad de un proyecto.

Palabras clave: Prefactibilidad, fundación, servicios, refuerzos escolares, primaria, empresas de aseo, educación.

INTRODUCCIÓN

Con la realización del presente estudio de prefactibilidad, se busca conocer la viabilidad de la creación de una fundación sin ánimo de lucro que ofrezca servicios de refuerzos escolares y acompañamiento de tareas a hijos de colaboradores de la empresa Universal de Limpieza S.A.S. que estén cursando grados de básica primaria, como parte del compromiso de responsabilidad social empresarial de esta compañía.

Esta investigación tiene como fin presentarle a la Junta Directiva de UL una alternativa financieramente viable con posibles beneficios tributarios para su empresa, que además se convierta en un diferencial que la posicione sobre las demás empresas del sector, que brinde soluciones a problemáticas socioeconómicas que viven sus colaboradores, permitiendo fortalecer su propuesta de bienestar para sus funcionarios logrando así un mayor sentido de pertenencia en sus empleados y la disminución de la rotación de personal en la empresa, lo cual constituye una de sus principales debilidades operativas, administrativas e incluso financieras de la organización desde sus inicios.

La fundación fomentará la formación educativa de los niños que reciban el servicio, pues podrán emplear su tiempo libre de forma provechosa para sus procesos de aprendizaje, estando en un ambiente seguro, con acompañamiento de personal adecuado, y con herramientas de trabajo que faciliten la elaboración de sus tareas, tales como la conectividad a internet, lo cual será un aporte a la sociedad colombiana en esa generación de futuros adultos como personas productivas para el país.

En este proyecto, se desarrollan seis estudios principales abarcando los aspectos fundamentales del análisis del sector como diagnóstico de la situación inicial, y los de los estudios de mercado, técnico, administrativo, legal y financiero, con el propósito de determinar la viabilidad o inviabilidad del mismo.

JUSTIFICACIÓN

Este estudio de perfectibilidad tiene tres grandes ámbitos de influencia: La empresa, los trabajadores y la sociedad. En cada uno de estos, se encuentran varios motivos por los cuales se debe dejar planteado un estudio de prefactibilidad, el cual será entregado a la Junta Directiva al final de la investigación que se realizará.

Cuando se habla de la responsabilidad social en las empresas, no sólo se hace referencia a beneficios para los empleados, sino que dichos beneficios se deben hacer extensibles a sus familias, ya que muchas de las preocupaciones que los empleados de las empresas acarrearán tienen que ver con problemas domésticos, y es ahí en donde este estudio generará aportes. La empresa Universal de Limpieza S.A.S. no es ajena a esta problemática, ya que cuenta con más de 700 empleados que en su gran mayoría son de estratos 1 y 2, y quienes en algunos casos presentan dificultades al momento de dejar a sus hijos en un ambiente responsable, puesto que no cuentan con familiares cercanos disponibles y dispuestos para esta labor y a que los lugares que prestan este tipo de servicios son muy costosos para ellos, por lo que se ven obligados en ocasiones a dejarlos solos en el hogar dando cabida a accidentes domésticos, entre otros riesgos.

Como contraprestación, las empresas logran generar un impacto positivo en los empleados pues desarrollarán sus tareas más tranquilas y se podrán concentrar más en sus labores diarias. Por otra parte, este impacto también se evidencia entre los clientes de la entidad, pues incluso algunos de ellos exigen que los holdings empresariales tengan este tipo de iniciativas, y al tenerlo implementado, se muestra como una empresa más humana y con un diferencial en bienestar social frente a la competencia. Otro aspecto supremamente llamativo para las compañías, es la reducción en la carga tributaria, pues para el caso particular de este estudio, se estructurará el proyecto bajo la modalidad jurídica de una fundación, de tal manera que el dinero que Universal de Limpieza S.A.S. desee invertir se hará con la figura de donación para lograr reducción en sus impuestos.

Este tipo de programas sociales ayudan a la economía colombiana, ya que impactan directamente en el PIB del país, genera una redistribución de la riqueza, ayuda a mitigar

el desempleo, pueden disminuir la tasa de deserción del colegio por parte de los niños, mitiga el riesgo de lesiones y muertes de niños por accidentes en el hogar, etc.

En el segundo gran ámbito, se tiene el impacto positivo que se logrará sobre los colaboradores de la empresa que tomen el servicio, pues no solamente tendrán la tranquilidad de tener a sus hijos en un lugar seguro con conectividad a internet, guiados por personal idóneo en etapa de prácticas profesionales de carreras de pedagogía que les ayudarán a potencializar su desempeño académico en el colegio, sino que también podrán acceder al servicio de forma fácil y a un bajo precio gracias al subsidio que realizará la empresa.

Finalmente, en el último ámbito de influencia está el de la sociedad, al cual se espera impactar de forma positiva al invertir en la infancia de nuestro país. Si bien, al momento de ser implementado el proyecto se iniciará con una prueba piloto con pocos niños, y los impactos sólo se podrán determinar con el paso del tiempo, se espera ver una buena respuesta de aceptación y acogida por parte de las familias como núcleo de la sociedad, y que esto impulse a la replicación del modelo en diferentes partes de la ciudad e incluso del país.

OBJETIVOS

Para la ejecución del estudio se plantearon los siguientes objetivos que pretenden contribuir a la resolución de la problemática planteada.

Objetivo general

Elaborar un estudio de prefactibilidad para la creación una fundación que ofrezca servicios de refuerzos escolares y acompañamiento de tareas a hijos de colaboradores que estén cursando grados de básica primaria, de la empresa Universal de Limpieza S.A.S. en la ciudad de Bogotá D.C.

Objetivos específicos

- Realizar un estudio de mercado que analice el nicho de mercado y su volumen potencial.
- Elaborar un estudio técnico que permita establecer los procesos requeridos para la ejecución del proyecto.
- Plantear un modelo organizacional y administrativo que permita el adecuado funcionamiento de la fundación.
- Realizar un estudio legal que logre identificar las normas, leyes y requisitos establecidos por el estado para la creación de una fundación de las características descritas.
- Elaborar un estudio financiero que determine la viabilidad del proyecto.

1. DIAGNÓSTICO

Por medio del siguiente diagnóstico, se mostrará el panorama del entorno que rodea las empresas dedicadas a la prestación de servicios de aseo y mantenimiento, y las condiciones de trabajo de sus colaboradores operativos, pues a partir de este contexto general se evaluará la necesidad de la creación de entidades con iniciativas sociales dirigidas a este tipo de empleados a través de las organizaciones en las que laboran. Adicionalmente, también se expondrá la situación de las entidades constituidas como fundaciones en Colombia, ya que el proyecto contempla esta naturaleza como objeto social en el desarrollo de sus actividades. Por último se presentará una matriz DOFA que integre las variables de ambos sectores en un solo diagnóstico.

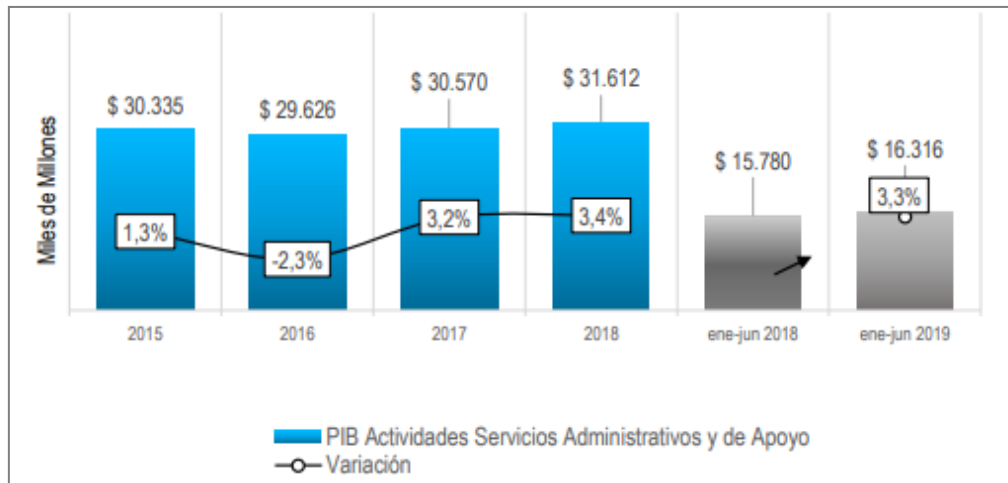
1.1. Análisis de los sectores

Las actividades desarrolladas por las empresas como Universal de Limpieza S.A.S., comprenden labores de aseo, desinfección y cafetería como principales, y servicios de mantenimiento básico o con trabajo seguro en alturas como secundarias, las cuales se brindan a oficinas, espacios residenciales y de propiedad horizontal, establecimientos comerciales e instituciones educativas, entre otros, a través de la modalidad de outsourcing o tercerización.

La empresa Sectorial, compañía experta en el análisis, monitoreo y evaluación de sectores, en su informe GCS Guía de Conocimiento Sectorial de Servicios Profesionales de Aseo 2019 expone que las actividades de servicios profesionales de aseo, las cuales se encuentran contenidas en las actividades de servicios administrativos y de apoyo, mostraron un crecimiento mayor que el PIB agregado en 2017 y 2018, como lo indica la siguiente gráfica:

Figura 1.

PIB registrado por actividades de servicios administrativos y de apoyo.

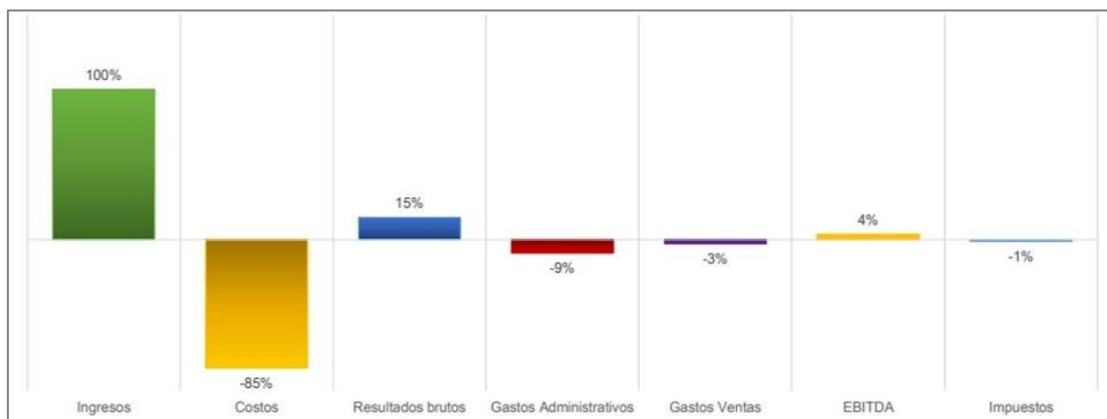


Nota. La figura muestra el comportamiento del Producto Interno Bruto de las actividades de servicios administrativos y de apoyo indicado por el DANE entre 2015 y 2018. Tomado de: Empresa Sectorial. (2019). GCS Guía de Conocimiento Sectorial de Servicios Profesionales de Aseo 2019.

En cuanto a la estructura de sus ingresos operaciones, estas empresas tienen un alto componente de costos con un 85%, gastos administrativos del 9%, gastos de ventas del 3% e impuestos del 1%, que les permite obtener un EBITDA de sólo un 4% en promedio, como lo muestra la siguiente gráfica:

Figura 2.

Indicadores del flujo de caja para el sector de servicios profesionales de aseo.

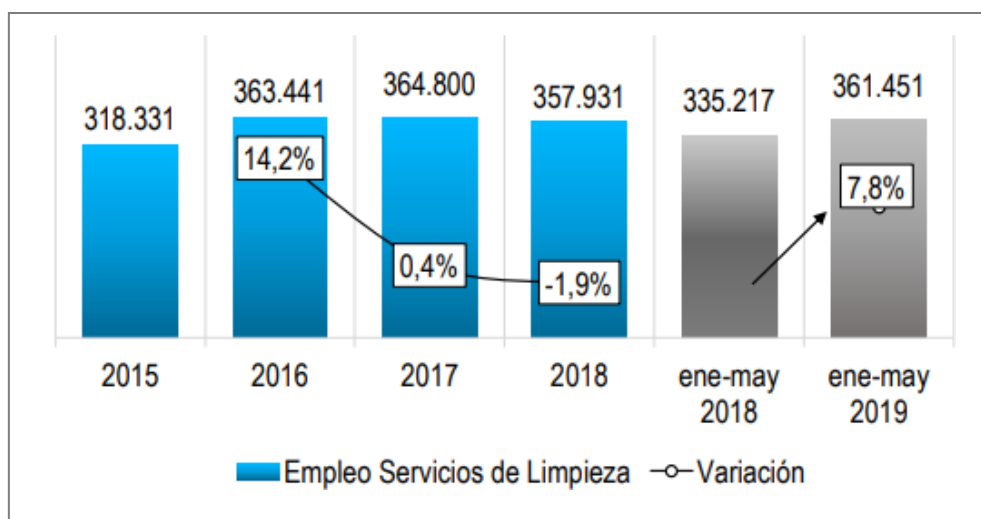


Nota. La figura muestra la participación en los ingresos operacionales del sector según lo reportado en SuperSociedades en 2018. Tomado de: Empresa Sectorial. (2019). GCS Guía de Conocimiento Sectorial de Servicios Profesionales de Aseo 2019.

En lo referente al empleo de personas para la prestación de sus servicios, en este tipo de empresas predominan las contrataciones a término inferior a un año, lo cual constituye una de las razones de la alta rotación de personal que se observa en el sector. Sin embargo, sigue siendo una industria que abarca gran cantidad de trabajadores, y que ha mantenido sus volúmenes de contratación constantes en los últimos años:

Figura 3.

El empleo en los servicios de limpieza.



Nota. La figura muestra el comportamiento del empleo generado por las actividades de servicios de limpieza según lo indicado por el DANE entre 2015 y 2018. Tomado de: Empresa Sectorial. (2019). GCS Guía de Conocimiento Sectorial de Servicios Profesionales de Aseo 2019.

Si bien este tipo de servicios profesionales son diferentes a los servicios informales de aseo como el que se presenta en los hogares, el perfil base de los trabajadores es similar. De acuerdo a la OIT y a la Escuela Nacional Sindical en su investigación llamada Historias Tras Las Cortinas: El Trabajo Doméstico en Colombia la cual fue realizada en 2019, de todos los empleados domésticos del país, el 96% son mujeres, el 77% recibe pago en especie, el 61% devenga menos de un salario mínimo, y el 38% sólo estudió hasta la primaria.

Este panorama da una idea de las limitaciones y dificultades que esta población puede presentar en aspectos socioeconómicos, es por esta razón, que las iniciativas de orden

social se hacen necesarias como parte de la responsabilidad empresarial de las compañías de este gremio, como grandes empleadores del país.

Pese a esto, no son muchas las empresas que han tomado la decisión de abanderar programas, crear fundaciones u organizaciones sin ánimo de lucro que hagan parte de sus beneficios de bienestar para sus empleados, pues muchas han decidido volcar sus esfuerzos a la protección del medio ambiente, demostrando un bajo impacto con uso de productos amigables y propendiendo por el cuidado del ecosistema, tales como Eulen Colombia, EasyClean G&E, y Brillaseo.

Dentro del pequeño grupo de empresas con iniciativas sociales, se encuentran las siguientes:

- Casalimpia S.A.: Cuentan con la Fundación Jaime y Lucía, la cual lleva 10 años contribuyendo con la educación secundaria y/o técnica de sus colaboradores y la de sus hijos. Se enfocan en el desarrollo de competencias técnicas alineadas con las necesidades laborales, con el fin de permitirles avanzar en su desarrollo laboral dentro de Casalimpia, y dar facilidad de oportunidades de empleabilidad a sus hijos. Cuentan con alianzas con el Instituto Técnico Industrial Centro Don Bosco y con la Universidad Minuto de Dios.
- Brilladora El Diamante: Cuenta con su fondo de empleados Fediamante, el cual además de los servicios propios del fondo, desarrolla proyectos de impacto para el fortalecimiento social y económico, generando programas de bienestar para el mejoramiento de la calidad de vida de sus participantes.
- Brillaseo: Cuenta con un programa de inclusión laboral de personas provenientes del conflicto armado, lo cual les ha merecido varios reconocimientos por diferentes organizaciones gubernamentales y no gubernamentales.
- Servilimpieza: Cuenta con su fundación Risas al Viento que brinda ayuda a personas en situación vulnerable

Es importante tener en cuenta, que las empresas con iniciativas sociales que se mencionaron anteriormente, son las compañías líderes en el sector, las cuales presentan los ingresos operacionales más altos y los mayores volúmenes de personal, sin embargo, esto no quiere decir que esta necesidad no esté presente en el resto de las compañías del sector de menor tamaño, evidenciando la oportunidad de generar un diferencial entre las compañías de menor tamaño como Universal de Limpieza S.A.S.

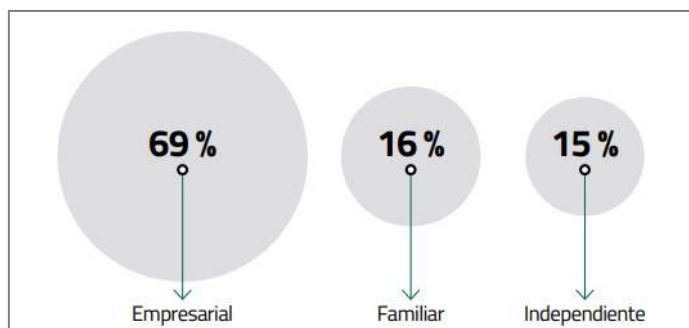
De forma paralela, es también importante entender la dinámica del sector de las fundaciones en Colombia, ya que su contexto es totalmente diferente al de los otros tipos de empresas, no sólo por los aspectos legales de su constitución, sino por su objeto social, sus fuentes de ingreso, entre otros.

De acuerdo a la investigación Las Fundaciones en Colombia, realizada en 2018 por la Asociación de Fundaciones Familiares y Empresariales AFE en colaboración con el Ash Center for Democratic Governance y el Hauser Institute for Civil Society, del Harvard Kennedy School quienes realizan el Reporte Global de Filantropía en el que participan más de veinte países del mundo, contando con el apoyo de la Oficina de Alianzas Estratégicas del Banco Interamericano de Desarrollo, se define como fundación corporativa o empresarial, a una “fundación privada que deriva sus bienes y fondos de una empresa o grupo empresarial. Aunque tiene afiliación con la empresa, es independiente de ella.” Además de este tipo de fundación, dicho estudio también tipifica a las fundaciones familiares y a las fundaciones independientes, sin embargo, el interés del presente análisis sectorial estará enfocado en las fundaciones empresariales.

Según la figura a continuación, se muestra cómo el 69% de las fundaciones en Colombia corresponden a fundaciones empresariales, seguido por un 16% de las familiares y un 15% restante de las independientes.

Figura 4.

Porcentajes de tipos de fundaciones en Colombia.

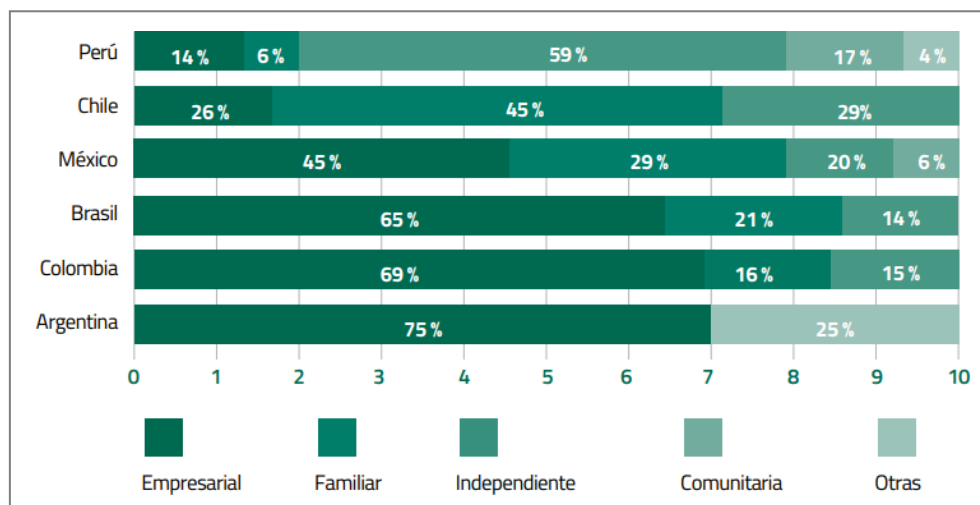


Nota. La figura muestra la participación de las fundaciones en Colombia según su tipo, en 2018. Tomado de: Nodoka. (2019). Las Fundaciones en Colombia, Características, Tendencias y Desafíos. [Archivo en pdf]. https://www.nodoka.co/apc-aa-files/319472351219cf3b9d1edf5344d3c7c8/reporte-final-abril_1.pdf

Este comportamiento en Colombia, de participación liderada por las fundaciones empresariales, es relativamente similar al comportamiento presentado por otros países latinoamericanos como Brasil y Argentina, tal como se muestra a continuación:

Figura 5.

Porcentajes de fundaciones según su tipo en otros países latinoamericanos.

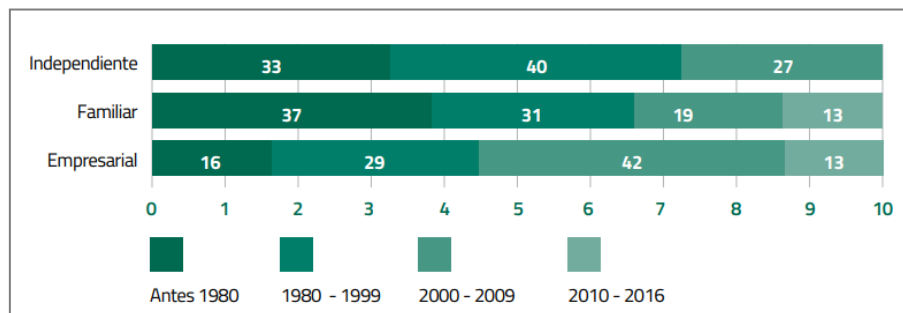


Nota. La figura muestra el comportamiento de participación de cada tipo de fundación, en seis países latinoamericanos, para 2018. Tomado de: Nodoka. (2019). Las Fundaciones en Colombia, Características, Tendencias y Desafíos. [Archivo en pdf]. https://www.nodoka.co/apc-aa-files/319472351219cf3b9d1edf5344d3c7c8/reporte-final-abril_1.pdf

En cuanto a la aparición de las fundaciones en Colombia, se podría decir que es un tipo de empresa que cuenta con un tiempo de presencia en el país importante, y que ya son un sector relevante por su antigüedad, tal como lo muestra la siguiente figura:

Figura 6.

Años de creación según el tipo de fundación.

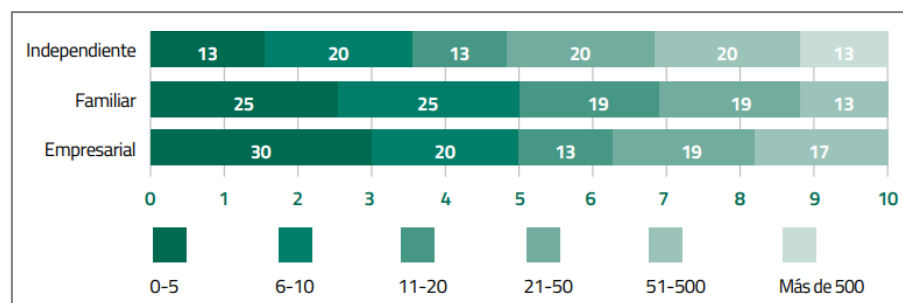


Nota. La figura muestra la antigüedad de las fundaciones en Colombia, según su tipo, desde 1980 hasta 2016. Tomado de: Nodoka. (2019). Las Fundaciones en Colombia, Características, Tendencias y Desafíos. [Archivo en pdf]. https://www.nodoka.co/apc-aa-files/319472351219cf3b9d1edf5344d3c7c8/reporte-final-abril_1.pdf

De acuerdo a la figura anterior, se observa que el 55% de las fundaciones empresariales fueron creadas entre el año 2000 y el 2016, lo que muestra un auge significativo. En lo referente al tamaño, a continuación se muestra que el 50% de las empresariales cuentan con una estructura de recursos humanos de uno a diez empleados, lo cual será precisamente lo requerido por este proyecto:

Figura 7.

Porcentaje de fundaciones según su tipo y su número de empleados.

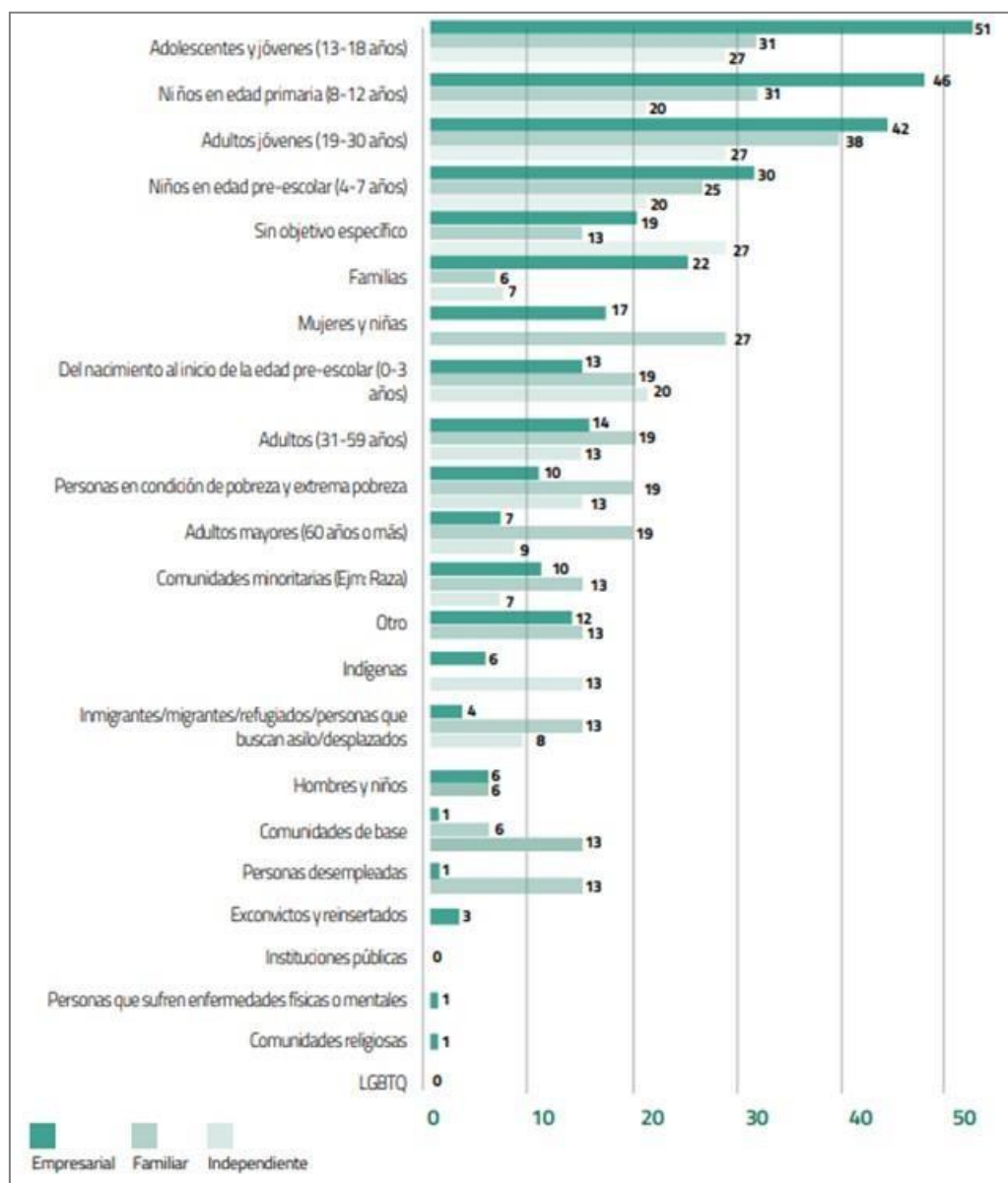


Nota. La figura muestra la participación de cada tipo de fundación, según la cantidad de empleados que tiene. Tomado de: Nodoka. (2019). Las Fundaciones en Colombia, Características, Tendencias y Desafíos. [Archivo en pdf]. https://www.nodoka.co/apc-aa-files/319472351219cf3b9d1edf5344d3c7c8/reporte-final-abril_1.pdf

En cuanto a las poblaciones apoyadas, existe un amplio abanico de grupos de interés que son atendidos. Debido a que una misma fundación puede tener programas dirigidos a varias poblaciones vulnerables, los datos que a continuación se muestran no corresponden a respuestas excluyentes, por lo que los porcentajes no suman 100%:

Figura 8.

Porcentaje de fundaciones de acuerdo a su tipo y población atendida.



Nota. La figura muestra las diferentes poblaciones atendidas por las fundaciones en Colombia, distribuidas según el tipo de fundación. Tomado de: Nodoka. (2019). Las Fundaciones en Colombia, Características, Tendencias y Desafíos. [Archivo en pdf]. https://www.nodoka.co/apc-aa-files/319472351219cf3b9d1edf5344d3c7c8/reporte-final-abril_1.pdf

Según lo expuesto por la figura 8, el 51% de las fundaciones empresariales tienen programas de atención a jóvenes y adolescentes de 13 a 18 años de edad, seguido por el 46% que atienden a niños en edad primaria entre los 8 y 12 años.

Como conclusión, se puede decir que el 69% de las fundaciones existentes en Colombia son fundaciones empresariales, las cuales han sido creadas en un 55% a partir del año 2000 mostrando un dinamismo importante en estos últimos años. El 50% de ellas cuentan con menos de diez empleados, y en 46% se dedican a atender poblaciones de niños de edad primaria entre los 8 y los 12 años de edad. Este perfil es justamente el que tendrá la fundación para los hijos de los colaboradores de Universal de Limpieza S.A.S.

1.2. Análisis de la empresa Universal de Limpieza S.A.S.

Universal de Limpieza S.A.S. es una empresa familiar, constituida con 100% capital colombiano en el año 2006, que brinda soluciones de servicios a través de recurso humano calificado en aseo, cafetería, servicios especializados de mantenimiento y labores administrativas. Cuenta con maquinaria e insumos de alta calidad, para la prestación de sus servicios en todos los sectores de la economía a nivel nacional, teniendo como objetivo la satisfacción de las necesidades de sus clientes. Es una empresa certificada bajo la norma ISO 9001:2015 y dispone de un Departamento de Calidad y SST fortalecido, que atiende todos los requerimientos relacionados con estos dos temas.

En su portafolio ofrecen los siguientes servicios:

- Servicio Integral de Aseo
- Servicio Integral de Aseo y Cafetería
- Servicio de Mantenimiento Básico
- Servicios de Mantenimiento Especializado
- Personal Administrativo
- Maquinaria e Insumos
- Servicios Especiales de Limpieza y Desinfección

Dentro de su portafolio, los servicios que se consideran como los principales son el Servicio Integral de Aseo y el Servicio Integral de Aseo y Cafetería, pues éstos dos representan alrededor del 85% de los ingresos de la compañía.

UL registró a 31 Diciembre 2019 ingresos operacionales de \$15.996'226.667, activos totales de \$4.966'595.224, pasivos totales de \$1.553'155.196, y utilidad neta de 4,36%.

Cerró 2019 con una planta de casi 800 colaboradores de los cuales el 4% ocupan cargos administrativos y el restante tiene cargos operativos; con alrededor de 200 clientes de diversos sectores de la economía tanto entidades privadas como públicas, una rotación de cartera inferior a 120 días, y presencia a nivel nacional con sede principal en Bogotá.

Sin embargo, pese a este panorama económico favorable en su generalidad, la empresa tiene grandes problemas con la rotación de su personal de hasta 10,5% mensual en 2019, lo que ocasiona pérdida de dinero y tiempo en procesos de selección, contratación, dotación, y entrenamiento, y por otra parte, genera inestabilidad en los servicios, vulnerabilidad por riesgos de seguridad, y molestias en los clientes.

Para contrarrestar este comportamiento, la empresa cuenta con un plan de bienestar, que le ofrece a sus colaboradores la participación en actividades como la semana de la salud y la celebración de fin de año, el acceso a servicios de odontología y optometría con descuento por nómina, tarifas especiales en planes exequiales, y descuentos en planes turísticos a través de una agencia de viajes con la que se tiene convenio. Sin embargo, esto no genera ningún tipo de beneficio diferencial frente a otras compañías de aseo que genere arraigo a la empresa, ya que son los beneficios tradicionales que tienen este tipo de compañías, por lo que no hay una retención de personal gracias a este programa.

Estos problemas de rotación de personal generan inconvenientes internos, ya que la empresa no es ágil en el cubrimiento de colaboradores cuando se presentan ausencias por renuncias o novedades de la operación como permisos e incapacidades, lo que termina degenerando la relación con sus clientes hasta el punto de incluso ser causal de la terminación de los contratos o de generar descuentos en la facturación.

Adicional a esta situación de falta de diferenciales para fidelizar al cliente interno, ocurre de la misma manera con el cliente externo, pues ellos no perciben claramente cuáles son las ventajas competitivas de UL como compañía y en el servicio que ofrece.

Esta ausencia de diferenciales en el servicio es una condición generalizada en las empresas del sector de aseo, lo que desemboca en una “guerra de precios” entre los competidores y mostrando al cliente que el mayor beneficio ofrecido por el proveedor que elija será el precio de venta favorable, mas no su servicio. Infortunadamente, esto también se presenta por la falta de regulación de tarifas por parte de alguna superintendencia, como sí se hace en el servicio de vigilancia privada, en el que se vela por mantener precios justos que garanticen las buenas condiciones laborales y salariales del personal, y que evita la creación de nuevas empresas que no cumplan con los estándares mínimos para con sus empleados.

1.3. Matriz DOFA

Siendo esta una de las principales herramientas estratégicas desde el punto de vista práctico del mundo empresarial, a continuación se muestra la matriz aplicada a la empresa Universal de Limpieza y al sector de las fundaciones, con el fin de identificar las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas, e igualmente con el propósito de formular posibles estrategias relacionadas con el proyecto en estudio de viabilidad:

Figura 9.

Matriz DOFA.



	<p align="center"><u>FORTALEZAS - F</u></p> <ol style="list-style-type: none"> Los servicios de aseo son de primera necesidad e indispensables en diferentes lugares y situaciones, lo que le permite a la empresa mantenerse en operación constante. UL cuenta con una estabilidad económica que le permite ser una compañía sólida en el mercado. UL tiene presencia a nivel nacional. 	<p align="center"><u>DEBILIDADES - D</u></p> <ol style="list-style-type: none"> UL presenta altos niveles de rotación que afectan las relaciones comerciales con los clientes, los procesos operativos para del servicio, pérdida de dinero por dotación y EPP entregados, reprocesos para el área de selección, pérdida de tiempo y esfuerzo por el entrenamiento brindado, riesgos de seguridad por retiro e ingreso de personal a la empresa y a las instalaciones de los UL tiene tiempos de respuesta largos en el cubrimiento de novedades, en caso de presentarse inasistencias por renuncias, calamidades domésticas, o incapacidad médica, lo que genera inconformidades del cliente e incluso descuentos en la facturación por no prestación del servicio, lo que agrava la problemática de la rotación del personal. UL no cuenta con un programa de bienestar sólido y atractivo que genere la fidelización del cliente interno, y que disminuya la alta rotación UL no cuenta con diferenciales reales en su servicio ni como compañía frente al resto de empresas del sector
<p align="center"><u>OPORTUNIDADES - O</u></p> <ol style="list-style-type: none"> UL tiene la posibilidad de desarrollar un carácter social como diferencial competitivo, debido al perfil socioeconómico de los colaboradores y a que gran parte de la competencia no lo hace. Cada vez más los clientes potenciales toman en cuenta los programas de bienestar de las empresas como factor evaluador en la selección de proveedores. Debido a la naturaleza del servicio, de los clientes y de la capacidad operativa y financiera de UL, se identifican oportunidades de expansión no sólo a otras ciudades del país, sino incluso en el exterior, replicando el mismo modelo de negocio. De acuerdo al sector de fundaciones analizado, UL cumple con las características de una compañía que puede crear una fundación empresarial que le brinde beneficios a los hijos de sus colaboradores Debido al auge en la creación de nuevas fundaciones, existe información sobre la normatividad para su inicio y operación, cumpliendo con los requerimientos de ley, lo que le permitirá a UL crear su fundación empresarial sin correr ningún riesgo legal. Según las leyes tributarias del país, UL podría tener beneficios de esta índole. 	<p align="center"><u>ESTRATEGIA FO</u></p> <p align="center">Participación en procesos litigiosos de empresas privadas y del estado en Bogotá y otras ciudades del país, en los que se muestre como uno de sus grandes diferenciales su compromiso social hacia sus colaboradores, con el fin de ganar nuevos clientes y a hacer más rentable la compañía al aumentar sus ingresos.</p>	<p align="center"><u>ESTRATEGIA DO</u></p> <p align="center">Desarrollo del programa de responsabilidad social que complemente su plan de bienestar actual, con la creación de una fundación empresarial que brinde beneficios para los hijos de los colaboradores, como estrategia para la disminución de la rotación personal y el ausentismo de colaboradoras, por no tener con quién dejar a sus hijos pequeños en casa luego de su jornada escolar.</p>
<p align="center"><u>AMENAZAS - A</u></p> <ol style="list-style-type: none"> Alto nivel de competencia ya que debido a la ausencia de diferenciales en el servicio, el precio de venta termina siendo el determinante en las negociaciones. No hay regulación legal sobre la actividad de servicios de aseo y sus precios por parte de alguna superintendencia, lo que facilita la creación de nuevos competidores. 	<p align="center"><u>ESTRATEGIA FA</u></p> <p align="center">Inclusión en la estrategia de mercadeo de la empresa el mostrar la empresa como compañía sólida por su trayectoria, experiencia, estabilidad financiera, y compromiso social con sus colaboradores.</p>	<p align="center"><u>ESTRATEGIA DA</u></p> <p align="center">Inclusión en la estrategia de mercadeo de la empresa el dar a conocer la creación de la fundación como iniciativa social de la organización, para lograr la retención de sus colaboradores, y para contrarrestar y mitigar la alta competencia con empresas antiguas y nuevas del sector, evitando entrar en la habitual guerra de precios gracias a ese</p>

Nota. La figura muestra las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas, e igualmente con el propósito de formular posibles estrategias relacionadas con el proyecto en estudio.

2. ESTUDIO DE MERCADO

A través de este estudio de mercado se buscará definir el perfil del consumidor, determinar la posible demanda del servicio que se prestará, determinar la zona más conveniente para el funcionamiento de la fundación, la estimación del precio que los consumidores estarían dispuestos a pagar por el servicio, entre otros.

2.1. Descripción del servicio

El servicio que se prestará en la fundación es el de acompañamiento escolar para los niños que estén cursando básica primaria, hijos de colaboradores de Universal de Limpieza S.A.S., que se encuentren en la ciudad de Bogotá.

Para brindar un servicio de calidad, se contará con practicantes de pedagogía, docencia y carreras afines, de reconocidas universidades del país. Los refuerzos académicos y acompañamiento en la elaboración de tareas, se enfocarán en las áreas de estudio básicas: Ciencias naturales, ciencias sociales, matemáticas, español, e inglés nivel básico.

Se les brindará acompañamiento a los infantes en las tareas que les hayan asignado en su respectivo colegio, haciendo énfasis en el fortalecimiento de las debilidades o dificultades en el aprendizaje que se identifiquen en el estudiante. Lo anterior con el fin de mejorar sus procesos académicos y facilitarle la comprensión de los temas de las diferentes áreas cognitivas. Es importante tener en cuenta, que estos niños reciben sus clases en sus colegios con un gran número de compañeros, lo que dificulta que sus profesores puedan identificar sus áreas débiles y hacer algún refuerzo adicional para nivelarlos con el resto del grupo, situación que se podrá ver superada gracias al acompañamiento que reciban los niños en la fundación, pues será de manera más personalizada que en sus colegios.

Por otra parte, los días en los que los estudiantes lleguen sin tareas asignadas por su colegio, se les dirigirán actividades para el desarrollo y afianzamiento de habilidades cognitivas. Estas actividades se desarrollarán de manera grupal con la supervisión de una de las practicantes, que tendrá como responsabilidad guiarlos y observar su

comportamiento social y evolución. De presentarse problemas en algunos de estos aspectos, se tendrá una psicóloga quien irá dos o tres veces por semana para hablar con los estudiantes y fortalecerlos en su inteligencia emocional y habilidades no académicas.

Dicho lo anterior, la fundación buscará potenciar a cada uno de los niños participantes, tanto en los aspectos académicos como en los aspectos sociales, brindándoles una formación complementaria, sana y estratégica para asumir los retos de la secundaria, y lograr mayores oportunidades laborales a futuro.

2.2. Investigación del mercado

La presente investigación de mercados tiene por objetivo recolectar datos de manera sistemática para poder lograr un mejor conocimiento del consumidor, y tomar mejores decisiones en cuanto a las estrategias que se diseñen en el marketing mix, siendo de tipo explorativa con un tipo de muestreo no probabilístico, por conveniencia.

2.2.1. Segmentación del mercado

Se define como segmento para la investigación del mercado a los trabajadores de Universal de Limpieza S.A.S. con hijos que cursan grados de básica primaria, que vivan en Bogotá.

Como información adicional, se conoce que el rango salarial de las personas encuestadas está entre \$877.803, es decir el SMMLV para el año 2020 sin tener en cuenta el auxilio de transporte, y \$950.000, según información de la nómina de UL para los cargos de auxiliares de aseo. Adicionalmente, también se conoce que el nivel educativo definido en el perfil de los procesos de selección y contratación, es de Básica Primaria para este cargo.

2.2.2. Instrumento del estudio del mercado

Para poder obtener la información relacionada con el grupo objetivo del presente estudio, se escogió la encuesta como el instrumento del estudio de mercado.

Dicha encuesta fue aplicada a través de Google Forms, enviada por WhatsApp a los celulares de los colaboradores que viven específicamente en Bogotá, puesto que lo deseado es que la fundación opere en Bogotá y no en alguno de los municipios de Cundinamarca, ya que las oficinas administrativas de Universal de Limpieza S.A.S. también se encuentran ubicadas en Bogotá, y esto permitirá mayor conexión entre ambas entidades. El formato de la encuesta se encuentra en los anexos del documento.

2.2.3. Cálculo de la muestra

Para obtener el tamaño de la muestra y determinar el número de encuestas necesarias a realizar, se aplicó la siguiente fórmula académica, teniendo en cuenta que aunque hay alrededor de 500 colaboradores que trabajan en Bogotá, algunos de ellos viven en municipios de Cundinamarca, por lo que el tamaño de la población objetivo es de alrededor de 460 colaboradores que viven específicamente en alguna de las 20 localidades de Bogotá:

$$n = \frac{N * Z^2 * P * Q}{D^2 * (N - 1) + Z^2 * P * Q}$$

N = tamaño de la población	460
Z = nivel de confianza	1,9
P = probabilidad de éxito	0,03
Q = probabilidad de fracaso	0,97
D = precisión	0,03

$$n = \frac{460 * 1,9^2 * 0,03 * 0,97}{0,03^2 * (460-1) + 1,9^2 * 0,03 * 0,97}$$

$$n = 93$$

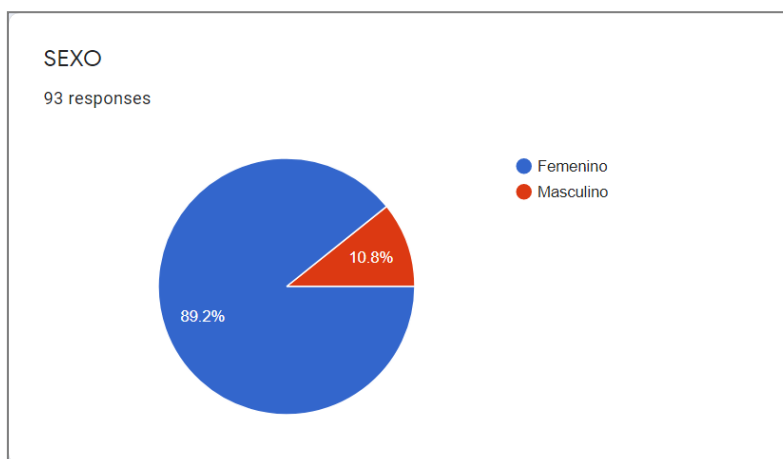
De acuerdo a los cálculos realizados, se deben aplicar al menos 93 encuestas para el estudio de mercados del nicho seleccionado, con una precisión del 3% y un nivel de confiabilidad de 90%, lo que permite extraer una muestra representativa de una población total estimada en aproximadamente 460 colaboradores que residen en Bogotá.

2.2.4. Análisis de los resultados obtenidos

Habiendo aplicado la encuesta a 93 colaboradores, tal como lo indicaba el cálculo de la muestra poblacional, los siguientes son los resultados a cada pregunta formulada en la encuesta:

Figura 10.

Sexo de la muestra poblacional.

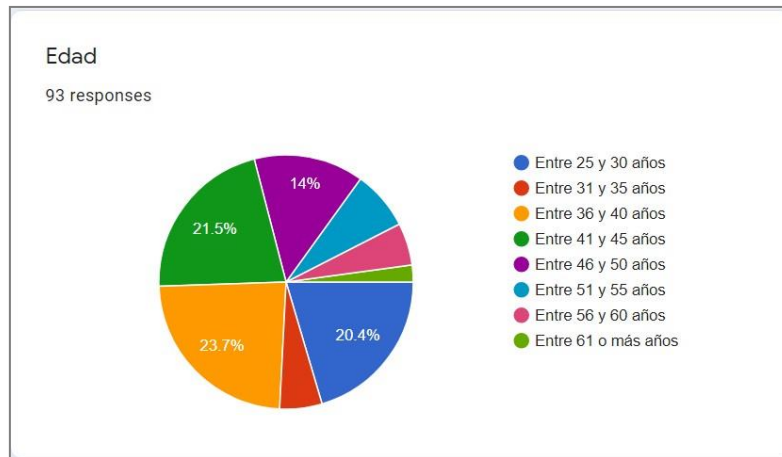


Nota. La figura muestra los porcentajes de cada sexo de los encuestados.

Según los porcentajes obtenidos, 83 de las 93 personas encuestadas son mujeres, mostrando una clara mayoría del 89,2%

Figura 11.

Edad de la muestra poblacional.

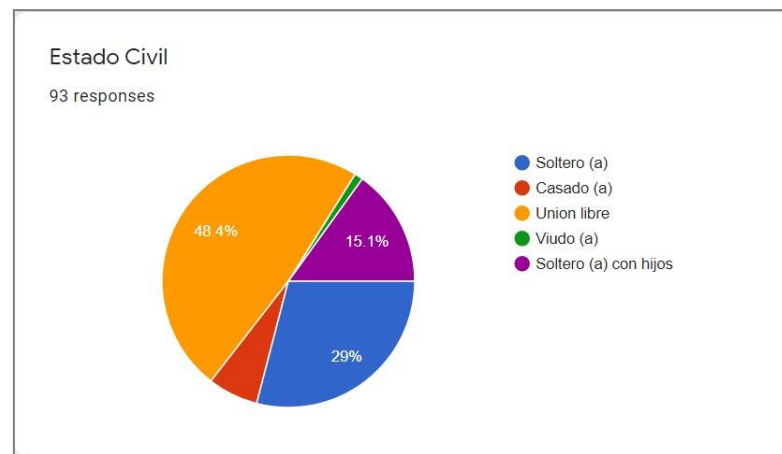


Nota. La figura muestra los porcentajes de cada rango de edad de los encuestados.

Si bien se muestran cuatro rangos con valores altos, el de mayor registro es el de 36 a 40 años.

Figura 12.

Estado Civil de la muestra poblacional.

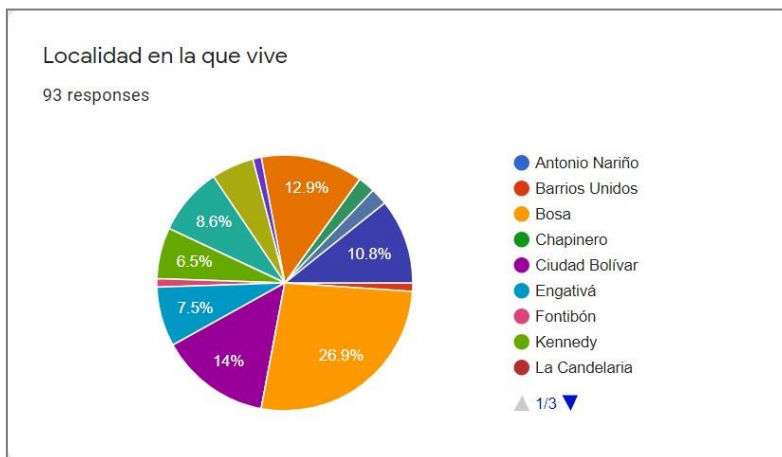


Nota. La figura muestra los porcentajes de cada estado civil de los encuestados.

Aunque el 48,4% corresponden a personas que se encuentran en pareja en unión libre, también llama la atención el porcentaje de 15,1% correspondientes a personas solteras pero con hijos.

Figura 13.

Localidad de residencia de la muestra poblacional.

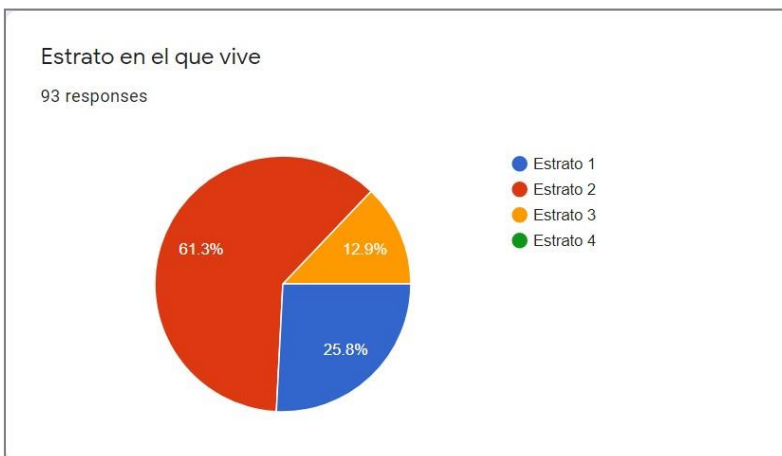


Nota. La figura muestra los porcentajes de población de cada localidad en Bogotá de los encuestados.

Como se observa, la localidad de Bogotá que registra mayor porcentaje es la de Bosa, alcanzando un 26,9%.

Figura 14.

Estrato socioeconómico de la muestra poblacional.

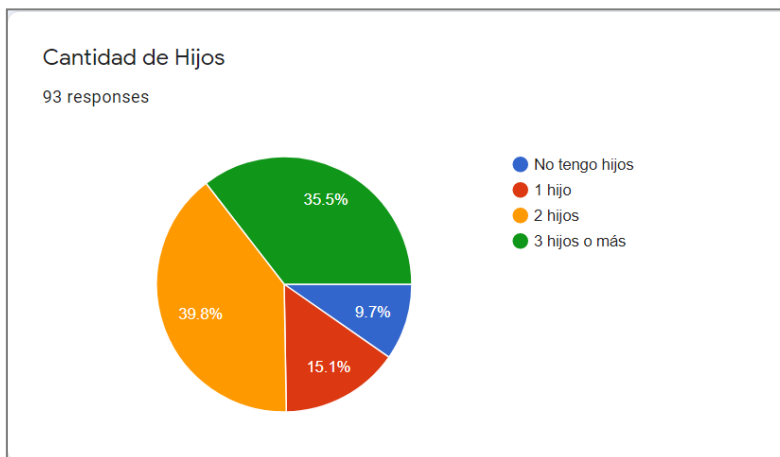


Nota. La figura muestra los porcentajes de cada estrato socioeconómico al que pertenecen los encuestados.

En cuanto al estrato socioeconómico, el que mayormente predomina es el estrato 2 con un 61,3%.

Figura 15.

Cantidad de hijos de la muestra poblacional.

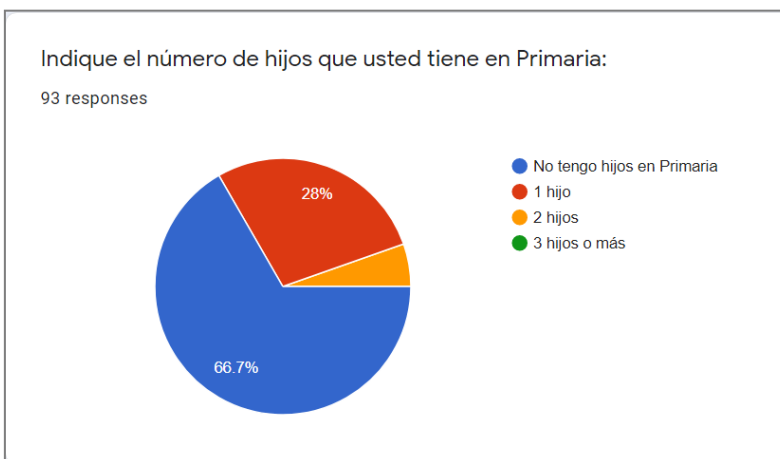


Nota. La figura muestra la cantidad de hijos de los encuestados.

Por otra parte, una característica importante del grupo evaluado es el hecho de ser padres o madres de familia, ya que los resultados indican que el 90,3% de la muestra poblacional indica serlo.

Figura 16.

Cantidad de hijos en primaria de la muestra poblacional.

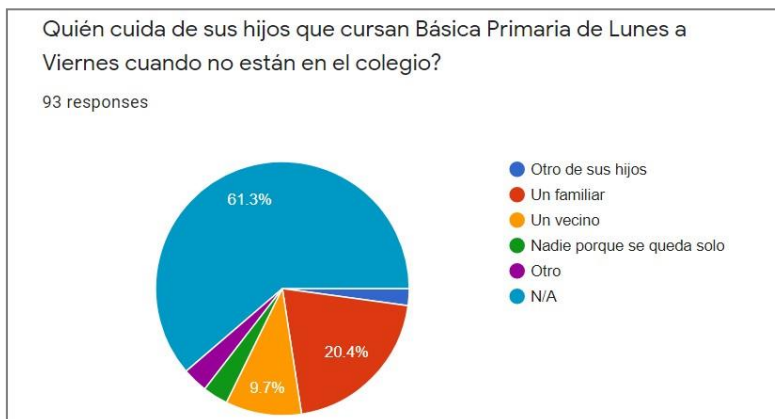


Nota. La figura muestra la cantidad de hijos de los encuestados que están cursando grados de básica primaria.

De los padres y madres de familia encuestados, el 33,3% cuentan con al menos un hijo en grados de básica primaria.

Figura 17.

Persona encargada del cuidado de hijo en primaria de la muestra poblacional.



Nota. La figura muestra las personas o entidades que tienen a cargo el cuidado de los hijos de los encuestados que están cursando grados de básica primaria.

Para esta pregunta, también se dio la indicación de seleccionar N/A en caso de no tener hijos en Primaria, por lo que para analizar las cifras se recalculan los porcentajes sobre el restante de la muestra. Al observar los resultados, las dos opciones que presentan mayores valores son un familiar con un 52,7%, y un vecino con un 25,1%.

Figura 18.

Tarifas de pago por el cuidado de hijos en primaria de la muestra poblacional.

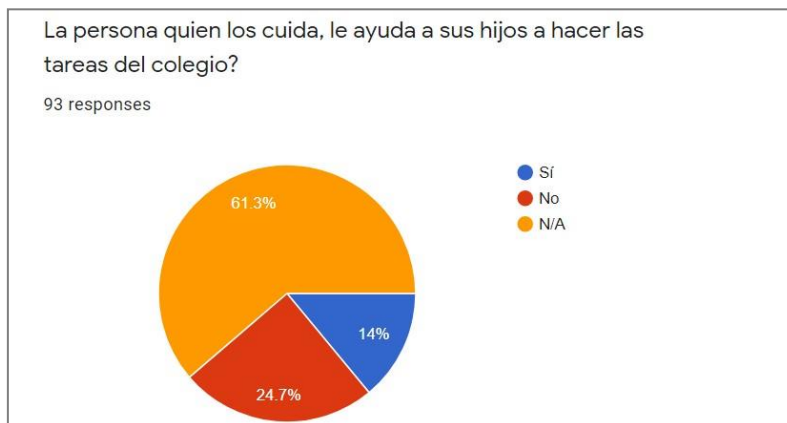


Nota. La figura muestra los rangos de tarifas pagados a quienes tienen a cargo el cuidado de los hijos de los encuestados que están cursando grados de básica primaria.

Como se ve y manteniendo la proporcionalidad, el 29,3% de los padres no paga nada por el cuidado de sus hijos, y el 70,7% restante paga entre los \$20.000 y \$150.000.

Figura 19.

Acompañamiento escolar de cuidadores de hijos en primaria de la muestra poblacional.

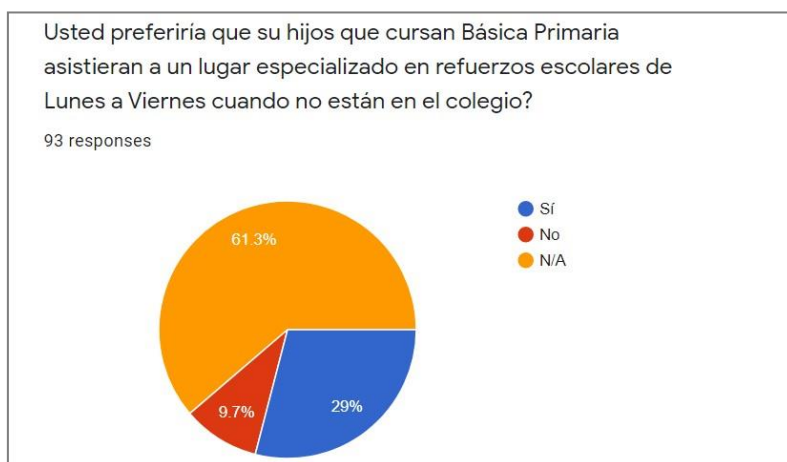


Nota. La figura muestra en qué porcentaje los cuidadores brindan acompañamiento escolar a los hijos de los encuestados que están cursando grados de básica primaria.

De acuerdo a los resultados, en el 63,8% de los casos no se recibe apoyo escolar para los niños.

Figura 20.

Preferencias sobre acompañamiento escolar.



Nota. La figura muestra en qué porcentaje los encuestados preferirían un servicio especializado en vez del servicio que reciben por parte de los cuidadores de sus hijos que están cursando grados de básica primaria.

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos, se calcula que el 74,9% de los padres de niños en primaria preferiría recibir acompañamiento especializado en refuerzos escolares para sus hijos que están en Primaria, cuando no están en sus clases.

Figura 21.

Valoración de tarifa del servicio según la muestra poblacional.



Nota. La figura muestra la tarifa que estarían dispuestos a pagar los encuestados para acceder al servicio que ofrecerá la fundación.

Las respuestas indican que hay dos rangos de tarifas elegidos con el mismo porcentaje de preferencia por los encuestados, estos son, de \$20.000 a \$50.000, y de \$50.000 y \$75.000, ambas opciones con el 33,3% de aceptación cada una.

Figura 22.

Valoración de beneficios del servicio según la muestra poblacional.



Nota. La figura muestra el valor dado por los colaboradores al servicio de la fundación como beneficio de impacto positivo en sus labores.

Tomando en cuenta las debidas proporciones, el comportamiento de la gráfica indica que el 57,8% de los padres con hijos en primaria califican con 5 esta pregunta, indicando que este servicio le ayudaría a desempeñar sus labores de mejor manera, estando más tranquilos y a gusto.

2.2.5. Conclusiones de la encuesta aplicada

- El 89,2% de la población muestral son mujeres
- El 23,7% tiene entre 36 y 40 años
- El 48,4% se encuentran en unión libre, y el 15,1% son solteros con hijos
- El 26,9% de la muestra vive en la localidad de Bosa, la cual es la que presenta mayor residencia de los encuestados
- El estrato socioeconómico que predomina es el 2, con un 61,3%
- El 90,3% son padres de familia
- El 33,3% de los padres de familia cuentan con al menos un hijo en grados de básica primaria
- El 52,7% dice tener a sus hijos en grados de primaria, bajo el cuidado de un familiar, y el 25,1% bajo el cuidado de un vecino
- El 29,3% de los padres de familia no paga nada por el cuidado de sus hijos, sin embargo, el 70,7% restante paga algún monto entre los \$20.000 y \$150.000
- El 63,8% de los casos no recibe apoyo escolar para los niños, por parte de las personas que los cuidan
- El 74,9% de los padres de niños en primaria preferiría recibir acompañamiento especializado en refuerzos escolares para sus hijos que están en Primaria, cuando no están en sus clases
- Los dos rangos de tarifas que estarían dispuestos a pagar por un servicio especializado para sus hijos son, de \$20.000 a \$50.000, y de \$50.000 y \$75.000, ambas opciones con el 33,3% de aceptación cada una.

- El 57,8% de los padres con hijos en primaria califican con la mayor valoración, para indicar que este servicio le ayudaría a desempeñar sus labores de mejor manera, estando más tranquilos y a gusto.

2.2.6. Análisis de la demanda

Para primeramente determinar el tamaño del mercado se tendrá en cuenta el total de la población que vive en la localidad Bosa, para lo que a continuación se calcula la cantidad de colaboradores en la misma proporción de la muestra sobre la población total:

Total de la Población en Estudio =	460
Proporción Residentes en Bosa de la Muestra =	26,90%
Estimación de Población Total Residentes en Bosa =	124

Adicionalmente, se debe considerar que sólo el 9,7% de la muestra indicó no tener hijos, por lo que se calcula que:

Estimación de Población Total Residentes en Bosa =	124
Proporción Padres de Familia de la Muestra =	90,3%
Estimación Población Total Padres de Familia Residentes en Bosa =	112

Por último, también se tiene en cuenta la proporción de padres con hijos en grados de básica primaria, así:

Estimación Población Total Padres de Familia Residentes en Bosa =	112
Proporción Padres de Familia con Hijos en Primaria de la Muestra =	33,3%
Estimación Población Total Padres de Familia Residentes en Bosa con Hijos en Primaria =	37

Como conclusión, se determina que el tamaño del mercado en el que estará inmersa la fundación, es de 37 colaboradores de UL que son padres de familia con al menos un hijo en Primaria, residentes en la localidad de Bosa.

Por último, teniendo en cuenta los resultados obtenidos en la encuesta, el 74,9% de los padres de niños en primaria preferiría recibir acompañamiento especializado en refuerzos escolares para sus hijos que están en Primaria, cuando no están en sus clases, lo que muestra claramente la intención de compra o adquisición del servicio especializado que ofrecerá la fundación.

2.2.7. Análisis de la oferta

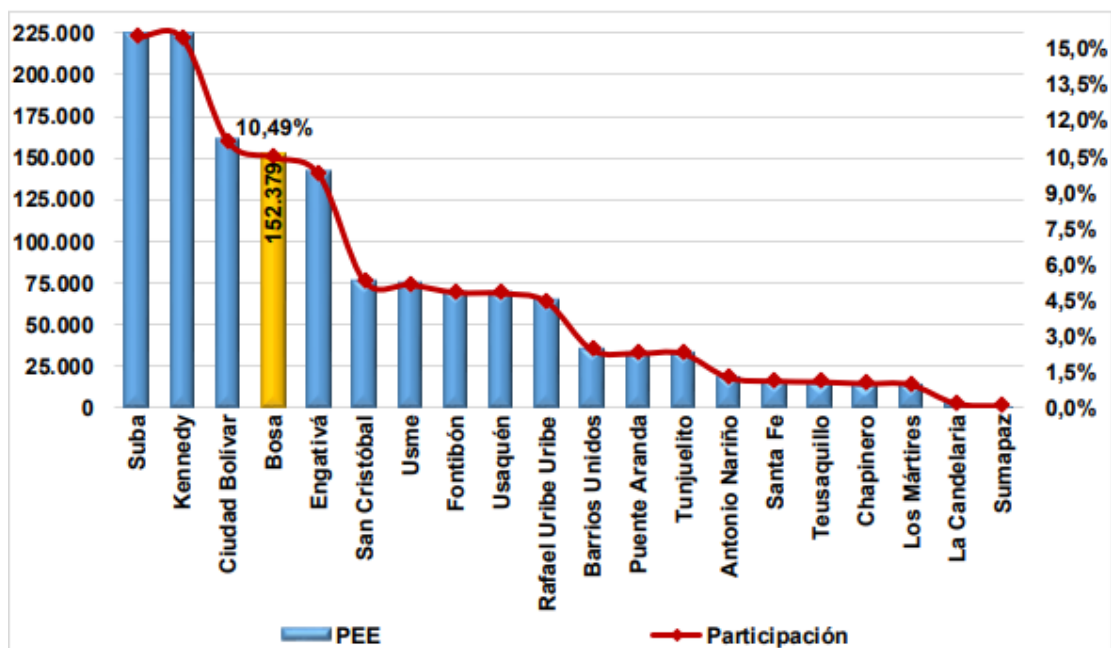
Siendo Bosa la localidad escogida en el presente estudio como la de mayor concentración de población objetivo, a continuación, se presentan algunos datos generales sobre esta zona y sus condiciones en cuanto a los servicios de educación se refiere:

La localidad de Bosa está ubicada al suroccidente de Bogotá, limitando al norte y al este con la localidad de Kennedy, al sur con la localidad de Ciudad Bolívar y el municipio de Soacha, y al oeste con los municipios de Soacha y Mosquera, y por su territorio cruzan dos aluviales, el Río Bogotá y el Río Tunjuelo.

De acuerdo a las proyecciones del DANE, en Bosa la población con edad escolar (PEE) la cual está entre los 5 y los 16 años de edad, en 2018 fue de 152.379 habitantes, y representa el 10,49% del total de PEE en Bogotá, alcanzando la cuarta posición en comparación a las demás localidades, como se muestra en la siguiente figura:

Figura 23.

Población en edad escolar PEE en localidad de Bosa para 2018.

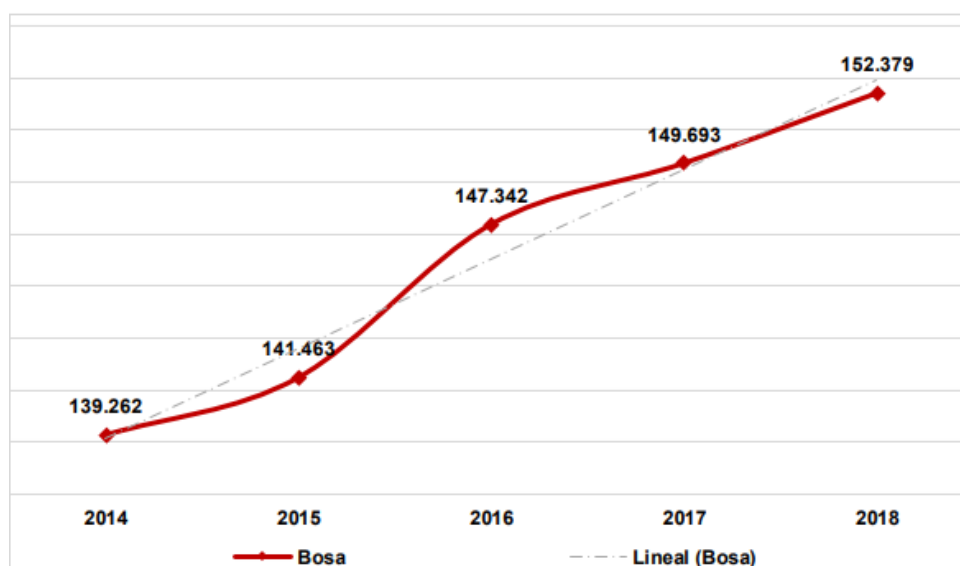


Nota. La figura muestra la ubicación de la localidad de Bosa frente a las otras localidades en cantidad de PEE a 2018. Tomado de: Educación Bogotá. (2018). Caracterización del Sector Educativo Año 2018. [Archivo en pdf]. https://www.educacionbogota.edu.co/portal_institucional/sites/default/files/inline-files/7-Perfil_caracterizacion_localidad_Bosa_2018.pdf

Según las proyecciones y mediciones realizadas por la Oficina Asesora de Planeación y el Grupo de Gestión de la Información del DANE, partiendo del Censo de 2005, esta población en particular, tuvo el siguiente comportamiento de crecimiento en años recientes, como lo muestra figura a continuación:

Figura 24.

Crecimiento de la población en edad escolar PEE en Bosa entre 2014 y 2018.



Nota. La figura muestra la evolución de la PEE en Bosa de 2014 a 2018. Tomado de: Educación Bogotá. (2018). Caracterización del Sector Educativo Año 2018. [Archivo en pdf]. https://www.educacionbogota.edu.co/portal_institucional/sites/default/files/inline-files/7-Perfil_caracterizacion_localidad_Bosa_2018.pdf

Para tratar de cubrir la demanda de educación de dicha población, Bosa cuenta con 141 establecimientos educativos distribuidos en las cinco Unidades de Planeamiento Zonal o UPZ, entre los que se identifican 88 colegios No Oficiales (62,4%) y 53 Oficiales (37,6%).

Al analizar el comportamiento de dicha demanda, la Secretaría de Educación ha indicado que el mayor requerimiento de cupos se concentra en básica primaria con una participación de 39,3%. En cada grado entre 1º y 5º se presenta un promedio similar, registrándose la mayor proporción en grado 5º que alcanza 8,2%, y la menor en los grados 2º y 3º con 7,7% respectivamente.

Si bien el Distrito hace un gran esfuerzo por cubrir las necesidades educativas de la localidad, no se evidencia ningún programa de apoyo a los estudiantes de estas edades para complementar su educación escolar a través de acompañamiento en la realización de tareas o refuerzos escolares, que les permitan potenciar las habilidades,

conocimientos y destrezas a los niños de forma extracurricular, de acuerdo a lo expuesto en el Plan de Acción 2016-2020 de la Secretaría de Educación Distrital, en el cual se muestra la asignación presupuestal a cada iniciativa a desarrollar.

Por otro lado, como parte de la presente investigación, se lograron ubicar dos entidades en la localidad de Bosa que ofrecen servicios similares a los que brindaría la fundación, y esta es la información extractada de ellos:

Tabla 1.

Características de servicios ofrecidos por entidades similares.

	NOMBRE DE LA ENTIDAD	Smart Kids	Centro Cultural Masaharu
	DIRECCIÓN	Carrera 87D # 51-14 Sur. Barrio: Bosa Betania	Calle 65G Sur # 79B-36 - Piso 2. Barrio: Jiménez de Quesada
	CANTIDAD NIÑOS ATENDIDOS	55	10
	EDADES	5 años a 16 años	4 años en adelante, incluyendo adultos
	INSTALACIONES SEGURAS	Casa	Salones
	TIPO DE ENTIDAD	Empresa no registrada, de tipo informal	Empresa no registrada, de tipo informal
SERVICIOS OFRECIDOS	ACOMPAÑAMIENTO TAREAS	Sí	Sí
	REFUERZO ESCOLAR	Sí	Sí
	HABILIDADES COGNITIVAS	Sí	Sí
	OTROS	Cursos Especiales: Tejido, inglés, cocina	Cursos Especiales: Artes marciales, idioma japonés, dibujo manga, guitarra.
	ASISTENCIA PSICOLÓGICA	No	Sí
	TRANSPORTE	No	No
	ALIMENTACIÓN	Sí, para algunos casos y se cobra un adicional	No
	INFORME A PADRES	Sí	Sí
RECURSOS TECNOLÓ. Y DIDÁCT.	COMPUTADORES	No	Cuentan 2 computadores
	WI-FI	No	Sí
	BIBLIOTECA	Sí	Sí
	MATERIALES PAPELERÍA	No	No
RRHH	CANTIDAD MAESTROS	4	10
	PERFIL	2 Tecnólogas, 1 Estudiante Licenciatura, 1 Madre de Familia	1 Psicólogo, Músicos, Tecnólogos y técnicos
	PROPORCIÓN MAESTRO / NIÑOS	1 Maestro por cada 13 niños	
	ESTUDIO SEGURIDAD	No	No
	HORARIOS	Horario 1: L-V de 7:00 am a 10:00 am Horario 2: L-V de 2:00 pm a 4:00 pm Horario 3: L-V de 4:00 pm a 6:00 pm Cursos Especiales: Sáb de 8:00 am a 1:00 pm	Según agendamiento y disponibilidad de alumno y maestro
	TARIFA MENSUAL	\$ 70.000	Hora de clase: \$13.000 20 horas (L-V): \$260.000
	FORMA DE PAGO	En efectivo en el lugar	En efectivo en el lugar, pago por hora

Nota. La tabla muestra algunos detalles de los servicios ofrecidos por entidades similares a la fundación que están ubicadas en la localidad de Bosa.

La información anterior es de utilidad para conocer entidades similares en la zona, sin embargo, según el estudio de mercados realizado, actualmente la población objetivo no contrata a estas organizaciones. En realidad, tomando como base los resultados de la encuesta, se observa que las dos alternativas por las que optan los padres de familia para el cuidado de sus hijos, es a través de un familiar con un 52,7%, y por un vecino con un 25,1%, las cuales se identifican como dos servicios sustitutos al servicio que ofrecerá la fundación, pues ninguno de ellos cumple a cabalidad con la descripción de lo brindado por la fundación.

2.3. Marketing mix

Al definir el Marketing Mix del proyecto, se realizará un análisis de estrategia de aspectos internos, en el que se tendrán en cuenta los cuatro variables principales del negocio, las cuales son producto o servicio como en este caso, precio, plaza y promoción, más conocidas como las 4P, creadas por el estadounidense Jerome McCarthy. A partir de estos fundamentos, se construirá una estrategia de mercadeo en la que se mezclen los recursos adecuados para alcanzar el objetivo planteado.

2.3.1. Estrategias de producto/servicio

Según la población encuestada en el estudio de mercado, se muestra la ausencia de acompañamiento y seguimiento académico que en la mayoría de los casos no le ofrecen a los niños las personas que los cuidan, registrando el 63,8% del segmento.

Por esta razón y por otras anteriormente mencionadas, se definen las siguientes características como estrategias diferenciadoras en el servicio ofrecido por la fundación:

- Acompañamiento en la elaboración de tareas escolares y realización de refuerzos académicos
- Desarrollo de habilidades cognitivas (atención, memoria, comprensión, etc.) en tiempos libres

- Instalaciones seguras para los niños con riesgos moderados y planes de emergencia diseñados
- Personal idóneo para realizar acompañamiento en tareas y refuerzos académicos
- Personal con estudio de seguridad previo y verificación de antecedentes
- Recursos tecnológicos como computadores, impresoras y conexión a internet
- Suministro de materiales básicos para realización de tareas (cartulina, pinturas, papel de colores, etc.)
- Retroalimentación periódica a los padres sobre evolución del niño
- Asistencia psicológica básica para casos específicos que lo requieran

Al comparar estos diferenciales con los ofrecidos por los sustitutos identificados anteriormente, se evidencia una clara superioridad en beneficio de los niños.

2.3.2. Estrategias de precio

Según el estudio aplicado al nicho poblacional, en la actualidad el 29,3% de los padres de familia no paga nada por el cuidado de sus hijos, sin embargo, el 70,7% restante paga algún monto entre los \$20.000 y \$150.000.

Por otra parte, al preguntarle a los encuestados sobre el monto que estaría dispuesto a pagar por un servicio especializado como el que ofrecerá la fundación, indicaron que hay dos rangos de tarifas elegidos con el mismo porcentaje de preferencia los cuales son: De \$20.000 a \$50.000, y de \$50.000 y \$75.000, ambas opciones con el 33,3% de aceptación cada una.

Por esta razón, se define que el valor que deberán pagar los padres de familia por el servicio de la fundación al mes por niño, deberá ser cercano a estos rangos, lo cual será analizado en el estudio financiero del presente proyecto. Estos valores son congruentes con el rango de mayor elección en la pregunta sobre la tarifa que actualmente pagan los padres por el cuidado de sus hijos, ya que el rango entre \$50.000 y \$100.000 obtuvo el 26,8%. Con esta cuota mensual, los padres no variarán drásticamente su economía, y sí les podrán brindar un servicio especializado de calidad a sus hijos, en un lugar seguro, con personas idóneas y confiables, y con recursos tecnológicos y didácticos óptimos, a través de la fundación.

Adicional a los recursos recibidos por las cuotas de los padres de familia, Universal de Limpieza S.A.S. aportará un valor adicional para terminar de cubrir los gastos operativos de la fundación. Dicho valor será definido en el estudio financiero del presente proyecto.

2.3.3. Estrategias de distribución

Teniendo en cuenta que la fundación prestará un servicio en el que los consumidores finales, es decir los niños, lo tomarán directamente en las instalaciones donde se ubicará la fundación, no se requiere intermediarios para la distribución del servicio

2.3.4. Estrategias de promoción

Si bien el servicio de la fundación está dirigido únicamente a los hijos de los colaboradores de Universal de Limpieza y no a otros niños, la promoción de la fundación no estará dirigida únicamente a la población objetivo, sino que también se dará a conocer información a nuestros clientes como parte de la estrategia de mercadeo de UL para fidelizar sus clientes actuales y captar nuevos clientes potenciales.

A continuación listamos las principales estrategias de promoción, con el objetivo de informar y persuadir a los colaboradores, y de comunicar a los clientes:

- Diseño de piezas publicitarias para distribución a través de WhatsApp a las líneas personales de los empleados de UL, con el fin de darles a conocer la propuesta y sus beneficios. El envío de esta información lo realizará la Dirección de Recursos Humanos, con el fin de captar la atención de los trabajadores y lograr hacer seguimiento a aquellos que muestren interés.
- Apertura de cuentas en Facebook e Instagram a nombre de la fundación. Inicialmente no se considera relevante invertir en una página web, por lo que toda la información se dará a conocer por estos canales.

- Diseño de piezas publicitarias para distribución a través de las redes sociales de Universal de Limpieza (Facebook, Instagram, Twitter y LinkedIn) y de la fundación (Facebook e Instagram), buscando dar a conocer este nuevo diferencial de carácter social, a los clientes actuales y potenciales.
- Realización de tours de visita de padres e hijos a las instalaciones previamente programados, en los que los padres puedan conocer las instalaciones con sus recursos didácticos y tecnológicos, e igualmente tengan contacto con equipo de practicantes y la psicóloga. A cada asistente se le brindará un sencillo refrigerio como agradecimiento por su visita. Teniendo en cuenta la estimación de la población determinada anteriormente, se proyectan alrededor de 120 visitantes incluyendo al menor, esto es, dos adultos por cada niño. Esto tendrá como fin generar en los padres confianza y certeza de que sus hijos estarán seguros y bien dirigidos en sus actividades formativas, y también le permitirá a los niños conocer el lugar y explorarlo para sentirse a gusto y cómodo.
- Grabación de videoclip de la fundación en el que se muestren las instalaciones y se invite a los colaboradores de UL a inscribir a sus hijos. Este video será difundido a través del WhatsApp de los colaboradores y publicado en las redes sociales de Universal de Limpieza y de la fundación.

Para la imagen corporativa en los diseños gráficos que se requieran, el nombre de la entidad será Fundación Reforzados y Valientes, usando como slogan la frase “Afirmando niños conquistadores”.

2.3.5. Presupuesto total del marketing mix

En la siguiente tabla se listan las estrategias planteadas y sus costos respectivos:

Tabla 2.*Presupuesto del marketing mix.*

ESTRATEGIA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Diseño de piezas publicitarias para distribución a través de WhatsApp	2	\$ 80.000	\$ 160.000
Apertura de cuentas en Facebook e Instagram a nombre de la fundación	2	\$ 0	\$ 0
Diseño de piezas publicitarias para distribución a través de las redes sociales	2	\$ 80.000	\$ 160.000
Realización de tours de visita de padres e hijos a las instalaciones y entrega de refrigerio	120	\$ 4.000	\$ 480.000
Grabación de videoclip de la fundación	1	\$ 350.000	\$ 350.000
		TOTAL INVERSIÓN	\$ 1.150.000

Nota. La tabla muestra el costo total de las estrategias planteadas en el marketing mix del proyecto.

3. ESTUDIO TÉCNICO

Para este estudio técnico se tendrá en cuenta que la fundación operará en la localidad de Bosa, ya que en esta localidad se encontró el mayor volumen de demanda. Se comenzará la operación con un número cercano a 40 niños, teniendo en cuenta que se podría ampliar el cupo a futuro si la demanda así lo requiere. Para la atención de estos pequeños se contará con cuatro empleados de planta, los cuales serán tres practicantes universitarios y un administrativo, y adicionalmente se contará también con una psicóloga que prestará su servicio de dos o tres veces por semana.

Vale resaltar que el servicio que se prestará es un servicio privado y únicamente lo podrán disfrutar los hijos de los empleados que cursen básica primaria de la empresa Universal De Limpieza S.A.S.

3.1. Descripción y características generales del servicio

El servicio que se prestará en la fundación es el de acompañamiento escolar para los niños que estén cursando básica primaria, hijos de colaboradores de Universal de Limpieza S.A.S., que se encuentren en la ciudad de Bogotá.

Para brindar un servicio de calidad, se contará con practicantes de pedagogía, docencia y carreras afines, de reconocidas universidades del país. Los refuerzos académicos y acompañamiento en la elaboración de tareas, se enfocarán en las áreas de estudio básicas: Ciencias naturales, ciencias sociales, matemáticas, español, e inglés nivel básico.

Se les brindará acompañamiento a los infantes en las tareas que les hayan asignado en su respectivo colegio, haciendo énfasis en el fortalecimiento de las debilidades o dificultades en el aprendizaje que se identifiquen en el estudiante. Lo anterior con el fin de mejorar sus procesos académicos y facilitarle la comprensión de los temas de las diferentes áreas cognitivas. Es importante tener en cuenta, que estos niños reciben sus clases en sus colegios con un gran número de compañeros, lo que dificulta que sus profesores puedan identificar sus áreas débiles y hacer algún refuerzo adicional para nivelarlos con el resto del grupo, situación que se podrá ver superada gracias al

acompañamiento que reciban los niños en la fundación, pues será de manera más personalizada que en sus colegios.

Por otra parte, los días en los que los estudiantes lleguen sin tareas asignadas por su colegio, se les dirigirán actividades para el desarrollo y afianzamiento de habilidades cognitivas. Estas actividades se desarrollarán de manera grupal con la supervisión de una de las practicantes, que tendrá como responsabilidad guiarlos y observar su comportamiento social y evolución. De presentarse problemas en algunos de estos aspectos, se tendrá una psicóloga quien irá dos o tres veces por semana para hablar con los estudiantes y fortalecerlos en su inteligencia emocional y habilidades no académicas.

Dicho lo anterior, la fundación buscará potenciar a cada uno de los niños participantes, tanto en los aspectos académicos como en los aspectos sociales, brindándoles una formación complementaria, sana y estratégica para asumir los retos de la secundaria, y lograr mayores oportunidades laborales a futuro.

El horario del servicio será de 2 pm a 7 pm, de lunes a viernes, a partir de mediados de enero y hasta mediados de diciembre. Al finalizar la jornada, los niños sólo se le entregarán al padre de familia o acudiente mayor de edad con previa autorización escrita de los padres.

El servicio de psicología se prestará dos o tres veces por semana, teniendo como principal función el realizar seguimiento a los temas conductuales y procesos académicos de los infantes, dando retroalimentación de los hallazgos a los padres.

También se brindará servicio de biblioteca, con el cual los niños podrán llevarse a sus casas libros en préstamos hasta por dos días, motivando el hábito de la lectura en ellos.

Es importante tener en cuenta que el transporte y la alimentación de los niños, estará a cargo de los padres de los menores.

3.2. Tipos de servicios

Los tres servicios principales que ofrecerá la fundación son:

- Acompañamiento en tareas: Consiste en brindarle al niño apoyo en la elaboración de las tareas asignadas en su colegio, lo cual implicará un seguimiento personalizado a cada estudiante por parte del tutor (practicante universitario), ayudándolo a fortalecer las

áreas en las que mayor dificultad presente. Este será el servicio prioritario, sin embargo, en caso de que los niños no tengan asignación de tareas, se brindarán los otros dos servicios.

- **Fortalecimiento de habilidades cognitivas:** Las habilidades cognitivas son procesos mentales que se desarrollan desde la niñez, relacionados con la recepción, selección, procesamiento, almacenamiento y recuperación de información, necesarios para el relacionamiento con el mundo exterior, tales como la atención y la memoria. Éstas serán afianzadas a través de actividades lúdicas y juegos para que los niños puedan compartir con otros niños, y desarrollarlas entre todos.
- **Refuerzo académico complementario:** Para este servicio se utilizarán los manuales de aprendizaje de Colombia Aprende, ya que lo que busca este servicio es que, si los estudiantes no tienen tareas impuestas por sus colegios, la fundación le pueda brindar un refuerzo académico a través de ejercicios y actividades para el fortalecimiento de las áreas de ciencias naturales, inglés, ciencias sociales, español y matemáticas, principalmente. Se tomaron estos manuales como referencia ya que provienen de un programa gubernamental, avalado por el Ministerio de Educación Nacional.

3.3. Capacidad instalada de atención

Teniendo en cuenta la estimación de la demanda resultante de la encuesta, la capacidad de atención que se tendrá en la fundación será de 40 niños, quienes estarán organizados por grupos según el servicio que vayan a tomar cada día. Se contará con una planta física adecuada y el mobiliario necesario para la atención de los menores, con mesas, equipos de cómputo, baños e implementos requeridos para el desarrollo y funcionamiento de la organización. También se contará con personal idóneo, el cual estará al pendiente de los estudiantes. De esta manera se busca garantizar la protección de los infantes y buen funcionamiento de la fundación, prestando un servicio de calidad para cada uno de los asistentes y siempre teniendo en mira el bienestar y el desarrollo de los pequeños.

3.4. Planta física y dotación

El decreto 138 del 2004 indica los requerimientos básicos para poner en marcha alguna entidad que brinde servicios de educación en Bogotá. Si bien la fundación no será una institución educativa formal, el presente proyecto contemplará el cumplimiento de dicha normatividad en cuanto a las especificaciones técnicas de la planta física en la que funcionará, al igual que lo expuesto en la NSR -98, NTC 4595 y NTC 9596, y a la Ley 400 de 1997, y Decretos 33 de 1998 y 34 de 1999, los cuales establecen que se deberá cumplir con los siguientes parámetros en la planta física de la fundación:

- Se deben garantizar 2 m² construidos por cada niño.
- Las instalaciones deben contar con patio interior o estar cerca de un parque o zona verde.
- Si las instalaciones tienen más de un piso, las escaleras deben estar adecuadas con pasamanos y protección del acceso a escaleras.
- Se debe contar con una unidad sanitaria como mínimo por cada 20 niños.
- Se debe contar con una unidad sanitaria mínimo para los adultos.

Adicionalmente, la fundación deberá observar todo lo dispuesto en el Decreto 332 de 2004 "por el cual se organiza el régimen y el sistema para la prevención y atención de emergencias en Bogotá y se dictan otras disposiciones", en lo referente a la realización análisis de riesgos, planes de contingencia y medidas de prevención y mitigación.

Teniendo en cuenta lo anteriormente dispuesto por la reglamentación para entidades de actividades similares a las de la fundación, se estipula que la planta física en la que se ofrecerá y prestará los servicios, deberá tener aproximadamente 180 m² con el fin de garantizar buen espacio para cada niño y empleado, en la que se gozará de todos los servicios públicos (agua, luz, gas, e internet). También deberá contar como mínimo con dos unidades sanitarias para los niños y una independiente para los adultos. Si bien no habrá preparación de alimentos en la fundación, sí tendrá una cocina que pueda funcionar en caso de ser necesario para servir algún tipo de alimento que lleven los niños al tomar sus onces a media tarde. Por la importancia de las actividades lúdicas que se

llevarán a cabo con los niños, será indispensable contar con un parque cercano, o preferiblemente con un patio interno.

En cuanto a la distribución del lugar, se tendrá un espacio destinado como sala de cómputo en el que se pondrán a disposición de los niños diez computadores portátiles y diez tablets con acceso a internet, pero teniendo los bloqueos correspondientes para menores, esto con el fin de motivar la investigación y el uso de las tecnologías en ellos, y así facilitar sus procesos de refuerzo académico.

En la segunda área se ubicarán diez pupitres individuales para que los niños realicen sus tareas y, en caso de que no las tengan, realicen las guías dirigidas por cada uno de los practicantes para el desarrollo de sus habilidades cognitivas en el área requerida, ya sea matemáticas, ciencias sociales, ciencias naturales, español o inglés.

Por último, se tendrá el área de actividades lúdicas, en la cual se ubicarán cuatro mesas con seis sillas cada una, esto con el fin de hacer grupos de interacción entre los estudiantes para el desarrollo de actividades para el fortalecimiento de habilidades cognitivas, a través de ejercicios de motricidad, manualidades, pintura, origami, etc.

Para complementar la dotación de estos espacios, también se contará con dos televisores, dos equipos de sonido y dos video beams para facilitar la muestra de material audiovisual educativo a los niños.

El último espacio para los niños, será una pequeña biblioteca dotada con cuentos y textos de las áreas de estudio anteriormente mencionadas, acorde a la edad de los niños. Esta área contará con muebles para guardar los libros y cinco puf para la cómoda lectura.

Finalmente, también se dispondrá de un área administrativa en donde se tendrá un escritorio, cuatro sillas, dos archivadores y un computador. En este espacio se situará la persona de administración a desempeñar las funciones correspondientes a su cargo.

Para la limpieza y el mantenimiento locativo básico del lugar, Universal de Limpieza S.A.S. proporcionará el personal idóneo para estas labores.

3.4.1. Presupuesto dotación requerida para puesta en marcha

De acuerdo a la anterior descripción de los requerimientos necesarios en la planta física, se determina el siguiente presupuesto:

Tabla 3.

Presupuesto de dotación de instalaciones para puesta en marcha

Inversión Inicial	Moneda	Cantidad	Valor Unitario	Costo Total
Biblioteca	\$ COP			1,370,000
Libros	\$ COP	40	10,000	400,000
Mueble Libros	\$ COP	2	180,000	360,000
Cuentos	\$ COP	50	3,000	150,000
PUF	\$ COP	5	30,000	150,000
Sillas	\$ COP	8	20,000	160,000
Mesa	\$ COP	1	150,000	150,000
Admón./Cafetería/Baño	\$ COP	2	300,000	3,300,000
Escritorio	\$ COP	1	180,000	180,000
Computador	\$ COP	1	10,000	10,000
Sillas	\$ COP	4	20,000	80,000
Mueble de Elementos	\$ COP	2	180,000	360,000
Archivador	\$ COP	4	80,000	320,000
Batería De Baño	\$ COP	4	180,000	720,000
Lavamanos	\$ COP	4	50,000	200,000
Camilla Y Cuello	\$ COP	1	150,000	150,000
Botiquín	\$ COP	1	50,000	50,000
Cocineta	\$ COP	1	250,000	250,000
Microondas	\$ COP	1	200,000	200,000
Cámaras	\$ COP	6	130,000	780,000
Área Computo	\$ COP			7,820,000
Computadores	\$ COP	10	500,000	5,000,000
Tablets	\$ COP	10	220,000	2,200,000
Sillas	\$ COP	16	20,000	320,000
Mesa	\$ COP	2	150,000	300,000
Área Tareas	\$ COP			2,500,000
Pupitres	\$ COP	15	120,000	1,800,000
Tablero	\$ COP	2	200,000	400,000
Sillas	\$ COP	15	20,000	300,000
Área Lúdica	\$ COP	2	300,000	3,230,000
Mesas	\$ COP	4	150,000	600,000
Tablero	\$ COP	2	200,000	400,000
Sillas	\$ COP	24	20,000	480,000
Equipo De Sonido	\$ COP	1	150,000	150,000
Videobeam	\$ COP	1	600,000	600,000
Televisores	\$ COP	2	500,000	1,000,000
Total	\$ COP			18,220,000

Nota. La tabla muestra el costo total de la dotación de la planta física requerida para la puesta en marcha de la fundación.

3.5. Recurso humano

Como mano de obra directa se incorporarán tres practicantes universitarias de carreras afines a licenciaturas y pedagogía, provenientes de universidades acreditadas y reconocidas del país. Ya que las tareas desarrolladas por ellas harán parte de sus prácticas empresariales para graduarse, la Universidad también será parte fundamental en el seguimiento de su desempeño. Por otra parte, para las labores administrativas se tendrá un Administrador, y para la asistencia y seguimiento de los niños se dispondrá de una psicóloga quien realizará de dos a tres visitas a la semana.

Como mano de obra indirecta, será necesaria la participación de un revisor fiscal con pago por honorarios, y una auxiliar de limpieza asignada por Universal de Limpieza.

3.6. Perfil de proveedores

Con el fin de tener proveedores de trayectoria, seriedad y que cuenten con un sentido de responsabilidad social y con el medio ambiente, se les exigirá la siguiente documentación de forma previa a la generación de cualquier compra, según su aplicabilidad para cada caso:

- RUT actualizado
- Certificado de Existencia y Representación Legal de la Cámara de Comercio de fecha no mayor a 60 días (para personas jurídicas).
- Certificación bancaria de fecha no mayor a 60 días
- Fotocopia de cédula del representante legal
- Estados financieros a 31 de Diciembre del año anterior
- Protocolo de bioseguridad durante la pandemia COVID-19.
- Plan anual de trabajo SST 2020
- SGSST y su respectivo certificado de grado de implementación.
- Certificado de cursos de altura vigente
- Licencias de funcionamiento vigentes (salud, ambiental, etc.)
- Certificados de calidad vigentes si tienen (ej.: ISO 9001, OHSAS 18001, etc.)
- Certificados de recolección y disposición de residuos vigente

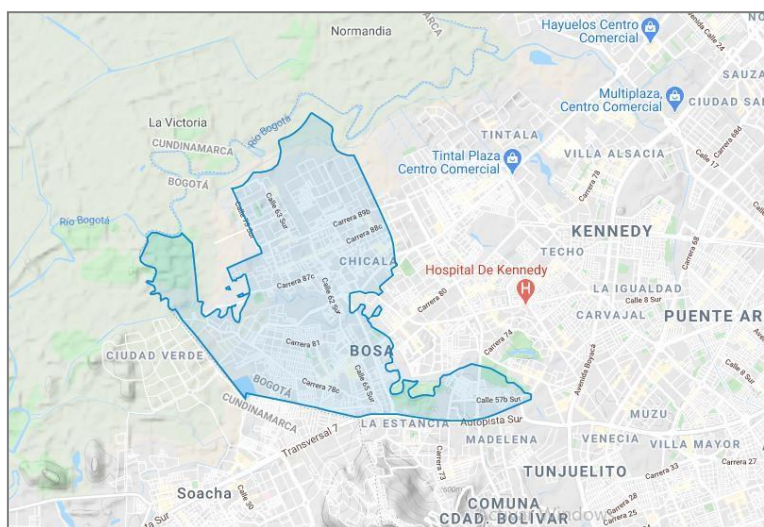
Para el pago a proveedores se exigirá la correspondiente factura electrónica según lo dispuesto por la ley, y se realizarán pagos sólo por transferencia electrónica o cheque, con el fin de garantizar el soporte de todos los egresos de la fundación.

3.7. Localización

La fundación estará ubicada en el país de Colombia, en la región de Cundinamarca y más específicamente en su distrito capital, Bogotá. Bogotá cuenta con 20 distintas localidades, pero gracias a los hallazgos de la investigación de mercados, se determinó que la localidad que más tiene demanda para el tipo de servicio que se quiere prestar con la fundación, es la localidad de Bosa, la cual tiene como vecinas las localidades de Kennedy, Tunjuelito y Ciudad Bolívar. Esta localidad se ubica al occidente de la ciudad y tiene un número de 740.000 habitantes aproximadamente, siendo la localidad número 7 de la ciudad de Bogotá. La localidad de Bosa ha tenido un crecimiento importante en el número de habitantes, ya que para el 2014 contaba con una cantidad de habitantes de casi el 70% de la que tiene hoy en día.

Figura 25.

Mapa localidad de Bosa.



Nota. La figura muestra la ubicación geográfica de la localidad Bosa, Bogotá. Tomado de: Google Maps. (2021).

3.7.1. Localización de las instalaciones por puntos

Si bien el presente estudio contempla la investigación para definir la factibilidad del proyecto, su alcance no incluye el determinar específicamente la locación que se escogerá para el funcionamiento de la entidad, entendiendo además que este es un proyecto que no será ejecutado inmediatamente en caso de ser aprobado por la Junta de Socios de Universal de Limpieza S.A.S. Sin embargo, a continuación, se presenta un acercamiento a la posible localización de las instalaciones de la Fundación, aplicando el método cualitativo de localización de instalaciones por puntos.

Debido a que Bosa cuenta con más de 220 barrios los cuales están organizados en Unidades de Planeamiento Zonal (UPZ), que específicamente para la localidad de Bosa son cinco, se realiza entonces una ponderación determinando factores de evaluación importantes para el proyecto planteado, y calificando cada una de las UPZ en cada factor.

Para esto, se deben conocer algunas generalidades sobre las UPZ de Bosa:

- La UPZ Apogeo es la más pequeña de la localidad ocupando solo un 8,8% de la superficie de la misma.
- La UPZ Bosa Occidental es la que se encuentra ubicada más al occidente de la ciudad y la que tiene más problemas de accesibilidad. Sin embargo, los precios del m² son muy favorables.
- La UPZ Bosa Central es la de mayor tamaño en la localidad de Bosa pero con menor crecimiento territorial, lo cual contrasta con el crecimiento poblacional. La seguridad es uno de los puntos más fuertes de esta zona ya que es a la que le invierten más recursos de pie de fuerza.
- La UPZ El Porvenir se ubica al noroccidente de la localidad y tiene grandes problemas de seguridad y servicios públicos en algunos de sus barrios ya que limita con el Río Bogotá, lo cual ha generado también problemas ambientales.

- La UPZ Tintal Sur, es la zona de la localidad que se ubica más al sur de Bogotá, lo que hace que tenga muchos problemas de accesibilidad y seguridad.

A continuación, se exponen los seis factores de evaluación con sus niveles de relevancia, y la calificación y ponderación para cada una de las UPZ:

Tabla 4.

Tabla de método cualitativo de localización por puntos.

FACTORES DE EVALUACIÓN	NIVEL DE RELEVANCIA (DE 1 A5)	UPZ APOGEO		UPZ BOSA OCCIDENTAL		UPZ BOSA CENTRAL		UPZ EL PORVENIR		UPZ TINTAL SUR	
		CALIF.	POND.	CALIF.	POND.	CALIF.	POND.	CALIF.	POND.	CALIF.	POND.
Seguridad	5	3	15	3	15	4	20	2	10	2	10
Servicios públicos	4	4	16	3	12	4	16	3	12	3	12
Accesibilidad	5	5	25	3	15	5	25	5	25	2	10
Crecimiento poblacional	3	3	9	4	12	5	15	3	9	3	9
Precio de m ²	3	3	9	5	15	4	12	5	15	5	15
Tamaño territorial	4	2	8	4	16	5	20	4	16	4	16
TOTALES		82		85		108		87		72	

Nota. La tabla muestra los valores resultados luego de la ponderación de las UPZ en Bosa, para cada factor de evaluación.

Según los anteriores resultados, la UPZ con mejores condiciones para la ubicación de las instalaciones de la fundación, es la UPZ de Bosa Central.

4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

Dentro del presente estudio administrativo, se identificarán los elementos administrativos indispensables para el correcto funcionamiento de la fundación, tales como su planeación estratégica y su estructura organizacional.

4.1. Direccionamiento estratégico

4.1.1. Misión

Somos una organización sin ánimo de lucro que busca fortalecer el desempeño académico y potenciar las habilidades cognitivas de los hijos de los colaboradores de Universal de Limpieza que cursan básica primaria, a través de servicios especializados de acompañamiento de tareas y refuerzos escolares en un ambiente seguro, con el fin de brindar una solución a las necesidades de cuidado y fomento al estudio de nuestra comunidad empresarial.

4.1.2. Visión

Ser en los próximos 5 años una fundación reconocida por sus beneficiarios, donantes, organismos de apoyo, proveedores y clientes de nuestros donantes, como una entidad de construcción de tejido social, que apoya la niñez menos favorecida y a sus familias en el ámbito educativo.

4.1.3. Propósito

Motivar, inspirar y afirmar a los niños para ser conquistadores de sus sueños a través del estudio.

4.1.4. Objetivos estratégicos

Basados en la metodología de Balanced Scorecard o Cuadro de Mando Integral, a continuación, se plantean los siguientes objetivos estratégicos dentro de las cuatro dimensiones o perspectivas, las cuales se presentan con nombres adaptados a la terminología de la actividad propia de una fundación, dándole prioridad a la perspectiva de los beneficiarios y donantes:

Figura 26.

Objetivos estratégicos por perspectivas.



Nota. La figura muestra los objetivos inicialmente planteados por cada perspectiva de la organización.

4.1.5. Valores

De acuerdo a la estructura planteada para el proyecto, se tendrá en cuenta que el personal que integra la fundación cuente con los siguientes valores esenciales:

- Solidaridad
- Respeto
- Trato humanizado
- Honestidad
- Compromiso

4.1.6. Ventajas competitivas

El proyecto de la fundación tiene planteados varios atributos que la hacen más competitiva frente a las otras fundaciones o entidades que ofrecen servicios similares. Estas ventajas competitivas son:

- Ubicación de las instalaciones en la misma localidad de la vivienda de las familias usuarias.
- Servicio exclusivo para familias vinculadas laboralmente a Universal de Limpieza, para niños que cursan primaria y que viven en la localidad de Bosa.
- Facilidad en la matrícula pues se hace a través del Departamento de Recursos Humanos de UL, lugar de trabajo de alguno de los padres.
- Servicio especializado parcialmente subsidiado por Universal de Limpieza.
- Practicidad para realizar el pago de la mensualidad pues será a través de la modalidad de descuento por nómina.
- Acompañamiento en la elaboración de tareas escolares y realización de refuerzos académicos en las materias vistas en básica primaria.
- Desarrollo de habilidades cognitivas (atención, memoria, comprensión, etc.) en tiempos libres.
- Instalaciones seguras para los niños con riesgos moderados y planes de emergencia diseñados.

- Personal idóneo para el acompañamiento en tareas y refuerzos académicos.
- Personal con estudio de seguridad previo y verificación de antecedentes.
- Recursos tecnológicos como computadores, impresoras y conexión a internet.
- Suministro de materiales básicos para realización de tareas (cartulina, pinturas, papel de colores, etc.).
- Retroalimentación periódica a los padres sobre evolución del niño.
- Asistencia psicológica básica para casos específicos que lo requieran.

4.2. Organismos de apoyo

Con el fin de vincular practicantes universitarias de entidades reconocidas, se generarán alianzas con diferentes universidades, buscando también una supervisión conjunta del desempeño de las estudiantes que garantice el mejor servicio para los niños y una excelente primera experiencia laboral para ellas.

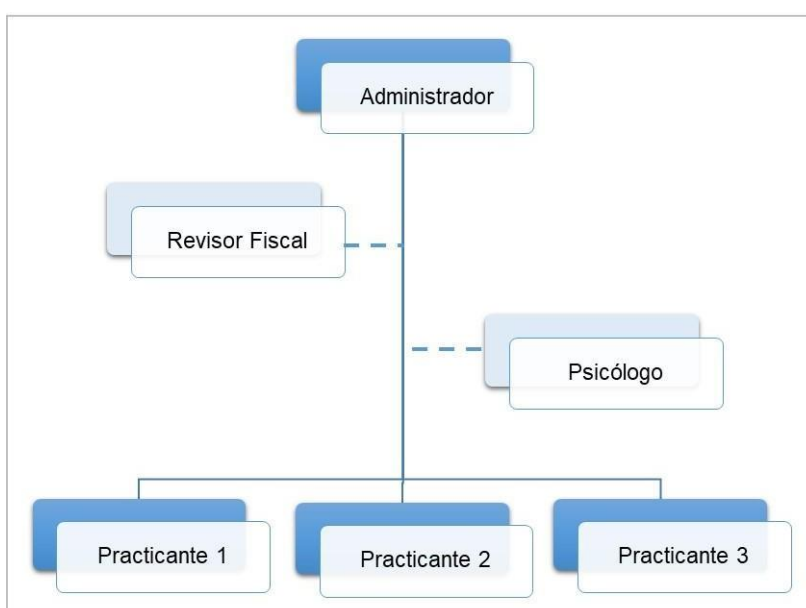
Algunas de estas instituciones que ofrecen el programa de pregrado en Licenciatura en Pedagogía Infantil son:

- Universidad Nacional
- Fundación Universitaria del Área Andina
- Institución Universitaria Politécnico Gran Colombiano
- Corporación Universitaria Minuto de Dios
- Corporación Universitaria Iberoamericana
- Universidad Santo Tomás
- Universidad El Bosque
- Pontificia Universidad Javeriana
- Universidad de San Buenaventura

4.3. Estructura organizacional

La estructura organizacional dispuesta para la fundación será de tipo lineal, ya que siendo una empresa pequeña, presenta una relación estrecha entre jefes y subordinados, y algunos de los cargos no están vinculados directamente a la organización, tal como lo indica la siguiente figura.

Figura 27.
Organigrama.



Nota. La figura muestra el organigrama de la fundación.

Esta estructura corresponde al dimensionamiento inicial que se plantea en este proyecto de factibilidad, sin embargo, la fundación podrá ampliarla conforme al crecimiento de la misma si llegara a ser necesario.

4.4. Descripción de cargos

A continuación se describen los perfiles de cada cargo requerido:

4.4.1. Administrador o director

Tabla 5.

Perfil de cargo del administrador.

NOMBRE DEL CARGO	ADMINISTRADOR
CARGO SUPERIOR INMEDIATO	Junta de Socios de Universal de Limpieza S.A.S.
OBJETIVO DEL CARGO	
Planear, organizar, dirigir y controlar las actividades de la Fundación Reforzados y Valientes, siendo el responsable de la operación y desempeño organizacional de la entidad ante la Junta de Socios, y propender por la satisfacción de los clientes.	
PRINCIPALES RESPONSABILIDADES	
Realización convenios o alianzas con las universidades de las practicantes Selección del personal y verificación de antecedentes en centrales de riesgo Inducción del personal nuevo Evaluación de desempeño de las practicantes y retroalimentación a la universidad Administración de salarios y nómina del personal Orientación en los tours de visitas de padres de familia interesados Elaboración de informes administrativos para la Junta de Socios de UL Gestión de compras y atención a proveedores Administración de los perfiles en redes sociales y de lo relacionado con la imagen corporativa Apertura y cierre de las instalaciones Cuidado del óptimo estado de las instalaciones, recursos y material didáctico Actualización de planes de evacuación y planes de emergencia	
ESPECIFICACIONES DEL CARGO	
EDUCACIÓN	Profesional en Ingeniería Industrial, Administración de Empresas, o carreras administrativas afines
CONOCIMIENTOS ESPECÍFICOS	Manejo de personal Análisis de estados financieros Operación de una fundación prestadora de servicios educativos Relaciones públicas y servicio al cliente
IDIOMAS EXTRANJEROS	Inglés
PORCENTAJE DE DOMINIO	70%
TIPO DE CONTRATO	Contrato a término indefinido
EXPERIENCIA MÍNIMA	2 años en cargos similares desempeñados en fundaciones o entidades sin ánimo de lucro, preferiblemente dedicadas a servicios de educación para niños
HABILIDADES Y COMPETENCIAS	Liderazgo, servicio al cliente, análisis numérico, empatía, trabajo en equipo
REQUISITOS GENERALES	Género: Indiferente Estado Civil: Indiferente Rango de Edad: Preferiblemente entre 30 y 50 años Horario Laboral: Lunes a Viernes de 10:00 am a 7:00 pm y dos (2) Sábados al mes de 8:00 am a 12:00 m

Nota. La tabla muestra la descripción del cargo del administrador.

4.4.2. Practicante universitaria

Tabla 6.

Perfil de cargo de las practicantes universitarias.

NOMBRE DEL CARGO	PRACTICANTE UNIVERSITARIA
CARGO SUPERIOR INMEDIATO	Administrador
OBJETIVO DEL CARGO	
Brindar acompañamiento educativo a los niños de la Fundación Reforzados y Valientes, con el fin de potenciar sus habilidades y obtener mejoras en sus procesos académicos.	
PRINCIPALES RESPONSABILIDADES	
Realización de los diagnósticos del proceso de aprendizaje de cada niño Acompañamiento en tareas y refuerzo escolar en temas específicos que requieran los niños Diseño de material educativo para los reforzados escolares y desarrollo de habilidades cognitivas Realización de solicitud de compra de materiales requeridos para el desarrollo de actividades Presentación de informes de gestión al Administrador de la FRV Presentación de informes de evolución de los niños al Administrador de la FRV y a los padres Reporte sobre conductas y desempeño general de cada niño a la Psicóloga Prestación de primeros auxilios a los niños en caso de ser necesario	
ESPECIFICACIONES DEL CARGO	
EDUCACIÓN	Estudiante de último semestre de pregrado en Licenciatura en Pedagogía Infantil
CONOCIMIENTOS ESPECÍFICOS	Nuevas tendencias en pedagogía Primeros auxilios
IDIOMAS EXTRANJEROS	Inglés
PORCENTAJE DE DOMINIO	70%
TIPO DE CONTRATO	Contrato de aprendizaje
EXPERIENCIA MÍNIMA	No necesaria
HABILIDADES Y COMPETENCIAS	Liderazgo, tolerancia, comunicación asertiva, dinamismo, innovación, creatividad, habilidad motivacional, interés en proyectos sociales
REQUISITOS GENERALES	Género: Preferiblemente femenino Estado Civil: Indiferente Rango de Edad: Preferiblemente entre 20 y 30 años Horario Laboral: Lunes a Viernes de 10:00 am a 7:00 pm y dos (2) Sábados al mes de 8:00 am a 12:00 m

Nota. La tabla muestra la descripción del cargo practicantes universitarias.

4.4.3. Psicólogo

Tabla 7.

Perfil de cargo del psicólogo.

NOMBRE DEL CARGO	PSICÓLOGO
CARGO SUPERIOR INMEDIATO	Administrador
OBJETIVO DEL CARGO	
Orientar la formación y el sano crecimiento emocional, moral y social de cada niño de la Fundación Reforzados y Valientes, trabajando de la mano con practicantes y padres de familia para así crear ambientes de crecimiento sanos para los niños.	
PRINCIPALES RESPONSABILIDADES	
Evaluación de la conducta y el desarrollo emocional, moral y social de los niños de la FRV Control personalizado con cada niño y su desarrollo emocional Organización de reuniones con practicantes y padres de familia para proporcionar asesoramiento sobre métodos de enseñanza y formación del niño cuando sea necesario Supervisión y complemento al material diseñado o propuesto por las practicantes Capacitación a las practicantes sobre temas de interés que considere que deban ser reforzados Realización de informes de gestión para el Administrador Realización de informes de retroalimentación a padres de niños en seguimiento	
ESPECIFICACIONES DEL CARGO	
EDUCACIÓN	Profesional en Psicología Infantil
CONOCIMIENTOS ESPECÍFICOS	Acompañamiento infantil Proyectos de liderazgo Creación de pedagogías
IDIOMAS EXTRANJEROS	Inglés
PORCENTAJE DE DOMINIO	70%
TIPO DE CONTRATO	Contrato por prestación de servicios
EXPERIENCIA MÍNIMA	1 año en cargos similares desempeñado en fundaciones o entidades sin ánimo de lucro, preferiblemente dedicadas a servicios de educación para niños
HABILIDADES Y COMPETENCIAS	Liderazgo, tolerancia, comunicación asertiva, habilidad motivacional, interés en proyectos sociales
REQUISITOS GENERALES	Género: Preferiblemente femenino Estado Civil: Indiferente Rango de Edad: Preferiblemente entre 25 y 35 años Horario Laboral: Lunes y Jueves de 10:00 am a 7:00 pm

Nota. La tabla muestra la descripción del cargo del psicólogo.

4.4.4. Revisor fiscal

Tabla 8.

Perfil de cargo del revisor fiscal.

NOMBRE DEL CARGO	REVISOR FISCAL
CARGO SUPERIOR INMEDIATO	Administrador y Junta de Socios de Universal de Limpieza S.A.S.
OBJETIVO DEL CARGO	
Garantizar que las operaciones que realice la Fundación Reforzados y Valientes se ajusten a las prescripciones de los estatutos de la entidad, a las indicaciones de la Junta de Socios de Universal de Limpieza S.A.S., y a las disposiciones de ley.	
PRINCIPALES RESPONSABILIDADES	
<p>Seguimiento al adecuado manejo de la contabilidad, y a la conservación de la correspondencia y comprobantes de las cuentas</p> <p>Generación de informes a la Junta de Socios de UL y al Administrador sobre las irregularidades que encuentre relacionadas con los recursos financieros de la entidad</p> <p>Generación de informes de dictamen de Estados Financieros</p> <p>Presentación de informe de gestión a la Junta de Socios de UL y al Administrador</p> <p>Suministro de información requerida por entidades gubernamentales de inspección</p> <p>Autorización con su firma cualquier balance que se haga e informe correspondiente</p>	
ESPECIFICACIONES DEL CARGO	
EDUCACIÓN	Profesional en contaduría pública con especialización en revisoría fiscal
CONOCIMIENTOS ESPECÍFICOS	<p>Manejo de personal</p> <p>Análisis de estados financieros</p> <p>Operación de una fundación</p> <p>Relaciones públicas y servicio al cliente</p>
IDIOMAS EXTRANJEROS	No necesario
PORCENTAJE DE DOMINIO	N / A
TIPO DE CONTRATO	Contrato por prestación de servicios
EXPERIENCIA MÍNIMA	3 años en cargos similares desempeñados en fundaciones o entidades sin ánimo de lucro, preferiblemente dedicadas a servicios de educación para niños
HABILIDADES Y COMPETENCIAS	Liderazgo, resolución de problemas, toma de decisiones, proactividad, trabajo en equipo, organización, responsabilidad, honestidad.
REQUISITOS GENERALES	<p>Género: Indiferente</p> <p>Estado Civil: Indiferente</p> <p>Rango de Edad: Preferiblemente entre 30 y 50 años</p> <p>Horario Laboral: Por honorarios</p>

Nota. La tabla muestra la descripción del cargo del revisor fiscal.

5. ESTUDIO LEGAL

En el presente capítulo, se expone la información legal básica relacionada con la constitución legal de la fundación como empresa y los requerimientos locativos de sus instalaciones, cumpliendo con la normativa legal vigente.

5.1. Información básica para la constitución de la fundación

- Razón social: Fundación Reforzados y Valientes
- Cuantía de apertura: \$ 20.000.000
- Representante legal: Será la persona que asuma el cargo de Director o Administrador de la fundación
- Tipo de empresa: Entidad sin ánimo de lucro
- Código de actividad económica CIU: 8511, 8512, 8513
- Tamaño de la empresa: En relación con el tamaño, la fundación estaría ubicada dentro de la categoría de microempresas ya que contará con menos de 10 (diez) empleados, y su naturaleza será la de entidad sin ánimo de lucro estimando gastos inferiores a los \$5000 millones.

5.2. Trámites legales de constitución

La Guía 2 ESAL Constitución de una Entidad Sin Ánimo de Lucro del Régimen Común, expedida por la Cámara de Comercio de Bogotá, es el documento por excelencia que ilustra a los ciudadanos acerca de los requisitos y el paso a paso para la creación de este

tipo de entidades. En ese sentido, se procede a transcribir los requisitos que debe contener el documento de constitución de una entidad sin ánimo de lucro (ESAL), así:

«Las ESAL se pueden constituir por Escritura Pública, documento privado o acta. En todo caso el documento deberá contener como mínimo lo siguiente:

- El nombre, identificación y domicilio (ciudad o municipio donde desarrolla de manera habitual sus actividades) de las personas que intervengan como otorgantes y constituyentes. (Decreto 2150 de 1995 y 427 de 1996).
- Nombre de la ESAL, previo el control de homonimia que puede realizar por la página del Registro Único Empresarial y Social (RUES) <https://www.rues.org.co/>.
- Se recomienda buscar por nombre y/o por palabra clave en los registros correspondientes.
- Clase de persona jurídica (Fundación, Asociación, Corporación).
- Domicilio (ciudad o municipio) de la entidad que puede o no ser diferente al domicilio de los constituyentes y debe ser indicado de manera independiente para efectos de determinar la competencia de la Cámara de Comercio de Bogotá.
- Objeto. Es la relación de los fines a los que se va a dedicar la ESAL, se verificará que no se encuentre dentro de las actividades exceptuadas previstas en los Decretos 2150 de 1995 y 427 de 1996 (ver guía 1).
- Patrimonio y la forma de hacer los aportes (Es necesario indicar el patrimonio inicial de la entidad en caso de que lo haya). En el caso de las fundaciones, siempre deben contar con un patrimonio inicial. Recuerde que cuando se aporten bienes inmuebles al patrimonio de la entidad, es obligatorio elevar a escritura pública el documento de constitución, en el cual debe hacerse una descripción clara de cada inmueble que incluye linderos y número de matrícula inmobiliaria. A la Cámara de Comercio de Bogotá se debe acreditar el pago del impuesto de registro, con cualquiera de los siguientes documentos: Copia del recibo de pago emitido por la Gobernación de Cundinamarca, y Certificado de tradición y libertad en el que conste la inscripción de la escritura pública.
- La forma de administración con indicación de las atribuciones y facultades de quien tenga a su cargo la administración y representación legal.

- La periodicidad de las reuniones ordinarias y los casos en los cuales habrá de convocarse a reuniones extraordinarias por cada órgano de dirección o administración creadas estatutariamente.
- La duración precisa de La entidad y las causales de disolución. En el caso de las fundaciones se debe señalar que la vigencia es indefinida.
- La forma de hacer la liquidación una vez disuelta la Asociación, Corporación o Fundación.
- Las facultades y obligaciones del revisor fiscal, si es del caso. (Si el cargo está creado en los estatutos de cada entidad, se debe realizar el nombramiento).
- Nombre e identificación de los administradores y representantes legales.
- Aceptaciones de las personas designadas en los cargos de administradores, representantes legales y revisores fiscales si figura el nombramiento. (Artículo 42 del Decreto 2150 de 1995). En el documento de constitución se debe indicar si las personas designadas aceptaron los cargos de administradores, representantes legales y revisores fiscales. Ahora bien, si las personas designadas no suscriben el documento de constitución debe adjuntarse una carta donde se indique el cargo aceptado, el número de Identificación, país de origen si es pasaporte.
- Adjuntar fotocopia del documento de identificación de las personas designadas como administradores o revisores fiscales y de los constituyentes.
- Nombre de la entidad que ejercerá la inspección y vigilancia. (Formulario RUES anexo 5, numeral 1).
- Presentación personal de los constituyentes en el caso de realizar la constitución mediante documento privado, pero en caso de efectuar la constitución a través de acta la presentación personal la deberán realizar el presidente y secretario que suscriben la misma. La diligencia de presentación personal se puede llevar a cabo ante juez o notario o ante el secretario de la Cámara de Comercio de Bogotá (sin costo adicional).» (Cámara de Comercio de Bogotá, 2017)

Así mismo, el documento antes mencionado, contiene de forma detallada los aspectos referentes a la inscripción de las entidades sin ánimo de lucro, condiciones en que esta

debe llevarse a cabo, documentos y formularios adicionales, así como lo atinente al pago de derechos de inscripción e impuestos.

5.3. Presupuesto de trámites legales de constitución

De acuerdo a lo indicado por la Cámara de Comercio de Bogotá en su tabla de Tarifas Del Registro Mercantil Año 2021, las entidades sin ánimo de lucro tienen los mismos descuentos con las tarifas especiales para los servicios de renovación, los cambios de información en el registro público ESAL (mutaciones), inscripción de actos, libros, documentos, tales como nombramientos, reformas estatutarias, compra de certificados, entre otros, en la misma proporción que los comerciantes del registro mercantil.

Por lo tanto, se define la siguiente tabla como presupuesto de los trámites legales de constitución ante la Cámara de Comercio de Bogotá:

Tabla 9.

Presupuesto de trámites de constitución legal.

CONCEPTO	COSTO
Derechos por registro de la matrícula mercantil	\$36.000
Inscripción en el registro mercantil de los actos y documentos	\$45.000
Inscripción en el registro mercantil de los libros	\$15.000
Formulario RUES	\$6.200
Inscripción inicial en el registro	\$45.000
Membresía Círculo de Afiliados CCB	\$37.000
Otros gastos por imprevistos	\$315.800
TOTAL PRESUPUESTO LEGAL	\$500.000

Nota. La tabla muestra el costo total de los trámites de constitución legal ante la CCB.

5.4. Otros aspectos legales a considerar

Según lo mencionado en el capítulo 3 “Estudio Técnico” del presente documento, en su numeral 3.4 “Planta física y dotación”, la fundación deberá también tener en cuenta las siguientes leyes, decretos y normas técnicas, en lo referente a sus instalaciones para garantizar una adecuada operación:

- Decreto 138 del 2004, por medio del cual se regula el funcionamiento de los establecimientos públicos y privados que prestan el servicio de educación inicial.
- NSR 98, Normas Colombianas de Diseño y Construcción Sismo Resistente
- NTC 4595, Ingeniería Civil y Arquitectura Planeamiento y Diseño de Instalaciones y Ambientes Escolares.
- NTC 4596, Señalización para Instalaciones y Ambientes Escolares.
- Ley 400 de 1997, por la cual se adoptan normas sobre construcciones sismo resistentes.
- Decretos 33 de 1998, por el cual se establecen los requisitos de carácter técnico y científico para construcciones sismo resistentes.
- Decreto 34 de 1999, por medio del cual se modifican algunas disposiciones del decreto 33 de 1998.
- Decreto 332 de 2004, por el cual se organiza el Régimen y el Sistema para la Prevención y Atención de Emergencias en Bogotá Distrito Capital y se dictan otras disposiciones.

6. ESTUDIO FINANCIERO

A continuación, se presenta la valoración y evaluación de la información financiera para determinar la viabilidad del proyecto, teniendo en cuenta su inversión inicial, costos y gastos, ingresos operacionales, flujo de caja, e indicadores financieros más relevantes.

6.1. Inversión

En las tablas siguientes, se muestra el detalle de la inversión inicial en la que incurrirá la fundación para empezar su operación, separándola según su naturaleza, esto es, inversión en activos fijos, inversión en activos diferidos e inversión por capital de trabajo:

Tabla 10.

Inversión inicial de activos fijos.

Inversión inicial	Moneda	Número unidades	Valor unitario	Costo total
Activos fijos				
Muebles y enseres	\$ COP			3.440.000,00
Mueble libros	\$ COP	2	180.000,00	360.000,00
Mueble para guardar elementos	\$ COP	2	180.000,00	360.000,00
Escritorio	\$ COP	1	180.000,00	180.000,00
Sillas	\$ COP	4	20.000,00	80.000,00
PUF	\$ COP	5	30.000,00	150.000,00
Sillas	\$ COP	63	20.000,00	1.260.000,00
Mesa	\$ COP	7	150.000,00	1.050.000,00
Área tareas/salones	\$ COP			2.600.000,00
Pupitres	\$ COP	15	120.000,00	1.800.000,00
Tablero	\$ COP	4	200.000,00	800.000,00
Admón./cafetería/baño	\$ COP			2.470.000,00
Archivador	\$ COP	4	80.000,00	320.000,00
Batería de baño	\$ COP	4	180.000,00	720.000,00
Lavamanos	\$ COP	4	50.000,00	200.000,00
Cocineta	\$ COP	1	250.000,00	250.000,00
Microondas	\$ COP	1	200.000,00	200.000,00
Cámaras	\$ COP	6	130.000,00	780.000,00
Áreas cómputo y tecnología	\$ COP			7.700.000,00
Computadores	\$ COP	11	500.000,00	5.500.000,00
Tablet	\$ COP	10	220.000,00	2.200.000,00

Área lúdica				1.750.000,00
Equipo de sonido	\$ COP	1	150.000,00	150.000,00
Videobeam	\$ COP	1	600.000,00	600.000,00
Televisores	\$ COP	2	500.000,00	1.000.000,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS				17.960.000,00

Nota. La tabla muestra el costo total de la inversión en activos fijos requerida para la puesta en marcha de la fundación.

Tabla 11.

Inversión inicial de activos diferidos.

Activos diferidos					
Estrategia de marketing				\$ COP	1.150.000,00
Diseño de piezas publicitarias para distribuir en WhatsApp	\$ COP	2	80.000,00	160.000,00	
Apertura de cuentas de Facebook e Instagram a nombre de la fundación	0	0	-	-	
Diseño de piezas publicitarias para distribuir en redes sociales	\$ COP	2	80.000,00	160.000,00	
Realización de tours de visita de padres e hijos a las instalaciones y entrega de refrigerios	\$ COP	120	4.000,00	480.000,00	
Grabación de videoclip de la fundación	\$ COP	1	350.000,00	350.000,00	
Elementos de protección				\$ COP	200.000,00
Camilla y cuello	\$ COP	1	150.000,00	150.000,00	
Botiquín	\$ COP	1	50.000,00	50.000,00	
Gastos constitución legal				\$ COP	500.000,00
Derechos por registro de matrícula mercantil	\$ COP	1	36.000,00	36.000,00	
Inscripción en el registro mercantil de los actos y documentos	\$ COP	1	45.000,00	45.000,00	
Inscripción en el formato mercantil de los libros	\$ COP	1	15.000,00	15.000,00	
Formulario RUES	\$ COP	1	6.200,00	6.200,00	
Inscripción inicial en registro	\$ COP	1	45.000,00	45.000,00	
Membresía círculo de afiliados CCB	\$ COP	1	37.000,00	37.000,00	
Otros gastos de imprevistos	\$ COP	1	315.800,00	315.800,00	
Otros				\$ COP	550.000,00
Libros	\$ COP	40	10.000,00	400.000,00	
Cuentos	\$ COP	50	3.000,00	150.000,00	
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS				\$ COP	2.400.000,00

Nota. La tabla muestra el costo total de la inversión en activos diferidos requerida para la puesta en marcha de la fundación.

Tabla 12.*Inversión inicial por capital de trabajo y gran total de inversión.*

Capital de trabajo	\$ COP			9.926.000,00
Provisión	\$ COP	2	4.963.000,00	9.926.000,00
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	\$ COP			9.926.000,00
GRAN TOTAL INVERSIÓN DEL PROYECTO (Activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo)				30.286.000,00

Nota. La tabla muestra el costo total de la inversión por capital de trabajo requerida para la puesta en marcha de la fundación, y el gran total de la inversión.

6.2. Costos y gastos

A continuación, se muestran los detalles de los gastos administrativos según el diseño de la operación del negocio y los requerimientos de los mismos. Actualmente la fundación no va a incurrir en costos de mano de obra por docencia, ya que los profesores y/o profesoras serán practicantes de pedagogía, sin embargo, sí tienen costos asociados que se muestran posteriormente.

Tabla 13.*Presupuesto de costos y gastos administrativos.*

Costos	Moneda	Valor anual/1	Valor anual/2	Valor anual/3
Útiles escolares	\$ COP	4.116.000	4.239.480	4.366.664
Tres practicantes	\$ COP	960.000	988.800	1.018.464
Subsidio de transporte	\$ COP	2.880.000	2.966.400	3.055.392
TOTAL	\$ COP	7.956.000,00	8.194.680,00	8.440.520,40
Gastos administración	Moneda	Valor anual/1	Valor anual/2	Valor anual/3
Director	\$ COP	12.000.000	12.360.000	12.730.800
Psicólogo	\$ COP	14.400.000	14.832.000	15.276.960
Luz	\$ COP	1.800.000	1.854.000	1.909.620
Agua	\$ COP	1.200.000	1.236.000	1.273.080
Arriendo	\$ COP	14.400.000	14.832.000	15.276.960
Revisor fiscal	\$ COP	4.800.000	4.944.000	5.092.320
Emergencias	\$ COP	1.200.000	1.236.000	1.273.080
Internet	\$ COP	1.800.000	1.854.000	1.909.620
TOTAL GASTOS ADM.	\$ COP	51.600.000	53.148.000	54.742.440
TOTAL COSTOS Y GASTOS ADM.	\$ COP	59.556.000	61.342.680	63.182.960

Nota. La tabla muestra el valor total de los costos y gastos administrativos básicos.

6.3. Ingresos operacionales

Los Ingresos de la fundación están calculados con base en la mensualidad que van a pagar los padres de los estudiantes, multiplicado por el número de niños que asistan a la fundación. Para esto, se planteó un modelo escalonado creciente de la asistencia de niños a la fundación, hasta llegar a la capacidad total, la cual inicialmente se considerará de 40 niños, aunque las instalaciones locativas tengan capacidad para más alumnos.

Adicional al valor estipulado como mensualidad a cargo de los padres, otro ingreso de la fundación es la donación por parte de Universal de Limpieza S.A.S. para cada niño asistente.

Teniendo en cuenta lo anterior, se muestran seguidamente los ingresos proyectados en los primeros 3 años de funcionamiento, tiempo estimado para alcanzar el 100% de la ocupación, sabiendo que los clientes potenciales hacen parte de Universal de Limpieza S.A.S y que se tiene contacto permanente con ellos.

Tabla 14.

Ingresos operacionales proyectados a tres años.

Ventas		Valor anual/1	Valor anual/2	Valor anual/3
Número de estudiantes	#	40,00	40,00	40,00
Mensualidad (Padres)	\$ COP/ Niño	80.000,00	82.400,00	86.520,00
Donaciones (UL)	\$ COP/ Niño	120.000,00	123.600,00	129.780,00
Ingreso Total	\$ COP	96.000.000,00	98.880.000,00	103.824.000,00

Nota. La tabla muestra los ingresos que se estiman recibir durante los primeros tres años de operación de la fundación.

6.4. Flujo de caja

Para evaluar la prefactibilidad de la fundación, se realizó la proyección del flujo de caja libre por el método directo (con los flujos efectivos de dinero), con el fin de establecer si ésta genera valor o no. Con este método se calcula el flujo disponible para pagar a los acreedores y a los inversionistas. Este flujo incluye los beneficios tributarios debido a la manera como se calculan los impuestos de la compañía.

Tabla 15.*Flujo de caja libre proyectado a tres años.*

PYG	Moneda	Valor anual/0	Valor anual/1	Valor anual/2	Valor anual/3
Ventas	\$ COP		96.000.000	98.880.000	103.824.000
- Gastos (Sin depreciación)	\$ COP		73.812.000	76.026.360	78.307.151
Utilidad antes de depreciación	\$ COP		22.188.000	22.853.640	25.516.849
-Depreciación	\$ COP		5.388.000	2.988.000	2.988.000
Utilidad antes de impuesto (UAI)	\$ COP		16.800.000	19.865.640	22.528.849
-Impuestos	\$ COP		-	-	-
Utilidad neta operativa después de impuestos (UAI)	\$ COP		16.800.000	19.865.640	22.528.849
+Depreciación	\$ COP		5.388.000	2.988.000	2.988.000
Flujo de efectivo operativo (FEO)	\$ COP		22.188.000	22.853.640	25.516.849
Variación capital trabajo	\$ COP	9.926.000	2.376.000	2.745.060	380.132
CAPEX	\$ COP	20.360.000			
FCL	\$ COP	-30.286.000	19.812.000	20.108.580	25.136.717

Nota. La tabla muestra el flujo de caja libre del proyecto para los primeros tres años de funcionamiento.

6.5. Indicadores financieros

Con el fin de evaluar el proyecto planteado, se aplican los siguientes indicadores financieros básicos, los cuales son métodos que se utilizan para analizar el estado financiero de una compañía, establecer su punto de equilibrio y analizar la competitividad en el mercado. Se tomará una tasa de oportunidad de inversión del 6% como parámetro de comparación, ya que es la tasa actual que está reflejando el sector inmobiliario, siendo una tasa más atractiva que el DTF, debido a la coyuntura que está viviendo el país.

Tabla 16.*Cálculo del TIR, VPN y B/C.*

Indicadores Financieros	
TIR	48%
VPN	27.406.403
B/C	1,90

Nota. La tabla muestra el cálculo y valor final de los indicadores financieros TIR, VPN y relación beneficio costo del proyecto.

6.5.1. Tasa interna de retorno

La tasa interna de retorno (TIR) es la tasa implícita a la cual el valor presente neto es cero, es decir, la tasa de descuento mínima con la que no se destruiría valor. Esta es la tasa con la que el inversionista compara su costo de oportunidad. Si la TIR es mayor a la tasa de oportunidad el proyecto genera valor, en caso contrario, destruye valor. En este caso, la TIR es de 48%, lo que significa que el proyecto de la fundación no destruye valor a sus accionistas, y es una inversión más atractiva que la del sector inmobiliario.

6.5.2. Valor presente neto

Es el valor presente de los flujos de caja libre proyectados, descontados con la tasa de oportunidad, con el fin de compararlos con la inversión inicial realizada. Si el VPN es mayor a 0, el proyecto genera valor para los inversionistas, en caso contrario indica que destruye valor. Para el caso de la fundación, este proyecto genera valor y es factible financieramente, pues su resultado es de \$27.406.403.

6.5.3. Relación beneficio costo

El análisis de beneficio costo es una de las herramientas financieras más usadas, y se aplica para determinar la relación existente entre los costos y los beneficios propios de un proyecto, para así definir la rentabilidad del mismo. Para el caso del presente proyecto, la relación beneficio costo es de 1,90 siendo mayor que 1, por ende, el proyecto tiene mayores beneficios que costos, generando valor a los socios.

CONCLUSIONES

A continuación, se mencionan las principales conclusiones del estudio de prefactibilidad llevado a cabo:

Al realizar la investigación diagnóstica sobre el sector de las fundaciones en Colombia, se encontró que el perfil que se plantea en el proyecto, es precisamente el que predomina en el país, ya que el 69% de las fundaciones existentes son empresariales, el 50% de ellas cuentan con menos de diez empleados, y el 46% se dedican a atender poblaciones de niños de edad primaria entre los 8 y los 12 años de edad, lo cual es un factor importante a favor de la determinación de la factibilidad del proyecto.

Paralelo al estudio del sector de las fundaciones, también se analizó la situación general de las empresas dedicadas a actividades de aseo, las cuales muestran características similares en cuanto a sus serios problemas de rotación de personal y la ausencia de diferenciales tanto para sus clientes externos como internos, lo cual fue analizado dentro de la matriz DOFA, proponiendo como estrategia la creación de la fundación como proyecto de responsabilidad social que le genere valor a los colaboradores de la compañía disminuyendo su rotación, y mostrando un diferencial antes los clientes y competidores que la posiciones dentro del sector.

Cumpliendo con los objetivos planteados, en el estudio de mercado se logró definir más detalladamente el perfil del nicho de mercado a través de la aplicación de una encuesta, pues se pudo estimar el tamaño poblacional y la demanda del servicio, la localidad de residencia, su estrato socioeconómico, sus hábitos de cuidado con sus hijos, y el precio que estarían dispuestos a pagar por un servicio especializado, teniendo en cuenta su capacidad económica. Por otra parte, también se analizó la oferta de servicios similares prestados en la zona de estudio, la localidad de Bosa, lo que complementó la información base para la definición de las estrategias de la mezcla de mercados o marketing mix, incluyendo las estrategias de producto o servicio, de precio, de distribución y de promoción.

En el estudio técnico se fijó la descripción de los servicios a ofrecer por la fundación, y los aspectos relacionados con la planta física necesarios para la prestación de los mismos y su dotación de mobiliario, equipos tecnológicos, material didáctico, etc.

Adicionalmente, también se indicó el recurso humano requerido para el funcionamiento de la entidad y la localización aproximada de las instalaciones empleando el método cualitativo de localización por puntos, dando como resultado la zona de la UPZ de Bosa Central.

En cuanto al estudio administrativo, se alcanzaron los objetivos relacionados con el diseño de la planeación estratégica de la fundación, lo que incluyó la declaración de la misión, visión, propósito, objetivos estratégicos basados en la metodología del Balanced Scorecard en sus cuatro dimensiones o perspectivas, valores y ventajas competitivas. En lo que respecta a su estructura organizacional, se planteó el organigrama de la institución, continuando con la descripción de los perfiles de cargo demandados por la operación.

En lo referente a los requisitos de ley, tales como los trámites de constitución de la fundación y las regulaciones de los establecimientos que prestan el servicio de educación, éstos fueron analizados en el estudio legal para poder ser tenidos en cuenta al momento de poner en marcha el proyecto, sin tener inconvenientes de ésta índole, lo cual podría llegar a ser un inconveniente no sólo para la fundación sino también para Universal de Limpieza S.A.S.

Por último, en el estudio financiero se logró comprobar la factibilidad financiera del proyecto estimada en sus primeros tres años de funcionamiento, indicando una TIR del 48%, un VPN de \$27'406.403 y una relación beneficio costo de 1,90, lo cual demuestra que el proyecto genera valor para sus socios y que es una inversión más atractiva que otras, específicamente la inversión en el sector inmobiliario.

Con lo anterior, se alcanzan los objetivos propuestos en el presente estudio de prefactibilidad, concluyendo la factibilidad del proyecto en caso de ser puesto en marcha por decisión de la Junta de Socios de Universal de Limpieza S.A.S.

BIBLIOGRAFÍA

- Bosa Localidad 7. Caracterización del sector educativo año (junio 2018).pdf.
https://www.educacionbogota.edu.co/portal_institucional/sites/default/files/inline-files/7-Perfil_caracterizacion_localidad_Bosa_2018.pdf
- Cámara de Comercio de Bogotá (2021). Tarifas del registro mercantil año 2021. Pdf.
https://www.ccb.org.co/content/download/23871/399165/file/Tarifas%2Bdel%2BRegistro%2BMercantil_2021-ONE.pdf
- Gerencie.com. (s.f) Costo de oportunidad. <https://economipedia.com/definiciones/coste-de-oportunidad.html>
- Gerencie.com. (s.f) Definición de costo. <https://www.gerencie.com/diferencia-entre-costo-y-gasto.html>
- Gerencie.com. (s.f) Flujo de caja. <https://economipedia.com/definiciones/flujo-de-caja.html>
- Gerencie.com. (s.f) Ingresos no operacionales. <https://www.gerencie.com/ingresos-no-operacionales.html>
- Gerencie.com. (s.f) Tasa interna de retorno (TIR).
<https://economipedia.com/definiciones/tasa-interna-de-retorno-tir.html>
- Gerencie.com. (s.f) Valor presente. <https://economipedia.com/definiciones/valor-presente.html>
- Guía 2 ESAL. (agosto 2017). Constitución de una entidad sin ánimo de lucro del régimen común. <https://bibliotecadigital.ccb.org.co/handle/11520/20177>
- Headways Media. (s.f). Análisis de demanda. <https://headways.com.mx/glosario-mercadotecnia/palabra/analisis-de-demanda/>
- Hidalgo e., Faúndez a., Valdivia v., Bisbicus g. y Romero d. (2014). Análisis de la situación de la infancia y la adolescencia en Colombia 2010-2014 UNICEF Colombia. Pdf. <https://www.icbf.gov.co/sites/default/files/publicacion-53.pdf>
- Instituto Colombiano de Bienestar Familiar. (junio de 2014). Boletín observatorio del bienestar de la niñez. Análisis de la situación de vida en calle de niños, niñas y adolescentes en Colombia. Boletín.pdf.
<https://www.icbf.gov.co/sites/default/files/publicacion-53.pdf>

Komiya A. (14 de septiembre de 2019). ¿Qué es el análisis costo-beneficio?

CreceNegocios.<https://www.crecenegocios.com/analisis-costo-beneficio/>

León, F. (septiembre 2015). ¿Qué es la segmentación de mercados? Revista Mercadotecnia Publicidad Medios Merca 2.0.<https://www.merca20.com/que-es-la-segmentacion-de-mercados/>

Ley 1098 de 2006 sobre el Código de la Infancia y la Adolescencia, Artículo 23 sobre la Custodia y Cuidado Personal

Localidad Bosa. (4 febrero 2010). Diagnóstico local con participación social 2009-2010. pdf.<http://www.saludcapital.gov.co/sitios/VigilanciaSaludPublica/Diagnosticos%20Locales/07-BOSA.pdf>

Marketing XXI (s.f). Análisis DAFO/FODA/SWOT. <https://www.marketing-xxi.com/analisis-dafo-18.htm>

Marketing XXI.(s.f). Concepto de investigación de mercados. <https://www.marketing-xxi.com/concepto-de-investigacion-de-mercados-23.htm>

Mini educación (s.f) Plan de acción de proyectos de inversión SED 2020. Pdf. https://www.educacionbogota.edu.co/portal_institucional/sites/default/files/inline-files/PLAN%20DE%20ACCI%C3%93N%20PROYECTOS%20DE%20INVERSI%C3%93N%20SED%202020.pdf

Noguez, O. (septiembre 2016). ¿Qué es el marketing mix? Publicidad Medios Merca 2.0. <https://www.merca20.com/que-es-el-marketing-mix/>

Osorio V. y Jiménez C. (2019). Historias tras las cortinas. El trabajo doméstico en Colombia: Entre transacciones, incertidumbres y resistencias, 24-64.pdf. <https://es.scribd.com/document/408919363/Historias-tras-las-cortinas-pdf>

Pérez J. (2020). Guía tributaria para las entidades sin ánimo de lucro ESAL. <https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/19367/Guia%20Tributaria%20ESAL.PDF?sequence=3&isAllowed=y>

Pinedo C. (9 de Enero de 2020). Niños solos en casa: entre la tristeza y la autonomía.

El

País.

https://elpais.com/elpais/2020/01/07/mamas_papas/1578391731_184286.html

Quinchanegua, T. (octubre, 2014). ¿Se pueden dejar los niños solos en casa?

<https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-14653835>

Rock Content Blog. (Julio de 2019). ¿Qué es la responsabilidad social empresarial (RSE)? <https://rockcontent.com/es/blog/responsabilidad-social-empresarial/>

Secretaria Distrital de Planeacion. (diciembre 2024). Plan de desarrollo local Un nuevo contrato social y ambiental para Bosa. [archivo en pdf]. http://www.sdp.gov.co/sites/default/files/anexo_diagnostico_pdl_bosa_version_2.pdf

Verver H., Guerrero j., Flores j. y Madera f. (2007). Planeación Estratégica. Tecnológico de Monterrey. [archivo pdf]. http://www.cca.org.mx/funcionarios/cursos/ap089/apoyos/m3/planeacion_estrategica.pdf

Villar R. (2018). Las fundaciones en Colombia. Características, tendencias, desafíos, (15-82). pdf. https://www.nodoka.co/apc-aa/files/319472351219cf3b9d1edf5344d3c7c8/reporte-final-abril_1.pdf

ANEXOS

ANEXO 1. FORMATO DE ENCUESTA



Encuesta Proyecto Social en Estudio

La presente encuesta tiene por objeto documentar el estudio de factibilidad de una iniciativa social, como parte de la etapa investigación y análisis del proyecto. Agradecemos su amable colaboración al diligenciarla.

* Required

Nombre y Apellido *

Your answer

SEXO *

Femenino

Masculino

Edad *

- Entre 25 y 30 años
- Entre 31 y 35 años
- Entre 36 y 40 años
- Entre 41 y 45 años
- Entre 46 y 50 años
- Entre 51 y 55 años
- Entre 56 y 60 años
- Entre 61 o más años

Estado Civil *

- Soltero (a)
- Casado (a)
- Union libre
- Viudo (a)
- Soltero (a) con hijos

Localidad en la que vive *

Choose



Estrato en el que vive *

- Estrato 1
- Estrato 2
- Estrato 3
- Estrato 4

Cantidad de Hijos *

- No tengo hijos
- 1 hijo
- 2 hijos
- 3 hijos o más

Indique el número de hijos que usted tiene en Preescolar: *

- No tengo hijos en Preescolar
- 1 hijo
- 2 hijos
- 3 hijos o más

Indique el número de hijos que usted tiene en Primaria: *

- No tengo hijos en Primaria
- 1 hijo
- 2 hijos
- 3 hijos o más

Sólo si usted tiene hijos cursando Básica Primaria por favor responder las siguientes preguntas, de lo contrario, seleccionar la opción N/A al final.

Quién cuida de sus hijos que cursan Básica Primaria de Lunes a Viernes cuando no están en el colegio? *

- Otro de sus hijos
- Un familiar
- Un vecino
- Nadie porque se queda solo
- Otro
- N/A

Cuánto paga usted mensualmente por el cuidado de sus hijos que cursan Básica Primaria de Lunes a Viernes cuando no están en el colegio? *

- No pago nada
- Entre \$20.00 y \$50.000
- Entre \$50.000 y \$100.000
- Entre \$100.000 y \$150.000
- Más de \$150.000
- N/A

La persona quien los cuida, le ayuda a sus hijos a hacer las tareas del colegio? *

- Sí
- No
- N/A

Usted preferiría que su hijos que cursan Básica Primaria asistieran a un lugar especializado en refuerzos escolares de Lunes a Viernes cuando no están en el colegio? *

- Sí
- No
- N/A

Hasta cuánto estaría usted dispuesto a pagar mensualmente por este servicio especializado? *

- Entre \$20.000 y \$50.000
- Entre \$50.00 y \$75.000
- Entre \$75.000 y \$100.000
- Entre \$100.00 y \$125.000
- Entre \$125.000 y \$150.000
- Más de \$150.000
- N/A

De 1 a 5 califique qué tanto cree usted que este servicio le ayudaría para desempeñar sus labores de forma más tranquila y a gusto (1 significa que no le ayudaría en nada, y que 5 significa que le ayudaría mucho para trabajar más tranquilamente y a gusto) *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- N/A