



**FUNDACIÓN Sin Ánimo de Lucro**

**Unidos Por Una Ilusión**

**Angélica María Trujillo Bohórquez**

**Alejandra Roa Gaitán**

**Proyecto Emprendimiento**

**José Escobar**

**Universidad Santo Tomás**

**Comunicación Social Para La Paz**

**Bogotá**

**2015**

## INTRODUCCIÓN

La actividad deportiva en los niños y adolescentes aporta al desarrollo físico, mental y emocional. Antes de ser una rutina deportiva sea el deporte que él o ella guste, es un medio de diversión y juego.

En este sentido, es importante tener en cuenta que promover la cultura del deporte no demanda solamente a una actividad física, sino implica desarrollar un alto potencial socializador que puede generarse en una determinada población, según lo afirman Ramírez William, Vinnacia Stefano, Suárez Ramón Gustavo *“los valores culturales, las actitudes sociales y los comportamientos individuales y colectivos aprendidos en el marco de las actividades deportivas, vuelven a encontrarse en otros campos de la vida como el trabajo y las relaciones familiares”*. (Ramírez, 2014).

El deporte permite fomentar valores a través del juego como el respeto, la lealtad, responsabilidad, competitividad, trabajo en equipo, que incentivan al niño y adolescente no solo a la cultura deportiva sino además, a una formación personal, familiar y profesional.

Teniendo en cuenta lo anterior, la creación de la FUNDACIÓN Unidos Por Una Ilusión tiene como finalidad apoyar y promover a los niños de escasos recursos económicos que hacen parte de escuelas deportivas ubicadas en sectores vulnerables de Bogotá, permitiéndoles que se aparten de los entornos de drogas, alcoholismo y vandalismo que a diario los están acechando.

El valor agregado que ofrece la FUNDACIÓN Unidos Por Una Ilusión es seleccionar y apoyar a los niños y adolescentes deportistas talento, ubicándolos en escuelas de mayor categoría donde podrán alcanzar con su esfuerzo, dedicación y compromiso el sueño de ser un deportista a nivel profesional, cumpliendo así nuestro lema de “Unidos Por Una Ilusión”.

Para llevar a cabo éste propósito la FUNDACIÓN buscará a través de alianzas estratégicas como personas jurídicas y naturales, los recursos que permitan la sostenibilidad y la provisión de los elementos necesarios para el cumplimiento de la actividad deportiva que requieran los niños y adolescentes.

### **Descripción de la empresa.**

**Nombre la empresa:** FUNDACIÓN UNIDOS POR UNA ILUSIÓN

La FUNDACIÓN Unidos Por Una Ilusión, está constituida por dos personas naturales, caracterizándose por tener un fin social que contribuye a la formación deportiva en niños y adolescentes que por factores socioeconómicos se han limitado a participar en los diferentes escenarios deportivos.

La FUNDACIÓN ofrece apoyo a escuelas deportivas en sectores marginados de Bogotá, buscando generar una mejor calidad de vida de los niños y adolescentes a nivel personal, familiar y profesional.

Estimular a los jóvenes talentos a cumplir sus sueños de convertirse en grandes profesionales en el campo deportivo.



## **Misión**

Apoyar e impulsar la actividad deportiva a través de alianzas estratégicas, generando transformación social y mejorando la calidad de vida en niños y adolescentes en zonas vulnerables de Bogotá.

## **Visión**

Para el 2025 la FUNDACIÓN Unidos Por Una Ilusión será reconocida y consolidada como una entidad enfocada en el apoyo y mejora la calidad de vida de niños y adolescentes de zonas vulnerables de Bogotá a través del deporte. Así mismo, deberá tener cinco (5) adolescentes vinculados a clubes deportivos profesionales compitiendo a nivel nacional e internacional.

## Objetivos

- Promover un estilo de vida encaminada a la cultura deportiva en niños y adolescentes de sectores vulnerables de Bogotá.
- Apoyar a los niños y adolescentes talento, al cumplimiento de sus sueños en el campo deportivo a nivel profesional.
- Fomentar la unidad familiar a través de eventos deportivos.
- Facilitar los recursos necesarios para el cumplimiento de las actividades deportivas en las escuelas de bajos recursos.

## Valores corporativos

- **Respeto:** Es un principio fundamental, el cual nos permite establecer una buena relación con los niños, adolescentes, familias, organizaciones y equipo de trabajo.
- **Compromiso:** Trabajar de manera constante en el desarrollo deportivo de niños, adolescentes y escuelas deportivas en zonas vulnerables de Bogotá.
- **Ética Empresarial:** Los procesos y actividades son llevados a cabo de acuerdo a lo pactado con las organizaciones y personas involucradas, con el fin de contribuir al crecimiento de la FUNDACIÓN y de esta manera satisfacer las necesidades de nuestros clientes. (aportantes).

- **Vocación del servicio:** Oramos en pro del talento deportivo de jóvenes que se limitan por diferentes problemáticas socioeconómicas llevándolos a cumplir con sus sueños deportivos.

### **Postura Ética**

La ética inicialmente no parte solo de un comportamiento o unas costumbres establecidas dentro de una determinada sociedad, así como lo plantea Aristóteles; sino va más allá de ese comportamiento involucrando valores, no solo en un ámbito social sino además normativo.

De acuerdo a la postura humanística de la Universidad Santo Tomás, se deberá desarrollar proyectos enfocados en la formación integral de cada una de las personas de la Fundación, organizaciones y personas involucradas tanto en el campo deportivo como en el administrativo, además de tener en cuenta que el emprendimiento social compete tanto en la innovación como la transformación social, desde las prácticas tradicionales y las necesidades que enfrena la comunidad.

La FUNDACIÓN al estar conformada por dos tomasinas tiene como eje central aplicar *“la Ética más como una actitud que como una simple aptitud academicista, tratando de traducir en actos puntuales los contenidos teóricos, puesto que no se trata de una asignatura in-formativa, sino formativa e incluso transformativa”*. (Echeverry, 2011) Debido a que este proyecto está encaminado a la proyección social, respondiendo de manera ética, crítica y creativa, a cada una de las problemáticas y necesidades del sector, con el fin de impulsar el bienestar social en las

organizaciones, niños, adolescentes y demás personas involucradas a través de la investigación y alianzas estratégicas de servicio.

Además de encaminar la proyección social con la comunidad inicialmente en la localidad de Tunjuelito, se aplicará una metodología ética del ver el acto humano, comprender e interpretar para que de esta manera se pueda llevar a cabo el objetivo de este proyecto perfilado de una teoría-praxis.

Finalmente esta postura ética estarán acordes con la misión y los valores de la FUNDACIÓN Unidos Por Una Ilusión con miras a construir esa transformación en el ámbito social, partiendo desde la ética personal que tiene cada uno de los integrantes de esta organización.

### **Tipo de organización**

La FUNDACIÓN Unidos Por Una Ilusión es una organización sin ánimo de lucro que ofrece proyectos y programas con fin social. Así mismo, tiene como objetivo apoyar e impulsar la cultura y el talento deportivo a través de estrategias y convenios con grandes organizaciones que busquen patrocinar el deporte de escuelas de barrios vulnerables en el factor socioeconómico.

De esta manera, la FUNDACIÓN Unidos Por Una Ilusión crea alianzas estratégicas entre grandes organizaciones deportivas y escuelas, facilitando la búsqueda de talento deportivo. A su vez, contribuir a la formación personal, familiar y profesional en niños y adolescentes que no cuenten con los recursos económicos para emprender una carrera deportiva.

## **Proyectos y programas**

- Fomentar la práctica en deportes acíclicos (Fútbol, Básquetbol, Voleibol) en los niños y adolescentes de los barrios vulnerables en Bogotá.
- Buscar y apoyar el talento deportivo en niños y adolescentes, en escuelas de barrios que no cuentan con los recursos necesarios para entrar a las grandes organizaciones del deporte.
- Aplicar test en niños y adolescentes interesados en surgir profesionalmente en el área del deporte.
- Gestionar la conexión entre el niño, adolescente y la organización que esté interesada en apoyar a los nuevos talentos.
- Facilitar a las grandes organizaciones la búsqueda de talentos en deportes acíclicos.
- Realizar un acompañamiento y proceso directamente con el niño y la escuela de barrio a la cual pertenece, ejecutando todo el proceso requerido.
- Organizar y ejecutar programas creados por la FUNDACIÓN, con el objetivo de obtener recursos de los clientes potenciales (Persona jurídicas y naturales).

## **Etapas del proyecto**

### **Recursos con los cuales cuenta la FUNDACIÓN Unidos Por Una Ilusión:**

**Financiero:** Al ser una FUNDACIÓN “Sin ánimo de lucro”, el capital para empezar a gestionar la búsqueda de los demás recursos, saldrán de las dos personas creadoras de la FUNDACIÓN.

**Materiales:** Como no se han obtenidos los recursos, en principio toda la gestión y búsqueda se realizará a través de elementos existentes de la cotidianidad de los que conforman la FUNDACIÓN (Vivienda, Servicios tecnológicos, entre otros).

**Talento Humano:** La FUNDACIÓN Unidos Por Una Ilusión parte de que está conformado por dos estudiantes de Comunicación social para la Paz y además, a través de alianzas estratégicas con personas naturales que posean conocimientos que aporten a la ejecución y desarrollo del proyecto, se empezará a formar el equipo de trabajo resaltando siempre que es una organización “Sin ánimo de lucro” y partiendo de que se debe contar con la disposición y voluntad de las personas que desean apoyar a la Fundación.

### **La importancia de la Comunicación dentro de la Fundación.**

Al mencionar la importancia de la comunicación es necesario referirse a ella como la relación e interacción entre dos individuos con un objetivo en común. En ese orden de ideas, la FUNDACIÓN Unidos Por Una Ilusión establece la comunicación como el proceso participativo

que le permite constituir y llevar a cabo cada uno de los objetivos que persigue no sólo la organización sino los *stakeholders*. (Nieves, 2006).

Al respecto, es indispensable comenzar por el análisis del entorno y los actores que se quieren impactar, los públicos de interés tanto internos como externos, teniendo en cuenta además que se considera la comunicación como el instrumento de gestión y negociación que posibilita la toma de decisiones y acciones que se efectúen, es a lo que hace referencia Santiago Luis Bozzetti cuando define Comunicación Estratégica como la “...*forma de coordinar integralmente los recursos existentes para lograr una posición de ventaja sobre el contrario*” (Bozzetti, 2011).

De esta manera, la FUNDACIÓN Unidos Por Una Ilusión emplea la comunicación de manera planificada, manteniéndola como marco referencial frente a las debilidades y oportunidades de la organización, conservando además, la coherencia con los objetivos de la misma en pro al desarrollo social, cultural y económico.

La comunicación está centrada en varias acciones dentro de un marco empresarial, desarrollándose desde las relaciones interpersonales (empresas y trabajadores), en este caso aplicándolo a la Fundación y las escuelas que van de la mano con el mismo objetivo de la Fundación. Así que la Comunicación es vital dentro de la FUNDACIÓN Unidos Por Una Ilusión para “*tener en cuenta que el éxito de toda institución depende del conocimiento e identificación de sus miembros con los objetivos a alcanzar y de la creación de un clima de trabajo favorable y esto sólo se logra mediante una comunicación efectiva*” (Herrera, 2005).

El objetivo de la comunicación dentro del campo empresarial es generar ya sea una aceptación o negación del mensaje recibido por parte del cliente siendo el eje central de esta respuesta depende de la información y la comunicación constante que se presenta dentro de los canales a la hora de ejecutar en este caso el servicio.

El éxito de cualquier idea de negocio está enfocada básicamente en la comunicación que esta obtenga, ya que esta puede ser observada y evidentemente puede referirse a la imagen de la organización, a un orden de trabajo, a la cultura organizacional, a la divulgación de la misión de la empresa, a las relaciones humanas o a la publicitación de los servicios, productos o personal. (Rojas, S.F).

De acuerdo a lo anterior, el éxito de una buena idea de negocio influye en gran manera el manejo de la comunicación que establece con su público interno y externo; también extendiéndolo hacia el mercado y entorno al que apunte. Si la comunicación es acertada dentro de todas las áreas nombradas anteriormente el desarrollo de la organización estará integrado a su objetivo y misión desarrollándola en lo llamado comunicación corporativa. Así como lo define el autor *Nicholas Ind*, el papel de la comunicación corporativa compete al proceso por el cual se define y empodera la identidad corporativa, pasando a ser la imagen corporativa.

### **Marco Legal.**

Teniendo en cuenta que la FUNDACIÓN Unidos Por Una Ilusión es una entidad sin ánimo de lucro, se debe reglamentar basado en “*Las ESALES son personas jurídicas que se constituyen por la voluntad de asociación o creación de otras personas (naturales o jurídicas) para realizar*

*actividades en beneficio de los asociados o de terceras personas, o la comunidad en general, y no persigue el reparto de actividades entre sus miembros. (Decretos 2150-1995 427-1996 circular única de la Superintendencia de Industria y Comercio (Bogotá, Guía de entidades Sin Ánimo de Lucro, 2013).*

Por lo anterior la FUNDACIÓN se constituirá de la siguiente manera:

- Mediante documento privado
- Registro del documento privado ante la Cámara De Comercio.
- Solicitud Rut ante la DIAN.
- Registro de marca ante Súper Intendencia De Industria y Comercio.
- Inscripción de libros de actas de asamblea y registro de asociados exigidos por la ley ante la Cámara De Comercio.

### **Descripción de programas y proyectos que ofrece la Fundación.**

La FUNDACIÓN Unidos Por Una Ilusión ofrece sus programas y proyectos con un fin social, teniendo como objetivo apoyar y promover deportivamente a niños y adolescentes de sectores marginados de la ciudad de Bogotá, a través de alianzas estratégicas y convenios con grandes, medianas y pequeñas organizaciones de igual manera con personas naturales, que acepten apoyar el deporte de escuelas de barrios vulnerables por diversas problemáticas sociales.

A continuación, se mencionará los proyectos y programas que ofrece la FUNDACIÓN:

**. Lo que dicte tu corazón:** Programa dirigido para personas naturales, con el objetivo de que a través de una donación mensual, el aporte económico que dispondrá su corazón será destinado a

la contribución de un porcentaje en el pago de la mensualidad, del niño dentro de las escuelas deportivas localizadas en los barrios marginados de Bogotá.

**.Nace un talento:** Proyecto destinado a la ejecución de mini campeonatos, entre escuelas deportivas de barrios marginados en Bogotá.

**.Gira la pelota:** Este programa tiene como objetivo el lograr obtener elementos deportivos a través de donaciones de personas jurídicas o naturales que permita a niños y adolescentes el desarrollo de sus actividades deportivas.

**.Construye ilusión:** Proyecto dirigido para el sostenimiento y apoyo en la formación deportiva de adolescentes en clubes de alta categoría.

#### **Servicios similares en el mercado.**

Existen varias fundaciones perfiladas al mismo objetivo, quienes brindan sus programas y proyectos través de diversas estrategias, teniendo en cuenta que la mayoría de ellas son entidades sin ánimo de lucro.

|                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|-------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Fundación Colombia<br/>Somos Todos</p> | <p>La Fundación sin ánimo de lucro COLOMBIA SOMOS TODOS JAMES RODRIGUEZ tiene como objetivo principal la contribución al conglomerado social de las clases menos favorecidas de la población colombiana en algunos sectores del país, vinculando menores de escasos recursos que estén</p> |
|-------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  <p>FUNDACIÓN<br/>COLOMBIA<br/>SOMOS TODOS<br/>JAMES RODRIGUEZ</p>                       | <p>interesados en formarse profesionalmente como futbolistas y llevar una vida sana por medio del deporte. Fue creada por el jugador JAMES RODRIGUEZ RUBIO como parte de su contribución a la sociedad y a los menores que pretenden formarse como deportistas, formulando múltiples proyectos sociales enfocados a la práctica deportiva en todo el país. (Fundación Colombia Somos Todos , S.F).</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <p>Fundación Deportiva<br/>Talentos de Turbaco “fe y<br/>esperanza en el deporte”</p>  | <p>La fundación Deportiva Talentos de Turbaco “Fe y Esperanza en el Deporte” busca una serie de objetivos que van desde integrar socialmente los niños y jóvenes del deporte y desarrollar el mejoramiento de la calidad de vida, su desarrollo motor y cognitivo y con ello la formación de valores como la tolerancia, el respeto y el saber en grupo, con el propósito de hacer posible el conocimiento del papel fundamental en el fútbol. La necesidad que se quiere superar, y el aspecto más importante que impulsa llegar a la profesionalización del futbolista del municipio y que es en realidad lo que permitiría el desarrollo del jugador de manera integral es la falta de una estructura deportiva y administrativa óptima, sólida y organizada, donde la Fundación se prepara para ofrecerlo. El trabajo de formación deportiva en fútbol realizado con niños desde los 5 años hasta los 16 años, permite realizar un diagnóstico acerca de la situación actual que afecta las</p> |

|                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                      | condiciones de un futbolista en su proyección. (FUNDACION DEPORTIVA TALENTOS DE TURBACO, S.F)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <p>Fundación Colombiana<br/>Deportiva Funcode</p>  | <p>la FUNDACIÓN COLOMBIA DEPORTIVA FUNCODE, es una entidad sin ánimo de lucro que busca brindar a la población en general, espacios que contribuyan en el mejoramiento de su calidad de vida, a través de diversos programas deportivos y sociales que les permitan crecer como personas, gracias al desarrollo de sus capacidades individuales y colectivas, teniendo como objetivo principal el fomento y difusión del deporte en sus manifestaciones beneficiando especialmente a la personas que se encuentren en situación de vulnerabilidad. (Fundación Colombiana Deportiva Funcode , 2014)</p> |

### **Proceso de auto sostenibilidad.**

La FUNDACIÓN Unidos Por Una Ilusión generará ingresos de auto sostenibilidad mediante el apoyo de los siguientes proyectos y programas estipulados por la FUNDACIÓN:

#### **. Programa lo que dicte tu corazón:**

- Aporte voluntario a partir de \$10.000 mensuales.

#### **. Proyecto nace un talento:**

- Aporte mensual \$100.000.

- Aporte bimestral \$150.000
- Aporte trimestral \$250.000
- -Aporte semestral \$400.000

**. Programa Gira la pelota:**

- **Donaciones:** Elementos deportivos (uniformes, guayos, pelotas, tenis, conos, lazos, etc).

**.Proyecto Construye ilusión:**

- Aporte mensual \$300.000.
- Aporte bimestral \$500.000
- Aporte trimestral \$800.000
- Aporte semestral \$1,000.000
- Aporte Anual \$1,800.000

**Valor agregado de la FUNDACIÓN Unidos Por Una Ilusión.**

El valor agregado que ofrece la FUNDACIÓN Unidos Por Una Ilusión es seleccionar y apoyar a los niños y adolescentes deportistas talento, ubicándolos en escuelas de mayor categoría donde podrán alcanzar con su esfuerzo, dedicación y compromiso el sueño de ser un deportista a nivel profesional, cumpliendo así nuestro lema de “Unidos Por Una Ilusión”.

**Utilidad Única de los programas y proyectos de la FUNDACIÓN.**

Quien desee ser aportante y hacer parte de la misión de la Fundación Unidos Por Una Ilusión se hace partícipe a la construcción y transformación de una causa social a través de la ejecución de su responsabilidad social.

Por otro lado el Estatuto Tributario Colombiano incentiva y reconoce el compromiso de quienes contribuyen a una buena causa, plasmándolo a través del artículo 125 deducción por donaciones. Los contribuyentes del impuesto de renta que estén obligados a presentar declaración de renta y complementarios dentro del país, tienen derecho a deducir de la renta el valor de las donaciones efectuadas, durante el año o período gravable.

### **Equipo de Equipo de trabajo.**

La importancia del equipo de trabajo en la FUNDACIÓN, es de relevancia ya que a porta al desarrollo de todas las tareas tanto internas como externas, logrando así mismo cumplir con su misión y poder desarrollar su visión. Las personas que inicialmente conforman el equipo de trabajo de la FUNDACIÓN Unidos Por Una Ilusión son jóvenes, dos de estas personas son mujeres que se desarrollan dentro del mismo campo profesional Comunicadoras Sociales para la paz con énfasis en la comunicación organizacional, y dos hombres uno de ellos aportando al campo físico y otro al campo de toda la parte de diseño e imagen corporativa de la FUNDACIÓN.

### **Roles.**

#### **Angélica María Trujillo Bohórquez.**

Su rol dentro de la organización es la creación y manejo de los canales de comunicación que va a manejar inicialmente la Fundación (Redes Sociales). A su vez el manejo de fotografía y trabajo en la creación de todo el material subido en los canales que manejará la Fundación. (Marketing).

Apoyo en la parte de relaciones públicas, red de contactos, proveedores, patrocinadores y en las escuelas interesadas en este proyecto; al igual que el poder establecer un vínculo y contacto con las dos personas que están intermediariamente como lo es la persona encargada de toda la parte de imagen corporativa y el apoyo por parte de la persona que tiene conocimiento en el área del campo deportivo.

**Alejandra Roa Gaitán.**

Manejo de la comunicación interna y externa de la FUNDACIÓN Unidos por Una Ilusión, creando estrategias de comunicación para los stakeholders. Posicionamiento de marca e identidad corporativa en las redes sociales tales como *Facebook, Twitter, Instagram y YouTube*. Además, la producción de piezas visuales y multimedia.

Por otro lado, el manejo de los programas y proyectos, que generan los recursos económicos y físicos que requiera la FUNDACIÓN para cumplir sus objetivos y también las relaciones públicas con las organizaciones del Deporte y las escuelas deportivas de los barrios vulnerables de Bogotá.

**John Alexander Noriega.**

Su rol está enfocado en describir gráficamente a la FUNDACIÓN Unidos Por Una Ilusión, tratando de plasmar todo el mensaje comunicativo que quiere dar la Fundación a través de una comunicación de forma visual. Hay que tener en cuenta que no está constantemente inmerso en la Fundación, sino cuando esta requiera de su servicios.

**Andrés Felipe Sánchez.**

Su rol dentro de la FUNDACIÓN es apoyo y colaboración constante en toda el área de cultura física en la realización y elaboración de los test para la identificación de talentos. Apoya en la gestión en contactos, gracias a su experiencia en el área de la cultura física.

**Perfiles Equipo De Trabajo.**

**Nombre:** Angélica María Trujillo Bohórquez.



**Perfil:** Estudiante de 9 semestre de la Facultad de Comunicación Social Para la Paz con énfasis en Comunicación Organizacional de la Universidad Santo Tomás.

Responsable, transparente, perseverante, creativa. Con habilidades de proactividad, trabajo en equipo, redacción, servicio al cliente, logística de eventos, conocimientos en el área de prensa - periodismo y dispuesta a adquirir nuevos conocimientos.

También en el manejo de paquete de Adobe (Indisign, Audition, Premier Pro, paquete office y presentaciones en PowerPoint y prezzi).

Con amplia experiencia académica y participación en semilleros de investigación sobre política y comunicación organizacional de la Universidad Santo Tomás, (Politikós y Neociudadano).

**Nombre:** Alejandra Roa Gaitán.



**Perfil:** Profesional en formación de Comunicación Social para la Paz con énfasis en Comunicación Organizacional de la Universidad Santo Tomás. Persona responsable, líder, habituada al trabajo en equipo y bajo situaciones en alta presión, especial atención a los detalles, habilidad para tomar la iniciativa y facilidad en la toma de decisiones.

Con habilidades académicas en creación de estrategias de comunicación interna y externa, Plan Estratégico de Comunicación, y manejo básico de programas de edición (Photoshop, Premiere, Audition, Indisig). Además, cuenta con experiencia en gestión de procesos administrativos, Community Manager (manejo de redes sociales) y creación de piezas visuales y multimedia.

**Nombre:** Andrés Felipe Sánchez.



**Perfil:** Estudiante de 7 semestre del programa de Ciencias del Deporte de la Universidad de Ciencias aplicadas y ambientales UDCA. Líder, perseverante, autónomo, creativo, recursivo, buen trabajo en equipo. Con habilidades deportivas y académicas (análisis y compresión de datos).

También con manejo de paquete office y programa Kinoveda (biomecánica).

Con experiencia en valoración física y composición corporal. Participación en semilleros de investigación (Entrenamiento y actividad física).

**Nombre:** John Alexander Noriega Medina.



**Perfil:** Profesional en Diseño Gráfico egresado de la Escuela de Artes y letras.

Creativo, responsable, líder, autónomo. Con amplia experiencia en el manejo de todo los diversos programas de diseño, conocimiento en el área de manejo de color y trazos a la hora de ejecutar un mensaje.

Con amplia experiencia Freelance nunca firmando contrato directo con grandes organizaciones, pero si ejecutando proyectos a través del trabajo independiente en joyerías, una empresa de alimentos de Bucaramanga, restaurantes y trabajos universitarios.

Manejo de programas:

Photoshop 80%

Illustrator 90%

Indesign 70%

CorelDraw 60%

Ilustración análoga.

### **Experiencia de cada integrante.**

#### **Angélica María Trujillo Bohórquez.**

- Programa de técnicas de lectura integral y selectiva. Abril 2008. Técnicas Americanas de Estudio para Colombia S.A.
- Asistente al XIV Congreso Internacional de Relaciones Públicas y Comunicación (ALARP) en Salvador (Bahía). Brasil .Octubre 2014.

- Participación en la creación, diseño y elaboración de la Revista Voces Ausentes (Relación a las víctimas del conflicto armado y social del país, los excluidos y vulnerados en sus Derechos), Proyecto Universidad Santo Tomás en su versión para el año 2013.
- Experiencia en el desarrollo de trabajos académicos cada semestre, entre ellos creación de una agencia de comunicaciones (News Company) encargada del posicionamiento de imagen, elaboración de piezas comunicativas, entrevistas y a su vez desarrollando espacios de comunicación sustentados en un proyecto investigativo realizado en la Localidad de los Mártires. Julio 2013.
- Creación de producto innovador a través de un proyecto establecido en la Universidad Santo Tomás, específicamente en el área de Emprendimiento y creación de empresa, proyecto que dio la posibilidad de presentarse en la Feria de emprendimiento de la Universidad. 2014.
- Trabajo sobre el Marketing Mix en la Marca Gef específicamente en la línea masculina. 2014.
- En el campo de comunicación organizacional desarrollo de diagnóstico y elaboración del Plan estratégico de comunicación en la organización Botánica Lab S.A.S. 2014.

**Alejandra Roa Gaitán.**

- Experiencia en el desarrollo de trabajos académicos cada semestre, entre ellos creación de una agencia de comunicaciones (5entidos) encargada del posicionamiento de imagen, elaboración de piezas comunicativas, entrevistas y además de contactar las diferentes entidades que apoyaran la investigación y el proyecto, tales como la Alcaldía de Bosa, el IDU, la Junta de Acción Comunal del Sector y el apoyo en redes sociales de habitantes de la localidad. Dicho proyecto se realizó en la Localidad de Bosa, el barrio de Bosa Estación en Julio de 2013.
- Creación de Plan de Marketing digital para la serie web *BACKLINE*, posicionando el grupo musical *León Banda*, en las redes sociales tales como Facebook, Twitter y YouTube.
- Redacción y creación de artículos para la Revista Voces Sinfónicas en su II Edición noviembre 2013.
- Creación y dirección de talleres de radio en el Colegio La Estancia, en la localidad de Ciudad Bolívar. Agosto 2013.
- Consultoría de comunicación y creación de Plan Estratégico de Comunicación PECO en la organización Talous Group S.A.S. febrero-noviembre 2014.
- Conocimientos básicos en Gerencia de Talento Humano, electiva práctica. Febrero 2014.

**Andrés Felipe Sánchez.**

- Mejor jugador inter localidades Sotfbol. 2009.
- Campeonato Nacional intercolegiado policía 2011 obtuvo el primer puesto en Futbol y también por ser el mejor jugador de este deporte.
- Selección Bogotá Béisbol. 2012.
- Participación dos campeonatos Nacionales de Voleibol Ascun 2013 y 2014.
- Campeonato Nacional de Beisbol Sub 18 y Sub 21. 2014.
- Entrenador Voleibol Colegio Nuestra Señora de Fátima. 2012- actual.
- Entrenador Personal (Clases personales en el área de Fitness, TRX, Pilates).

**John Alexander Noriega.**

- Talleres sobre realización de Revistas enfocada en diferentes entornos comerciales.
- Experiencia realización de Revista referente a el Tabú sobre la Sexualidad.2013.

- Creación catálogo a la marca Converse. 2013.
- Proyecto sobre el cuidado del agua, elaboración de cuentos infantiles para poder transmitir este mensaje a un Target Group específico. 2014.

### Competencias: Trabajo en equipo.

| Competencia               | Factor Fijo |  |  |  | Factor Variable |  |  |  |
|---------------------------|-------------|--|--|--|-----------------|--|--|--|
| Innovación                |             |  |  |  |                 |  |  |  |
| Tecnología                |             |  |  |  |                 |  |  |  |
| Competencia               |             |  |  |  |                 |  |  |  |
| Administración y Finanzas |             |  |  |  |                 |  |  |  |
| Dirección de proyectos    |             |  |  |  |                 |  |  |  |
| Redes Sociales            |             |  |  |  |                 |  |  |  |
| Producción                |             |  |  |  |                 |  |  |  |
| Iniciativa                |             |  |  |  |                 |  |  |  |
| Capacidad Social          |             |  |  |  |                 |  |  |  |
| Ortografía                |             |  |  |  |                 |  |  |  |
| Comunicación              |             |  |  |  |                 |  |  |  |
| Habilidad negociadora     |             |  |  |  |                 |  |  |  |
| Interpretación            |             |  |  |  |                 |  |  |  |
| Relaciones públicas       |             |  |  |  |                 |  |  |  |
| Creatividad               |             |  |  |  |                 |  |  |  |
| Fotografía                |             |  |  |  |                 |  |  |  |

|                                        |  |  |  |  |  |  |  |  |
|----------------------------------------|--|--|--|--|--|--|--|--|
| <b>Redacción</b>                       |  |  |  |  |  |  |  |  |
| <b>Producción Audiovisual y Sonora</b> |  |  |  |  |  |  |  |  |

|                                      |
|--------------------------------------|
| <b>Angélica Trujillo</b>             |
| <b>Alejandra Roa</b>                 |
| <b>Andrés Felipe Sánchez</b>         |
| <b>John Alexander Noriega Medina</b> |

### **Red de contactos.**

Clientes (Aportantes)

Proveedores

Socios Claves

### **SOCIOS CLAVES**

#### **ESCUELA DEPORTIVA CHOMBO F.C**

Escuela de futbol de alto rendimiento formativo, competitivo y pedagógico de cual hacen parte jóvenes de los diferentes colegios y barrios de la localidad de Tunjuelito.

La escuela no cuenta con una sede, sino que todos sus entrenamientos los realiza en el parque Metropolitano el Tunal. Esta escuela está conformada por niños y niñas de cinco a diecisiete años; los cuales pagan una mensualidad de \$30.000 y un costo de inscripción de \$130.000. Este costo incluye dos uniformes, un mes de pensión, matricula, formulario de inscripción y carnet.



*Imagen de: Chombo F.C.*

## **COLDEPORTES**



*Imagen de: Coldeportes.*

Es el Departamento Administrativo del Deporte, la Recreación, la Actividad Física y el Aprovechamiento del tiempo libre. COLDEPORTES tiene como objetivo, dentro del marco de sus competencias y de la ley, formular, adoptar, dirigir, coordinar y ejecutar planes y proyectos en materia del deporte. Para promover el bienestar, la calidad de vida, a la educación, a la cultura, a la cohesión social. (COLDEPORTES, 2013).

## **ACADEMIA DE FÚTBOL- MILLONARIOS F.C**



La Academia de Millonarios es el semillero de muchos de los grandes jugadores de nuestra institución... “Nuestra visión es la de un semillero de jugadores profesionales, y ante todo, personas de bien. El objetivo es dejar estas cualidades en nuestros jugadores con el fin de brindarle un progreso al fútbol colombiano y el país.” Al ser una escuela de formación el objetivo es enseñar

y potencializar el talento de cientos de niños que hacen parte de nuestra inmensa familia. (MILLONARIOS F.C, 2008).

### **PRESO ROJO F.C**



*Imagen de: Preso Rojo f.c.*

Es una asociación deportiva de derecho privado, sin ánimo de lucro, constituida con el fin de fomentar y patrocinar la práctica del deporte de fútbol, la recreación y el aprovechamiento del tiempo libre e impulsar programas de interés público y social. Tiene como objetivo aplicar y comprender el sentido de los valores y así ocupar el tiempo libre sanamente, desarrollarse como persona integral, educarse para la salud. Complementar con esta actividad las clases de educación física del colegio. Lograr un aprendizaje técnico- táctico- cognitivo de base. (EXPRESO ROJO F.C, 2010).

### **PUMAS BASKETBALL CLUB**



*Imagen de: Pumas Basketball Club*

Garantizar la satisfacción de las expectativas de nuestros clientes: (jóvenes en edad escolar interesados en el deporte, padres de familia, entidades públicas y privadas a nivel nacional), en la enseñanza del baloncesto, la formación integral y otros servicios adicionales, apoyados en un programa pedagógico y proyecto deportivo, aplicando constantemente nuevas estrategias y tecnologías. El profesionalismo de nuestro grupo de trabajo, hace de PUMAS, una empresa de confianza en donde aprender es una diversión y en donde es más fácil crecer. (Club, s.f.).

### **PROVEEDORES**

#### **GRUPO DADONE**



*Imagen de: Grupo Dadone*

Dadone es una gran empresa que proporciona a toda una alimentación de calidad, natural y al servicio de la salud en todas las etapas de la vida. Cultivar el gusto por lo que es bueno para la salud. Alimentar a los más pequeños, a las personas vulnerables, y también a quienes disfrutan de buena salud. (Dadone, 2008).

#### **EMPRESA AIKKO**



*Imagen de: Empresa AIKKO*

Empresa joven amante del fútbol, producción y elaboración de elementos deportivos económicos, con envíos a toda Colombia, también ofrece un amplio portafolio de servicios para todo cliente que lo requiera. (AIKKO, s.f.)

**CLIENTES (APORTANTES)**

Persona Jurídica o natural, entre ellas grandes organizaciones que tienen amplio portafolio en apoyo de programas en pro de la Responsabilidad Social.

**GRUPO ÉXITO**



*Imagen de: Grupo Éxito*

Nos debemos al país donde nacimos y hemos forjado nuestro crecimiento. Cumplimos nuestra labor diaria con sentido social y compromiso con el desarrollo de la nación y la calidad de vida de sus gentes.

La inversión social de la compañía, canalizada a través de la Fundación Éxito, favorece a la primera infancia, grupo humano vulnerable en Colombia y, al mismo tiempo, indispensable en el

futuro del país. Así, el trabajo con la niñez, realizado en alianza con otras organizaciones del Gobierno y de la sociedad, muestra sus frutos desde la perspectiva de la construcción de tejido social, teniendo en cuenta el carácter decisivo de la nutrición y de la atención integral en los primeros años de vida, para lograr ciudadanos que aporten su conocimiento y trabajo en favor del bienestar común. (ÉXITO, s.f.).

### **CLUB DEPORTIVO MEGALLANES**



*Imagen de: Club Deportivo Megallanes*

Magallanes se preocupa de sus futbolistas y trabajadores pero también de su entorno. Así, con el mismo objetivo central de incentivar el desarrollo humano a través de la práctica deportiva, el club pone a disposición de empresas privadas y sus trabajadores, las instalaciones de nuestro Complejo Deportivo. (Club Deportivo Magallanes , s.f.).

### **ALPINA**



*Imagen de: Alpina*

Alpina posee un proyecto integral de atención a niños de escasos recursos víctimas de maltrato y provenientes de familias desintegradas, a través del cual brinda seguimiento nutricional, formación curricular y extracurricular y apoyo a las familias con el fin de construir las bases de un adecuado desarrollo personal que permita el surgimiento de mejores ciudadanos. Para sus operaciones, Alpina posee 6.197 empleados en Colombia y sus filiales, y 1.164 ganaderos proveedores de leche. (Alpina, 2013).

### **BAVARIA**



*Imagen de: Bavaria*

Sin lugar a dudas, es impresionante el trabajo que realiza esta Compañía en los barrios marginados y con los niños de escasos recursos, sin dejar a un lado la responsabilidad que tiene con el medio ambiente y las políticas que adelanta para generar un consumo responsable de sus bebidas. (Bavaria, s.f.).

### **Ventajas de las Alianzas estratégicas con los Socios, Proveedores y Aportantes.**

Quien desee ser aportante y hacer parte de la misión de la FUNDACIÓN Unidos Por Una Ilusión se hace partícipe a la construcción y transformación de una causa social a través de la ejecución de su responsabilidad social.

Por otro lado el Estatuto Tributario Colombiano incentiva y reconoce el compromiso de quienes contribuyen a una buena causa, plasmándolo a través del artículo 125 deducción por donaciones. Los contribuyentes del impuesto de renta que estén obligados a presentar declaración de renta y complementarios dentro del país, tienen derecho a deducir de la renta el valor de las donaciones efectuadas, durante el año o período gravable.

Además en las alianzas estratégicas con las escuelas deportivas, a través del desarrollo de la búsqueda del talento, esto ayudará a la escuela a posicionarse más dentro del sector donde se encuentre, logrando así más inscripciones de los programas deportivos para niños y adolescentes.

### **Recursos Adicionales.**

**Tecnológicos:** La fundación requiere de un mecanismo que ayude a identificar y aportar para la búsqueda del talento más específico a través de la implementación de Software de valoración física. En donde se estudia más allá de su habilidad y ya se tocan las diferentes líneas corporales.

**Físico:** Se debe contemplar un espacio físico (oficina), con el objetivo de que la persona jurídica o natural que esté interesada en apoyar la causa de la Fundación pueda libremente encontrar y conocer de quienes conforman la FUNDACIÓN. Además se requieren a disposición total elementos de trabajo como (Cámaras, programas de edición, entre otros).

**Talento Humano:** Fortalecer la ejecución del proyecto, gracias a la colaboración y disposición de personal adicional con las que está conformada la FUNDACIÓN y de esta forma a su vez se irá fortaleciendo y desarrollando a más gran escala la misión de FUNDACIÓN Unidos Por Una Ilusión.

**Financiero:** Al ser una FUNDACIÓN “Sin ánimo de lucro”, no existe ningún servicio o producto, así que la ejecución de los programas y proyectos, ayudará a que éste recurso se desarrolle por sí solo, además todo esto se ejecutará a través de las alianzas estratégicas que se irán desarrollando.

#### **Clientes potenciales (aportantes).**

La FUNDACIÓN Unidos Por Una Ilusión contará como cliente potencial (aportantes), conformado por personas jurídicas y naturales quienes decidirán a través de que programa o proyecto estipulado por la Fundación, apoyarán a la causa de la misión de Unidos Por Una Ilusión.

#### **Cómo se llega al cliente. (Aportante).**

La FUNDACIÓN Unidos por Una Ilusión para poder llegar a quien desee apoyar su misión, participando no solo financieramente, sino además tener la voluntad y propósito de aportar a través de sus conocimientos y tiempo se realizará a través de seis estrategias creadas con las herramientas existentes y elementos que no demandan mayor inversión, nombrándose de la siguiente forma:

- **Productos comunicativos:** A través de las redes sociales, se darán a conocer productos audiovisuales que den cuenta del proceso de FUI a quien esté interesado en hacer parte de la FUNDACIÓN, los programas y proyectos que realiza la FUNDACIÓN.
- **Reuniones promocionales:** A través de encuentros deportivos y eventos realizados por las grandes, medianas y pequeñas empresas, grandes organizaciones del deporte y en las escuelas de barrios. Unidos Por Una Ilusión se presenciará divulgando su misión, proyectos y programas a través de material P.O.P y en oportunidades que se puedan intervenir contando la experiencia y procesos de la Fundación.
- **Mailing:** La FUNDACIÓN siempre en cada gestión, obtención de proveedores, clientes, visita a escuelas y demás entornos que ayuden al desarrollo de la FUNDACIÓN. Se manejará una base de datos, recolectando los correos de toda persona que le interese y desee conocer del objetivo de Unidos Por Una Ilusión, para enviar información constante o acontecimientos que se vayan desarrollando y ejecutando en el proceso del objetivo de la FUNDACIÓN.
- **Seguimiento de clientes (Aportantes):** Las personas jurídicas y naturales que apoyen los programas y proyectos de la FUNDACIÓN, se les mantendrá informados de cambios, nuevos programas o desarrollo de los nuevos talentos que vayan surgiendo, para así conozcan el proceso de los nuevos talentos, gracias a la contribución que ellos han realizado.

- **Márketing viral:** Explotar al máximo los medios de difusión, a través de las redes sociales y canales existentes de la FUNDACIÓN, generando así en la sociedad y quien conozca de los canales, un mensaje de transformación social y apoyo a la causa que tiene Unidos Por Una Ilusión.
- **Marketing de expectativas:** La percepción de la misión de la FUNDACIÓN es vital, porque de esta manera ayudará a gestionar más apoyo, obtención de recursos y más organizaciones que estén interesadas en participar de Unidos Por Una Ilusión. A través de los canales de difusión de mostrará lo nuevo, las fortalezas de los programas y el desarrollo no solo externo, sino interno de la FUNDACIÓN con el objetivo de que terceros puedan evaluar y ser críticos en que la intención verdadera de la Fundación es apoyar y lograr llevar a niños y adolescentes de escuelas de barrios vulnerables de Bogotá a fortalecerse profesionalmente en el campo deportivo.

### **Diferencia de la FUNDACIÓN Unidos Por Una Ilusión de otras Fundaciones.**

Existen más de 5.000 entidades sin ánimo de lucro a nivel Nacional que realizan proyectos en pro de la transformación social a través de la práctica y fomento de la cultura del deporte. La diferencia de la **FUNDACIÓN Unidos Por Una Ilusión** frente a estas, es seleccionar y apoyar a los niños y adolescentes deportistas talento, ubicándolos en escuelas de mayor categoría donde podrán alcanzar con su esfuerzo, dedicación y compromiso el sueño de ser un deportista a nivel profesional, cumpliendo así nuestro lema de “Unidos Por Una Ilusión”.

## **Medio de pago de los programas y proyectos de la FUNDACIÓN Unidos Por Una Ilusión.**

### **Pago directo a través de dos canales:**

Donación en Cuenta Bancaria:

Consignación a la cuenta de ahorros

Nombre de la Fundación y número de Nit

Luego el donante deberá enviar escaneada la consignación al correo electrónico de la FUNDACIÓN, adjuntos los siguientes datos:

- Nombre completo.
- Correo electrónico.
- Teléfono.
- El donante recibirá una certificación de donación.

**Donación en Línea:** Medios electrónicos a través de la página web, recibiendo cualquier tarjeta de crédito.

### **Segmentación demográfica de las escuelas deportivas.**

A través de la segmentación de las escuelas deportivas marginadas se puede analizar mejor cuales son los factores que determinan la práctica deportiva de la población, para ello, se deben tener unos criterios que puedan clasificar sus necesidades de una forma homogénea. A continuación se aportan algunos criterios de segmentación que facilitará a la FUNDACIÓN la búsqueda de las escuelas y a su vez del talento.

## 1. Segmentación Geográfica.

Lugar:

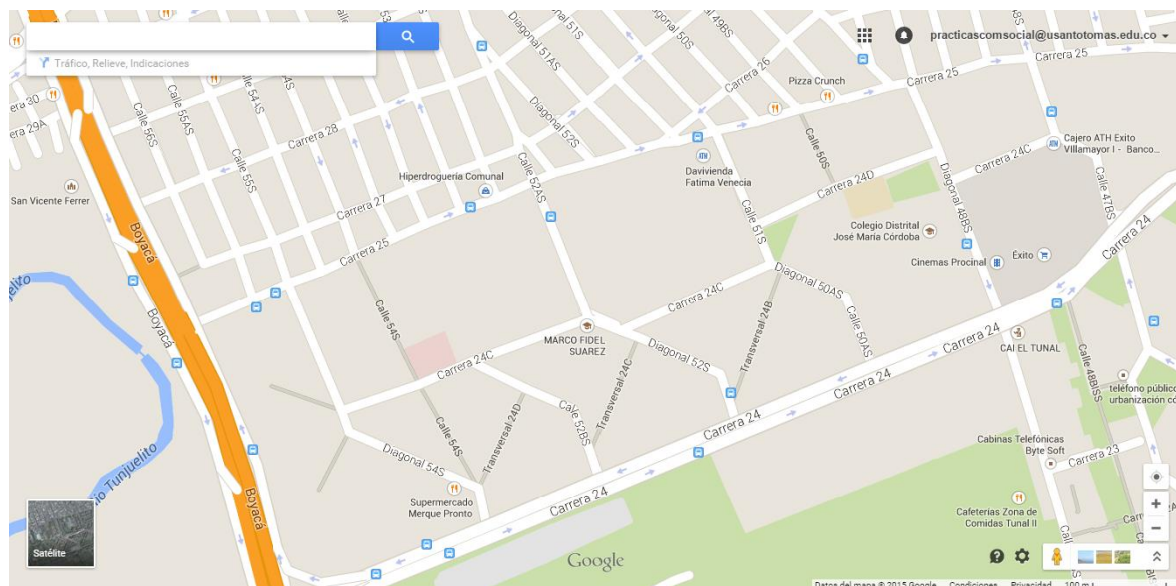


Imagen de: GoogleMaps

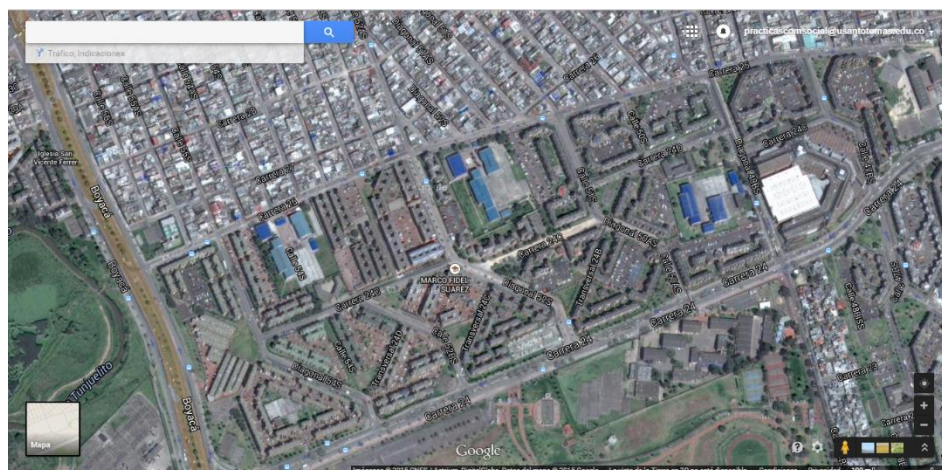


Imagen de: GoogleMaps

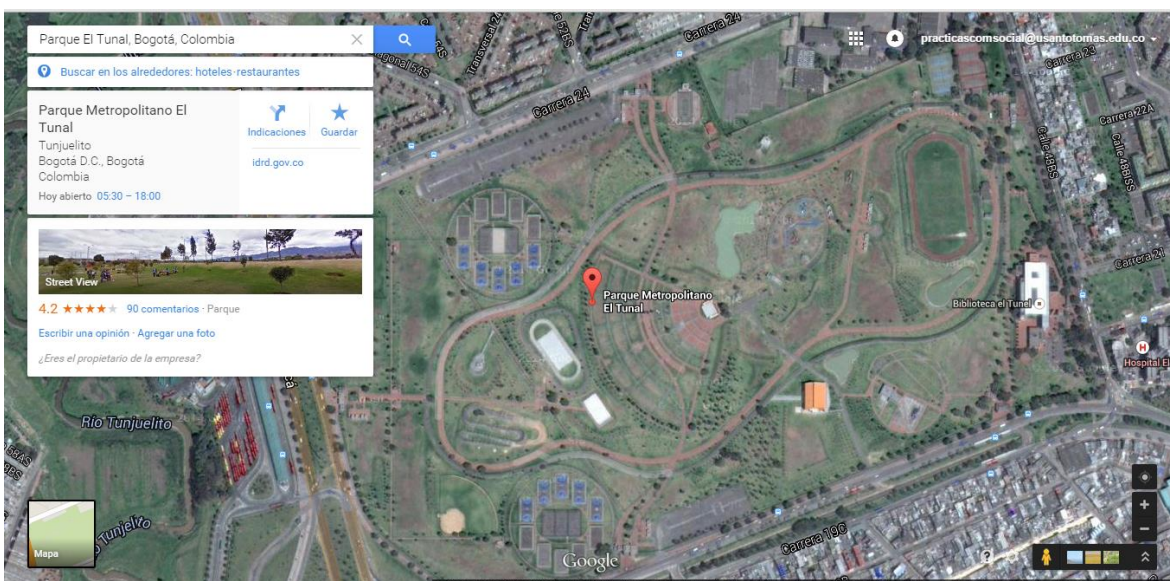
Colombia: Ciudad Bogotá

Inicialmente localidad de Tunjuelito: Barrio El Tunal

Tunjuelito tiene una extensión de 1.062.33 hectáreas en donde predomina el estrato 2. Su topografía esencialmente es plana, aunque se observa algunas zonas quebradas al sur, donde están los barrios, San Benito, Tunjuelito y Abraham Lincoln, según el censo de 2005 cuenta con 225.511 habitantes, información suministrada por el Departamento Administrativo de Estadística, hacen parte de la localidad la escuela de Policía, la escuela de Artillería, la zona Industrial y el Parque Metropolitano El Tunal. (Bogotá Humana , s.f).

## 2. Segmentación demográfica

### Población:



Jóvenes de las diferentes escuelas del barrio Tunal, que entrenan en el Parque Metropolitano de este mismo Barrio: Estos datos aún no pueden ser contéplanos con exactitud, ya que no se ha implementado algún instrumento de investigación que arroje estos datos, simplemente el género, la edad, estado civil, y su situación económica (Datos que solamente se han sido determinados a través de la observación y obtenidos por los entrenadores de las escuelas).

**Género:** Hombres y Mujeres

**Edad:** Entre los 6 y 17 años

**Estado Civil:** Solteros

**Situación Económica:** Escasos recursos algunos pertenecientes a los barrios aledaños y muchos a Ciudad Bolívar.

### ***3. Segmentación Psicológica/Psicográfica***

Allí a través de la **ENCUESTA** se tendrá en cuenta los factores motivacionales y la habitualidad de la práctica deportiva, es decir allí se implementará y estudiará la perspectiva de personalidad y la percepción que tienen frente al fin del proyecto Fundación Unidos Por Una Ilusión.

### ***4. Segmentación sociocultural***

Implementando de nuevo la **ENCUESTA** se estudiara el estilo de vida cultural de cada joven, determinando de esta manera aquellos factores que pueden influir en su práctica deportiva partiendo de su estilo de vida.

### ***5. Segmentación Relacionada con el Uso***

Aquí se establece el lugar, tiempo y toda planificación del diseño para poder desarrollar la misión de la Fundación Unidos Por Una Ilusión, demostrándose esta segmentación a partir del trabajo de campo realizado.

## **Implementación medios de comunicación.**

Inicialmente la FUNDACIÓN Unidos Por Una Ilusión contaría su participación en medios radiales (Comunitarios) y (Universitarios), con el objetivo de llegarle inicialmente a este tipo de

Target Group y luego gracias a su acogida tratar de buscar y contactar otro tipo de medios radiales más conocidos a nivel Nacional.

Su participación será a través de visitas a las emisoras exponiendo a los oyentes el papel y la importancia que tiene la Fundación, promocionando las redes sociales, los programas y proyectos para así no solo acoger el interés de la localidad inicial de Fundación Tunjuelito sino logrando entrar y dar a conocer el rol de la FUNDACIÓN a muchos más sectores de la ciudad.

#### **Emisoras Comunitarias.**

| <b>Emisora</b>                     | <b>Localidad</b>                                                                             | <b>Frecuencia</b> |
|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|
| Emisora la kalle su red<br>Stéreo. | Kennedy, Bosa, Ciudad<br>Bolívar y Tunjuelito.                                               | 106.4 F.M         |
| Emisora suba al aire               | suba y<br>Engativá                                                                           | 88.4 F.M          |
| Emisora la norte                   | Usaquén,<br>parte oriental<br>de Suba, parte<br>de Chapinero<br>y parte de<br>Barrios Unidos | 94.4 F.M          |
| Emisora poder stéreo               | Fontibón, parte<br>industrial de                                                             |                   |

|                                   |                                                                                                    |           |
|-----------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
|                                   | Puente<br>Aranda, norte<br>de Kennedy                                                              | 94.4 FM   |
| Emisora en tu presencia<br>stéreo | Chapinero,<br>Barrios Unidos y<br>Teusaquillo                                                      | 106.4 F.M |
| Emisora ambiente fm<br>Stéreo     | Santa Fe,<br>Candelaria,<br>Mártires,<br>Antonio Nariño<br>y parte de<br>Puente Aranda<br>y Rafael | 88.4 F.M  |
| Emisora: vientos estéreo          | San Cristóbal,<br>Usme, Ciudad<br>Bolívar y Rafael<br>Uribe Uribe                                  | 94.4 F.M. |

(redcomunicacioncomunitaria.org, s.f)

### Emisoras que manejan un contenido deportivo dentro de su franja.



Imágenes tomadas de: Radio en vivo /Colombia. Com

## Emisoras Universitarias



Óyeme  
UJTL



Alternativa  
On Line



Archie's  
L'Stazione



Aunar  
Stereo



Emisora  
Cultural RAC



E. Politécnico  
Gran Colombiano



Emisora U. Jorge  
Tadeo Lozano



Emitc  
La Salle



Escenario  
Radio



Escuela  
País



Estación  
V



H2O Vive  
La Radio



Instel  
Radio Online



Javeriana  
Estéreo Cali



Javeriana  
Estéreo Bogotá



Konradio



La Estudiantil  
Stereo



La U 107  
Stereo



La U FM  
Stereo



Onda  
Inpahu



Onda  
UAO



Online  
Libertador



Panorama  
Franciscano



Química  
Radio



*Imágenes tomadas de: Radio en vivo /Colombia. Com*

El objetivo de la FUNDACIÓN de poder participar de todas estas emisoras tanto comunitarias, nacionales y universitarias, inicialmente la participación de Unidos Por Una Ilusión partiría de las universitarias iniciando en la emisora de la **Universidad Santo Tomás**, por más cercanía y acceso

ya que la Fundación está conformada por dos tomasinas y luego poco a poco ir abordando las demás emisoras en todas las áreas.

En la parrilla de programación la FUNDACIÓN participaría de estos tres programas, ya que cada uno comparte los mismos fines y está dirigido a un público que le interesa el tema ya sea desde el campo deportivo o la experiencia en la creación de la FUNDACIÓN.

|                     |                                                                                                                                                                         |                              |
|---------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|
| Escenario Deportivo | Toda la actualidad del deporte mundial en este espacio. Invitados, estadísticas, entrevistas, transmisiones y más. De lunes a viernes con el talento joven de Escenario | Lunes a Viernes<br>1:00 p.m. |
| Mi Santafe          | Espacio dedicado al fútbol donde los hinchas de Santa Fe, analizan, dialogan e informan todo lo relacionado con el desempeño del equipo rojo de la capital.             | Jueves 7:00 p.m.             |

*Información tomada de:*

[http://escenario.usta.edu.co/index.php?option=com\\_wrapper&view=wrapper&Itemid=869](http://escenario.usta.edu.co/index.php?option=com_wrapper&view=wrapper&Itemid=869)

El manejo de las redes sociales es de gran importancia para la FUNDACIÓN y su manejo debe ser muy cuidadoso ya que es el único canal de comunicación oficial por el cual se muestran los proyectos y programas que brinda Unidos Por Una Ilusión, con el objetivo de poder alcanzar a la audiencia (grandes Organizaciones del deporte, grandes, medianas y pequeñas empresas, personas jurídicas y naturales), creando contenidos de su interés y trabajando fuertemente para fomentar siempre el propósito de la Fundación y este nunca decaiga.



Fundación Unidos Por Una Ilusión.



UnidosX1Ilusión



Fundación Unidos Por Una Ilusión.



[fundacion.unidosporunailusion@gmail.com](mailto:fundacion.unidosporunailusion@gmail.com)

De esta manera, la FUNDACIÓN ofrece canales de comunicación propios y herramientas con el fin de tener presente la información y material que se va obteniendo.

**Terceros:** La FUNDACIÓN también utilizará medios terceros como lo son contactos de bandas conocidos y organizaciones mundiales como lo es la Red mundial de telecomunicaciones (Radioaficionados), en donde a través de sus redes sociales, la Fundación Unidos Por Una Ilusión dará a conocer sus canales para de esta forma llegarle a más público de interés, aprovechando la gran acogida que tienen estas organizaciones en las redes sociales.

#### Posibles riesgos de la FUNDACIÓN Unidos Por Una Ilusión.

| Sector            | Posibles Crisis                                                                                                                                                   | Como serán<br>afrentados                                                                                                                                                           | Como se reducirá el<br>impacto                                                                                                                                           |
|-------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Financiero</b> | Que los aportantes a los programas y proyectos de la Fundación dejen de hacer los aportes respectivos, esto demandaría que la Fundación no cuente con el total de | Creación de una estrategia de difusión masiva, por medio de los canales existentes, que implique evidenciar y mostrar los beneficios que genera a la sociedad la ejecución de cada | Al ser una entidad Sin Ánimo de Lucro, conformada por personas jurídicas. Para recuperar los recursos financieros de los programas y proyectos, se realizarían proyectos |

|  |                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                     |
|--|-----------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <p>ingresos para su sostenibilidad.</p> | <p>programa, logrando así motivar e incentivar a más personas jurídicas y naturales a unirse a esta obra social, además se implementaría la asistencia a toda convocatoria o evento para salir de la segmentación de clientes locales, y externos los programas y proyectos a nivel nacional.</p> | <p>alternos como rifas, o encuentros deportivos en lo cual la inversión es mínima, pero se logrará la recuperación de los recursos financieros.</p> |
|--|-----------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

### **Inversión Mínima requerida para la FUNDACIÓN Unidos Por Una Ilusión.**

Para que FUNDACIÓN Unidos Por una Ilusión, la inversión necesaria es de \$.47, 066.000 los cuales serán distribuidos en **inversiones fijas** (dominio web, internet, transporte, telefonía móvil, telefonía fija, honorarios, practicante en medios digitales, gastos de institución, servicios

públicos), **inversiones variables** (Servicio profesional, área deportiva, Servicio diseñador gráfico, material P.O.P, papelería y elementos de trabajo).

El origen inicial de la inversión será el capital que aportan los dos socios mayoritarios, que equivale a

#### **Aplicación de los recursos.**

| <b>Aplicación de los Recursos</b> | <b>Monto</b>            |
|-----------------------------------|-------------------------|
| Inversión Fija                    | \$3,229.000 COP         |
| Inversión Variable                | \$4'040.000 COP         |
| <b>INVERSION MÍNIMA</b>           | <b>\$47,066.800 COP</b> |

| <b>Origen de los recursos</b> | <b>Participación</b> |                     |
|-------------------------------|----------------------|---------------------|
| Socios:                       | %                    | \$                  |
| Socio 1                       | 50%                  | \$23,533.400        |
| Socio 2                       | 50%                  | \$23,533.400        |
| <b>Total Socios</b>           | <b>100%</b>          | <b>\$47,066.800</b> |

#### **COSTOS FIJOS**

| <b>CANT</b>                               | <b>DETALLE</b>               | <b>COSTO UNITARIO</b> | <b>COSTO TOTAL</b> |
|-------------------------------------------|------------------------------|-----------------------|--------------------|
| 1                                         | Dominio Web                  | \$130.000             | \$130.000          |
| 1                                         | Honorarios Secretaria        | \$1,200.000           | \$1,200.000        |
| 1                                         | Practicante Medios digitales | \$900.000             | \$900.000          |
| <b>TOTAL DOMINIO Y HONORARIOS FIJOS</b>   |                              |                       | <b>\$2,230.000</b> |
| <b>SERVICIOS PÚBLICOS Y DE TECNOLOGIA</b> |                              |                       |                    |

|                                                 |                             |           |                    |
|-------------------------------------------------|-----------------------------|-----------|--------------------|
| 2                                               | Paquetes de telefonía móvil | \$32.000  | \$64.000           |
| 1                                               | Telefonia Fija              | \$40.000  | \$40.000           |
|                                                 | Servicios públicos          |           | \$150.000          |
| <b>TOTAL SERVICIOS DE TECNOLOGIA Y PÚBLICOS</b> |                             |           | \$254.000          |
| <b>TRANSPORTE</b>                               |                             |           |                    |
| 2                                               | Transporte Público          | \$237.500 | \$475.000          |
| <b>TOTAL TRANSPORTE</b>                         |                             |           | \$475.000          |
| <b>GASTOS DE CONSTITUCIÓN</b>                   |                             |           |                    |
| Autenticación notaria 2 Socios                  |                             |           | \$70.000           |
| Registro Cámara de Comercio                     |                             |           | \$100.000          |
| Inscripción de los libros                       |                             |           | \$100.000          |
| <b>TOTAL GASTOS DE CONSTITUCIÓN</b>             |                             |           | \$270.000          |
| <b>TOTAL GASTOS FIJOS</b>                       |                             |           | <b>\$3,229.000</b> |

### COSTOS VARIABLES

| CANT                                                   | DETALLE                       | COSTO UNITARIO | COSTO TOTAL        |
|--------------------------------------------------------|-------------------------------|----------------|--------------------|
| 2                                                      | Personal Operativo            |                |                    |
|                                                        | Profesor de cultura Física    |                | \$360.000          |
|                                                        | Profesional en diseño gráfico |                | \$120.000          |
| <b>TOTAL GASTOS DE PERSONAL OPERATIVO</b>              |                               |                | <b>\$480.000</b>   |
| <b>ELEMENTOS DE TRABAJOS</b>                           |                               |                |                    |
| 2                                                      | Computador portátil Lenovo    | 700.000        | \$1,400.000        |
| 2                                                      | Celular Acatel                | \$180.000      | \$360.000          |
| 1                                                      | Material P.O.P y papaeleria   | \$1,800.000    | \$1,800.000        |
| <b>TOTAL PERSONAL OPERATIVO Y ELEMENTOS DE TRABAJO</b> |                               |                | <b>\$3,560.000</b> |
| <b>TOTAL GASTOS VARIABLES</b>                          |                               |                | <b>\$4,040.000</b> |

**CAPITAL DE TRABAJO**

| <b>CONCEPTO</b>                | <b>VALOR TOTAL</b> |
|--------------------------------|--------------------|
| Mano de Obra directa           | \$2,100.000        |
| Salarios por colaborador       | \$480.000          |
| Aportes parafiscales \$175.000 | \$350.000          |
| Aportes Patronales             | \$80.000           |

**Para realizar una recuperación exitosa se ejecutará un plan de recuperación a tres años**

|               |                                        |
|---------------|----------------------------------------|
| <b>1 Año</b>  | Cero Ganancia                          |
| <b>2 Años</b> | Pago 50% de inversión<br>\$ 11,766.700 |
| <b>3 Años</b> | Pago 50% de inversión<br>\$ 11,766.700 |

**Generación de ingresos por los tres programas**

|                                                                                                          |                                         |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|
| <b>2 primeros años</b><br><br><b>Facturar ingresos</b><br><br><b>programas y</b><br><br><b>proyectos</b> | \$117,667.000                           |
| <b>2 Años</b>                                                                                            | Pago 50% de inversión<br>\$ 117,667.000 |
| <b>3 Años</b>                                                                                            | Pago 50% de inversión<br>\$ 117,667.000 |

## 2 AÑOS

Total niños 66 generando mensualmente **\$4,902.791**

|                         |    |
|-------------------------|----|
| Lo que dicte tu corazón | 22 |
| Nace un talento         | 22 |
| Construye Ilusión       | 22 |

Generando un ingreso mensual de **\$4,902.791** generando en dos años a la FUNDACIÓN un valor de **\$117,667.000**

## 3 AÑOS

Total niños 81 generando mensualmente **\$5,883.350**

|                         |    |
|-------------------------|----|
| Lo que dicte tu corazón | 27 |
| Nace un talento         | 27 |
| Construye Ilusión       | 27 |

Generando un ingreso mensual de **\$4,902.791** generando en el tercer año a la FUNDACIÓN un valor de **\$70,600.200**

## PUNTO DE EQUILIBRIO AL TERCER AÑO

CF

\$5,883.350

———— = PE (\$72.633.95)

En promedio

P

81 niños

X los tres programas

## **Anexo 01**

### **Acta de Constitución 01**

#### **Entidad Sin Ánimo de Lucro.**

En la ciudad de Bogotá Siendo las 2:00 p. m. del día 12 de Febrero del año 2015, se reunió en la localidad San Cristóbal en la dirección Calle 30 A Sur #4-28 las siguientes personas Angélica María Trujillo Bohórquez, Alejandra Roa Gaitán, John Alex Noriega, Andrés Felipe Sánchez, con el objeto de constituir una Entidad Sin Ánimo de Lucro, del tipo de Fundación: FUNDACIÓN UNIDOS POR UNA ILUSIÓN.

Fundadores:

Representante Legal: Angélica María Trujillo Bohórquez.

C.c 1023922365 de Bogotá.

Secretaria: Ximena Salgado.

C.c 41462013 de Bogotá.

Tesorera: Paula Andrea Díaz.

C.c 17197921 de Bogotá.

Los constituyentes y/o fundadores, han acordado realizar lo siguiente:

Orden del día:

1. Himno nacional.
2. Designación de presidente y secretaria.
3. Verificación de coro.

4. Manifestación de voluntad de constituir una entidad Sin Ánimo de Lucro.
5. Aprobación de los Estatutos.
6. Nombramiento Directivos, Representante Legal, y Órganos de Fiscalización. (Fiscal, Revisor Fiscal).
7. Lectura y aprobación integral del acta.

## **2. DESIGNACIÓN DE PRESIDENTE Y SECRETARIO DE LA REUNION.**

Se designó como:

**PRESIDENTE** de la reunión a:

Representante Legal: Angélica María Trujillo Bohórquez.

C.c 1023922365 de Bogotá.

Secretaria: Ximena Salgado.

C.c. 4146201 de Bogotá.

## **4. MANIFESTACIÓN DE VOLUNTAD DE CONSTITUIR UNA ENTIDAD SIN ANIMO DE LUCRO.**

Los constituyentes y/o fundadores relacionados en la presente acta, manifestaron su voluntad de constituir una entidad sin ánimo de lucro, del tipo de FUNDACIÓN, persona jurídica de derecho privado, de las reguladas, de los pertinentes, por el Decreto 2150 de 1995, al Decreto 427 de 1996, las disposiciones especial regido por el artículo 24 de la Constitución Política de Colombia, la Ley 22 de 1987, el Decreto 1318 de 1998, el artículo 633 del código civil, el Decreto 1529 de 1990 demás normas concordantes, denominada FUNDACIÓN UNIDOS POR UNA ILUSIÓN y cuya sigla será FUI.

## **5. APROBACIÓN DE LOS ESTATUTOS.**

El presidente de la reunión hace énfasis en que para la constitución de la FUNDACIÓN se han observado todas las disposiciones legales vigentes y se han conformado los estatutos según lo indicado en las normas especiales que la regulan.

Una vez elaborados y analizados los estatutos de la entidad sin ánimo de lucro que se constituye, los contribuyentes y/o fundadores dieron su **APROBACIÓN** por unanimidad 100% indicando que se adjuntan a la presente acta y forman parte integral de la misma.

## **6. NOMBRAMIENTO DE DIRECTIVOS, REPRESENTANTE LEGAL Y ORGANOS DE FISCALIZACIÓN (FISCAL, REVISOR FISCAL).**

De conformidad por lo previsto en los estatutos de rigen a la entidad, se aprobó por la unanimidad las designación de las siguientes personas para integrar sus órganos de administración fiscalización.

### **a. Representante Legal:**

Angélica María Trujillo Bohórquez.

C.c 1023922365 de Bogotá.

### **b. Junta Directiva (2):**

Representante Legal: Angélica María Trujillo Bohórquez.

C.c 1023922365 de Bogotá.

Secretaria: Ximena Salgado.

C.c. 4146201 de Bogotá.

## Bibliografía

- AIKKO. (s.f.). Obtenido de <http://www.aikkosport.com/>
- Alpina. (28 de 5 de 2013). Obtenido de <http://www.mundoalpina.blogspot.com.co/2013/05/responsabilidad-social-empresarial.html>
- Álvarez, J. G. (03 de 12 de 2009). *Offnews.info*. Recuperado el 08 de 03 de 2015, de <http://www.offnews.info/verArticulo.php?contenidoID=13412>
- Aponte, C., Murcia, P., Cuevas, M., Angarita, M., Mejía, F., & Sarmiento, E. (s.f). *ASCUN*. Recuperado el 10 de 03 de 2015
- ARNOLDO IGUARAN. (1 de Enero de 2010). *¿Quiénes somos?* Obtenido de <https://www.iguaran.com/academia/nosotros>
- Bavaria. (s.f.). Obtenido de <http://www.bavaria.co/internaNoticias.php?uuid=35296>
- Bogotá Humana . (s.f). *Localidad número 6 Tunjuelito* . Recuperado el 03 de 05 de 2015, de <http://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/localidades/tunjuelito>
- Bogotá, C. d. (09 de 2013). *Guía de entidades Sin Ánimo de Lucro*. Recuperado el 08 de 03 de 2015, de <http://www.ccb.org.co/>
- Bogotá, C. d. (09 de 2013). *Guía de entidades Sin Ánimo de Lucro*. Recuperado el 08 de 03 de 2015, de <http://www.ccb.org.co/>
- Bozzetti, L. S. (2011). *Comunicación Estratégica* . Recuperado el 08 de 03 de 2015, de <http://www.rrppnet.com.ar/comunicacionestrategica.htm>
- Cápsulas de Emprendimiento* . (s.f ). Obtenido de <https://capsulasdeemprendimiento.wordpress.com/fomento/emprendimiento-2/colombia/>
- Club Deportivo Magallanes . (s.f.). Obtenido de <http://www.clubmagallanes.cl/responsabilidad-social/>
- Club, P. B. (s.f.). *Pumas Basketball Club* . Obtenido de [http://www.pumasbasket.com/web/index.php?option=com\\_content&view=article&id=87&Itemid=10](http://www.pumasbasket.com/web/index.php?option=com_content&view=article&id=87&Itemid=10)
- COLDEPORTES. (1 de Enero de 2013). *¿Quiénes somos?* Obtenido de <http://www.coldeportes.gov.co/?idcategoria=41474>
- Cuadro, H. N. (01 de 2007). *Criterios para la selección de talentos en deportes de pelota*. Recuperado el 08 de 03 de 2015, de <http://www.efdeportes.com/efd163/la-seleccion-de-talentos-en-deportes-con-pelotas.htm>.

- Dadone, G. (2008). Obtenido de [http://www.danone.com.uy/pages/grupo\\_danone.php](http://www.danone.com.uy/pages/grupo_danone.php)
- Echeverry, S. B. (2011). *Ustatunja.edu.co*. Recuperado el 08 de 03 de 2015, de [http://www.ustatunja.edu.co/ustatunja/files/Dptos.%20acad%C3%A9micos/Humanidades/COLECCIN\\_MDULO\\_VERITATEM\\_MODULO\\_DE\\_TICA\\_CON\\_ISBN.pdf](http://www.ustatunja.edu.co/ustatunja/files/Dptos.%20acad%C3%A9micos/Humanidades/COLECCIN_MDULO_VERITATEM_MODULO_DE_TICA_CON_ISBN.pdf)
- Escuela de Gestores y Emprendedores Sociales. (s.f). *Egesocial*. Recuperado el 18 de 03 de 2015, de <http://www.escuelaegesocial.es/index.php/emprendimiento-social>
- ÉXITO, G. (s.f.). Obtenido de <http://almacenexitosumejoropcion.blogspot.com.co/2011/05/responsabilidad-social.html>
- EXPRESO ROJO F.C. (1 de Enero de 2010). *¿Quiénes somos?* Obtenido de <http://expresorojofc.co/>
- Ferrero, I. G. (s.f). *UNA APROXIMACIÓN A LOS MERCADOS DE ACTIVIDADES FÍSICO DEPORTIVAS*. Recuperado el 03 de 05 de 2015, de <http://www.encuentros-multidisciplinarios.org/Revistan%BA14/Isabel%20Granada%20Ferrero.pdf>
- Fundación Colombia Somos Todos . (S.F). *Fundación Colombia Somos Todos*. Recuperado el 2015, de [https://www.facebook.com/Colombiasomostodos/info?tab=page\\_info](https://www.facebook.com/Colombiasomostodos/info?tab=page_info)
- Fundación Colombiana Deportiva Funcode . (11 de 03 de 2014). *Fundación Colombiana Deportiva Funcode* . Recuperado el 2015, de [http://www.lifutbol.com.co/index.php?option=com\\_content&view=article&id=1047:fundacion-colombiana-deportiva-funcode&catid=8&Itemid=116](http://www.lifutbol.com.co/index.php?option=com_content&view=article&id=1047:fundacion-colombiana-deportiva-funcode&catid=8&Itemid=116)
- FUNDACION DEPORTIVA TALENTOS DE TURBACO. (S.F). *FUNDACION DEPORTIVA TALENTOS DE TURBACO*. Recuperado el 2015, de <http://fundaciondeportivapd.org/proyecto.pdf>
- Grau, M. C. (s.f). *Ise/Edu*. Recuperado el 20 de 03 de 2015, de [http://www.iese.edu/es/files/Cuaderno14\\_tcm5-78933.pdf](http://www.iese.edu/es/files/Cuaderno14_tcm5-78933.pdf)
- Herrera, C. V. (2005). *La Comunicación en las Organizaciones* . Recuperado el 3 de 04 de 2015, de <http://www.gestiopolis.com/canales5/ger/lacoenorga.htm>
- Kotler Philip, P. H. (2002). *Dirección de Marketing Conceptos Esenciales*. primera Edición. Obtenido de <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia-servicios/caracteristicas-servicios.html>
- Medellín, C. d. (2011). *Constitución de una Fundación*. Recuperado el 08 de 03 de 2015, de <http://www.camaramedellin.com.co/site/desktopModules/Bring2mind/DMX/Download.aspx?Command=CoreDownload&EntryId=73&PortalId=0&TabId=515>
- MILLONARIOS F.C. (1 de Enero de 2008). *Academia de Fútbol*. Obtenido de About Us: <http://mfcacademia.com/web/about-us/>
- Nacionales), D. (. (2012). *DIAN*. Recuperado el 08 de 03 de 2015, de <http://www.dian.gov.co/>

- Nieves, F. C. (08 de 2006). *Plan Estratégico de Comunicación*. Recuperado el 10 de 03 de 2015, de <http://www.gestionpolis.com/com/canales7/ger/comunicacion-estrategica.htm>
- Ramírez, G. R. (2014). El impacto de la actividad física y el deporte sobre la salud, la cognición, la socialización y el rendimiento académico. *Estudios de las Ciencias Sociales*, 27.
- redcomunicacioncomunitaria.org. (s.f). *redcomunicacioncomunitaria.org*. Recuperado el 03 de 05 de 2015, de <http://www.redcomunicacioncomunitaria.org/documentos/CONVENIOSDE/4.%20Base%20de%20Datos%20de%20Emisoras%20Comunitarias%20Marzo%202012.pdf>
- Rendón, L. M. (2011). *Unal. Edu* . Recuperado el 23 de 03 de 2015, de <http://www.bdigital.unal.edu.co/3821/1/linamariaarbelaezrendon.2011.pdf>
- Revista Dinero . (03 de 11 de 2014). *Dinero.com*. Recuperado el 23 de 03 de 2015, de <http://www.dinero.com/empresas/articulo/ashoka-emprendimiento-social-colombia/202785>
- Reyes, L. B., Niño Velasquez, N., Angulo Charria , B., Gómez Acosta , J., Yesid, G., Mejía Ramírez , D., & Medina Mendoza , A. M. (2010). *Civil Usta*. Recuperado el 15 de 03 de 2015, de [http://civil.usta.edu.co/images/stories/dependencia/pregrado/documentos/Ing.\\_Civil/Acreditacion/014%20Proyeccion%20Social%20e%20Interaccion%20con%20el%20medio.pdf](http://civil.usta.edu.co/images/stories/dependencia/pregrado/documentos/Ing._Civil/Acreditacion/014%20Proyeccion%20Social%20e%20Interaccion%20con%20el%20medio.pdf)
- Rojas, L. (S.F). *La comunicación: Factor clave del éxito en los negocios* . Recuperado el 3 de 04 de 2015, de [http://www.maecei.es/pdf/n3/la\\_comunicacion\\_factor\\_clave\\_del\\_exito\\_en\\_los\\_negocios.pdf](http://www.maecei.es/pdf/n3/la_comunicacion_factor_clave_del_exito_en_los_negocios.pdf)
- Schnarch, A. (s.f). *degerencia.com*. Recuperado el 23 de 03 de 2015, de <http://www.degerencia.com/articulo/sobre-el-emprendimiento-en-america-latina-mitos-y-realidades>
- Sociales, E. d. (2010). *Emprendimientos Sociales*. Recuperado el 10 de 03 de 2015, de <http://www.escuelaegesocial.es/index.php/emprendimiento-social>.
- Vásquez, J. T. (2011). *Universidad Nacional De La Amazonia Peruana* . Recuperado el 20 de 03 de 2015, de <http://es.scribd.com/doc/103963115/Anteproyecto-Tesis-PLAN-DE-EXTENSION-Y-PROYECCION-SOCIAL-EN-LA-ESCUELA-DE-EDUCACION-PRIMARIA-DE-LA-FACULTAD-DE-CIENCIAS-DE-EDUCACION-Y-HUMANIDADES-UN#scribd>