



**KLIC – Empresa de asesorías
corporativas en ámbito de motivación y
emprendimiento, mediante plataformas
E-learning**

**William Eduardo Guaneme Ariza
Maria Paulinne Rivera González**

Corporación Unificada de Educación Superior
Departamento de Negocios
Bogotá, Colombia
2018

KLIC – Empresa de asesorías corporativas en ámbito de motivación y emprendimiento, mediante plataformas E-learning

William Eduardo Guaneme Ariza
María Paulinne Rivera González

Tesis o trabajo de investigación presentada(o) como requisito parcial para optar al título
de:

Técnico en Administración de Empresas
Técnica en Logística de Comercio Exterior

Director (a):

AE: Diego Fernando Torres Peñas / NI: William Moreno

Codirector (a):

Licenciada Ingrid Constanza Cardona Arias

Línea de Investigación:

Emprendimiento

Corporación Unificada de Educación Superior

Departamento de Negocios

Bogotá, Colombia

2018

Dedicatoria por una excelente labor

Por su excelente trabajo hacemos un reconocimiento a nuestra tutora y guía en este proceso la licenciada Ingrid Cardona Arias quien con su conocimiento nos permitió emprender este nuevo camino.

Si hiciésemos todas las cosas de las que somos capaces, nos asombraríamos

Thomas Edison

Agradecimientos

En esta sección queremos agradecer a la licenciada Ingrid Constanza Cardona Arias quien nos colaboró y guio durante todo nuestro proceso en la realización del trabajo ya que nos dio un gran aporte brindándonos su conocimiento y experiencia en la creación de empresa, forjando en nosotros unas bases sólidas que nos permitirán poner en pie el proyecto de emprendimiento.

Resumen

Klic tiene como finalidad convertir la mentalidad de empleado a emprendedor logrando así un impacto a nivel social, económico y personal, queremos demostrar que el único límite está en tu mente y el mundo está dispuesto a entregarte todo si tú lo permites. Klic se basa en el crecimiento que tienes como persona y de todo lo que puedes aportarle al mundo

Palabras clave: Emprendimiento, Aprendizaje, Crecimiento

Abstract

Allow him, in order to convert it, to turn it into an employee mentality, an entrepreneur, achieving a social, economic and personal impact, we will demonstrate that the only limit is in his mind and the world is willing to give him everything that allows him. It is based on the growth you have as a person and everything you can contribute to the world

Keywords: Entrepreneurship, Learning, Growth.

Contenido

	Pág.
1. Eslogan	3
2. Introducción - Preámbulo	3
3. Objetivo General	5
4. Objetivos Específicos	7
5. Valores Corporativos	9
6. Filosofía Corporativa	11
7. Nuestros Valores Agregados.	12
8. Análisis de Micro entorno	14
9. Pirámide de Maslow	16
10. Análisis previo	17
11. Beneficios y expectativas	19
12. Componentes limitación y frustraciones	20
13. Mercado de Competencias (24 Empresas líder en la gestión de emprendimiento)	22
14. Segmentación del Mercado	26
15. Reducción del mercado Objetivo	28
16. MARCO LEGAL	37
17. Matricula	39
18. Conclusiones	40
19. Bibliografía	41

Tabla de figuras

Figure 1 Localización Geográfica – fuente Google Earth	4
Figura 2 micro entorno	15
Figura 3 Micro entorno	15
Figura 4 Pirámide de Maslow	16
Figura 5 Localización fuente Google Earth	27
Figura 6 Target Group	30
Figure 7 La Menciona las empresas a las cuales se le incia como población objeto o nicho de mercado ya establecido.	31
Figure 8 Pentágono perfilacion de clientes	32
Figure 9 Pentágono perfilacion de clientes II	33
Figure 10 Pentágono perfilacion de clientes III	34
Figure 11 Pentágono perfilacion de clientes II	35
Figure 12 Información de micro entorno y macro entorno	36
Figure 13 Esquema de porter	36

Tablas

Tabla 1 Valores agregados	12
Tabla 2 Análisis previo	18
Tabla 3 Ubicaciones	30

Introducción

En el siguiente trabajo de investigación y desarrollo de empresa queremos darles a conocer las nuevas alternativas económicas en el avance del país y que sin lugar a dudas rompe la tradición para el progreso personal.

Durante el inicio del siglo XXI la mayoría de países ve en la producción agrícola y la especialización del trabajo como la herramienta de desarrollo económico, sin embargo, a la fecha la competitividad hace más difícil el hacer parte de una compañía ya consolidada, pero sigue siendo la tradición: acceder a una educación y luego conseguir un buen trabajo para lograr el objetivo de un estatus social.

Es la finalidad de nuestra compañía el impartir nuevas mitologías de capital intelectual que rompan la tracción del empleado al emprendedor y que, mediante herramientas, inicie dentro de una organización aportando el total del conocimiento y habilidad y a través del tiempo desarrolle la capacidad de independencia, negocio y emprendimiento. Se otorgarán las bases y seguimiento para generar activos y una conciencia de la economía de la nueva era, fuera de ser subalternos para convertirnos en creadores de nuestra propia economía financiera.

Justificación

Klic, Inicia su objetivo mediante el análisis del desarrollo social y económico del país durante las últimas décadas y del como solo un grupo de acuerdo al margen social están en una cotidianidad tradicional con un comportamiento financiero similar. Es decir la necesidad de generar capital mediante diferentes alternativas es en sí un objetivo social y que el mismo estado ha brindado alternativas para alcanzarlo, como el trabajo, la educación y el mercado, sin embargo es el camino actual el más conveniente para llegar a esa libertad financiera, la necesidad de que tiempo y dinero no sean problema es la necesidad a la que va encaminada nuestra compañía, que si bien debe convivir con el sistema de empleado y empleador, generan de acuerdo a experiencias y técnicas la manera de generar un beneficio no solo a nivel corporativo que es el sistema económico actual mediante la motivación organizacional, si no el establecer a cada persona la posibilidad de la independencia económica.

Si bien hablamos de una tradición económica, mas específico de una costumbre social, el foco de nuestra empresa es para la población que llamamos nueva era, los cuales tienen en su conciencia la experiencia de la duda sobre el camino actual y desean una nueva alternativa de educación y emprendimiento.

1. Eslogan

1.1 Motivación y Emprendimiento Tercera Era

Empresa de asesorías corporativas en ámbitos de motivación y emprendimiento, mediante plataformas E-learning.

KLIC

WE ARE

Company of Motivation and Entrepreneurship

2. Introducción - Preámbulo

Teniendo en cuenta la introducción de la tecnología en los ámbitos corporativos al igual que la potencializa hacia las habilidades de las personas en medio de un entorno virtual, es la idea la de caracterizar una sociedad interconectada por medio de herramientas de motivación y emprendimiento pensando que en la nueva era el desempeño de nuestros colaboradores depende de su entorno.

La educación E-leer nos es utilizable desde su tableta, teléfono o cualquier otro dispositivo, que le facilitan con velocidad desarrollar ideas de negocio, estrategias

de mercadeo, planeación estratégica, prospectiva, análisis financiero, operación logística y procesos de internacionalización, entre otros.

2.1 Visión

Ser la mejor compañía de interacción virtual y presencial en el sector comercial de Bogotá enfocado en las micro empresas, Implementado la educación financiera, de negocio y financiera dentro del entorno laboral y personal que generara al 2020 un grupo de empleados motivados y desarrollados desde el capital intelectual e interrelacionado con los objetivos Individuales. Ver **Figure 1** Localización Geográfica – fuente Google Earth.

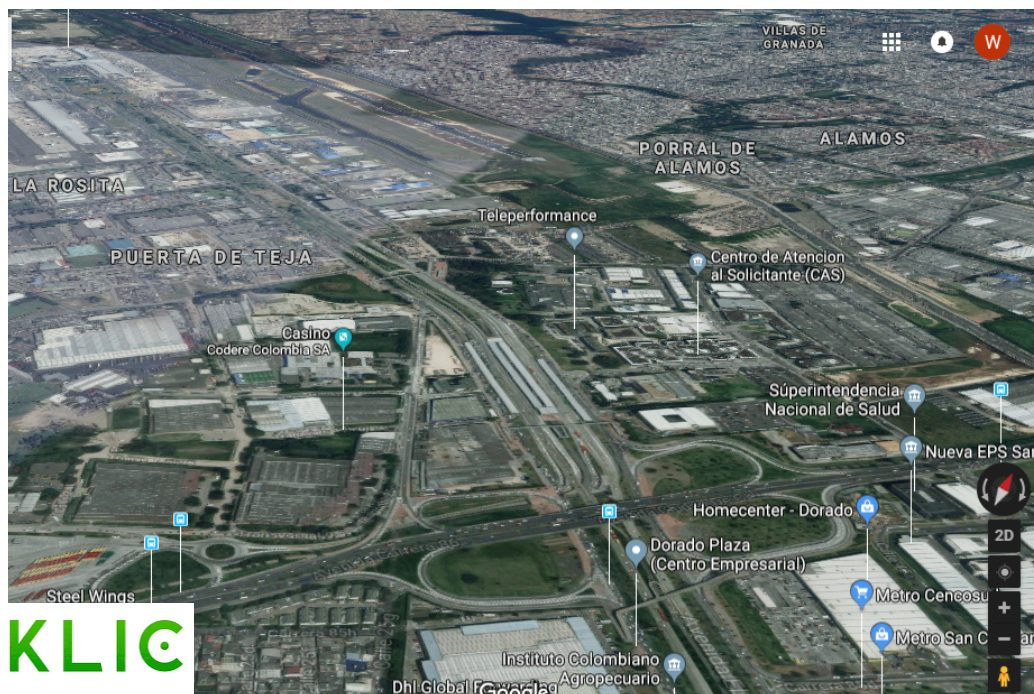


Figure 1 Localización Geográfica – fuente Google Earth

2.2 Misión

Transformar el proceso de ejecución y organización de las microempresas del sector (Bogota-Alamos) a través de estrategias de motivación y emprendimiento tercera Era.

Klic busca propiciar y potenciar las capacidades específicas de los diferentes usuarios de la comunidad empresarial, mediante la habilitamos de espacios virtuales y presenciales en temas de negocio, marketing, diseño, financieros y conceptos legales, entre otros. La iniciativa está basada en el rendimiento organizacional y cumplimiento de propósitos a nivel interpersonal.

3. Objetivo General

Conocer nuevas variedades y alternativas de marketing, que puedan ser aplicadas de forma interactiva en el capital individual y empresarial, generando un valor agregado mediante una educación financiera cuya finalidad es la del aprovechamiento del personal dentro de una organización y planificación estructurada de una sistema independiente y emprendedor donde Klic será la herramienta de ayuda para que por medio de niveles financieros, el empleado del hoy es el dueño de su tiempo y dinero.

4. Objetivos Específicos

- * Diseñar soluciones para el aumento de la efectividad corporativa.

- * Estimular la creatividad dentro de los miembros de una organización y la capacidad de crear un producto o servicio que responda a un interés de una necesidad de negocio.

- * Favorecer la comunicación del entorno social y las oportunidades a favor, para incluimos dentro de la zona de no confort.

- * Crear el emprendimiento asociado a la labor en equipo y al uso de herramientas colaborativas.

- * Generar un aporte en el área de recursos humanos correspondiente al capital intelectual de todos los colaboradores.

- * Comprender a los empleados como personas no maquinas, incentivándolos al cumplimiento d metas de forma personal atreves de un desempeño dentro de la empresa

5. Valores Corporativos

5.1 Honestidad

Recalca nuestros aspectos éticos y legales frente a nuestro compromiso social.

5.2 Responsabilidad

Todos los participantes de Klic reflejan el compromiso con todos nuestros colaboradores mediante la realización de funciones específicas que en sinergia logran el cumplimiento de las expectativas de cada cliente.

5.3 Compromiso

Nuestro grupo de trabajo está enfocado en ser resolutivos en cada necesidad que llega a nuestra compañía y que es ejecutado con los más altos estándares de calidad.

5.4 Cultura de Servicio

En Klic, el servicio de atención es nuestra carta de presentación y por ende nos catalogamos en ser asertivos en cada decisión a favor del desarrollo del cada seminario de emprendimiento y motivación.

5.5 Respeto

Tomamos todos los valores morales como filosofía interna y externa en la compañía, para brindar una experiencia excepcional a todos nuestros colaboradores y que es reflejada en la ejecución eficaz de cada uno de los procesos que se desarrollan dentro de la compañía.

5.6 Integridad

klic es veraz en su información tanto para los subalternos como a los proveedores, teniendo como base los principios éticos de una sociedad colombiana estipulados en nuestras políticas corporativas.

5.7 Profesionalismo.

En klic educamos y garantizamos el desarrollo de estrategias bajo el más alto reclutamiento de mano de obra asegurando nuestra misión desde el trabajo humano y operativo.

5.8 Liderazgo

como empresa globalizada brindamos la delegación de responsabilidad con plena seguridad que esta será realizada bajo las políticas empresariales e incentivando el desarrollo personal de nuestros colaboradores.

6. Filosofía Corporativa

6.1 Estructuras Independientes

Establecemos un mínimo en el esquema organizacional y autoridad de mando, la burocracia y centralización de autoridad están solo en las relaciones internas, pero que incentiva a proveedores y clientes a ser autónomos en las actividades diarias.

6.2 Activos en el Mercado

Nuestra premisa es brindar asesoramiento y posibilidades de ejecución en tiempo real, utilizando herramientas tecnológicas y metodologías de la nueva era que sustituye la tradicional.

6.3 Iniciativa tiempo y Dinero

La cultura es nuestro pilar ante la sociedad los esquemas actuales deben ser cuestionados y reinventados, esto con el fin de generar el emprendimiento como fase para que el tiempo y dinero no sean problema.

6.4 Educación y practica reales de financiamiento

Tenemos un amplio portafolio categorizado por niveles de desempeño que no solo genera formaciones continuas, si no que se pone en práctica con ejemplos reales y vividos por cada cliente y de ser ejecutados de forma satisfactoria se tendrán opciones de inversión, negocio e innovación.

7. Nuestros Valores Agregados.

Tabla 1 Valores agregados

Beneficios	Valor agregado
Seminarios de Motivación y Emprendimiento	Ejecución por parte de actores emblemáticos de sector emprendedor, aquellos mentores de experiencia en el ámbito de seminarios de emprendimiento.
Un sistema de ayuda Tecnológica Presencial y virtual	El sistema consistirá en fusionar las herramientas virtuales tradicionales con esquemas de educación on line como chat virtual y video conferencias.
Identificar al aprendiz por categorías meritorias	Meritorios por categorías según los avances del aprendiz: Semillero –Avanzado- Ejecutor

	<p>El meritorio hace referencia a una insignia que es un reconocimiento al aprendiz al pasar los niveles de semillero, Avanzado y Ejecutor.</p>
<p>Actividades de educación financiera</p> <p>Actividades de educación financiera</p>	<p>Herramientas reales de ayuda y de ejecución ajustada al aprendiz en su vida cotidiana fuera de nuestro programa.</p> <p>Actividades como: Simuladores de activos y pasivos, actividad lúdica de como saldar tus deudas, Talleres de Bussines, Actividad de inversión, entre otras.</p>
<p>Proceso de inversión</p>	<p>Publicación y semilleros de mercados reales para ingresar como emprendedor.</p> <p>Esta inversión será en base al área especializada del aprendiz, sea Finca Raíz, Ventas, Sistema multinivel, inversión en activos y pasivos.</p> <p>Esta inversión la llevara a cabo el aprendiz durante el proceso y sistema ya especificado.</p>
<p>Formaciones continuas</p>	<p>El enfoque es personalizado de acuerdo al campo de acción perfeccionar o experimental.</p> <p>Las formaciones se darán utilizando la psicología, economía y sociología en temas que se desglosan a partir del ámbito de motivación y emprendimiento, esto como ejemplo pueden ser enfocadas</p>

Formaciones continuas	a verificación de un entorno social actual y la nueva potencia económica.
Publicación de información	Interconexión de medios de las TIC (App – redes sociales –Plataformas Net)
Seguimiento durante el proceso	Creación de la figura mentor como plan de seguimiento y ejecución

8. Análisis de Micro entorno

Antes de definir los elementos que pueden influir en nuestra empresa debemos analizar como estar esta misma compuesta es decir los diferentes departamentos que forman la empresa. Departamento que deben tomar decisiones que concuerden con los planes de la en pro de los objetivos, estos serían: finanzas de investigación y desarrollo se dedica al diseño de las herramientas de ayuda y educativas.

MICRO ENTORNO	
Intermediarios	Serán las campañas y empresa que estarían en la promoción de la empresa al igual que las personas que la integrará y serían responsables del dictamen de seminarios.
Clientes	Es necesario un estudio de las debilidades y fortalezas del mercado y público objetivo, sin embargo la experiencia concierne a un público de pequeñas empresas.
Competidores:	Empresas de Networking y seminarios presenciales

Figura 2 micro entorno

MACRO ENTORNO	
Condiciones Económicas	Concerniente a todas aquellas inversiones tecnológicas y de capital humano a invertir, esto adicional a la planificación e inicio organizacional de la empresa junto con el capital humano.
Factores socioculturales	el estar abierto a nuevas formas de liderazgo y motivación en la empresas y sus consecuencias a largo plazo.
Factores Políticos legales	Condiciones actuales frente a las normativas de creación de herramientas virtuales bajo los reglamentos de las TIC.

Figura 3 Micro entorno

9. Pirámide de Maslow

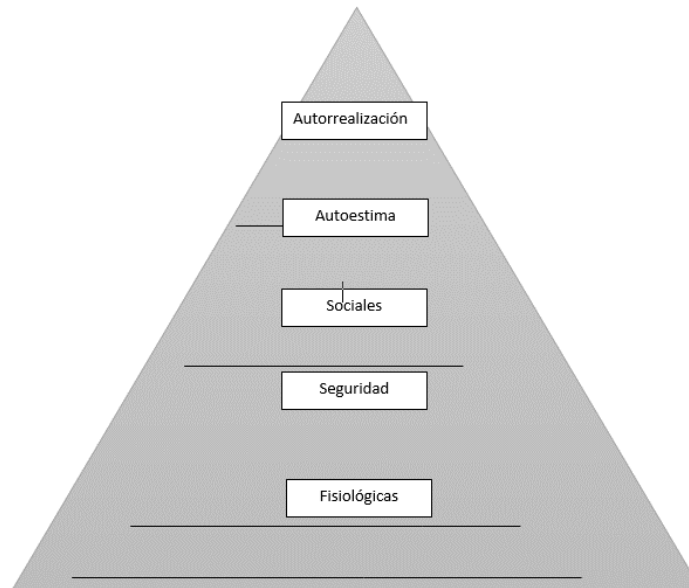


Figura 4 **Pirámide de Maslow**

9.1 Filosóficas

En la actualidad nuestra compañía se encuentra en esta etapa ya que como empresa busca estimular sensorialmente a nuestro aprendiz, logrando captar su atención y de tal forma estar en la capacidad de solucionar problemas, razonando y comunicándonos de una manera creativa.

Tenemos una necesidad básica es sobrevivir en el mercado para lograr aportar al alimento y bienestar de cada uno de nuestros colaboradores.

9.2 Seguridad

Somos una compañía que se está forjando con bases sólidas, siempre pensando en el crecimiento de nuestro aprendiz quien se formará para grandes cosas logrando de tal forma una seguridad emocional, mental y de paso una estabilidad económica porque no

tendrá impedimentos su mente es la única barrera que existía, la cual será su mejor herramienta y con nosotros tendrá la capacidad de superar cualquier obstáculo.

9.3 Sociales

Resaltamos la importancia del aprendiz en la sociedad pues todos somos uno, impulsamos el crecimiento como una forma de vida y tenemos claro que al éxito se llega más fácil en equipo por ende los lazos de amistad son algo normal en la compañía, las buenas relaciones aquellas que son mutuamente beneficiosas nos fidelizan como ciudadanos corporativamente responsables.

9.4 Autoestima

Queremos lograr un mundo mejor y esto es posible con cada uno de nuestros aprendices dando su grano de arena a la sociedad por ello reconocemos su esfuerzo, su emprendimiento y les brindamos el apoyo, el respeto, la confianza y nuestra total admiración porque sabemos que su éxito también es el de la sociedad.

9.5 Autorrealización

Somos conscientes que no será fácil pero por medio de su esfuerzo nuestro aprendiz tendrá la capacidad de encontrar el éxito por medio de la creatividad, moralidad, falta de prejuicios y resolución de problemas, además de obtener el talento para centrarse menos en sí mismo y más en dar una mirada al mundo circundante.

10. Análisis previo

Tabla 2 Análisis previo

DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
<ol style="list-style-type: none"> 1. Experiencia en el negocio (habilidad y estrategias de emprendimiento). 2. Practica en el ámbito motivacional de acuerdo al entorno y público objetivo. 3. Infraestructura; ambiente que pueda afectar el desarrollo y desempeño de los colaboradores. 4. Tener un plan estratégico frente a la administración de riesgos. 5. No contar con una estrategia ya implantada y puesta en marcha para evitar posibles premisas. 6. No contar actualmente con un capital financiero de inversión. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Alianzas internas entre los actuales líderes de emprendimiento local en pequeña escala inicialmente. 2. Enfocar el recurso actual en las microempresas que no representan o no están en el foco de las empresas de emprendimiento actuales. 3. Sistemas de publicación gratuita con el fin de promover la iniciativa de negocio y compitiendo desde el ámbito tecnológico. 4. Conocer el mercado al cual va dirigido el programa. 5. El sistema de motivación y emprendimiento puede adaptarse a las novedades del entorno.
FORTALEZAS	AMENAZAS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Ser parte de empresas de emprendimiento corporativo. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Competitividad: Empresas de Networking y motivación. (

<ol style="list-style-type: none">2. Realizar sesiones de motivación y emprendimiento organizacional a pequeña escala.3. Conocimiento del negocio y competidores.4. Networking que complemente la función inicial de la empresa.5. Mentores expertos en el ámbito de motivación organizacional (psicología y Sociología)6. Conocer el sector al que se le apunta y posibles empresas a iniciar.	<ol style="list-style-type: none">2. Competencia Interna: Estrategias dentro de corporación implementadas con el mismo fin desde los RRHH3. Mercado: La optimización de recurso y mejora de efectividad puede llevar a eliminar este tipo de alternativas con el fin de disminuir costos.4. Métodos de pago: los antecedentes reflejan un pago de la actividad a largo plazo.5. Mercado Internacional: Existen ya herramientas virtuales que suplen el programa de emprendimiento presencial, cuyo origen está en los países desarrollados.6. La reducción de costos en una organización pueden descartar el programa con el fin de aprovechar los recursos ya existentes en la organización.
---	---

11. Beneficios y expectativas

BENEFICIOS	EXPECTATIVAS
Recibirás Asesoría y seguimiento por parte de tutores experimentado en el ámbito organizacional (Motivación y emprendimiento) de forma individual.	Asegurar la aplicación de los métodos de emprendimiento como individuo según la escala de negocio - materialización de ideas en un contexto real.
Un sistema de ayuda Tecnológica Presencial y virtual.	Tener un acompañamiento personalizado según las necesidades del cliente. (Virtual, presencial, didáctico, teórico). Al igual estará interconectado con las escalas del programa.
Identificar al aprendiz por categorías meritorias	Crecimiento de acuerdo al ritmo de aprendizaje del aprendiz
Actividades de educación financiera	Aplicación y ejecución con las herramientas brindadas en mi roll diario.
Metodologías para creación de empresa dentro del programa. A partir del meritorio avanzado.	Generar las bases para un futuro emprendedor

12. Componentes limitación y frustraciones

12.1 Identificación de problemas y necesidades:

Para poder identificar el problema es necesario pasar tiempo con el aprendiz logrando conocerlos, evaluándolos en su forma de pensar y de actuar, llegando así a su punto de quiebre de tal forma lograríamos enfocarnos en la solución construyendo un negocio rentable.

12.2 Identificación de Stakeholders

Primero hay que tener en cuenta su categoría

Los stakeholders primarios son: Nuestros empleados, clientes (micro-empresas, aprendices), accionistas, inversores y proveedores

Los stakeholders secundarios son: Los entes públicos, organizaciones no gubernamentales, sindicatos, organizaciones civiles, la comunidad y la sociedad en general.

12.3 Benchmarking

Es necesario tener un plan de acción, un debido proceso que nos lleve al resultado esperado como lo es la planificación, recopilación de datos, análisis, acción y seguimiento.

Tengamos en cuenta que el benchmarking se subdivide y aunque la idea es poder accionar todas sus etapas por el momento como empresa trabajaremos en la funcional y la competitiva donde busquemos medir los productos, servicios, procesos y funciones de los principales competidores para detectar y llevar a cabo mejoras que los superen. Por otro lado en la funcional nos basamos en identificar las mejores prácticas de una

empresa que sea excelente dependiendo el área que queramos mejorar sin importar que sea competencia directa o no.

13. Mercado de Competencias (24 Empresas líder en la gestión de emprendimiento)

13.1 Mprende:

Es un medio digital que informa y conecta a emprendedores innovadores del país.

13.2 Gestando:

Es la primera incubadora empresarial de carácter solidario en Colombia. Su misión es la creación, el fortalecimiento y la competitividad de empresas innovadoras, fomentando cultura solidaria y un ambiente enfocado al emprendimiento.

13.3 Cultura E:

Es un proyecto financiado por la Alcaldía de Medellín que intenta popularizar en la ciudad el emprendimiento, y estimular la economía por medio de la creación de nuevas empresas. Cuenta con varios programas de formación e integración empresarial, redes de microcréditos, bancos de oportunidades y semilleros.

13.4 Fondo Emprender:

Es un fondo de Capital Semilla creado por el Gobierno Nacional en el 2002, que pertenece al SENA, y que tiene la función de financiar ideas de negocio que sean desplegadas por practicantes universitarios o aprendices. Este fondo utiliza recursos

provenientes del presupuesto general de la nación, organismos internacionales, fondos de pensiones y cesantías e inversionistas públicos y privados.

13.5 Social Atom Ventures:

Es una empresa de Capital semilla, que además de la inversión económica, ofrece diferentes servicios a los emprendedores como: relaciones públicas, mercadeo, desarrollo de negocio entre otros.

13.6 Tecnoparques:

Son diferentes programas ofrecidos por el Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, que promueve el avance de nuevos proyectos que se desarrollen en las áreas de Electrónica, Tecnologías virtuales, Telecomunicaciones, Biotecnología, Ingeniería y diseño.

13.7 HubBog:

Este es un campus para el encuentro de startups con el objetivo de conectar emprendedores e inversionistas y en donde se comparten prácticas de inicio. Además, ofrece capacitaciones a empresarios y ofrece el acompañamiento de mentores y ángeles inversionistas.

13.8 Bancoldex:

El Banco de Comercio Exterior de Colombia, es una corporación que impulsa el crecimiento, el progreso y la competitividad de los empresarios del país. Creado en 1991 estimula la innovación por medio de recursos financieros y no financieros.

13.9 Creame:

Es una incubadora que acelera proyectos de innovación y promueve servicios para maximizar el potencial empresarial de sus clientes.

13.10 Centro de Ciencia y Tecnología de Antioquia (CTA):

Es una corporación sin ánimo de lucro dedicada a promover conocimiento científico y tecnológico, que contribuya a la generación de nuevos proyectos innovadores.

13.11 Tecnova:

Es un eje facilitador entre Universidades, Empresa y Estado, que intenta integrar estos entes en pro de la gestión de tecnología, conocimiento e innovación para la creación de negocio y la solución de problemas.

13.12 Endeavor:

Hace parte de una red mundial que busca transformar a los emprendedores, inspirarlos y convertirlos en potenciales líderes empresariales. Busca posicionarse como referente en la industria de Capital Semilla y Ángeles Inversionistas, como conector entre emprendedores e inversionistas.

13.13 RutaN:

Creado por la Alcaldía de Medellín, es un ente con la intención de desarrollar diferentes programas de servicio a los emprendedores de la ciudad, para fortalecer la evolución económica de Medellín.

13.14 ParqueSoft:

Es un conjunto de empresas conformado por más de 200 compañías a nivel nacional, las cuales intercambian conocimientos y experiencias en proyectos de innovación.

13.15 Apps.co:

Es una iniciativa del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones que busca promover y potenciar la creación de negocios a partir del uso de la tecnología.

Brinda acompañamiento a negocios ya establecidos para mejorar sus estrategias de mercado y optimizar ganancias.

13.16 INNpulsa:

El Gobierno Nacional creó esta institución para promover y ayudar a crecer las iniciativas de negocio de una forma rápida y rentable.

13.17 Connect Bogotá Region:

Es una aceleradora de innovación. Busca posicionar a Bogotá y Cundinamarca como las regiones más innovadoras de Latinoamérica. Conformada por 54 entidades, entre el sector privado y educativo, ayuda a los emprendedores con el fortalecimiento de sus capacidades y el diseño de su plan de negocio.

13.18 Opinno:

Es una red internacional que apoya a los emprendedores en temas de diseño, prototipos y validación de nuevos modelos de negocio.

13.19 Vallempresa365:

Es una red empresarial que opera desde la ciudad de Cali. Ayuda a fortalecer en el emprendedor el liderazgo y la innovación, inspirando de esta manera, la producción de ideas y negocios.

13.20 Centro de Innovación y Desarrollo Tecnológico:

Sin ánimo de lucrarse, es una sociedad que se dedica a ofrecer asesorías y consultorías a jóvenes emprendedores.

13.21 Colombia Digital:

Es una corporación dedicada al apoyo de la innovación y la transformación digital en país.

13.22 Corporación Ventures:

Es una gran red de socios que fomentan la creación y la evolución de proyectos empresariales en el país. Se concentra en atraer recursos económicos de diferentes agentes, para fortalecer el ambiente emprendedor en Colombia.

13.23 Cámara de Comercio:

En cada ciudad del país, la cámara de comercio dispone de cursos y convocatorias con el fin de expandir los conceptos inmersos dentro del emprendimiento, además de la asesoría legal para la creación de empresa.

13.24 Universidades:

Habitualmente las universidades del país ofrecen ayudas y asesorías ya que cuentan con un centro de apoyo el emprendimiento.

14. Segmentación del Mercado

Se clarifican tres preguntas claves para la segmentación de mercados

- ¿Qué problema soluciona tu producto o servicio? ¿Es necesario Generar de forma continua procesos de motivación y emprendimiento en cada colaborador con el fin de optimizar mejor un recurso en pro de beneficios recíprocos?
- ¿Quién es más probable que tenga este problema? ¿es en adolescentes donde es necesario la implementación de este tipo de metodología organizacional teniendo en cuenta el entorno?
- ¿Existen diferentes grupos con diferentes necesidades? Quizá la importancia este en primer lugar en la intensificación del programa de forma individual pero que repercute en el ámbito laboral ya en su mayoría el público objetivo está ligado a un aspecto laboral y de subordinación.

14.1 Target Group

Características demográficas: Empresas u organizaciones que tengan un total de 20 o menos colaboradores.

Un promedio en edad en los colaboradores de 18 a 35 Años sin importar le género.

Estas Empresas estarán ubicadas en el sector

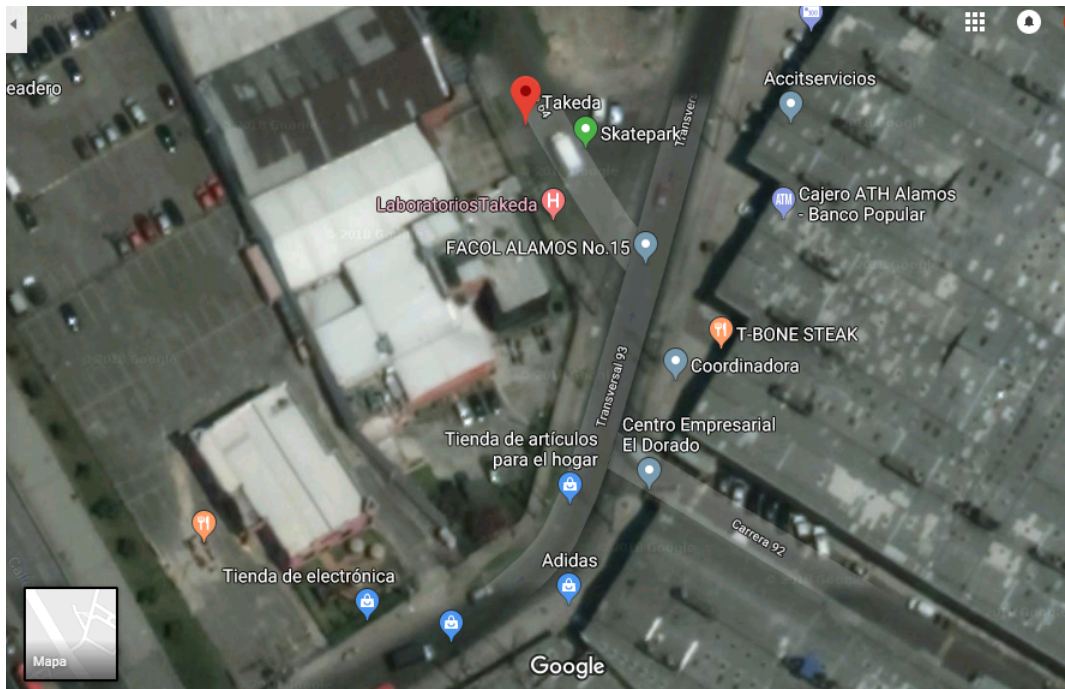


Figura 5 Localización fuente Google Earth

De acuerdo al estudio en campo realizado en el micro empresas del sector poseen las características esenciales para la idea de negocio, los colaboradores están dentro del rango establecido al igual que presentan las siguientes características psicográficas:

Un interés común; en el cual desea no ser más empleados y están actualmente en este trabajo con el fin de buscar alternativas de negocio.

El comportamiento y estilo de vida es similar; están dentro de un estrato socioeconómico nivel dos, sus labores en un 70% son operativas; un turno de trabajo similar y una proceso cotidiano de trabajo y hogar semejante.

El estudio es en base a relatos y entrevistas tradicionales que ayudaron a identificar la zona de confort en la que se encuentran esta segmentación del mercado.

Normalmente el lanzamiento de un producto o servicio se establece donde quizá esta un valor agregado en la competencia, sin embargo, el fin de la empresa es iniciar e aquellas empresas donde el capital intelectual de los colaboradores no es potencializado y donde se puede generar un rendimiento reciproco entre la compañía y el empleado o colaborador.

El tipo de educación que posee la mayoría de segmentación del mercado está en un nivel máximo como tecnólogo y por el sector de religión católica.

15. Reducción del mercado Objetivo

Consumidor o negocio: el tipo de oferta es el Business-to-business (Negocio-a-negocio)

15.1 Geográfico:

Zona comercial álamos, donde sus empleados estén bajo las características psicograficas especificadas.

15.2 Demográfico:

Describir a tu mejor consumidor demográficamente significa que define tu mercado objetivo en términos de género: Masculino y Femenino, edad 18 a 35, nivel de ingreso 1 a 2 smlv, educación sin estudio, técnico o tecnólogos, estatus socioeconómico; estrato dos y tres.

15.3 Psicográfico:

Aptitudes internas y valores; El público objetivo presentara o debe presentar una meta individual y personal, que en un 80% está involucrado su núcleo familiar, la sectorización del mercado posee dichas características en su mayoría, junto con un actitud de superación pero sin bases claras para hacerlas realidad.

15.4 Etapa de vida

El enfoque esta en personas solteras o sin vínculos legalmente constituido.

TARGET GROUP

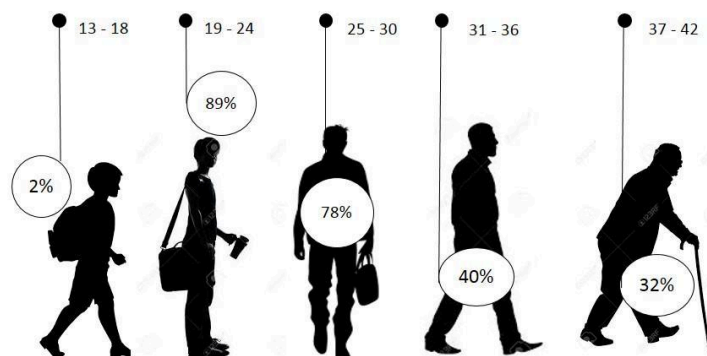


Figura 6 Target Group

La información Antes descrita es en base a una investigación cuantitativa de las empresas:

Tabla 3 Ubicaciones

Nombre de la Empresa	Dirección	No Empleados
Sucursal Adidas	Tv. 93 #63-64, Bogotá	12
Centro Empresarial Dorado	Tv. 93 #63-37, Bogotá	25
Grupo Jera SAS / Coffee&Shirt Store	Tv. 93 #6376, Bogotá	21
Coordinadora	Tv. 93 #63-82, Bogotá	16
T-BONE STEAK	Tv. 93 #63-88, Bogotá	15

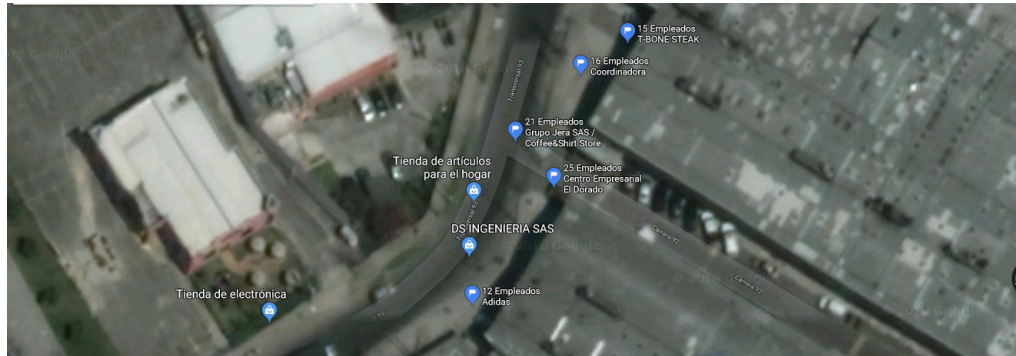
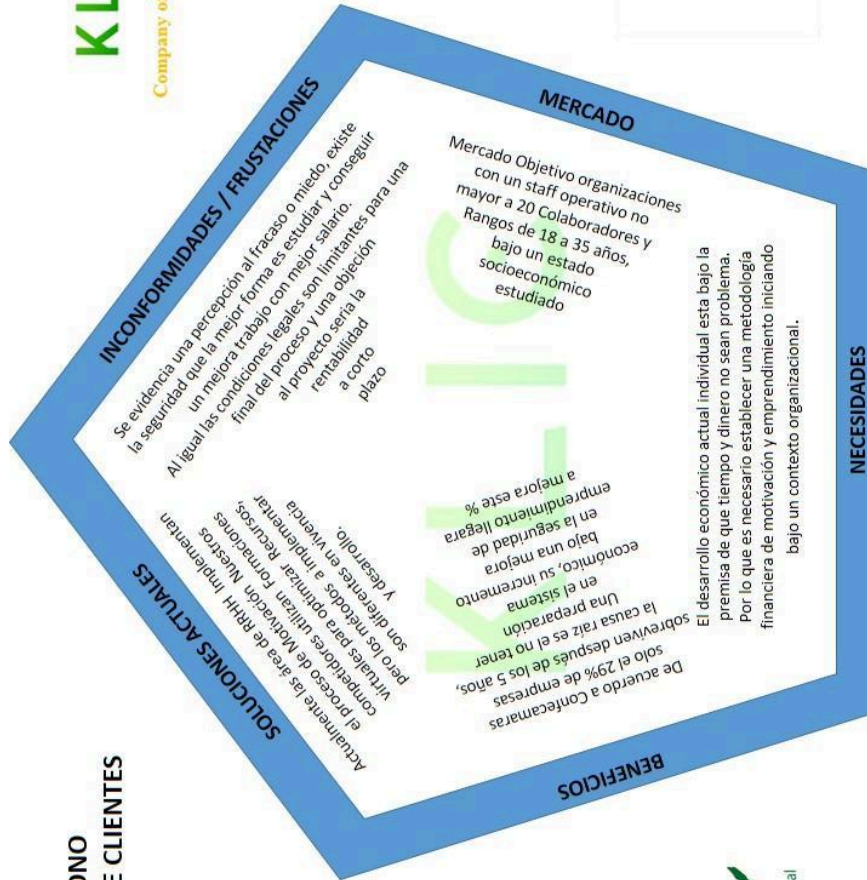


Figure 7 La Menciona las empresas a las cuales se le incia como población objeto o nicho de mercado ya establecido.

KLIC WE ARE

Company of Motivation and Entrepreneurship



**PENTAGONO
PERFILACIÓN DE CLIENTES**



Figure 8 Pentágono perfilacion de clientes

**PENTAGONO
PERFILACIÓN DE CLIENTES II**

KLIC WE ARE

Company of Motivation and Entrepreneurship

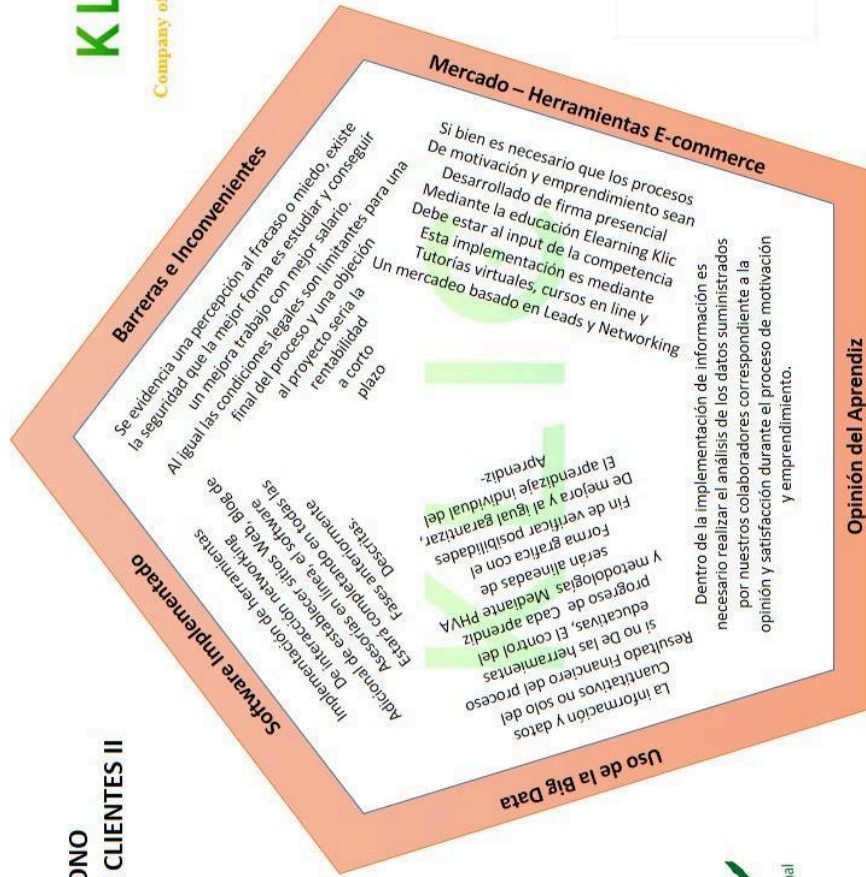


Figure 9 Pentágono perfilacion de clientes II

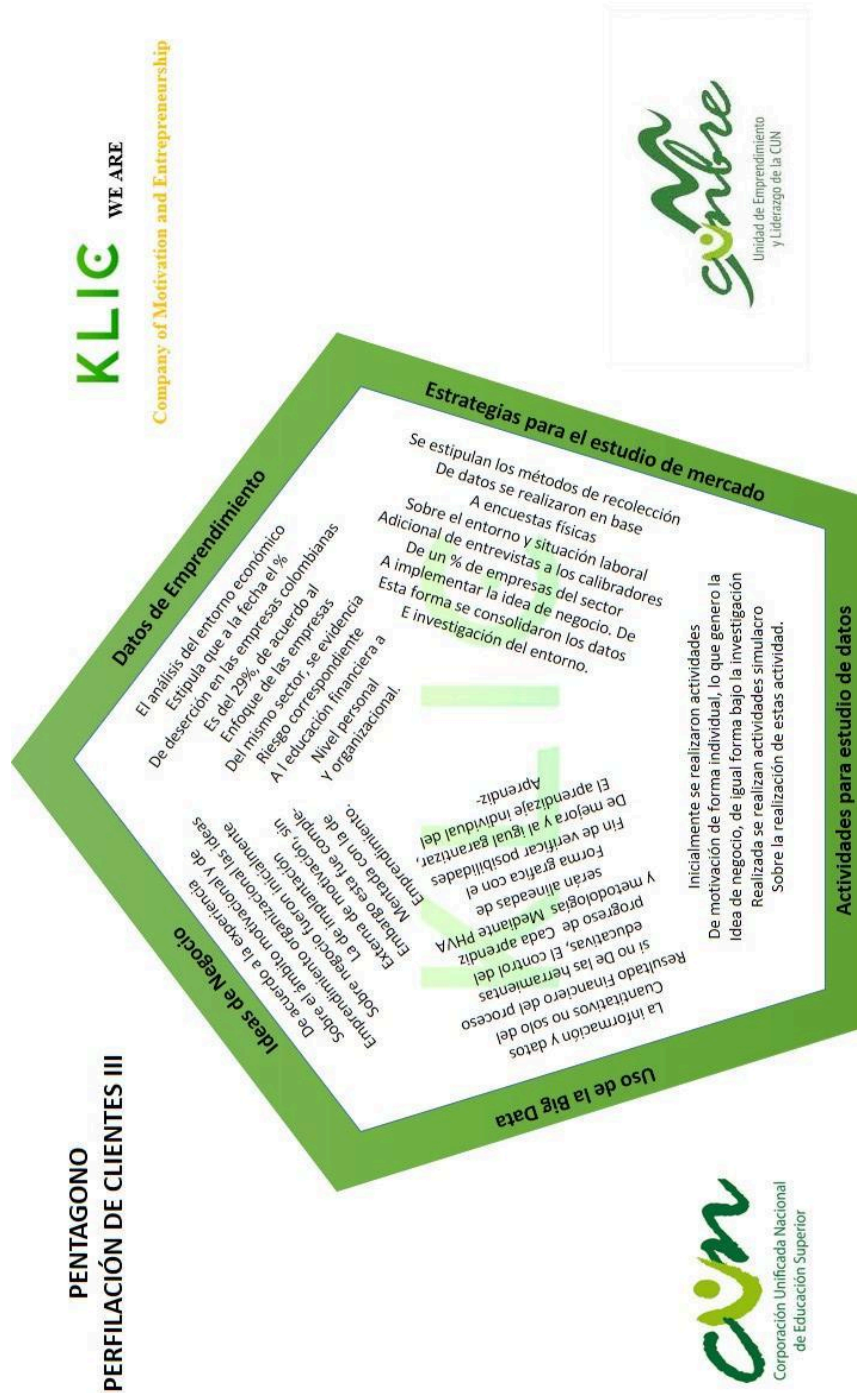


Figure 10 Pentágono perfílacion de clientes III

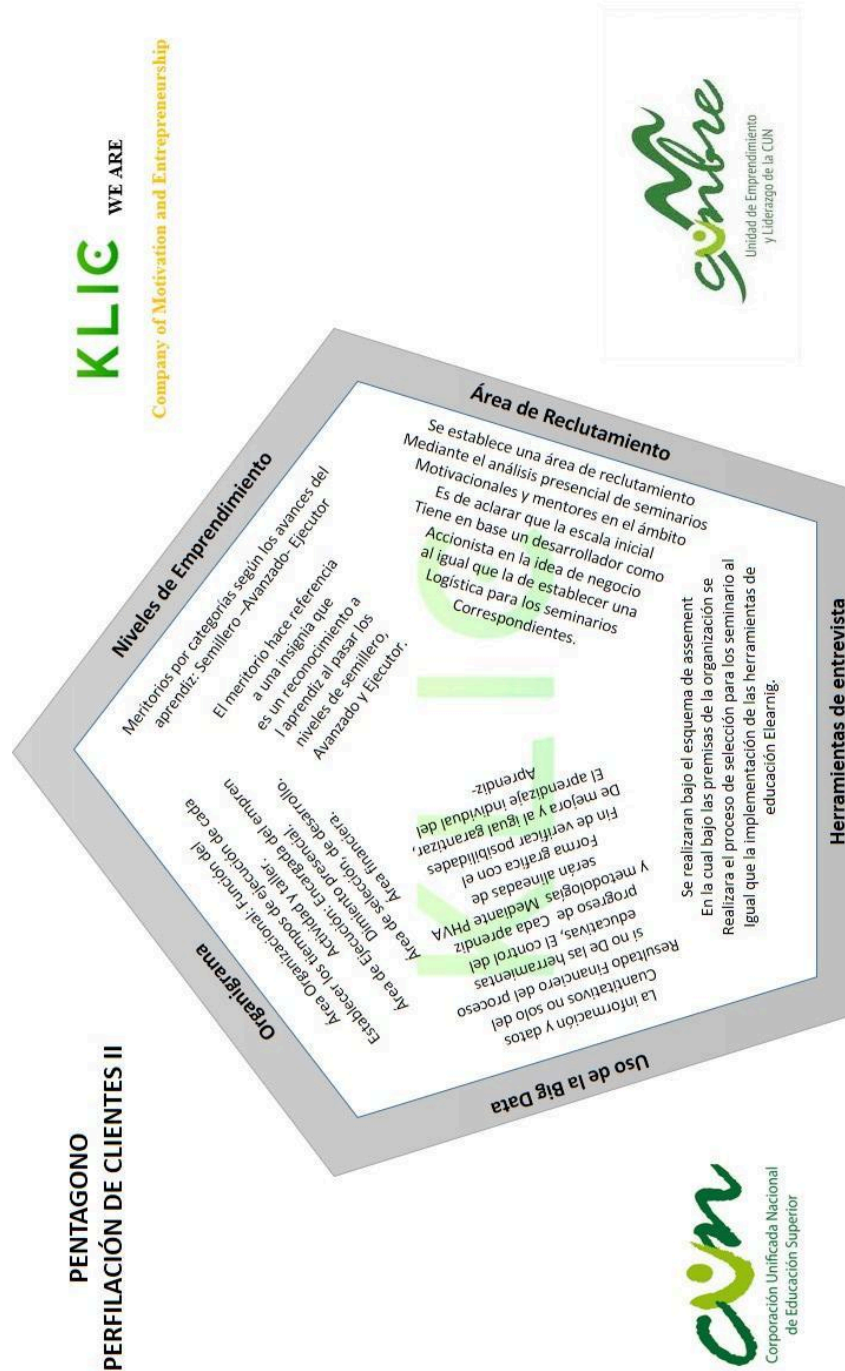


Figure 11 Pentágono perfilacion de clientes II

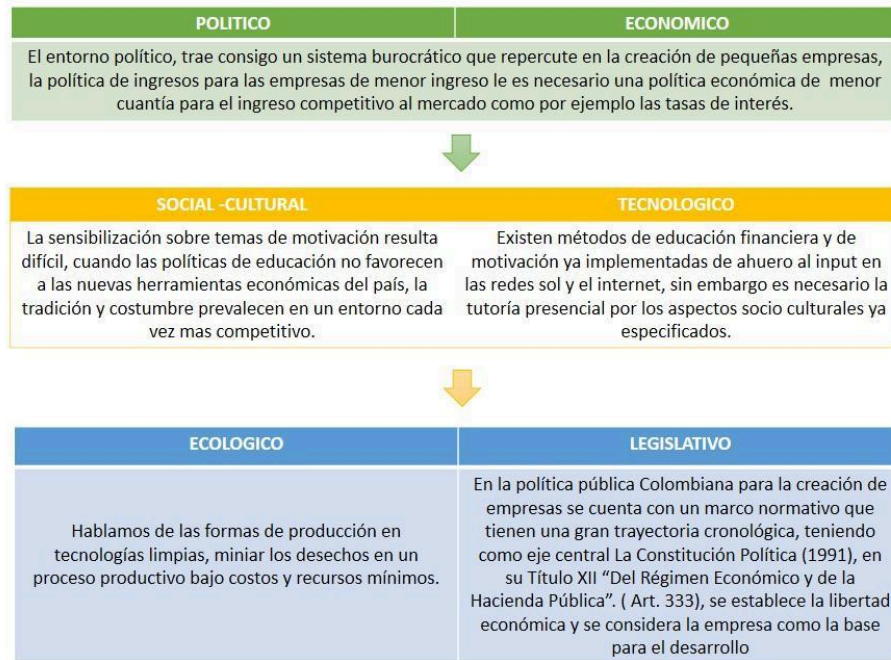


Figure 12 Información de micro entorno y macro entorno

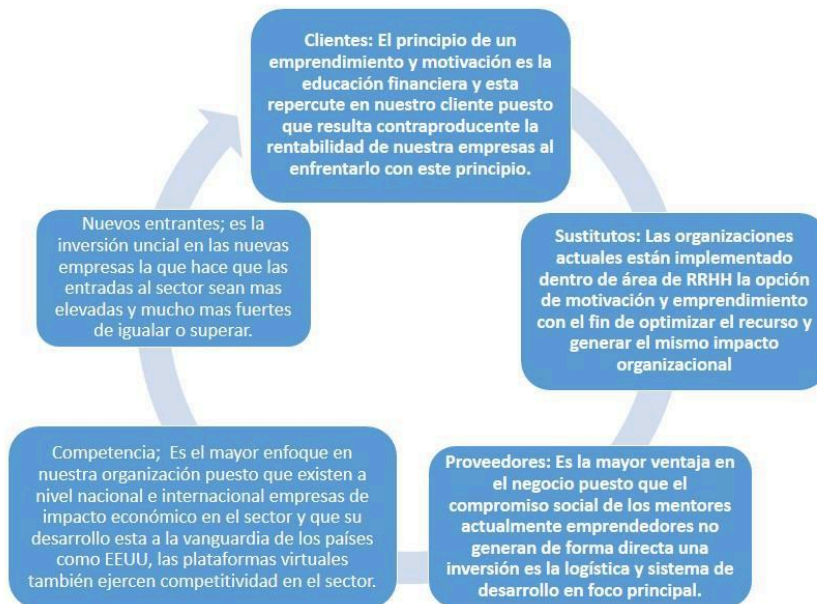


Figure 13 Esquema de porter

16. MARCO LEGAL

Para la creación de una empresa:

Se debe tener en cuenta los trámites y requisitos que se evidencia a través de la página de cámara y comercio.

- Registro ante la cámara y comercio como persona natural o jurídica.
- El nombre que se desee poner a la empresa debe ser consultado en la homonominia.

- Clasificación de la actividad económica, que se realiza a través de la página web de la CCB
- Consultar la marca, para verificar que no tenga un registro previo
- Diligenciar y organizar documentación requerida: formulario RUES, estatus, fotocopias de las cédulas de los representantes legales. Los formularios se pueden descargar por la página web.
- Elegir el banco
- Radicar los documentos, luego de esto se debe esperar tres días para la pre aprobación.
- Se debe pedir cita con la Dian, para finalizar el proceso.

16.1 Constitución de la empresa

(SAS).SOCIEDAD POR ACCION SIMPLIFICADA.

Está reglamentada por la ley 1258 de 2008, se puede constituir por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes solo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes, brinda la posibilidad de que los asociados definan las pautas bajo las cuales han de gobernarse sus relaciones jurídicas.

- El registro de la SAS es constitutivo, lo que implica que una vez inscrita la sociedad, forma una persona jurídica distinta de los accionistas.
- Efectuado el registro EN DEBIDA FORMA no podrá impugnarse el contrato social.

- La existencia de la SAS y las cláusulas estatutarias se probarán mediante los certificados expedidos por las cámaras de comercio

<http://soyklic.wordpress.com>

17. Matricula

Se debe realizar el trámite en la cámara de comercio con jurisdicción en el lugar donde se va a tener el domicilio principal.

Debe contener los siguientes requisitos:

- Nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas (ciudad o municipio).
- Razón social seguida de las palabras Sociedad por Acciones Simplificada o SAS.
- Domicilio principal: ciudad o municipio elegido para desarrollar la actividad de la sociedad.
- Término de duración: la SAS podrá tener término de duración indefinido.
- Enunciación de actividades principales: las SAS permite establecer un objeto social indeterminado.
- Capital autorizado, suscrito y pagado: se debe expresar el capital que se aporta y la forma en que éste estará distribuido.
- Para la conformación del capital se debe tener en cuenta lo siguiente: Clase, número y valor nominal de las acciones.

18. Conclusiones

Podemos evidenciar que la realización del negocio es viable para cumplir el objetivo que tenemos de dar a conocer las nuevas alternativas de economía de la nueva era a través de la presentación de meto dolías tecnológicas y de forma presencial, que mediante un sistema de seguimiento llegamos a aumentar el porcentaje de empresas que prevalezcan por más de 5 años en el mercado colombiano.

La preparándonos también ante cualquier adversidad que se pueda presentar, con personal capacitado y motivado para prestar un excelente servicio al momento del seminario y talleres, es contundente validar nuestro entorno y conocer cuáles son las mejores proactivas con el fin de estar a la vanguardia y seguir avanzando en los sistemas de comunicación actuales.

Dando a conocer nuestra marca como eficiente y eficaz ante los eventos que realicemos, brindando confianza y credibilidad ante los clientes. Es así como klic será líder en el desarrollo de eventos al 2020

19. Bibliografía

- <https://www.tratocontrato.com/content/24-corporaciones-para-iniciar-idea-de-emprendimiento-colombia/>
- <https://www.portafolio.co/negocios/el-numero-de-empresas-que-fracasan-en-colombia-500176>
- <https://www.elespectador.com/opinion/politica-economica-y-emprendedores-columna-689891>
- <http://mprende.co/emprendimiento/marco-legal-para-la-pol%C3%ADtica-nacional-de-emprendimiento>