



Proyecto de emprendimiento Nova, compañía de capacitación, asesoramiento y plataforma de comercialización de microempresarios y emprendedores.

Jennifer Tatiana Suárez Arciniegas

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Virtual y a Distancia

Sede Bogotá Sur

Programa Administración de Empresas

abril de 2022

Proyecto de emprendimiento Nova, compañía de capacitación, asesoramiento y plataforma de comercialización de microempresarios y emprendedores

Jennifer Tatiana Suárez Arciniegas

Trabajo de Grado presentado como requisito para optar al título de Administrador de Empresas

Asesor(a)

Jefferson Andrés Durán Aguirre

Profesor I – Centro Progresía EPE - UVD

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Virtual y a Distancia

Sede Bogotá Sur

Programa Administración de Empresas

abril de 2022

Dedicatoria

A Olivia, Amira, Eliana y Mariluz, las mujeres más importantes de toda mi existencia, su presencia fue y ha sido la base para forjar cada elemento de mi ser. Estuvieron en mis fracasos y tristezas, es por esto por lo que, a ustedes amores de mi vida les dedico mis esfuerzos, alegrías y triunfos.

Agradecimientos

Todo mi agradecimiento a la Corporación Universitaria Minuto de Dios, una institución que busca formar profesionales integrales conscientes de su entorno y de la capacidad que tienen de impactar positivamente su entorno. A los diferentes profesores de cada una de las asignaturas vistas, gracias por su nivel de exigencia y su vocación incansable por compartir sus conocimientos y experiencias.

Gracias a mis compañeras de práctica profesional, Diana María Lancheros, Diana Carolina Escarraga y Diomar Vargas, por aceptar trabajar sobre el primer boceto de esta idea.

Mil gracias a mi profesor asesor de Centro Progresía Jefferson Andrés Aguirre, por ser mi guía en el fortalecimiento técnico y moral del proyecto.

Infinitas gracias a todos los que me acompañaron en este proceso de aprendizaje y crecimiento.

Contenido

Lista de tablas	9
Lista de figuras.....	10
Lista de anexos.....	12
Resumen.....	13
Abstract.....	15
CAPITULO I	16
1 Identificación del modelo de negocio.....	16
1.1 Objetivo general.....	16
1.1.1 Objetivos específicos.....	16
1.2 Justificación	16
1.3 Antecedentes	19
1.4 Concepto de negocio.....	20
1.5 Modelo Canvas	21
1.6 Alcances y limitaciones	22
1.6.1 Alcances	22
1.6.2 Limitaciones	22
CAPITULO II.....	22
2 Plan estratégico.....	22
2.1 Misión	22
2.2 Visión.....	23
2.3 Valores Corporativos	23
2.3.1 Transformación	23
2.3.2 Integridad	23
2.3.3 Pasión	23
2.3.4 Innovación.....	23
2.4 Análisis del entorno y sector.....	24
2.4.1 Análisis PESTEL.....	24

2.4.2	Diamante de Porter.....	25
2.5	Objetivos estratégicos	25
2.5.1	Objetivo general (Posicionamiento).....	25
2.5.2	Objetivos específicos.....	25
CAPITULO III.....		26
3	Estudio de mercado	26
3.1	Mercado potencial.....	26
3.2	Segmentación de mercado	26
3.2.1	Tipo de investigación	26
3.2.2	Población.....	27
3.2.3	Muestra.....	27
3.2.4	Instrumento.....	28
3.2.5	Mapa de empatía	36
3.2.6	Buyer person	37
3.2.7	Necesidades que se esperan satisfacer	38
3.3	Análisis de competencia	39
3.3.1	Directa e indirecta y productos sustitutos	39
3.3.2	DOFA de la competencia	39
3.4	Marketing mix.....	40
3.4.1	Estrategia de producto o servicio	40
3.4.2	Estrategias de distribución	41
3.4.3	Estrategias de precio.....	41
3.4.4	Estrategias de comunicación y promoción.....	41
3.4.5	Ventaja competitiva.....	42
CAPITULO IV.....		42
4	Estudio técnico u operación.....	42
4.1	Ficha técnica del producto o servicio.....	42
4.2	Diagrama de flujo de producción o del servicio.	44
4.3	Capacidad instalada	45

4.4	Diseño de planta.....	45
4.5	Localización.....	46
4.6	Recursos necesarios para operación óptima.	47
CAPITULO V.....		48
5	Análisis financiero.....	48
5.1	Proyección de ventas.....	48
5.1.1	Tamaño del mercado	48
5.1.2	Tabla de proyección de ventas.	49
5.1.3	Participación del mercado	49
5.1.4	Política de cartera.....	49
5.2	Inversión y financiación.....	50
5.2.1	Estado de Resultados.....	50
5.2.2	Balance General	51
5.2.3	Plan de Inversión	52
5.2.4	Tabla de amortización de crédito	53
5.2.5	Flujo de caja proyectado a 5 años.	54
5.2.6	Evaluación del proyecto	55
5.2.7	Liquidez.....	55
5.2.8	Rentabilidad	55
5.2.9	Punto de equilibrio	56
CAPITULO VI.....		57
6	Impactos.....	57
6.1	Impacto económico.....	57
6.2	Impacto social	57
6.3	Impacto ambiental.....	58
CAPITULO VII		59
7	Estructura organizacional	59
7.1	Organigrama y perfiles	59
7.2	Constitución empresa y aspectos legales	62

7.2.1	Normatividad empresarial (constitución empresa)	62
7.2.2	Normatividad técnica (Permisos, licencias de funcionamiento, registros, reglamentos).....	63
7.2.3	Normatividad laboral.....	63
7.2.4	Normatividad ambiental.....	63
7.2.5	Registro de marca – Propiedad intelectual.....	63
7.2.6	Clasificación CIU.....	63
7.3	Gastos de puesta en marcha	64
CAPITULO VIII.....		64
8	Conclusiones.....	64
Referencias.....		67
Anexos		74

Lista de tablas

Tabla 1	24
Tabla 2	28
Tabla 3	37
Tabla 4	42
Tabla 5	45
Tabla 6	45
Tabla 7	47
Tabla 8	47

Lista de figuras

Figura 1	21
Figura 2	25
Figura 3	31
Figura 4	31
Figura 5	32
Figura 6	32
Figura 7	33
Figura 8	33
Figura 9	33
Figura 10	34
Figura 11	34
Figura 12	35
Figura 13	35
Figura 14	36
Figura 15	36
Figura 16	39
Figura 17	39
Figura 18	44
Figura 19	45
Figura 20	46
Figura 21	48
Figura 22	49

Figura 23	50
Figura 24	51
Figura 25	52
Figura 26	53
Figura 27	54
Figura 28	55
Figura 29	55
Figura 30	55
Figura 31	56
Figura 32	56
Figura 33	57
Figura 34	59
Figura 35	59
Figura 36	60
Figura 37	60
Figura 38	61
Figura 39	61
Figura 40	64

Lista de anexos

Anexo 1. Plan de marketing Nova	74
Anexo 2. Informe de simulación financiera Nova	74

Resumen

Nova es un proyecto de emprendimiento que busca brindar soluciones integrales a los microempresarios y emprendedores de productos y servicios innovadores o personalizados, a través de una aplicación móvil que permitirá tomar una ruta de aprendizaje en temas relevantes y significativos para la administración de sus unidades de negocio, ofrecerá y/o direccionará servicios de consultoría de acuerdo con las necesidades de estos, y brindará una plataforma digital para la comercialización y venta de sus servicios y productos. Dado lo anterior, se realiza planeación estratégica y análisis del mercado sobre la población objetivo.

Los servicios de Nova serán gratuitos para los microempresarios y emprendedores, sus principales ingresos de sostenimiento y crecimiento se obtendrán de aliados estratégicos, entidades gubernamentales y privadas que cuentan con presupuestos y programas donde su principal objetivo al igual que el de Nova es contribuir al fomento, crecimiento y sostenibilidad de las microempresarios y emprendedores en Colombia. De igual manera se contemplan ingresos derivados de publicidad y de alianzas con otras entidades implicadas en los procesos de emprendimiento, la viabilidad del proyecto se puede evidenciar en el análisis financiero realizado.

El emprendimiento en Colombia no se detiene, la cantidad de empresas que se crean diariamente y los limitados conocimientos que se tienen sobre administración y temas digitales aseguran que los servicios integrales prestados por Nova tengan gran acogida y demanda, sin contar que la razón de ser de Nova, es una meta en común con programas gubernamentales, económicos y sociales; el fortalecimiento del tejido empresarial, la diversificación de la economía y la generación de empleo que aportan los microempresarios y emprendedores en el país.

Palabras clave: Emprendimiento, microempresarios, emprendedores, soluciones, aplicación móvil, aprendizaje, comercialización, crecimiento.

Abstract

Nova is an entrepreneurial project that seeks to provide comprehensive solutions to micro-entrepreneurs and entrepreneurs of innovative or customized products and services, through a mobile application that will allow them to take a learning path on relevant and significant topics for the management of their business units, offer and/or direct consulting services according to their needs, and provide a digital platform for the marketing and sale of their services and products. Given the above, strategic planning and market analysis of the target population will be carried out.

Nova's services will be free of charge for microentrepreneurs and entrepreneurs; its main income for sustainability and growth will be obtained from strategic allies, governmental and private entities that have budgets and programs whose main objective, like Nova's, is to contribute to the promotion, growth, and sustainability of microentrepreneurs and entrepreneurs in Colombia. Likewise, income derived from advertising and alliances with other entities involved in the entrepreneurial processes are contemplated, and the viability of the project can be evidenced in the financial analysis performed.

Entrepreneurship in Colombia does not stop, the number of companies that are created daily and the limited knowledge that people have about management and digital issues ensure that the comprehensive services provided by Nova have great acceptance and demand, not to mention that the *raison d'être* of Nova, is a common goal with governmental, economic and social programs; strengthening the business fabric, diversification of the economy and employment generation provided by micro-entrepreneurs and entrepreneurs in the country.

Keywords: Entrepreneurship, micro-entrepreneurs, entrepreneurs, solutions, mobile application, learning, marketing, growth

CAPITULO I

1 Identificación del modelo de negocio

1.1 Objetivo general

Determinar la viabilidad del proyecto de emprendimiento Nova, compañía de capacitación, asesoramiento y plataforma de comercialización de microempresarios y emprendedores.

1.1.1 *Objetivos específicos*

- Realizar el estudio de mercadeo a partir de la segmentación del mercado, necesidades que se desean satisfacer y análisis de la competencia.
- Elaborar estudio técnico sobre requerimientos, infraestructura, localización y análisis de los recursos.
- Realizar el análisis financiero desde la proyección de ventas, inversión y evaluación del proyecto.

1.2 Justificación

El emprendimiento en Colombia tiene gran relevancia para el desarrollo económico del país, se contempla como una gran alternativa de diversificación y creación de empleo, es por esto por lo que se deben generar diferentes estrategias que permitan hacer de estas ideas de negocios, proyectos sostenibles y rentables a través del tiempo.

De acuerdo con la publicación realizada el portal CONFECÁMARAS (2021):

Según cifras del Registro Único Empresarial y Social (RUES), que recoge información de las 57 Cámaras de Comercio del país, entre enero y marzo de 2021 se crearon en el país 96.431 empresas, 9,3% más que en el mismo periodo de 2020, cuando la cifra fue de 88.248 unidades productivas. Del total de

empresas nuevas registradas, 75,4% corresponden a personas naturales y 24,6%” a sociedades. (p. 1)

Estas cifras son prometedoras, sin embargo, de acuerdo con (CONFECAMARAS, 2019, como se citó en Henao, p. 2) es importante validar el comportamiento de las empresas después de creadas, ya que más de la mitad mueren en sus primeros cinco años y el 40% no gana la batalla en el primero, principalmente de personas naturales. Carlos León, director del programa de Contaduría Pública de la Fundación Universitaria San Martín, después de haber desarrollado una investigación del papel de las Pymes en tiempos de pandemia, afirma que, “algunas de las causas por las cuales las Pymes cierran son por mala gestión de sus recursos económicos y de personal. Por desgracia, tienen poco conocimiento de su sector y están desactualizados especialmente en innovación”. (Fundación Universitaria San Martín, 2020, p. 1).

Se deben tener en cuenta también las necesidades surgidas a partir de la pandemia donde las restricciones de atención física al público y de movilidad, obligaron a las organizaciones, pymes y emprendimientos a migrar a un tema de comercialización digital de sus productos y servicios, sin embargo, el conocimiento en estos temas por parte de los emprendedores también es limitado. Según Portafolio (2021):

María Isabel Puerta, líder de desarrollo empresarial de interactuar, considera que la digitalización de las empresas se volvió una “necesidad” y señaló que las redes sociales se convirtieron en la herramienta más importante para que los emprendedores dieran a conocer sus negocios. (p. 1)

En Colombia se evidencia un aumento significativo de generación de ideas de emprendimiento, sin embargo, es latente también las falencias en temas de formación y herramientas digitales que tienen los emprendedores, es imperativo entonces la generación de planes y estrategias que puedan mitigarlas, contribuyendo de esta manera a su crecimiento y sostenimiento.

1.3 Antecedentes

En términos de formación de los emprendedores y microempresarios se establecen dos referentes principales, en primer lugar, las Cámaras de Comercio en Colombia actualmente desarrollan y ofrecen diferentes cursos, seminarios y diplomados gratuitos y con costo según nivel de formación, realizados en procesos virtuales, sincrónicos y presenciales. En Segundo lugar, se puede encontrar la página web www.negociosyemprendimiento.org, ideas y herramientas para emprender que cuenta con más de 100 cursos online totalmente gratuitos de temáticas fundamentales como administración, marketing e innovación.

Ahora bien en términos de plataformas que permiten la promoción y comercialización de productos y servicios en Colombia se encuentra una gran variedad de apps que ofrecen servicio a domicilio, resaltando entre ellas RAPPI compañía colombiana fundada en el 2015, IFOOD organización brasileña creada en el 2015 y que llegó a Colombia en 2018 (a través de la adquisición de domicilios.com) y Bazzarbog creada por la Cámara de Comercio de Bogotá como vitrina digital gratuita en diferentes categorías, estas apps facilitan la compra y entrega de diversos productos y servicios entre organizaciones y consumidores, disminuyendo algunos costos de logística y mensajería, permitiendo de igual manera que muchas empresas o negocios (en su mayoría restaurantes) que no tienen plataformas digitales puedan ofertar y vender.

Cuando se trata de contribuir en el crecimiento y acompañamiento de los microempresarios y emprendedores cabe resaltar la gestión realizada por ACOPI, la Asociación Colombiana de las Micro, pequeñas y Medianas Empresas que se encarga de promover ante diferentes entidades del gobierno programas y acciones para el fortalecimiento de las unidades de negocio. En esta misma línea se puede mencionar Propaís una entidad mixta de entidades públicas y privadas creada en el marco de la ley de Ciencia y Tecnología que busca facilitar las

alianzas para fortalecer el tejido empresarial del país a través del desarrollo de las micros, pequeñas y medianas empresas de Colombia.

Como se puede evidenciar existen diversas alternativas para cubrir factores determinantes en el apoyo a los microempresarios y emprendedores, de igual manera ayudan a enfrentar los desafíos en términos de formación, infraestructura, productividad y formalidad.

1.4 Concepto de negocio

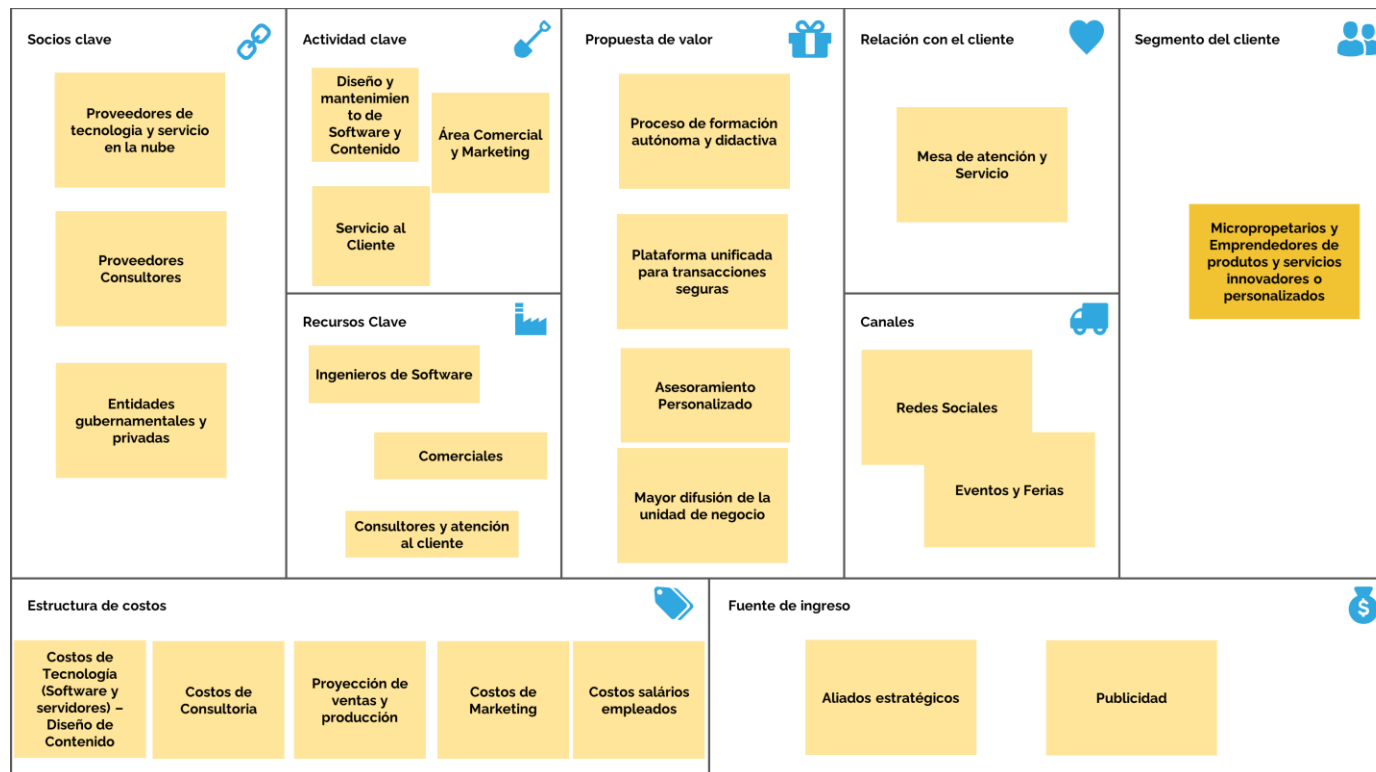
Nova es una compañía que busca capacitar, asesorar y promocionar a los emprendedores y microempresarios de productos y servicios innovadores o personalizados, a través de una plataforma (aplicación) integral que permitirá desarrollar en primera instancia un proceso de formación autónomo y didáctico de temas relevantes y necesarios para la administración de sus unidades de negocio, acompañado de un servicio de asesoría personalizada para resolver dudas o generar propuestas de mejoramiento. De igual manera servirá de plataforma de comercialización y venta de productos y servicios a través de la creación de perfiles y portafolios.

1.5 Modelo Canvas

En la figura 1 se evidencian los 9 elementos claves para analizar el modelo de negocio, de acuerdo con lo establecido por Alexander Osterwalder en su libro “Generación de modelos de negocio”.

Figura 1

Modelo Canvas del proyecto de emprendimiento Nova



1.6 Alcances y limitaciones

1.6.1 Alcances

- Se determinará la viabilidad financiera del plan de negocio, así como costos de inversión y proyecciones.
- Se establecerá plan estratégico del proyecto de emprendimiento.
- Se elaborará estudio técnico de implementación del proyecto de emprendimiento.

1.6.2 Limitaciones

- La evaluación de costos de inversión e implementación estarán vigentes durante un periodo no mayor a 1 año. Una vez cumplido este, se pueden presentar diferencias en los valores cotizados con los proveedores tecnológicos.
- Existen varias asociaciones y entidades que prestan algunos servicios planteados de manera gratuita, por tanto, se limita el alcance inicialmente en términos de infraestructura y presupuesto.
- Desviación de factores relevantes del estudio técnico versus la implementación del proyecto.

CAPITULO II

2 Plan estratégico

2.1 Misión

Brindamos a los microempresarios y emprendedores un apoyo y aplicación integral que permite fortalecer sus conocimientos en la administración de sus unidades, aperturar nuevos canales digitales de comercialización de sus productos, servicios innovadores y personalizados, en pro del sostenimiento y crecimiento de sus ideas de negocio.

2.2 Visión

Convertir a Nova para el año 2027 en padrinos digitales por excelencia de los microempresarios y emprendedores con ideas de negocio innovadoras o personalizadas, acompañándolos en sus inicios, contribuyendo a su crecimiento y sostenibilidad.

2.3 Valores Corporativos

2.3.1 Transformación

Cambiamos la forma de apoyar integralmente a las microempresarios y emprendedores a través de una gestión centralizada y eficiente de nuestra compañía.

2.3.2 Integridad

Mantenemos y fortalecemos cada parte fundamental de la compañía con la generación de iniciativas que fomenten nuestro valores, principios y ética empresarial.

2.3.3 Pasión

Trabajamos incansablemente por brindar las mejores soluciones y servicios a nuestros miembros porque cada uno de nuestros integrantes es apasionado y comprometido con su gestión.

2.3.4 Innovación

Buscamos siempre otras maneras de hacer las cosas a través de la implementación de procesos de innovación, investigación y con herramientas tecnológicas de punta.

2.4 Análisis del entorno y sector

2.4.1 Análisis PESTEL

El análisis PESTEL se puede evidenciar en la tabla 1:

Tabla 1

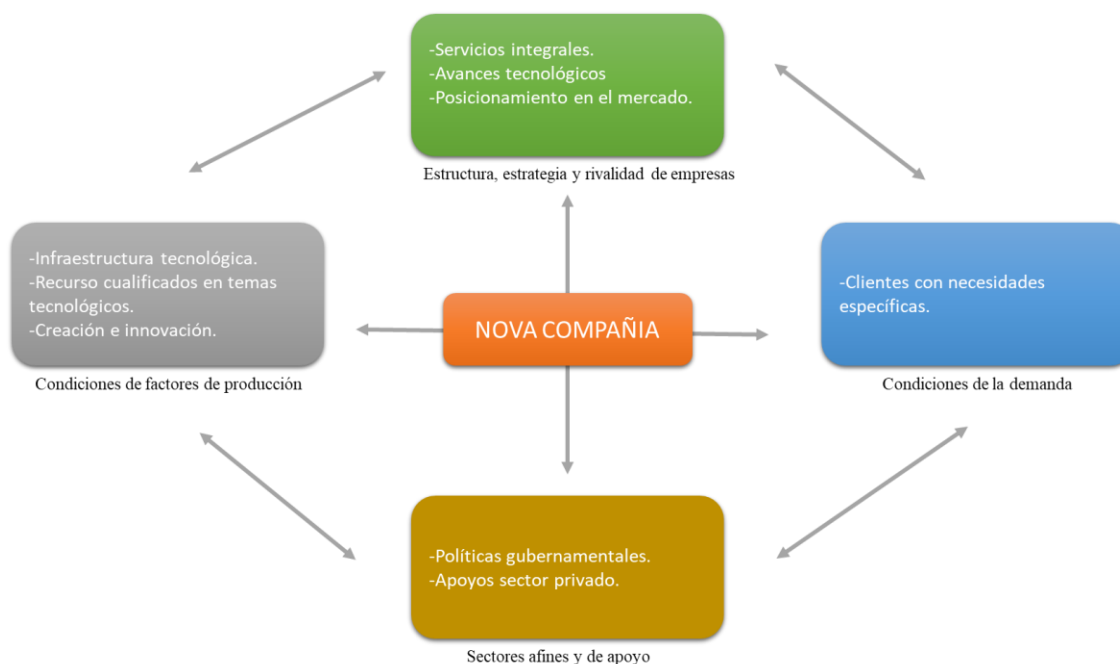
Análisis PESTEL del proyecto de emprendimiento Nova

Variable	Observación
Político	Plan vive digital propuesto por MINTIC para fomentar la creación de negocios a partir de uso de TIC, desarrollo de software, aplicaciones móviles y contenidos. Programas del Gobierno a través de MINCOMERCIO para fomentar el emprendimiento.
Económico	Proyecciones de inflación entre 4.3% y 3.4% para el 2022 y 2023 respectivamente, a causa de alto incremento del salario mínimo y alza de los precios internos. Crecimiento económico proyectado 4% 2022 y 2,8% 2023.
Sociocultural	Cuarto país con mayor tasa de emprendimiento en el mundo. Auge de redes sociales. Necesidades de transformación digital.
Tecnológico	Aumento en cobertura de internet. Acceso de precios a internet y competitivos. Aumento en descarga de aplicaciones que no son juegos.
Ecológico	Ley 1834 de 2017 desarrollar, fomentar, incentivar y proteger las industrias creativas. Incentivos consignados en los Estatutos Tributarios que ofrece el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible para empresas sostenibles.
Legal	Los programas de software y denominadas aplicaciones se protegen como obras literarias en derechos de autor. Decisión 351 de 1993. Ley 2069 de 2020 propicia el emprendimiento y el crecimiento, consolidación y sostenibilidad de las empresas, con el fin de aumentar el bienestar social y generar equidad. Ley 1014 de 2006 fomento a la cultura del emprendimiento busca establecer acuerdos con entidades financieras, donde los planes de negocio de nuevos emprendedores se avalen como garantía para el otorgamiento de créditos. Poca regulación y protección de patentes de Software en Colombia. Proyectos de la Superintendencia de Industria y Comercio para brindar protección integral a las aplicaciones.

2.4.2 Diamante de Porter

Figura 2

Diamante de Porter del proyecto de emprendimiento Nova



Nota. Información adaptada de gráfico diamante de Porter, de Michael Porter, 2004.

2.5 Objetivos estratégicos

2.5.1 Objetivo general (Posicionamiento)

Posicionar en el transcurso de 5 años a Nova en el mercado de procesos de capacitación, asesoría y plataforma de comercialización del 3% (11.057) de microempresarios y emprendedores de productos innovadores o personalizados en la ciudad de Bogotá a través de aplicaciones integrales de cubran cada una de sus necesidades.

2.5.2 Objetivos específicos

- Conseguir en un periodo de 12 meses a través de un plan de negocio sólido entidades gubernamentales y privadas que financien el 80% del proyecto de inversión Nova.

- Brindar un multicanal efectivo de ventas para la consecución durante un periodo de 5 años de 11.057 microempresarios y emprendedores de Bogotá que accedan a los servicios de Nova.
- Conseguir un 80% (inicialmente) en el indicador de satisfacción de nuestros clientes, a través de la implementación de herramientas tecnológicas y gestión adecuada de sus necesidades.

CAPITULO III

3 Estudio de mercado

3.1 Mercado potencial

Geográfico: Colombia.

Edades: 18 a 40 años.

Género: Sin distinción de género.

Nivel Socioeconómico: Estrato 2 a 5.

Estilo de Vida: Emprendedores y microempresarios con productos y servicios innovadores o personalizados.

3.2 Segmentación de mercado

3.2.1 Tipo de investigación

En primera instancia el enfoque cualitativo permitirá determinar la percepción que tiene el segmento objetivo del proyecto, teniendo en cuenta que Según Hernández (2014) “El enfoque cualitativo se utiliza la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación”. (p. 7)

De igual manera, el tipo de investigación descriptiva permite a la presente investigación determinar factores relevantes y necesidades del segmento objetivo, teniendo en cuenta que de

acuerdo con Hernández (2014) “Con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis”. (p. 92)

Teniendo en cuenta este enfoque y tipo de investigación se obtendrá información relevante en términos de percepción y necesidades del segmento objetivo que, dentro del marco de investigación del proyecto ayudará a determinar las características de nuestros servicios.

3.2.2 Población

Según datos del registro mercantil de la CCB (2021) “En Bogotá y la región hay 368.584 MiPymes, de las cuales 345.317 son micro, 18.163 pequeñas, y 5.104 medianas”. (p. 1)

Cabe resaltar de igual forma que en el mismo informe CCB (2021) indica que “25 % de las empresas son lideradas por mujeres (89.550), el 31 % por hombres 116.537 y el 43 % no informa el género”. (p.1)

3.2.3 Muestra

Para realizar el proceso de investigación se tomará un método no probabilístico conocido como método a conveniencia según Mcmillan y Schumacher (2005) “Una muestra por conveniencia es un grupo de sujetos seleccionados sobre la base de ser accesibles o adecuados”. (p.140) teniendo en cuenta la accesibilidad que se cuenta a un grupo determinado de 51 microempresarios y emprendedores de nuestro entorno más cercano que cumplen con las siguientes características definidas, edades entre los 20 a 35 años, de la ciudad de Bogotá, donde se genera una distribución por estrato de estrato 1 (5%), estrato 2 (45%), estrato 3 (35%) y estrato 4 (15%) y por tipo de empresa, micro (85%) y pequeña (15%).

3.2.4 Instrumento

El instrumento seleccionado será la encuesta, permitirá determinar niveles de aceptación, percepción del proyecto y necesidades a cubrir, los tipos de respuesta serán dicotómicas, opción múltiple y una final abierta, en la tabla 2 se puede evidenciar los parámetros de la ficha técnica de la encuesta.

Tabla 2

Ficha técnica de la encuesta

Parámetro	Detalle
Persona que realiza la encuesta	Jennifer Suárez Arciniegas
Objetivo	Determinar la percepción y aceptación del proyecto.
Población	Micropropietarios y emprendedores de negocios innovadores o personalizados.
Tamaño de la muestra	51
Número de encuestadores	1
Técnica de recolección	Formulario online Office 365
Fecha de realización	15 al 31 octubre 2021.

3.2.4.1 Plantilla encuesta de validación proyecto de emprendimiento

1. ¿Es usted propietario de algún negocio emprendimiento?
 - a. Si
 - b. No

2. ¿Qué nivel tiene en el manejo de plataformas digitales, redes sociales, etc.?
 - a. Deficiente
 - b. Regular
 - c. Bueno
 - d. Sobresaliente

- e. Excelente
3. ¿Ha tenido o tuvo asesorías/formación para emprender su idea de negocio?
- a. Sí
 - b. No
4. Nuestra App, tiene las siguientes funcionalidades ¿Cuál le parece más útil?
- a. Formación (Cursos didácticos y autónomos)
 - b. Plataforma de comercialización de productos y servicios
 - c. Seguridad y protección de datos
 - d. Todas las anteriores
5. Tendríamos estos cursos ¿Qué tema de la formación considera más importante?
- a. La Web 2.0
 - b. Redes Sociales
 - c. Planeación estratégica
 - d. Análisis de mercado
 - e. Finanzas
 - f. Modelo de negocio
 - g. Marketing digital
 - h. Protocolos de bioseguridad
 - i. Otros
6. ¿Realizaría los cursos para fortalecer su formación en temas de administración y gestión de empresas?
- a. Sí
 - b. No

7. Servicio de asesoría de los cursos vistos ¿Utilizaría este servicio?
 - a. Sí
 - b. No
8. ¿Cuál es el tiempo semanal con el que dispondría para una asesoría?
 - a. Menos de 1 hora
 - b. Entre 1 y 2 horas
 - c. Entre 3 y 4 horas
9. ¿Ha utilizado alguna vez alguna página o plataforma digital para ofrecer y/o vender sus productos?
 - a. Sí
 - b. No
10. ¿Utilizaría la aplicación como plataforma para promocionar y comercializar sus productos?
 - a. Sí
 - b. No
11. ¿Qué características adicionales considera que debería tener la APP?
 - a. Su funcionamiento sea sin internet
 - b. Opciones de personalización
 - c. Actualizaciones periódicas de temas emprendimientos
12. ¿Qué opina de nuestra idea? ¿Le agregaría algo más? Déjenos saber su opinión, muchas gracias

3.2.4.2 Resultados de la investigación de mercados

A continuación, se muestran los resultados obtenidos de la encuesta aplicada anteriormente.

El 92% de los encuestado es actualmente propietario de algún tipo de negocio.

Figura 3

Pregunta 1 encuesta

1. ¿Es usted propietario de algún negocio?



En este punto se obtienen los siguientes porcentajes excelente (8%), sobresaliente (14%), bueno (31%), regular (39%) deficiente (8%), en términos generales el 47% de los encuestados considera que su nivel del manejo de plataformas digitales es bajo, demostrando una de las necesidades que se buscan satisfacer con el proyecto.

Figura 4

Pregunta 2 encuesta

2. ¿Qué nivel tiene en el manejo de plataformas digitales, redes sociales, etc?




El 59% de los encuestado refiere no haber tenido ningún tipo de asesoría o formación para emprender, partiendo de este punto este porcentaje administra sus negocios de forma empírica, sin conocimiento técnicos de temas relevantes.

Figura 5

Pregunta 3 encuesta

3. ¿Ha tenido o tuvo asesorías/formación para emprender su idea de negocio?

[Más detalles](#)

 Insights

● Sí	21
● No	30




El 71% de los encuestados considera útil todas las funcionalidades del proyecto.

Figura 6

Pregunta 4 encuesta

4. Nuestra App, tiene las siguientes funcionalidad ¿Cuál le parece más útil?

[Más detalles](#)

 Insights

● Formación (Cursos didácticos ...	5
● Plataforma de comercializació...	8
● Seguridad y protección de dat...	2
● Todas las anteriores	36



En este punto los temas más importantes considerados por los encuestados son marketing digital (35%), análisis de mercado (11%) y finanzas (14%), los cuales se consideran fundamentales dentro de la administración de las unidades de negocio y determinantes para su crecimiento y sostenibilidad.

Figura 7

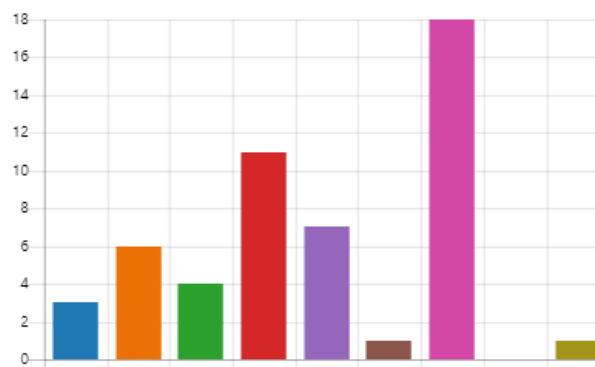
Pregunta 5 encuesta

5. Tendríamos estos cursos ¿Qué tema de la formación considera más importante?

[Más detalles](#)

[Insights](#)

● La Web 2.0	3
● Redes Sociales	6
● Planeación Estratégica	4
● Análisis de Mercado	11
● Finanzas	7
● Modelo de negocio	1
● Marketing Digital	18
● Protocolos de Bioseguridad	0
● Otras	1



Se obtiene un resultado contundente del 94% en la disposición de los encuestados para formarse en estos temas de administración y gestión de sus negocios.

Figura 8

Pregunta 6 encuesta

6. ¿Realizaría los cursos para fortalecer su formación en temas de administración y gestión de empresas?

[Más detalles](#)

[Insights](#)

● Sí	48
● No	3



El 90% de los encuestado utilizaría el servicio de asesoría de los temas ofertados, teniendo en cuenta que resulta relevante la aclaración de dudas en el entendimiento e implementación de estos en la realidad de sus negocios.

Figura 9

Pregunta 7 encuesta

7. Servicio de Asesoría de los cursos vistos ¿Utilizaría este servicio?

[Más detalles](#)

Insights

● Sí	46
● No	5



Se considera importante determinar la disponibilidad del tiempo semanal que tienen los encuestados para llevar a cabo procesos de asesoría, obteniendo como resultado que el 71% entre 1 y 2 horas, seguido de 25% menos de una hora y 4% entre 3 y 4 horas.

Figura 10

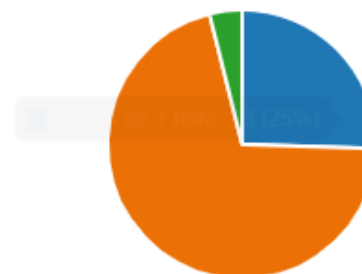
Pregunta 8 encuesta

8. ¿Cuál es el tiempo disponible con el que dispondría para una asesoría?

[Más detalles](#)

Insights

● Menos de 1 hora	13
● Entre 1 y 2 horas	36
● Entre 3 y 4 horas	2



El 67% de los encuestado no ha utilizado plataformas o páginas digitales para ofrecer y/o vender sus productos, apoyado en gran medida por el desconocimiento que se tiene de estas herramientas, reforzando una de las necesidades planteadas en el proyecto.

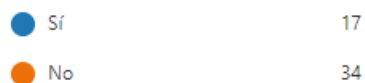
Figura 11

Pregunta 9 encuesta

9. ¿Ha utilizado alguna vez alguna página o plataforma digital para ofrecer y vender sus productos?

[Más detalles](#)

Insights



Con un relevante 94% el grupo de encuestados afirma que usaría la plataforma planteada por Nova para promocionar y comercializar sus productos, evidenciando un grado de aceptación alto del proyecto.

Figura 12

Pregunta 10 encuesta

10. ¿Utilizaría la aplicación como plataforma para promocionar y comercializar sus productos?

[Más detalles](#)




La siguiente pregunta se establece para identificar otras necesidades que tengan los encuestados y poder plantear servicios adicionales, obteniendo como resultado que el 61% desea obtener actualizaciones periódicas de temas de emprendimiento. Esto establece una necesidad latente de contar rápida y eficazmente con información relevante, en términos de apoyos económicos, estudios, tips, entre otros de los procesos de emprendimiento.

Figura 13

Pregunta 11 encuesta

11. ¿Qué características adicionales considera que debería tener la APP?

[Más detalles](#)

 Insights

● Su funcionamiento sea sin int...	13
● Opciones de personalización	7
● Actualizaciones periódicas de ...	31
● Otras	0



A continuación, se muestran las percepciones generales que se tienen del proyecto por parte del grupo de encuestados.

Figura 14

Pregunta 12 encuesta

12. ¿Qué opina de nuestra idea? ¿Le agregaría algo más? Déjenos saber su opinión, muchas gracias

[Más detalles](#)

 Insights

51

Respuestas

Respuestas más recientes

"Son muy buenas estrategias "

"Opciones de financiamiento"

"Todo bien"

8 encuestados (16%) respondieron **idea** para esta pregunta.



3.2.5 Mapa de empatía

Figura 15

Mapa de empatía segmento de mercado Nova



Nota. Adaptado del modelo de mapa de empatía, de Scott Matthews.

3.2.6 Buyer person

La elaboración del buyer person se puede evidenciar en la siguiente tabla 3:

Tabla 3

Resultado buyer person

Variable	Resultado
Demográficos	Nombre: Microempresarios y emprendedores. Edad: 18 a 40 años. Género: Sin distinción de género.
Entorno	Lugar: Colombia – Bogotá D.C. Trabajo: Formales e informales. Carrera: Personas sin formación profesional o formación diferente a administración de empresas. Familia: Hogares unipersonales – familias con varias integrantes.
Identificadores	Tienen ganas de emprender. Generan ideas para obtener ingresos adicionales. Buscan información en redes sociales y portales en general.
Metas	Meta Principal: Crecer y sostener sus ideas de emprendimientos.

	Meta Secundaria: Buscan generar ingresos adicionales o independizarse.
Retos	<p>Reto Principal: Formarse en temas relevantes para administrar y hacer crecer sus ideas de negocio.</p> <p>Reto Secundario: Mantener la disciplina y compromiso con los procesos de formación y administración.</p>
¿Qué podemos hacer?	Brindar servicios integrales e innovadores para cubrir cada una de sus necesidades. Garantizar ser un canal efectivo en la formación, intermediación de los emprendedores, las empresas, entidades financieras, educativas y estatales.
Frases reales	<p>La comercialización digital es muy difícil.</p> <p>Mi principal motivación es el bienestar de mi familia.</p> <p>Muchos dicen que emprender y que funcione es cuestión de suerte.</p>
Objeciones comunes	<p>Quiero aprender a administrar mi negocio.</p> <p>No tienen presupuesto para pagar una membresía.</p> <p>Falta de tiempo para usar los servicios de formación.</p> <p>Genera temor el uso de las plataformas digitales.</p>

3.2.7 *Necesidades que se esperan satisfacer*

- Déficit de conocimiento técnico y formación en temas relevantes de administración de unidades de negocio.
- Falta de acompañamiento especializado en factores relevantes de la administración de las unidades de negocio.
- Alto de grado de desconocimiento del uso de redes sociales y herramientas digitales para la comercialización de productos y servicios.
- Inconvenientes en la disposición de tiempos para asistir a procesos de formación sincrónicos o presenciales.
- Información y canales dispersos que dificultan a los microempresarios y emprendedores encontrar el adecuado para suplir sus necesidades.

3.3 Análisis de competencia

3.3.1 Directa e indirecta y productos sustitutos

Se listan a continuación las principales competencias que tendría Nova.

Figura 16

Análisis de la competencia Nova.

COMPETENCIA	EMPRESA	TIPO DE PRODUCTO	MARKETING DE CONTENIDOS	ESTRATEGIA SEO	VENTAJA COMPETITIVA	SEGMENTO DE MERCADO
DIRECTA	Econexia	Ecosistema Digital	Sí (Nacional)	Posicionamiento alto	Infraestructura y capital.	Mipymes Y PYMES
DIRECTA	Bazzargbog	Vitrina Digital	Sí (Nacional)	Posicionamiento bajo	Infraestructura y capital.	Mipymes Bogotá
INDIRECTA	Plataformas servicios domicilios	Plataforma Domicilios	Sí (Nacional)	Posicionamiento Alto	Trayectoria, infraestructura y capital, mayor participación del mercado.	Consumidores restaurantes y similares a nivel nacional
INDIRECTA	Emprendedores RAM	Vitrina Digital	Sí (Sólo Bogotá)	Posicionamiento medio	Infraestructura y capital.	Mipymes Bogotá
INDIRECTA	Wompi	Plataforma de Pagos	Sí (Nacional)	Posicionamiento bajo	Infraestructura y capital.	Clientes E-commerce nivel nacional
INDIRECTA	Portal Negocios y Emprendimiento	Formación	Sí (Multinacional)	Posicionamiento medio	Variadas de cursos e infraestructura.	Emprendedores Nivel Internacional

3.3.2 DOFA de la competencia

Figura 17

DOFA de la competencia Nova

	Econexia	Bazzargbog
Debilidades	*Solo cuenta con plataforma portal Web. *No cuenta con rutas de aprendizaje y formación de MiPymes.	*Participación solo en Bogotá. *Poco marketing digital.
Oportunidades	*Ampliación de los ecosistemas de negocio. *Aumentar la participación en el mercado.	*Aumentar participación en el mercado.
Fortalezas	*Inyección de capital importante. *Respaldo por entidades gubernamentales (Mincomercio, Colombia productiva, Gobernación de Boyacá, cámara de comercio). *Amplia variedad de servicios especializados.	*Inyección de capital importante. *Respaldo por entidad como al Cámara de Comercio.
Amenazas	*Competidor con servicios integrales y asequibles a emprendedores no formalizados.	*Competencia con mayor cobertura y servicios.

3.4 Marketing mix

3.4.1 Estrategia de producto o servicio

Las estrategias del servicio se establecen a partir del resultado de la encuesta de validación.

Nova contará con dos plataformas principales (aplicación para sistemas operativos iOS y Android):

- Nova explora, el 59% de los encuestado refiere no haber tenido ningún tipo de asesoría o formación para emprender, por esta razón esta plataforma contará con los siguientes módulos principales:
 - Aprende: Ruta de aprendizaje didáctica y autónoma de temas fundamentales en la administración de unidades de negocio, establecida por un diagnóstico inicial que se realizará al microempresario o emprendedor.
 - Asesórate: Prestación o direccionamiento con aliados estratégicos de consultorías o asesorías de acuerdo con las necesidades del microempresario o emprendedor.
 - Infórmate: Centralización de información relevante para los microempresarios o emprendedores, programas y entidades que apoyan el emprendimiento, ferias empresariales, etc.
- Nova Comercia, el 94% de los encuestado utilizaría la aplicación como un nuevo canal de comercialización y venta de sus productos y servicios, esta plataforma contará con las siguientes características:

- Para el microempresario y emprendedor: Creación de perfil y portafolio de productos y servicios.
- Para el consumidor: Estructuración y fácil navegación para la identificación del producto o servicio requeridos.
- Plataforma segura para las transacciones económicas.
- Aliados estratégicos para la distribución y logística de entrega de productos o servicios.

3.4.2 Estrategias de distribución

Las aplicaciones de Nova se encontrarán disponible para descarga gratuita para los principales sistemas operativos y Play store.

- Play Store (Google) – Sistema Operativo Android
- Apple Store (Apple) – Sistema Operativo iOS

3.4.3 Estrategias de precio

El uso de las plataformas de Nova será completamente gratuito para los microempresarios y emprendedores.

3.4.4 Estrategias de comunicación y promoción

- Comunicación, la identidad corporativa de Nova está basada en la segmentación realizada anteriormente, en términos de identidad visual se busca trabajar con una paleta de colores azules y algunos contrastes grises, con una imagen innovadora y que brinde confianza a través de las piezas publicitarias.
- Marketing de contenidos enfocada en detallar los servicios prestados, resaltar la identidad corporativa y generando una imagen positiva de la compañía.

- Inbound Marketing enfocada en mostrar los beneficios que tiene nuestro producto de una forma didáctica e innovadora. (Pautas, recomendaciones influencer)
- En los canales tradicionales, participación y promoción en eventos y ferias empresariales de aliados estratégicos.
- En canales digitales a través de social media, promoción en plataformas, canales de aliados estratégicos, redes sociales, plataformas de multimedia y notificaciones web Push.

Ver Anexo 1 “Plan de marketing Nova”, se detalla objetivo, estrategias, tácticas, actividades y otra información relevante.

3.4.5 *Ventaja competitiva*

Nova será una aplicación integral y gratuita que permitirá a los microempresarios y emprendedores contar con todas las herramientas e información centralizada, y las cuales son determinantes para el crecimiento y sostenimiento de sus ideas de negocio.

CAPITULO IV

4 Estudio técnico u operación

4.1 Ficha técnica del producto o servicio

En la tabla 4 se relacionan las especificaciones mínimas de las aplicaciones a desarrollar en el proyecto.

Tabla 4

Ficha técnica del producto o servicio

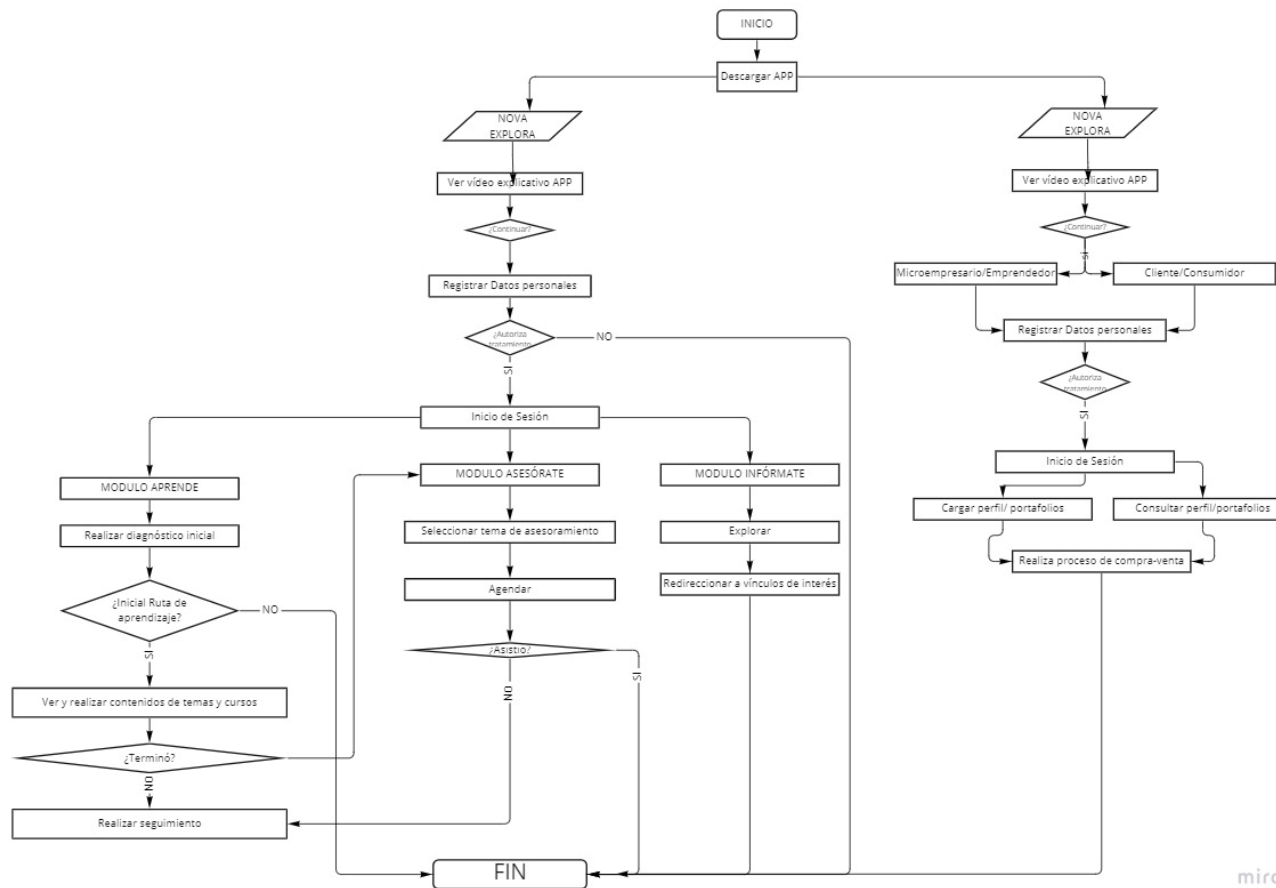
Especificación	Detalle
Tipo de aplicación	Móvil
Lenguaje de programación	HTML5- JavaScript Xcode, Android Estudio -
Entornos	Active X

Componentes	
empaquetamiento	.APK
Sistemas Operativos	iOS y Android
Servidor	Oracle – MySQL
Hosting	IONOS

4.2 Diagrama de flujo de producción o del servicio.

Figura 18

Diagrama de flujo servicios prestados por Nova



miro

4.3 Capacidad instalada

La capacidad instalada de las aplicaciones de Nova se mide en términos de cantidad de usuarios registrados e interacción de estos en línea de forma simultánea, lo anterior para asegurar el óptimo rendimiento y experiencia de los usuarios. En las tablas 5 y 6 se evidencian en detalle.

Tabla 5

Capacidad instalada Nova explora

Capacidad Instalada	2022	2023	2024	2025	2026
Usuarios registrados	1.106	2.211	4.423	7.740	11.057
Interacción al tiempo	553	1.327	3.096	5.805	8.293
% Interacción	50%	60%	70%	75%	75%

Tabla 6

Capacidad instalada Nova comercia

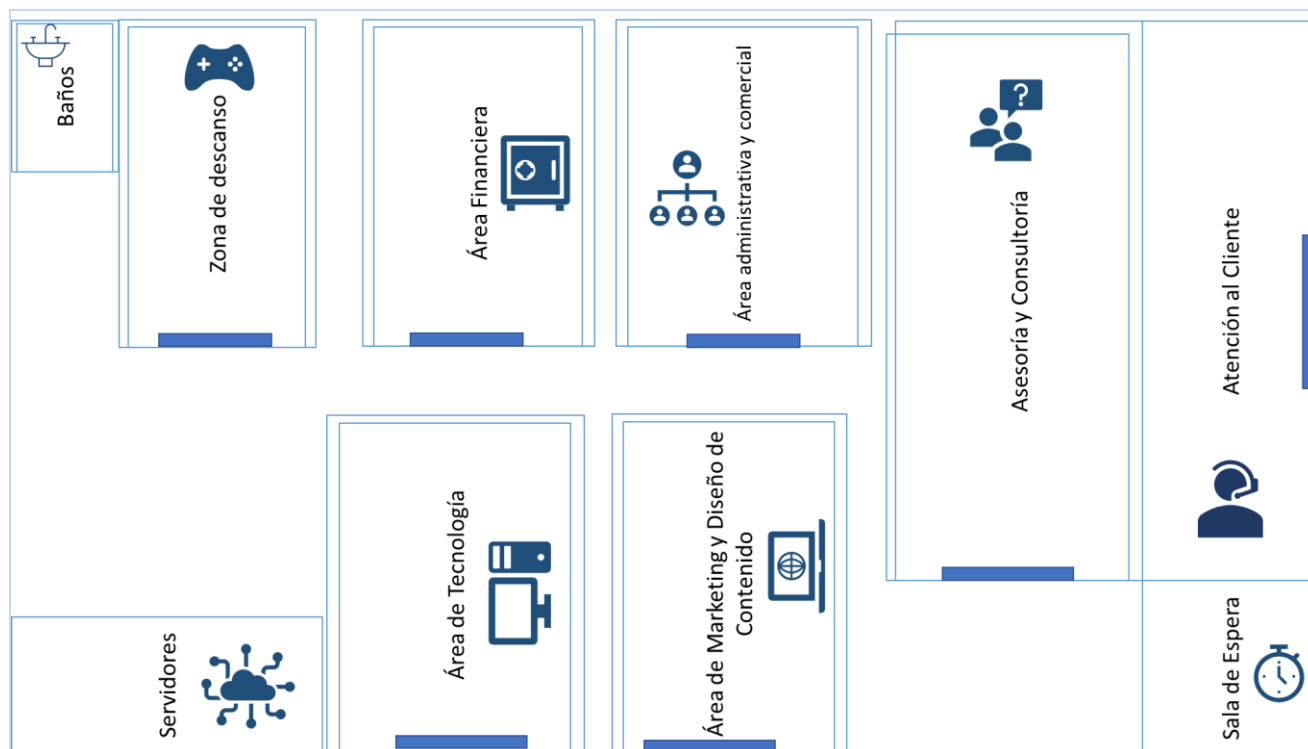
Capacidad Instalada	2022	2023	2024	2025	2026
Usuario registrados Microempresarios	1.106	2.211	4.423	7.740	11.057
Usuario registrados Clientes	1.659	3.759	7.961	17.028	33.171
Interacción al tiempo	1.382	3.582	8.669	18.576	35.382
% Interacción	50%	60%	70%	75%	80%

4.4 Diseño de planta

A continuación, se relaciona el diseño de la oficina principal de Nova. Cabe resaltar que el espacio de servidores y área tecnología se dejan planteado, en caso de requerirse por crecimiento, pero no es calculado dentro de los recursos óptimos de funcionamiento.

Figura 19

Diseño de oficina principal

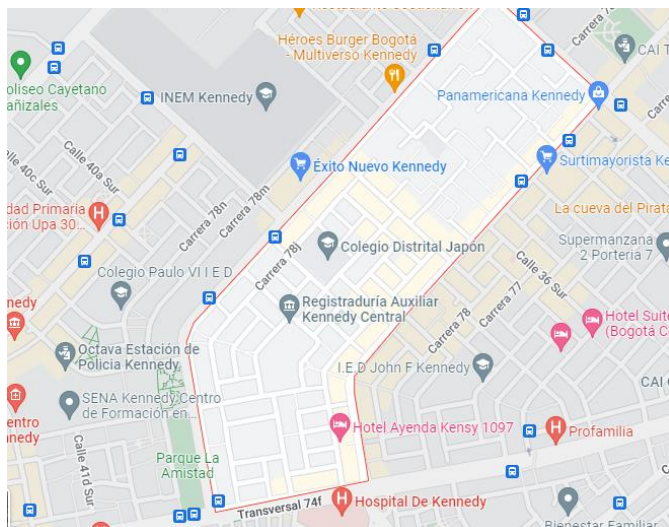


4.5 Localización

La compañía Nova contará inicialmente con una oficina principal para el desarrollo de actividades y atención al público. Se encontrará en Colombia, en la ciudad de Bogotá D.C, en la localidad Kennedy, barrio Kennedy central, lo anterior por la diversidad de vías de acceso y crecimiento del sector.

Figura 20

Imagen de referencia ubicación oficina principal



Nota. Tomada de Google maps.

4.6 Recursos necesarios para operación óptima.

Dentro de los recursos óptimos se contempla el personal requerido para efectuar las diferentes actividades propias de la empresa, el inmobiliarios y herramientas la adecuación de la oficina principal. Ver detalle en las tablas 7 y 8.

Tabla 7

Relación de perfiles recurso humano

Recurso	Cantidad	Costo mensual	Costo anual
Atención al cliente	1	1.601.000	19.212.000
Consultores	1	3.065.046	36.780.549
Experta marketing	1	2.634.456	31.613.472
Contador	1	1.463.587	17.563.040
Administrador	1	3.065.046	36.780.549
Comercial	1	2.634.456	31.613.472
TOTAL	6	14.463.590	173.563.081

Tabla 8

Relación de recursos materiales

Recurso	Cantidad	Valor	Valor total
Mostrador recepción	1	1.335.000	1.335.000
Escritorios	6	150.000	900.000
Sillas oficina ergonómicas	6	209.000	1.254.000
Sillas de espera	4	100.000	400.000
Equipos de computo	6	2.100.000	12.600.000
Teléfono	1	60.000	60.000
TOTAL	24	3.954.000	94.896.000

CAPITULO V**5 Análisis financiero****5.1 Proyección de ventas****5.1.1 Tamaño del mercado**

A continuación, se grafica el tamaño del mercado establecido para Nova:

Figura 21

Tamaño del mercado Nova



5.1.2 *Tabla de proyección de ventas.*

La consecución de clientes para el uso de NOVA se encuentra proyectados en un periodo de 5 años.

Figura 22

Tabla de proyección de ventas

AÑO	PROYECCIONES				
	2022	2023	2024	2025	2026
VENTAS ANUALES	\$ 80.420.000,0	\$ 166.284.840,0	\$ 339.640.545,4	\$ 608.565.443,9	\$ 895.951.430,0
COSTOS ANUALES	\$ 33.980.000,0	\$ 70.446.420,0	\$ 145.073.777,6	\$ 262.005.231,0	\$ 387.863.412,6
MARGEN OPERATIVO	\$ 46.440.000,0	\$ 95.838.420,0	\$ 194.566.767,8	\$ 346.560.212,8	\$ 508.088.017,4

5.1.3 *Participación del mercado*

Según datos del registro mercantil de la CCB (2021) “En Bogotá y la Región hay 368.584 MiPymes.” Nova en los primeros 5 años esperar tener una participación del 3% equivalente a 11.057 microempresarios.

5.1.4 *Política de cartera*

Nova se debe caracterizar por el cumplimiento de sus acuerdos de pago, generando una relación de confianza que permita coordinar y establecer los mejores plazos para optimizar su flujo de caja e imagen reputacional.

Los pagos a proveedores se acordarán de acuerdo con los flujos de caja proyectados. Actualmente se tiene destinado el pago mensual de los costos de mantenimiento de las aplicaciones móviles. En caso de observar desviaciones o novedades que no permitan cumplir con las obligaciones, se debe establecer de manera prioritaria acuerdos, buscando que no se vea afectado el rendimiento y funcionamiento de las herramientas tecnológicas de la organización.

Los pagos recibidos de los aliados estratégicos se realizan mensualmente con corte vencido de información y resultados obtenidos. Las fechas de aprobación y pago de facturación se establecerán de acuerdo con las políticas internas de cartera.

Es importante aclarar que las políticas de cartera por aliados estratégicos pueden variar, teniendo en cuenta que algunas entidades gubernamentales cuentan con políticas internas de acuerdo con presupuesto.

5.2 Inversión y financiación

5.2.1 Estado de Resultados

Entre el primer año Nova presentará utilidad neta negativa, mismo comportamiento para el segundo año, pero con una reducción del 27%, a partir del 3 año estabilizarán los resultados con ganancias mínimas, sin embargo, entre el 4 y 5 año de funcionamiento se evidencian aumentos del 1.318% y 98% respectivamente.

Estos resultados pueden mejorar significativamente si se logra obtener el punto de equilibrio durante los dos primeros años.

Figura 23

Estado de resultados proyectados Nova

ESTADO DE RESULTADOS										
AÑO	2022		2023		2024		2025		2026	
VENTAS	\$	80.420.000	\$	166.284.840	\$	339.640.545	\$	608.565.444	\$	895.951.430
COSTO VENTAS	\$	33.980.000	\$	70.446.420	\$	145.073.778	\$	262.005.231	\$	387.863.413
UTILIDAD BRUTA	\$	46.440.000	\$	95.838.420	\$	194.566.768	\$	346.560.213	\$	508.088.017
GASTOS ADITIVOS Y VTAS	\$	124.812.000	\$	128.493.954	\$	132.117.484	\$	135.684.656	\$	139.348.141
OTROS GASTOS	\$	4.000.000	\$	4.136.000	\$	4.276.624	\$	4.422.029	\$	4.572.378
DEPRECIACIÓN	\$	7.002.100	\$	7.002.100	\$	7.002.100	\$	7.002.100	\$	7.002.100
UTILIDAD OPERATIVA	\$	-119.134.100	\$	-74.431.554	\$	19.668.651	\$	167.098.967	\$	323.939.421
GASTOS FINACIEROS	\$	-	\$	12.095.906	\$	8.134.726	\$	3.589.271	\$	110.589
GASTOS FIJOS DEL PERIODO	\$	29.760.000	\$	30.637.920	\$	31.501.909	\$	32.352.461	\$	33.225.977
UTILIDAD ANTES DE IMPTOS	\$	-119.134.100	\$	-86.527.460	\$	11.533.925	\$	163.509.696	\$	323.828.831
IMPUESTOS	\$	-	\$	-	\$	3.575.517	\$	50.688.006	\$	100.386.938
UTILIDAD NETA	\$	-119.134.100	\$	-86.527.460	\$	7.958.408	\$	112.821.690	\$	223.441.893

5.2.2 *Balance General*

Las obligaciones financieras adquiridas por Nova se tienen establecidas para pago en un periodo de 5 años, esperando reducir el 27% durante el segundo año, 42% para en el tercer año, 85% en el cuarto año (teniendo en cuenta que se aumentará que se realizarán abonos por los resultados esperados en ingresos) y finalizando esta primera obligación en el quinto año.

En este mismo año se espera el patrimonio de la compañía se encuentre en \$223.441.893 COP.

Figura 24

Balance general proyectado Nova

BALANCE GENERAL NOVA APP

AÑO	2022	2023	2024	2025	2026
ACTIVO					
CAJA/BANCOS	\$ -47.727.000	\$ -34.973.720	\$ 39.273.125	\$ 162.888.901	\$ 323.828.831
FIJO NO DEPRECIABLE	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
FIJO DEPRECIABLE	\$ 35.010.500	\$ 35.010.500	\$ 35.010.500	\$ 35.010.500	\$ 35.010.500
DEPRECIACIÓN ACUMULADA	\$ 7.002.100	\$ 14.004.200	\$ 21.006.300	\$ 28.008.400	\$ 35.010.500
ACTIVO FIJO NETO	\$ 28.008.400	\$ 21.006.300	\$ 14.004.200	\$ 7.002.100	\$ -
TOTAL ACTIVO	\$ -19.718.600	\$ -13.967.420	\$ 53.277.325	\$ 169.891.001	\$ 323.828.831
PASIVO					
Impuestos X Pagar	\$ -	\$ -	\$ 3.575.517	\$ 50.688.006	\$ 100.386.938
TOTAL PASIVO CORRIENTE	\$ -	\$ -	\$ 3.575.517	\$ 50.688.006	\$ 100.386.938
Obligaciones Financieras	\$ 99.415.500	\$ 72.560.040	\$ 41.743.400	\$ 6.381.305	\$ -
PASIVO	\$ 99.415.500	\$ 72.560.040	\$ 45.318.916	\$ 57.069.311	\$ 100.386.938
PATRIMONIO					
Capital Social	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Utilidades del Ejercicio	\$ -119.134.100	\$ -86.527.460	\$ 7.958.408	\$ 112.821.690	\$ 223.441.893
TOTAL PATRIMONIO	\$ -119.134.100	\$ -86.527.460	\$ 7.958.408	\$ 112.821.690	\$ 223.441.893
TOTAL PAS + PAT	\$ -19.718.600	\$ -13.967.420	\$ 53.277.325	\$ 169.891.001	\$ 323.828.831

5.2.3 Plan de Inversión

A continuación, se relacionan los conceptos iniciales de inversión y los gastos anuales.

Figura 25

Plan de inversión proyectado Nova

INVERSIONES Y GASTOS DEL PERIODO

	INVERSIÓN
TERRENOS	\$ -
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	\$ -
MUEBLES Y ENSERES	\$ 3.889.000,00
EQUIPO DE OFICINA	\$ 12.660.000,00
EQUIPO DE TRANSPORTE	\$ -
FRANQUICIAS	\$ -
PATENTES	\$ -
GASTOS DE PUESTA EN MARCHA	\$ 18.461.500,00
TOTAL INVERSIONES	\$ 35.010.500,00

NÓMINAS:

	VALOR AÑO 1
ADMINISTRATIVA:	\$ 81.600.000,00
	\$ -
VENTAS:	\$ 43.212.000,00
	\$ -
PRODUCCIÓN:	\$ -
TOTAL NÓMINAS	\$ 124.812.000,00
PRESUPUESTO DEL MARKETING MIX	\$ 4.000.000,00

NOVA APP

VALOR INVERSIÓN YA REALIZADA EN EL NEGOCIO:	
	\$ -
GASTOS FIJOS:	
	VALOR AÑO 1
ARRENDOS:	\$ 12.000.000,00
SERVICIOS PÚBLICOS:	\$ 3.600.000,00
TELEFONÍA CELULAR:	\$ 1.200.000,00
INTERNET:	\$ 1.800.000,00
PAPELERÍA:	\$ 360.000,00
SERVICIOS DE SEGURIDAD:	\$ 3.600.000,00
SERVICIOS DE ASEO:	\$ 7.200.000,00
TRANSPORTE	\$ -
	0 \$ -
	0 \$ -
	0 \$ -
	0 \$ -
	0 \$ -
TOTAL GASTOS FIJOS	\$ 29.760.000,00

5.2.4 Tabla de amortización de crédito

El cálculo de amortización del crédito se realiza los beneficios otorgados a emprendedores en cuanto a tasas de interés.

Figura 26

Tabla de amortización proyectada del crédito Nova

TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO

TASA DE INTERÉS 14,75%

CALCULO DEL PRÉSTAMO

AÑOS	CUOTA A PAGAR	ABONO A CAPITAL	INTERESES	SALDO DE LA DEUDA
0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 99.415.500
2022	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 99.415.500
2023	\$ -38.951.366	\$ -26.855.460	\$ 12.095.906	\$ 72.560.040
2024	\$ -38.951.366	\$ -30.816.640	\$ 8.134.726	\$ 41.743.400
2025	\$ -38.951.366	\$ -35.362.095	\$ 3.589.271	\$ 6.381.305
2026	\$ -6.491.894	\$ -6.381.305	\$ 110.589	\$ -

5.2.5 Flujo de caja proyectado a 5 años.

Figura 27

Flujo de caja proyectado para Nova

	2022	2023	2024	2025	2026
Activos Corrientes	\$ -47.727.000	\$ -34.973.720	\$ 39.273.125	\$ 162.888.901	\$ 323.828.831
Pasivos Corrientes	\$ -	\$ -	\$ 3.575.517	\$ 50.688.006	\$ 100.386.938
KTNO	\$ -47.727.000	\$ -34.973.720	\$ 35.697.608	\$ 112.200.895	\$ 223.441.893
Activo Fijo Neto	\$ 28.008.400	\$ 21.006.300	\$ 14.004.200	\$ 7.002.100	\$ -
Depreciación Acumulada	\$ 7.002.100	\$ 14.004.200	\$ 21.006.300	\$ 28.008.400	\$ 35.010.500
Activo Fijo Bruto	\$ 35.010.500	\$ 35.010.500	\$ 35.010.500	\$ 35.010.500	\$ 35.010.500
Total Capital Operativo Neto	\$ -19.718.600	\$ -13.967.420	\$ 49.701.808	\$ 119.202.995	\$ 223.441.893
NOVA APP					
CALCULO DEL FLUJO DE CAJA LIBRE					
EBIT	\$ -119.134.100	\$ -74.431.554	\$ 19.668.651	\$ 167.098.967	\$ 323.939.421
Impuestos	\$ -36.931.571	\$ -23.073.782	\$ 6.097.282	\$ 51.800.680	\$ 100.421.220
NOPLAT	\$ -82.202.529	\$ -51.357.772	\$ 13.571.369	\$ 115.298.287	\$ 223.518.200
Inversión Neta	\$ -19.718.600	\$ 5.751.180	\$ 63.669.228	\$ 69.501.187	\$ 104.238.899
Flujo de Caja Libre del período	\$ -101.921.129	\$ -45.606.593	\$ 77.240.597	\$ 184.799.474	\$ 327.757.099

5.2.6 Evaluación del proyecto

5.2.6.1 VAN y TIR

En la evaluación inicial de los flujos de caja del proyecto y teniendo en cuenta el valor de inicial de la inversión, se obtiene un valor actual neto del proyecto por \$104.670.586 COP. El valor de la tasa interna de retorno es positivo por 27%.

Figura 28

Resultado VAN y TIR Nova

Tasa mínima de rentabilidad esperada por los emprendedores (TMR):		13,09%					NOVA APP
FLUJO DE CAJA DE PROYECTO	INVERSIÓN AÑO 0	2022	2023	2024	2025	2026	
	\$	-99.415.500 \$	-101.921.129 \$	-45.606.593 \$	77.240.597 \$	184.799.474 \$	327.757.099
VALOR PRESENTE NETO DEL PROYECTO =		\$ 104.670.586,20					
TASA INTERNA DE RETORNO =		27,00%					

5.2.7 Liquidez

A continuación, se evalúan los indicadores de liquidez más representativos.

Figura 29

Indicadores de liquidez proyectados Nova

Indicador	2022	2023	2024	2025	2026
Razón Corriente	-21%	-20%	118%	298%	323%
Capital de trabajo	\$ -118.841.800	\$ -86.057.339	\$ 8.242.611	\$ 113.059.785	\$ 223.644.702
Razón efectivo	-49%	-49%	88%	286%	323%

5.2.8 Rentabilidad

Se realiza cálculo de los principales indicadores de rentabilidad.

Figura 30

Indicadores de rentabilidad Nova

Indicador	2022	2023	2024	2025	2026
Margen de Utilidad bruta	58%	58%	57%	57%	57%
Margen Operacional	-148%	-45%	6%	27%	36%
Margen Neto de utilidad	-148%	-52%	2%	19%	25%

5.2.9 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio de Nova de acuerdo con los cálculos realizados se encuentra en 4.000 microempresarios y emprendedores.

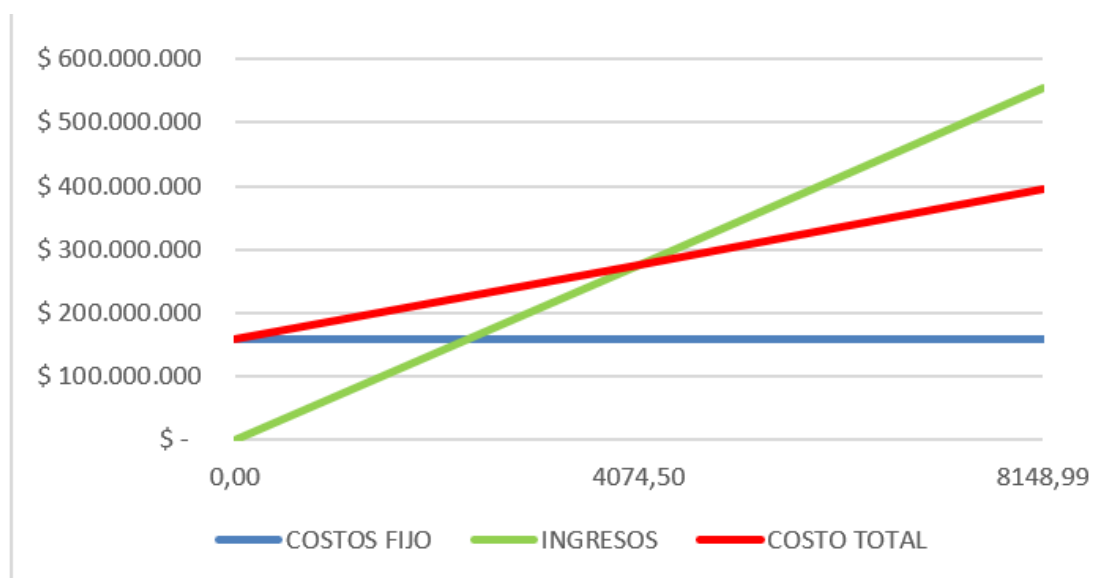
Figura 31

Cálculo de punto de equilibrio Nova

PUNTO DE EQUILIBRIO					
NOMBRE DEL PRODUCTO O SERVICIO	MARGEN DE CONTRIBUCIÓN UNITARIO	PARTICIPACIÓN % EN VENTAS TOTALES	MARGEN DE CONTRIBUCIÓN PONDERADO	PTO EQUILIBRIO POR REFERENCIA DE PDTO O SERVICIO	
Nova Explora	\$ 40.000,00	96%	\$ 38.507,83	3.922,50	UNIDADES
Nova Comercia	\$ 11.000,00	4%	\$ 410,35	152,00	UNIDADES

Figura 32

Gráfica de punto de equilibrio Nova



CAPITULO VI

6 Impactos

6.1 Impacto económico

Los microempresarios y emprendedores son sumamente relevantes en la diversificación de la economía, según el DANE, como se citó en el comunicado de prensa de MINTRABAJO, 2019, las MiPymes generan el 35% del PIB en Colombia. Un porcentaje relevante, sin embargo, cabe resaltar que la pandemia por el Covid-19 afectó el crecimiento de estas, según la CCB (2021) “El total de empresas de Bogotá pasó de 441.075 en 2019 a 387.784, lo que significó una reducción de 12 %. Esta es la caída más fuerte en los últimos 10 años. (p. 1)

Dado lo anterior, los servicios de Nova enfocados en fortalecer diferentes aspectos de los microempresarios y emprendedores permitirán contribuir dentro de la medida posible al mejoramiento de estos indicadores.

6.2 Impacto social

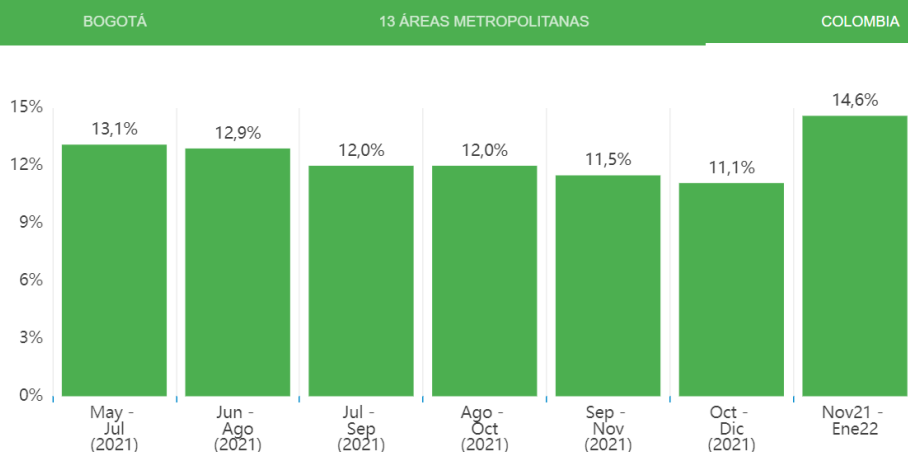
Dentro del análisis de Buyer Person, una de las principales motivaciones de los microempresarios y emprendedores era generar ingresos suficientes e independizarse, para algunos incluso por temas de desempleo su negocio es única fuente de ingresos.

La tasa de desempleo en Colombia sigue creciendo, así lo demuestran las cifras del DANE en la figura 33:

Figura 33

Comportamiento de la tasa de desempleo Colombia

Comportamiento de la tasa de desempleo



Fuente: DANE. Mercado laboral. Febrero 2022.

Nova busca ser padrinos de estos sueños y contribuir a su consecución. El sostenimiento y crecimiento de estos negocios ayudarían a contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de sus propietarios, la formalización de sus negocios y empresas combate las cifras de desempleo.

6.3 Impacto ambiental

Nova se considera una empresa digital y sostenible, en el ejemplo más claro se establece la política de “cero papel”, usando como recurso alternativo medios y herramientas digitales. De acuerdo con la ANDI (2018) “Los colombianos consumieron 1.650.537 toneladas de papel, manteniendo la tendencia de crecimiento en los últimos años, con un aumento del 3% en el consumo”. (p. 1) Cifras que no son alentadoras teniendo en cuenta el impacto en la deforestación que bosques que contribuyen al calentamiento global.

Nova busca a través de la digitalización contribuir al cuidado y preservación del medio ambiente.

CAPITULO VII

7 Estructura organizacional

7.1 Organigrama y perfiles

A continuación, se establece la estructura operativa de Nova, teniendo en cuenta las principales áreas funcionales de la compañía.

Figura 34

Estructura operativa Nova



De la misma forma, se detallan los perfiles requeridos por Nova.

Figura 35

Perfil de cargo Gerente General

1. PERFIL DEL CARGO	
Nombre del Cargo:	Gerente General
Proceso al que pertenece (según mapa de procesos):	Estratégicos
Cargo del Jefe Inmediato:	N/A
Cargos que le reportan	Procesos financieros, digitales y tecnológicos, SAC y consultorías.
2. DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
OBJETIVO	
Generar y gestionar el cumplimiento de los objetivos de la organización.	
REPOSABILIDADES	
*Generar direccionamiento estratégico. *Coordinar los recursos para el funcionamiento óptimo.	
FORMACIÓN ACADÉMICA	
Primaria _____ Bachillerato _____ Técnico _____ Tecnológico _____ Profesional <input checked="" type="checkbox"/> Especialista <input checked="" type="checkbox"/> Maestría _____ PHD _____	
PREFERIBLEMENTE	Formación finalizada.
ÁREA DE ESTUDIO	Ciencias económicas y empresariales.

Figura 36

Perfil de cargo Contador

1. PERFIL DEL CARGO	
Nombre del Cargo:	Contador
Proceso al que pertenece (según mapa de procesos):	Financiero
Cargo del Jefe Inmediato:	Gerente General
Cargos que le reportan	N/A
2. DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
OBJETIVO	
Gestionar el área financiera de la compañía.	
REPOSABILIDADES	
*Realizar análisis y aseguramiento de los procesos financieros.	
FORMACIÓN ACADÉMICA	
Primaria _____ Bachillerato _____ Técnico _____ Tecnológico _____ Profesional <input checked="" type="checkbox"/> Especialista <input checked="" type="checkbox"/> Maestría _____ PHD _____	
PREFERIBLEMENTE	Formación finalizada.
ÁREA DE ESTUDIO	Ciencias económicas y empresariales.

Figura 37

Perfil de cargo Analista de Servicio al Cliente

1. PERFIL DEL CARGO	
Nombre del Cargo:	Analista de Servicio al Cliente
Proceso al que pertenece (según mapa de procesos):	Servicio al Cliente y Consultoría
Cargo del Jefe Inmediato:	Gerente General
Cargos que le reportan	N/A
2. DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
OBJETIVO	
Gestionar las Peticiones, quejas y reclamos de los usuarios.	
REPOSABILIDADES	
*Atender de forma y presencial las inquietudes de los usuarios. *Gestionar PQR'S. *Apoyo en la gestión de programación de consultorías.	
FORMACIÓN ACADÉMICA	
Primaria _____ Bachillerato _____ Técnico <input checked="" type="checkbox"/> Tecnológico <input checked="" type="checkbox"/>	
Profesional _____ Especialista _____ Maestría _____ PHD _____	
PREFERIBLEMENTE	Formación finalizada o en curso.
ÁREA DE ESTUDIO	Ciencias económicas y empresariales.

Figura 38

Perfil de cargo Consultor Empresarial

1. PERFIL DEL CARGO	
Nombre del Cargo:	Consultor Empresarial
Proceso al que pertenece (según mapa de procesos):	Servicio al Cliente y Consultoría
Cargo del Jefe Inmediato:	Gerente General
Cargos que le reportan	N/A
2. DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
OBJETIVO	
Gestionar y ejecutar los procesos de consultoría.	
REPOSABILIDADES	
*Generar rutas de aprendizaje. *Atender procesos de consultoría.	
FORMACIÓN ACADÉMICA	
Primaria _____ Bachillerato _____ Técnico _____ Tecnológico _____	
Profesional <input checked="" type="checkbox"/> Especialista _____ Maestría _____ PHD _____	
PREFERIBLEMENTE	Formación finalizada.
ÁREA DE ESTUDIO	Ciencias económicas y empresariales.

Figura 39

Perfil de cargo Experta en Marketing

1. PERFIL DEL CARGO	
Nombre del Cargo:	Experta en Marketing
Proceso al que pertenece (según mapa)	Procesos Digitales y tecnológicos
Cargo del Jefe Inmediato:	Gerente General
Cargos que le reportan	N/A
2. DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
OBJETIVO	
Gestionar el plan de marketing.	
REPOSABILIDADES	
*Gestionar y asegurar el plan de marketing	
*Realizar seguimiento y apoyar en la toma de decisiones de estrategias de marketing.	
FORMACIÓN ACADÉMICA	
Primaria _____	Bachillerato _____ Técnico _____ Tecnológico _____
Profesional <u> x </u>	Especialista _____ Maestría _____ PHD _____
PREFERIBLEMENTE	Formación finalizada.
ÁREA DE ESTUDIO	Ciencias económicas y empresariales.

7.2 Constitución empresa y aspectos legales

7.2.1 Normatividad empresarial (constitución empresa)

- Para la constitución de empresa en Colombia de acuerdo con las Cámaras de Comercios se debe tener presente:
 - Definir la forma de constitución (Persona personal o persona jurídica).
 - Definir la actividad económica código CIIU.
 - Verificar la homonimia. (Que se pueda usar el nombre de la empresa).
 - Registro en la cámara de comercio.
- Ley 1581 de 2012, aplicación del tratamiento de los datos personales de las partes interesadas de la empresa.
- Ley 590 del 10 de julio del 2000, Ley MIPYME, promueve el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas, cuando se tienen menos de 200 cotizantes y constitución a partir de la promulgación se obtienen beneficios de reducción en aportes de Sena, ICBF y cajas de compensación familiar. (75% primer año de operación, 50% segundo año y 25% al tercer año)
- Ley 1014 de 2006 fomento a la cultura del emprendimiento, otorga a través de las entidades integrantes de esta red, recursos del estado soportados en los planes de negocio.

7.2.2 Normatividad técnica (Permisos, licencias de funcionamiento, registros, reglamentos)

- Ley 388 de 1997 reglamentación para el uso del suelo, requerida para conocer el sector ideal para el establecimiento de la oficina principal de la empresa.
- Resolución 8321 de 1983, importante tener en cuenta porque dicta las normas sobre la protección y conservación de los niveles de intensidad auditiva.
- Acreditación de la Secretaría de Salud Municipal o Departamental para el cumplimiento de normas sanitarias y condiciones de salubridad de la oficina principal.
- Certificado de seguridad expedido por el departamento de Bomberos de la localidad.
- Licencia de funcionamiento otorgado por la respectiva municipalidad.

7.2.3 Normatividad laboral

- Decreto 2663 de 1950 (modificado por Ley 2141 de 2021) Código Sustantivo del Trabajo, regula y protege a las partes interesadas en contratos de trabajo que pueda generar la empresa.

7.2.4 Normatividad ambiental

- Decreto 1443 de 2004, expide las medidas ambientales que se deben tener en el manejo de residuos o desechos, a tener en cuenta en el funcionamiento de la oficina principal de la empresa.

7.2.5 Registro de marca – Propiedad intelectual

- Decisión 351 de la comunidad Andina de Naciones y ley 1915 de 2018 para el registro de aplicaciones móviles (software) en la Dirección Nacional de Derechos de Autor. Sumamente importante por las aplicaciones móviles que tendrá la empresa.
- Decisión 486 del 14 de septiembre del 2000 emanada de la Comisión de la Comunidad Andina (Derechos de Marca).

7.2.6 Clasificación CIUU

Según la clasificación internacional de CIUU Nova se encontraría en la división 70, actividades de administración empresarial; actividades de consultoría de gestión. 701 7010

Actividades de administración empresarial

7.3 Gastos de puesta en marcha

Se proyectan estos valores en un periodo de 3 meses.

Figura 40

Gastos de puesta en marcha

Item	Mes 1	Mes 2	Mes 3
Diseño de Contenidos	\$ 2.000.000	\$ -	\$ -
Desarrollo Aplicación	\$ 12.000.000	\$ -	\$ -
Consultoria	\$ 3.000.000	\$ -	\$ -
Registro de marca	\$ 1.003.500	\$ -	\$ -
Publicación Store (Google, Appel)	\$ 458.000		\$ -
Mostrador recepción	\$ -	\$ 1.335.000	\$ -
Escritorios	\$ -	\$ 900.000	\$ -
Sillas oficina ergonómicas	\$ -	\$ 1.254.000	\$ -
Sillas de espera	\$ -	\$ 400.000	\$ -
Equipos de computo	\$ -	\$ 12.600.000	\$ -
Telefonos	\$ -	\$ 60.000	\$ -
Atención al Cliente	\$ -	\$ -	1.601.000
Experta Marketing	\$ -	\$ -	1.500.000
Contador	\$ -	\$ -	1.800.000
Administrador	\$ -	\$ -	1.500.000
Comercial	\$ -	\$ -	2.000.000
Plan de Marketing	\$ -	\$ -	2.000.000
Total	\$ 18.461.500	\$ 16.549.000	\$ 10.401.000
TOTAL	\$		45.411.500

CAPITULO VIII

8 Conclusiones

1. El emprendimiento se considera un factor importante en la diversificación de la economía y un gran generador de empleo, es por ello por lo que se deben concentrar esfuerzos y estrategias para fortalecer y lograr sostener estas unidades de negocio a través del tiempo.
2. En Colombia se evidencian diversas organizaciones privadas y gubernamentales que apoyan y financian las ideas de emprendedores y microempresarios.

3. El emprendimiento en Colombia no cesa, la creación constante de empresas asegura contar con un amplio mercado potencial para el uso de los servicios que prestaría Nova.
4. Nova es un proyecto que busca convertirse en padrinos digitales de los microempresarios y emprendedores de servicios innovadores o personalizados, a través de la implementación de herramientas tecnológicas que cubran sus necesidades inmediatas, centralizando información y programas relevantes con mayor alcance que contribuyan a su crecimiento.
5. Nova presenta una ventaja competitiva clara frente a sus competidores directos e indirectos, teniendo en cuenta que brinda servicios integrales y centralizados.
6. Los servicios de Nova serán gratuitos para microempresarios y emprendedores, aumentando la probabilidad de que descarguen las aplicaciones y accedan a los diferentes servicios prestados, los ingresos se contemplan por alianzas estratégicas con entidades gubernamentales y privadas que cuentan con recursos para programas dirigidos al fortalecimiento de las micros, pequeñas y medianas empresas.
7. Nova impacta positivamente algunos indicadores económicos, sociales y contribuye dado el origen de sus actividades en la conservación y cuidado del medio ambiente.
8. Los recursos humanos y físicos proyectados buscan dar la experiencia de cliente y satisfacción de los microempresarios y emprendedores.
9. El concepto de negocio y servicios estimados en el proyecto de emprendimiento Nova, tiene un alto grado de aceptación 94% de la muestra tomada del segmento objetivo.
10. Se determina viable el proyecto en términos de financieros, donde se obtiene un valor actual del proyecto (VAN) de \$104.670.586 COP y una tasa interna de retorno (TIR) del 27%.

11. Si bien en el tercer año se logran resultados positivos tanto en el balance general como en el estado de resultados, el periodo de tiempo se puede reducir si se obtiene el punto de equilibrio (4.000 miembros) durante los primero dos años. Cifra que no está lejos si se logran acuerdos con aliados estratégicos que cuenten con esta cantidad de microempresarios y emprendedores mapeados.

Referencias

Área Metropolitana del Valle de Aburrá. (s.f). *Beneficios para las empresas que se traducen en un ahorro de dinero por llevar a cabo prácticas que protegen el medio ambiente.* Área Metropolitana del Valle de Aburrá.

<https://www.metropol.gov.co/ambiental/Paginas/consumo-sostenible/incentivos-tributarios.aspx>

Asociación Nacional de Empresarios de Colombia. (2018, diciembre 6). *Sector papelerero en Colombia crece y se destaca por su compromiso con el desarrollo sostenible.* Asociación Nacional de Empresarios de Colombia.

<http://www.andi.com.co/Home/Noticia/3294-sector-papelerero-en-colombia-crece-y-se-d#:~:text=Los%20colombianos%20consumieron%201.650.537,del%203%25%20en%20el%20consumo.>

Cámara de Comercio de Bogotá. (s.f). *Información general para creación de empresa.* Cámara de Comercio de Bogotá.

<https://www.ccb.org.co/Cree-su-empresa/Pasos-para-crear-empresa/Informacion-general-para-creacion-de-empresa>

Cámara de Comercio de Bogotá. (s.f). *Las mipymes en Bogotá y la Región representan el 97 % del tejido empresarial.* Cámara de Comercio de Bogotá.

[https://www.ccb.org.co/Sala-de-prensa/Noticias-CCB/2021/Junio/Las-mipymes-en-Bogota-y-la-Region-representan-el-97-del-tejido-empresarial#:~:text=En%20Bogot%C3%A1%20y%20la%20Regi%C3%B3n%20hay%20368.584%20mipymes%2C%20de%20las,18.163%20peque%C3%B1as%2C%20y%](https://www.ccb.org.co/Sala-de-prensa/Noticias-CCB/2021/Junio/Las-mipymes-en-Bogota-y-la-Region-representan-el-97-del-tejido-empresarial#:~:text=En%20Bogot%C3%A1%20y%20la%20Regi%C3%B3n%20hay%20368.584%20mipymes%2C%20de%20las,18.163%20peque%C3%B1as%2C%20y%20)

Cámara de Comercio de Bogotá. (s.f). *Reporte del mercado laboral para Bogotá y Colombia, diciembre 2021*. Cámara de Comercio de Bogotá. <https://www.ccb.org.co/observatorio/Analisis-Economico/Analisis-Economico/Mercado-laboral>

Cámara de Comercio de Cali. (s.f). *Guía práctica para crear y formalizar tu empresa*. Cámara de Comercio de Cali.

<https://www.ccc.org.co/landing/guia-para-crear-y-formalizar-empresa-2020/>

Cardenas Vega Propiedad Intelectual. (2020, abril 7). *¿Cómo registrar un software en Colombia?*. Cardenas Vega Propiedad Intelectual.

<https://www.cardenasvega.com/index.php/cardenas-vega/boletin-intelectual/item/como-registrar-software>

Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (s.f). *Micro, pequeñas y medianas empresas (MiPyME)*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe.

<https://www.cepal.org/es/temas/micro-pequenas-medianas-empresas-mipyme>

Confecámaras. (s.f). *Naturaleza jurídica de las Cámaras de Comercio*. Confecámaras.

<https://www.confecamaras.org.co/representacion-de-la-red/introduccion-a-camaras-de-comercio>

DECISIÓN 351. [LA COMISIÓN DEL ACUERDO DE CARTAGENA]. Régimen Común sobre Derecho de Autor y Derechos Conexos. (s.f)

<http://www.sice.oas.org/trade/junac/decisiones/dec351s.asp>

DECRETO 1443 DE 2004. [MINISTERIO DE AMBIENTE, VIVIENDA Y DESARROLLO TERRITORIAL]. Por el cual se reglamenta parcialmente el Decreto-ley 2811 de 1974, la Ley 253 de 1996, y la Ley 430 de 1998 en relación con la prevención y control de la contaminación ambiental por el manejo de plaguicidas y desechos o residuos peligrosos provenientes de los

mismos, y se toman otras determinaciones. 10 de Mayo de 2004

https://www.icbf.gov.co/cargues/avance/docs/decreto_1443_2004.htm

iNNpulsa Colombia. (2021, mayo 5). *Colombia: el cuarto país con mayor tasa de actividad emprendedora en el mundo*. iNNpulsa Colombia.

<https://innpulsacolombia.com/innformate/colombia-el-cuarto-pais-con-mayor-tasa-de-actividad-emprendedora-en-el-mundo>

LEY 2141 DE 2021. *POR MEDIO DE LA CUAL SE MODIFICAN LOS ARTÍCULOS 239 Y 240 DEL CST, CON EL FIN DE ESTABLECER EL FUERO DE PATERNIDAD*. Agosto 10 de 2021

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=33104>

LEY 1014 DE 2006. *De fomento a la cultura del emprendimiento*. Enero 26 de 2006

<https://minciencias.gov.co/sites/default/files/upload/reglamentacion/ley-1014-2006.pdf>

LEY 388 DE 1997. *Por la cual se modifica la Ley 9 de 1989, y la Ley 2 de 1991 y se dictan otras disposiciones*. Julio 18 de 1997. DO. No. 43091.

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=339>

LEY 590 DE 2000. *Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa*. Julio 12 de 2000. DO. No. 44078.

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=12672>

LEY ESTATUTARIA 1581 DE 2012. *Por la cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales*. Octubre 18 de 2012 DO. No. 48587.

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=49981>

Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. (s.f). *Plan Nacional de Negocios Verdes*.

Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible.

<https://www.minambiente.gov.co/negocios-verdes/plan-nacional-de-negocios-verdes/>

Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. (s.f). *Impulso al desarrollo de aplicaciones móviles*. Ministerio de Tecnologías de la Información y las

Comunicaciones. <https://mintic.gov.co/portal/vivedigital/612/w3-article-19488.html>

nominapp. (2020, diciembre 11). *Conoce cómo aplica la Ley 590 en la liquidación de los aportes parafiscales de tu compañía*. Nominapp.

[https://ayuda.nominapp.com/help/como-aplica-la-ley-590-en-la-liquidacion-de-los-aportes-parafiscales-de-mi-](https://ayuda.nominapp.com/help/como-aplica-la-ley-590-en-la-liquidacion-de-los-aportes-parafiscales-de-mi-compania#:~:text=El%2010%20de%20Julio%20del,Tener%20menos%20de%20200%20cotizantes)

[compania#:~:text=El%2010%20de%20Julio%20del,Tener%20menos%20de%20200%20cotizantes](https://ayuda.nominapp.com/help/como-aplica-la-ley-590-en-la-liquidacion-de-los-aportes-parafiscales-de-mi-compania#:~:text=El%2010%20de%20Julio%20del,Tener%20menos%20de%20200%20cotizantes).

Organización Internacional del Trabajo. (2019, octubre). *EL PODER DE LO PEQUEÑO: HAY QUE ACTIVAR EL POTENCIAL DE LAS PYMES*. Organización Internacional del Trabajo.

<https://www.ilo.org/infostories/es-ES/Stories/Employment/SMEs#intro>

Propaís. (2018, mayo 21). *Qué es Propaís*. Propaís.

<https://propais.org.co/nosotros/que-es-propais/>

Redacción Economía. (2022, febrero 1). Banco de la República proyecta una inflación del 4,3 % para 2022. *El Espectador*. [https://www.elespectador.com/economia/macroeconomia/banco-de-la-](https://www.elespectador.com/economia/macroeconomia/banco-de-la-republica-proyecta-una-inflacion-del-43-para-2022/)

[republica-proyecta-una-inflacion-del-43-para-2022/](https://www.elespectador.com/economia/macroeconomia/banco-de-la-republica-proyecta-una-inflacion-del-43-para-2022/)

Resolución 8321 de 1983. [*Ministro de Salud*]. Por la cual se dictan normas sobre Protección y Conservación de la Audición de la Salud y el bienestar de las personas, por causa de la producción y emisión de ruidos. 4 de Agosto de 1983

<https://www.cornare.gov.co/SIAR/aire/RUIDO/NORMATIVA/Resolucion-8321-1983.pdf>

Rodríguez Gómez A. E. y Rojas Rosario H. A. (2018). "Aplicaciones móviles: protección jurídica desde el ámbito de la propiedad intelectual" *La Propiedad Inmaterial* 26, pp. 117-142.

<https://doi.org/10.18601/16571959.n26.05>

Véliz, D. (2022, enero 24). *Top: las mejores aplicaciones de entrega a domicilio de Colombia*. Marketing 4 ecommerce co.

<https://marketing4ecommerce.co/aplicaciones-de-entrega-a-domicilio-colombia/>

Vita, L. (2020, julio 11). La calidad de la conectividad, la alfabetización digital y la democratización del acceso a teléfonos inteligentes explican el aumento. *La República*. Obtenido de <https://www.larepublica.co/internet-economy/la-instalacion-de-aplicaciones-en-dispositivos-moviles-ha-crecido-15-en-colombia-3029694>

Red de Cámaras de Comercio. (5 de marzo de 2021). *El 51% de las empresas de personas naturales creadas en 2020 son lideradas por mujeres*. Confecámaras.

<https://www.confecamaras.org.co/noticias/782-el-51-de-las-empresas-de-personas-naturales-creadas-en-2020-son-lideradas-por-mujeres>

Henao, S. (s.f). *Emprendimiento en Colombia, principales dificultades y consideraciones para sortearlas*. Repositorio Unilibre.

<https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/18448/Emprendimiento%20en%20Colombia%20principales%20dificultades%20y%20consideraciones%20para%20sortearlas%20SOS%20HENAO%201088249410.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Fundación Universitaria San Martín. (14 de octubre de 2020). *La Fundación Universitaria San Martín lanza SOS por las PYMES del país*. San Martín.

<https://www.sanmartin.edu.co/1/noticias/fundacion-universitaria-san-martin-lanza-sos-pymes-del-pais/>

Portafolio. (06 de septiembre de 2021). *Tres claves para la reactivación de las microempresas colombianas*. Portafolio.

<https://www.portafolio.co/negocios/empresas/tres-claves-para-la-reactivacion-de-las-microempresas-colombianas-555943>

Roberto Hernández Sampieri. (2014). *Metodología de la investigación* (6° Edición). Mc Graw Hill.

https://periodicooficial.jalisco.gob.mx/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia_de_la_investigacion_-_roberto_hernandez_sampieri.pdf

Sally Schumacher- James. (2005). *Investigación Educativa* (5° Edición). Pearson Addison Wesley.

<https://desfor.infed.edu.ar/sitio/upload/McMillan J. H. Schumacher S. 2005. Investigacion educativa 5 ed..pdf>

Cámara de Comercio de Bogotá. (junio de 2021). *Las mipymes en Bogotá y la Región representan el 97 % del tejido empresarial*. CCB.

<https://www.ccb.org.co/Sala-de-prensa/Noticias-CCB/2021/Junio/Las-mipymes-en-Bogota-y-la-Region-representan-el-97-del-tejido-empresarial#:~:text=En%20Bogot%C3%A1%20y%20la%20Regi%C3%B3n%20hay%20368.584%20mipymes%2C%20de%20las,18.163%20peque%C3%B1as%2C%20y%205.104%20medianas.&text=Bogot%C3%A1%20y%20la%20Regi%C3%B3n%20es,y%20121.193%20al%20sector%20comercio>

Cámara de Comercio de Bogotá. (julio de 2021). *Al cierre de 2020 las empresas de Bogotá y la Región cayeron 11 %*. CCB.

<https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Salud-de-Bogota/Noticias/2021/Al-cierre-de-2020-las-empresas-de-Bogota-y-la-Region-cayeron-11>

Ministerio de Trabajo. (septiembre de 2019). *MiPymes representan más de 90% del sector productivo nacional y generan el 80% del empleo en Colombia*”: ministra Alicia Arango.

MINTRABAJO.

<https://www.mintrabajo.gov.co/prensa/comunicados/2019/septiembre/mipymes-representan-mas-de-90-del-sector-productivo-nacional-y-generan-el-80-del-empleo-en-colombia-ministra-alicia-arango>

Anexos

Anexo 1. Plan de marketing Nova

Anexo 2. Informe de simulación financiera Nova