

Asociación Nacional de Facultades y Escuelas de Contaduría y Administración a través de la Coordinación Nacional Universidad-Empresa

LINEAMIENTOS DE LA XVI EXPO NACIONAL EMPRENDEDORA

FECHAS IMPORTANTES DE LA CONVOCATORIA A EXPO NACIONAL EMPRENDEDORA

| ACTIVIDAD | FECHA O FECHAS |
|--|------------------------------------|
| Desarrollo de eventos regionales | Del 01 de mar al 3 de jun de 2022 |
| Fecha límite de registro de equipos etapa nacional | 28 de agosto de 2022 |
| Evaluación digital de proyectos en etapa nacional | Del 16 al 30 de septiembre de 2022 |
| Montaje de stands | 26 de octubre de 2022 |
| Exposición de proyectos | 27 de octubre de 2022 |
| Ceremonia de clausura | 28 de octubre de 2022 |

DESCRIPCIÓN DE LAS 5 CATEGORIAS DE PARTICIPACIÓN

I. Tradicionales: Son aquellos que satisfacen las necesidades básicas de consumo de bienes o servicios de la población en general y se caracterizan porque inician con una inversión pequeña, con la iniciativa generalmente de un emprendedor y cuya oferta se centra por lo regular en un mercado local y son fáciles de replicar. Este tipo de negocio surge para la generación del autoempleo o por la motivación de invertir los ahorros de dinero personales en una actividad que pueda generar ganancias. En esta clasificación el proyecto deberá mostrar un valor agregado relevante.

II. Tecnología Intermedia: Los proyectos de negocios de tecnología intermedia son aquellos que incorporan elementos innovadores considerando las tendencias tecnológicas, se caracterizan por contar con procesos de operación semi especializada o por emplear tecnología que no se encuentra desarrollada en su totalidad. Ejemplo: Aplicaciones Web, aplicaciones móviles, agroindustria, robótica, productos de belleza innovadores, arquitectura para espacios inteligentes y áreas verdes, viveros tecnificados y alimentos alternativos procesados de alto contenido nutrimental entre otros.

III. Base Tecnológica: La base tecnológica de una empresa es la capacidad de ésta para mantener un flujo constante de nuevos productos o servicios para satisfacer los cambios de demanda en el mercado, **esta** capacidad es fundamental para la competitividad presente y futura, representa el conocimiento o "know how" de la organización, tiene un sólido eje de innovación y hacen uso intensivo del conocimiento científico y tecnológico. Ejemplo: Industria de agroquímicos, fábricas de software, industria de autopartes, industria de alimentos, industria de telecomunicaciones y telefonía móvil, farmacéuticas y electrónica de consumo.

IV. Proyectos con impacto social: Los proyectos de negocios con enfoque social canalizan sus actividades a iniciativas que produzcan el mayor beneficio posible a una comunidad, generalmente en relación con su calidad de vida; los productos o servicios ofrecidos deben impactar en alguna de las diferentes dimensiones que conforman a la sociedad, tales como la salud, educación seguridad o empleo. Sus actividades están orientadas principalmente a beneficiar a los grupos sociales más vulnerables. Ejemplos: Desarrollo de vivienda accesible para los sectores más desprotegidos de la sociedad, educación a distancia, diversificación de los servicios de salud a través de caravanas, productos alimenticios de alto nivel nutricional a bajo costo, difusión de programas de salud a zonas de alta marginación y generación de talleres de productos artesanales entre otros.

Alineando el registro del proyecto en alguno de los ejes temáticos siguientes:

- Justicia social, desigualdades y paz
- Medio ambiente, recursos naturales y sostenibilidad
- Futuro de las empresas y espíritu emprendedor
- Innovación social
- Tecnología y cuarta revolución industrial
- Salud
- Migración
- Demografía
- Trabajo docente

Los instrumentos que se deberán ingresar en el sitio para su registro son:

- Documento: Proyecto de Emprendimiento Social, con un máximo de 50 cuartillas en formato de Word 2010 (docx), fuente Arial 11 a espacio sencillo, páginas numeradas, texto justificado, referencias en formato APA.
- Material de apoyo para exposición: archivo en Power Point 2010, con un máximo de 15 diapositivas.
- Video de presentación del equipo emprendedor o del emprendedor, del problema y de los avances que tengan a la fecha.
- Carta de aceptación del Coordinador Regional de Intercambio Académico.

V. **TRAYECTORIA PYME:** En el caso de los proyectos en operación, se observará la presentación de los siguientes aspectos:

- **Análisis del modelo de negocio:** valoración del modelo de negocio, análisis del entorno productivo, plan comercial de marketing, coherencia en el desarrollo económico-financiero y perspectivas de futuro y capacidad de internacionalización.
- **Creatividad y la innovación a procesos y productos:** Grado de innovación de los procesos y productos, proporciona soluciones reales al mercado y posicionamiento con respecto a la competencia.
- **Capacidad y liderazgo del equipo emprendedor:** adecuación de la experiencia y formación del equipo a las necesidades del negocio, motivación, complementariedad, compromiso y riesgo asumido por el equipo.
- **Crecimiento financiero:** Estructura financiera, previsión del margen bruto, concentración de clientes, generación de puestos de trabajo, tamaño y proyección del crecimiento de tu negocio.

Los proyectos de negocios que hayan sido presentados en fase regional en los últimos cinco años y se encuentren en operación; podrán participar en la Expo Nacional por selección de Consejo de la Coordinación Regional. Evaluando aspectos de crecimiento en lo administrativo-organizacional (Número de empleados y sucursales), mercado (Línea de productos, segmentos de clientes, cobertura geográfica), financiero, fiscal y legal.

**PROYECTOS DE CATEGORÍAS TRADICIONAL, TECNOLOGIA INTERMEDIA Y
BASE TECNOLÓGICA DEBERÁN PRESENTAR LO SIGUIENTE:
PLAN DE NEGOCIOS**

1. Resumen ejecutivo

- Deberá estar elaborado por los alumnos participantes.
- Deberá tener una extensión máxima de 5 cuartillas, contemplando lo siguiente: Logotipo de la institución de procedencia, nombre de los integrantes y asesor, nombre de la categoría a participar, proyecto, y el producto a evaluar.
- El documento en formato electrónico se presentará con fuente Arial, tamaño 12 e interlineado de 1.5 líneas.
- El documento deberá ser subido en la plataforma moodle señalada en la convocatoria a la Expo Nacional Emprendedora 2022

El plan de Negocios será elaborado por los estudiantes participantes. Deberá tener una extensión máxima de 50 cuartillas, incluyendo los anexos y debe contemplar los siguientes apartados:

- Hoja de presentación.
- Índice.
- Resumen Ejecutivo. (máximo 5 cuartillas)
- Administrativo Organizacional.
- Mercado.
- Producción o servicios.
- Responsabilidad Social.
- Aspectos legales
- Finanzas
- Anexos.
- Fuentes bibliográficas, electrónicas y hemerográficas.

ELEMENTOS QUE INTEGRAN EL PLAN DE NEGOCIOS

1. RESUMEN EJECUTIVO. Factibilidad, viabilidad y vulnerabilidad. Valor agregado del proyecto, información principal de cada área analizada en el plan de negocios, que permita la evaluación preliminar técnica, económica, financiera y mercadológica del proyecto redactado en forma concisa, clara y no exceder de cinco cuartillas.

2. ADMINISTRATIVO ORGANIZACIONAL

- Nombre del proyecto y descripción de la empresa
- Misión y visión
- Objetivos Estratégicos
- Imagen Corporativa
- Ventajas Competitivas y análisis (FODA)
- Estructura organizacional
- Análisis y descripción de puestos
- Reclutamiento, selección de personal, contratación e inducción.
- Capacitación y desarrollo de personal
- Administración de sueldos y salarios
- Evaluación del desempeño
- Seguridad e higiene.

3. MERCADO

a) Antecedentes

1. Oportunidades que dan origen al proyecto de innovación o vinculación mediante la detección de demandas específicas, así como identificar las características del ambiente social, económico y tecnológico que propician la creación de la empresa.
2. Descripción del proyecto. Establecer claramente las características que definan o individualizan con exactitud los bienes o servicios que se proponen.
3. Segmentación del mercado. Definirlo con criterios como: áreas geográficas, estratos socioeconómicos, canales de comercialización, entre otros, con el objeto de precisar el mercado que se pretende abarcar.

b) Investigación de mercado

1. Enlistar fuentes primarias y secundarias utilizadas para recabar la información.
2. Conclusiones del estudio de mercado.

c) Estrategias de comercialización

1. Producto y servicio. Enlistar los bienes adecuados para el mercado.
2. Plaza y/o canales de distribución. Ventajas y desventajas.
3. Precio. Establecer las políticas y las estrategias de ventas.
4. Promoción. Definir los mecanismos que permitirán persuadir al consumidor en el proceso de compra-venta.
5. Identificar a los principales clientes y su demanda estimada.
6. Definición de los principales competidores. Elaborar una matriz que permita establecer la competitividad del proyecto propuesto con relación a los competidores existentes.
7. Aspectos jurídicos. Señalar normas, registros y trámites que se deberán cumplir; atendiendo a la legislación y prácticas vigentes en los mercados meta.

d) Pronóstico de ventas

1. Formular una estimación de demanda en términos de volumen. Explicar el procedimiento.
2. Estudio Técnico de la proyección de las ventas

4. PRODUCCIÓN O SERVICIOS

a) Producción / Servicio

- Especificaciones (materia prima e insumos)
- Proceso de producción (descripción y diagrama OTIDA, para proyectos de la categoría tradicional no aplica este punto).
- Tecnología (equipo e instalaciones)
- Capacidad instalada, inventarios, ubicación y diseño de planta y oficina.
- Mano de obra requerida
- Procedimiento de mejora continua
- Costo de producción.

b) Alta tecnología

- Especificaciones del producto (materia prima e insumos)
- Proceso de producción (descripción y diagrama OTIDA, para proyectos de la categoría tradicional no aplica este punto).
- Tecnología (equipo e instalaciones)
- Capacidad instalada, inventarios, ubicación y diseño de planta y oficina.
- Mano de obra requerida
- Procedimiento de mejora continua
- Costo de producción.

5. SUSTENTABILIDAD Y RESPONSABILIDAD SOCIAL

- Programas de beneficio a la comunidad.
- Clasificación de desperdicios y reciclaje.
- Bajo consumo de agua, luz y gas.
- Cuidado y desarrollo de una cultura ecológica.

6. LEGAL

- Constitución legal.
- Trámites laborales (IMSS, INFONAVIT, AFORE, entre otros)
- Régimen Fiscal (SHCP)
- Permisos Delegación o municipio, Protección Civil. Otros permisos (patentes y marcas, anuncios, entre otros).

7. FINANZAS

1. Presupuesto de inversión. Se obtendrán de las partidas de las listas de bienes y servicios.
 2. Presupuesto de ventas. Este tendrá su origen en el pronóstico de ventas generado en el capítulo de mercado.
 3. Presupuesto de costos y gastos. Presentar por separado presupuestos de ingresos, costos y gastos incluyendo impuestos, los cuales servirán de base para el cálculo del punto de equilibrio.
 4. Estado de resultados del proyecto. Será elaborado a partir de la información obtenida en los presupuestos de ingresos, de costos y gastos.
 5. Capital de trabajo. Su cálculo tendrá como base las políticas de: inventarios, ventas y compras, considerando el efectivo mínimo requerido para la operación normal del proyecto.
 6. Balance pro forma. A 5 años con base a la información anterior.
 7. Tasa Interna de Retorno (TIR) y Valor Presente Neto (VPN). Este indicador mide el rendimiento de la inversión total asignada al proyecto, sin distinguir si los recursos son propios o ajenos.
- Principales razones financieras. Liquidez, endeudamiento y rendimiento de capital.
8. Punto de equilibrio. Se presentará el análisis anual.
 9. Flujo de efectivo. Considerar los flujos a 5 años incluyendo el costo del proyecto para determinar la TIR.

8. ANEXOS DEL PLAN DE NEGOCIOS

Listado de clientes potenciales, cartas de intención de compra, encuestas aplicadas al mercado, formatos de trámites legales realizados y por realizar, currículo del personal, directorio de fuentes de información, copias de contratos, certificados, entre otros; copia de la papelería de la empresa, diseño de stand y estrategias de participación en ferias.

9. PRESENTACIÓN ESCRITA DEL PLAN DE NEGOCIOS

El archivo electrónico deberá considerar lo siguiente: Portada, índice, cuerpo del documento, anexos, presentación impresa (márgenes, numeración, encabezados, pies de página, fuentes, entre otras). Arial 12 e interlineado de 1.5 línea y ortografía. El documento del Plan de Negocios, en formato electrónico, deberá ser subido a la Plataforma Moodle.

10. PROTOTIPO

a) Prototipo de un producto

Un prototipo es el primer modelo de un producto que se fabrica antes de su comercialización donde se muestran las características o especificaciones más relevantes en cuanto a diseño, tamaño o escala, materiales, componentes, ingredientes si fuera el caso, presentación y atributos de calidad deseados. El propósito de desarrollar un prototipo es la experimentación o prueba por parte de un grupo determinado de evaluadores, conocedores del mercado o posibles consumidores, los cuales tendrán la tarea de comprobar si el prototipo cumple con las expectativas y costo esperado. La fabricación del prototipo no se realiza con procesos industriales reales o sistematizados, sino con los recursos existentes, a fin de dimensionar la infraestructura o capacidad industrial necesaria para su producción en volumen si se lanzara al mercado. El prototipo es la aproximación más cercana al producto final por lo tanto debe definirse cuál es su propósito y someterse a evaluación para comparar las diferentes versiones del mismo y mejorarlo.

Guía de evaluación:

Para la evaluación de prototipos en la fase regional, los equipos deberán dejar evidencia en los videos de que se cumplió con los siguientes puntos de evaluación.

1. Investigación e innovación.

Describe los principales hallazgos que dan origen al desarrollo del prototipo, por ejemplo: pre-estudios de mercado, comparativos de productos similares, diseños probados, tecnología empleada, evaluaciones anteriores y casos de estudio entre otros.

2. Definición de los requerimientos.

Determinación de las necesidades del cliente que deben ser cubiertas por el prototipo, esta actividad se realiza mediante retroalimentación constante y el resultado se plasma en una hoja de especificaciones.

3. Análisis de los requerimientos.

Es un proceso iterativo cuya finalidad es aproximar el prototipo del producto a las expectativas del cliente.

4. Diseño y construcción.

En esta fase se desarrolla el prototipo con base al análisis de requerimientos del cliente inicial con el propósito de cumplir las especificaciones de los requerimientos del cliente para someterse a prueba.

5. Experimentación y prueba.

El cliente o grupo de prueba evalúa el prototipo desde su perspectiva para identificar mejoras, esta actividad se planifica y se realiza tantas veces como sea necesario.

b) Prototipo de un servicio

El prototipo de un servicio es el primer modelo conceptual que surge de una idea innovadora cuyos atributos buscan satisfacer una demanda muy específica de prestaciones que solicita el cliente u organización en un nicho determinado. El modelo conceptual es la representación gráfica y textual del servicio que se pretende ofrecer, generalmente su descripción es cualitativa, misma que resalta los beneficios y ventajas de contar con él, su enfoque es totalmente hacia el cliente, pero debe considerar la capacidad física e intelectual necesaria para ofrecer con calidad el servicio, así como la habilidad gerencial para establecer relaciones ganar-ganar y generar lealtad de los clientes.

Guía de evaluación:

Para la evaluación de prototipos, los equipos deberán dejar evidencia en los videos de que se cumplió con los siguientes puntos de evaluación.

1. **Investigación.** Describe los principales hallazgos que dan origen al desarrollo del prototipo del servicio, ejemplo: estudio de la oferta local, regional o internacional, estudio de mercado, análisis de ofertas de servicios similares, métodos o metodologías empleadas actualmente e investigaciones sobre casos de éxito entre otros.
2. **Definición del esquema conceptual del servicio.** Determinación del modelo del prototipo del servicio que busque cumplir las expectativas estipuladas, esta actividad se sustenta en la investigación de la anterior fase, con las entrevistas a clientes u organizaciones y la experiencia del oferente. El resultado se plasma en un modelo gráfico y textual que facilite la explicación de las prestaciones ofrecidas.
3. **Análisis de los requerimientos.** En esta fase se verifica si el modelo conceptual del prototipo del servicio podrá satisfacer el segmento de mercado para el cual fue creado.
4. **Diseño.** Es la fase en la cual se desarrolla el documento que presenta las características del servicio, el mercado meta, el objetivo general del servicio, ventajas y beneficios del mismo, así como los diferenciadores con respecto a otros oferentes con servicios similares.
5. **Pruebas.** El prototipo del servicio se prueba en situaciones reales, para esto se establece un acuerdo con el cliente o grupo de clientes con respecto a los beneficios y riesgos probables, el resultado servirá para mejorar el modelo conceptual y acrecentará la experiencia en el despliegue futuro del servicio.

PROYECTOS DE CATEGORÍA IMPACTO SOCIAL DEBERÁN PRESENTAR LO SIGUIENTE:

Los instrumentos que se deberán ingresar en el sitio para su registro son:

- Documento: Proyecto de Emprendimiento Social, con un máximo de 50 cuartillas en formato de Word 2010 (docx), fuente Arial 11 a espacio sencillo, páginas numeradas, texto justificado, referencias en formato APA.
- Material de apoyo para exposición: archivo en Power Point 2010, con un máximo de 15 diapositivas.
- Video de presentación del equipo emprendedor o del emprendedor, del problema y de los avances que tengan a la fecha.
- Carta de aceptación del Coordinador Regional de Intercambio Académico.

CONTENIDO DEL PROYECTO CON IMPACTO SOCIAL

Deberá contener lo siguiente (máximo 50 cuartillas):

1. Índice.
2. Resumen o abstract (máximo 300 palabras)
3. Extenso. Los elementos que debe contener son los siguientes:
 - 3.1 Presentación del proyecto y del equipo.

En este apartado deberán hacer una presentación de las personas que integran el equipo, las habilidades, competencias, recursos personales y recursos físicos con los que cuentan para el desarrollo del emprendimiento.

También se deberá presentar la estructura empresarial que han desarrollado hasta el momento (figura legal, marcas registradas, puestos, imagen comercial, logotipos, socios, alianzas, etc.)

Si no se ha desarrollado esta parte se debe incluir el ideal.

También se debe justificar el proyecto con el eje temático en el que se inscribieron.

- 3.2 Descripción del problema que se resolverá con el emprendimiento.

En este apartado deberán presentar los datos más importantes del problema que se atacará con el proyecto y demostrar los conocimientos que tienen del problema y la información cuantitativa y cualitativa que soporta la presentación de ese problema.

- 3.3 Solución.

En este apartado se debe demostrar que el emprendimiento que propone es una solución innovadora para el problema, que su idea es coherente con el problema y que es una forma nueva de atacarlo.

- 3.4 Usuarios/Beneficiarios.

En este apartado se debe identificar al usuario, demostrar que la identificación que hacen es correcta y que hay una validación por parte del usuario de la solución que se propone en el proyecto.

3.5 Modelo de Negocios.

Con la ayuda del Lean Canvas se debe mostrar el modelo de negocio del proyecto.

3.6 Viabilidad y factibilidad

En este apartado se deberá demostrar que el proyecto cuenta con viabilidad y factibilidad técnica, de mercado y financiera con los indicadores siguientes:

3.6.1 Estudio de Mercado

- Situación actual de la industria o sector
- Análisis de la oferta
- Análisis de la demanda
- Análisis de precios
- Diagrama de comercialización

3.6.2 Aspectos técnicos

- Especificaciones del producto o servicio
- Factibilidad legal, administrativa (permisos, licencias, NOM's) y ambiental
- Diagrama de proceso del producto o servicio
- Identificación de maquinaria y/o equipo
- Localización del proyecto
- Estructura organizacional

3.6.3 Estudio financiero

- Flujos de efectivo proyectados a cinco años
- VAN
- TIR
- Punto de equilibrio del primer año

3.6.4 Impacto

En este apartado se deben incluir las métricas que se usarán para conocer el impacto social, económico y/o ambiental que tiene el proyecto y hasta donde se ha planteado, con información cuantitativa, el impacto que puede llegar a tener el proyecto.

3.6.5 Pitch (Video YouTube)

El pitch debe ser una breve presentación del equipo, el proyecto y el problema que se pretende resolver. Debe tener una duración mínima de tres minutos.

Deben considerar una cortinilla de presentación o de cierre que incluya el nombre de la Universidad, el nombre de los integrantes del proyecto, el nombre del asesor.

3.6.6 Material de apoyo para exposición

De requerirse para la elaboración del video en YouTube, los equipos podrán apoyarse en lo siguiente:

Archivo en Power Point y el formato es libre.

Máximo 15 diapositivas sin contar la diapositiva de presentación, esto sin eliminar la obligación de subir a la Plataforma Moodle el archivo PPT que se pide en las bases.

Cada equipo dispondrá de 15 minutos para la reproducción del video en el cual presenta su proyecto.

Las preguntas y sugerencias de los asesores o sinodales serán por medios electrónicos de comunicación, tales como: video conferencias, correo electrónico, chats, etc.

PROYECTOS DE CATEGORÍA TRAYECTORIA PYME DEBERÁN PRESENTAR LO SIGUIENTE:

En el caso de los proyectos en operación, se observará la presentación de los siguientes aspectos:

- **Análisis del modelo de negocio:** valoración del modelo de negocio, análisis del entorno productivo, plan comercial de marketing, coherencia en el desarrollo económico-financiero y perspectivas de futuro y capacidad de internacionalización.
- **Creatividad y la innovación a procesos y productos:** Grado de innovación de los procesos y productos, proporciona soluciones reales al mercado y posicionamiento con respecto a la competencia.
- **Capacidad y liderazgo del equipo emprendedor:** adecuación de la experiencia y formación del equipo a las necesidades del negocio, motivación, complementariedad, compromiso y riesgo asumido por el equipo.
- **Crecimiento financiero:** Estructura financiera, previsión del margen bruto, concentración de clientes, generación de puestos de trabajo, tamaño y proyección del crecimiento de tu negocio.

Los proyectos de negocios que se hayan sido presentados en fase regional en los últimos cinco años y se encuentren en operación; podrán participar en la Expo Nacional por selección de Consejo de la Coordinación Regional. Evaluando aspectos de crecimiento en lo administrativo-organizacional (Número de empleados y sucursales), mercado (Línea de productos, segmentos de clientes, cobertura geográfica), financiero, fiscal y legal.

PRESENTACIÓN DE PROYECTO VIRTUAL EN FASE REGIONAL

La exhibición del proyecto será por medio de video en la plataforma YouTube (Cumpliendo con los requisitos que la plataforma pide para subir videos), para lo cual se deberá subir en la Plataforma Moodle la liga que lleve a dicho video, los requisitos mínimos que debe contener el video son los siguientes:

1. Uno o varios representantes del equipo deberán exponer lo siguiente:
 - a. Nombre del proyecto.
 - b. Mencionar el nombre de los integrantes que forman el equipo.
 - c. Universidad a la que pertenecen.
 - d. Campus al que pertenecen.
 - e. Discurso o pitch donde presentan el proyecto
 - f. El prototipo de producto o servicio deberá ser muy bien explicado y mostrado en el video, esto con la finalidad de que los evaluadores puedan interpretar y entender correctamente dicho prototipo.
 - g. Fuera de lo mencionado en los puntos anteriores respecto a la exhibición del proyecto, se deja a la consideración y creatividad de los participantes las formas y conceptos a utilizar en el video.
 - h. La duración del video no debe ser superior a 5 minutos

En caso de algún requerimiento no considerando en la presente convocatoria respecto a la exhibición del proyecto, es necesario contactar a la institución sede del evento regional para su valoración y en su caso aprobación dentro del periodo de la convocatoria regional.

DATOS DE CONTACTO

Coordinación Nacional Universidad Empresa

Mtro. Luis I. Zúñiga Bobadilla

Coordinador Nacional de Universidad Empresa ANFECA

Director Plantel Vallarta. Universidad del Valle de Atemajac



01 (322) 226 1212 Ext. 3413



luis.zuniga@univa.mx

Lic. Andrea Michelle Machuca Ramírez

Asistente de Dirección • Universidad del Valle de Atemajac Plantel Puerto Vallarta



01 (322) 226 1212 Ext. 3413



direccion.vallarta@univa.mx

Mtro. Miguel Alejandro Hernández González

Coordinación del Centro de Desarrollo Empresarial • Universidad del Valle de Atemajac Plantel Puerto Vallarta



01 (322) 226 1212 Ext. 3461



expo.emprendedores@univa.mx



miguel.hernandez@univa.mx