

El Consorcio de Universidades Mexicanas y la Universidad Autónoma de Tlaxcala

CONVOCAN

A todas las Universidades y Escuelas pertenecientes al Consorcio de Universidades Mexicanas (CUMex), a participar en la **Expo Emprendedora**, a realizarse en la Universidad Autónoma de Tlaxcala, los días 12 y 13 de Abril de 2016.

MISIÓN:

“Generar proyectos creativos, a través de la organización de eventos, que permitan dar a conocer las propuestas de planes de negocios de los estudiantes emprendedores del país”.

VISIÓN:

“Promover el espíritu empresarial de los estudiantes y brindar un espacio que permita en conjunto la materialización de sus ideas con el acceso a la evaluación de expertos en la materia”.

OBJETIVOS:

1. Promover en los estudiantes un espíritu de competencia, creatividad, superación, trabajo en equipo y participación.
2. Desarrollar en los estudiantes una actitud empresarial, para convertirse en emprendedores y ejecutivos de alto nivel, desarrollando habilidades gerenciales y directivas.
3. Impulsar la propuesta de servicios creativos e innovadores con potencial de negocio entre los estudiantes de nivel superior.

BASES:

- a) Ser estudiantes de Facultades y Escuelas pertenecientes al CUMex.

- b) Para su registro, enviar Logotipo de la institución de procedencia, nombre completo de los integrantes y asesor, nombre de la categoría a participar, proyecto, y el producto a evaluar, así como especificar la pertenencia de la Universidad al CUMex; en formato pdf el Plan de Negocios que se elaborará con fuente Arial, tamaño 12 e interlineado de 1.5 líneas; al correo electrónico: marlu211003@hotmail.com con copia a monikaa135@hotmail.com.
- c) Se podrán presentar hasta **2** proyectos en cada una de las **4** categorías, justificando la clasificación de los proyectos conforme a los siguientes rubros:

1.- 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 Expo se aceptaran proyectos tradicionales siempre y cuando cuenten con un valor agregado, un plus que los diferencien de los demás.**

Ejemplos: Tortillerías, tiendas de abarrotes, lavanderías, tiendas de ropa, tiendas de regalo, papelerías, restaurantes, tintorerías, despachos, eventos culturales, entre otras.

2.- Sociales.- Los proyectos de negocios con enfoque social canalizan sus actividades a iniciativas que produzcan el mayor beneficio posible a una comunidad, generalmente en relación a 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.

3.-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 semiespecializada 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.

4.- Base Tecnológica.- La base tecnológica (BT) 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.

d) Los equipos participantes deberán estar integrados por un mínimo de dos y un máximo de seis estudiantes de nivel Licenciatura. En el proceso de inscripción y acreditación, la Institución Educativa participante, será la responsable del cumplimiento de las disposiciones señaladas por la convocatoria.

La exposición del plan de negocios, será con un mínimo de un estudiante y un máximo de dos de cada equipo participante.

e) Cada equipo participante deberá contar con el apoyo de un maestro de su facultad o escuela que funja como asesor, que será el representante de la Institución participante y deberá observar en todo momento los lineamientos de la convocatoria y de la realización del evento.

f) La fecha límite de inscripción y entrega de plan de negocios será el 28 de marzo de 2016.

La calificación cuantitativa será en escala del 0 al 50.

Plan de Negocios (50 puntos)

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 hojas), 2 puntos.
- ✓ Administrativo Organizacional, 3 puntos.
- ✓ Mercado, 15 puntos.
- ✓ Producción o Servicios, 5 puntos.
- ✓ Responsabilidad Social, 4 puntos.
- ✓ Legal, 4 puntos.
- ✓ Finanzas, 15 puntos.
- ✓ Anexos, 2 puntos.
- ✓ Fuentes bibliográficas, electrónicas y hemerográficas.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

El jurado se integrará con un mínimo de tres especialistas en esta área, maestros reconocidos en el campo del emprendurismo de la Institución sede, representantes de organismos empresariales, profesionales, públicos y privados a nivel local, regional y nacional en cada una de las 4 categorías, que por su conocimiento, experiencia y desarrollo profesional sean capaces de evaluar de manera eficiente los planes de negocios, de productos y/o servicios que ofrecen los participantes.

La entrega de las Cédulas de Evaluación a los jurados participantes durante el desarrollo de las Expo será de la siguiente manera:

1. **Cédula de Evaluación del Plan de Negocios**, el comité organizador enviará dicho documento vía correo electrónico en formato pdf a los jurados, una semana antes de la fecha del evento, quienes deberán entregar la cédula completa al comité organizador 2 días antes del evento regional de manera electrónica a la dirección de correo que se les indique.
2. **Cédula de Evaluación de la Exposición del Plan de Negocios**, el comité organizador del evento deberá entregar dicho documento a cada jurado participante minutos antes de la exposición de cada proyecto y tendrá la responsabilidad de recolectar la

información una vez terminada la presentación de cada equipo, repitiendo dicha acción con cada proyecto.

3. **Cédula de Evaluación del Stand**, el comité organizador les entregará las cédulas de cada uno de los equipos participantes al jurado antes de comenzar el recorrido por los stands y tendrá la responsabilidad de acompañarlos y recolectar dichos documentos una vez evaluado cada proyecto – stand.
4. **Cédula de Evaluación del Prototipo**, el comité organizador les entregará las cédulas de cada uno de los equipos participantes al jurado antes de comenzar el recorrido y tendrá la responsabilidad de acompañarlos y recolectar dichos documentos una vez evaluado cada prototipo.

Se reconocerá al primero, segundo y tercer lugar, en cada una de las categorías con base en los resultados emitidos por el jurado de acuerdo a los criterios de evaluación. Podrá quedar desierto alguno de los lugares por no haberse inscrito o no reúnan los requisitos de participación. **El resultado del jurado será inapelable.**

NOTA: En caso de empate el jurado tendrá voto de calidad.

Se evaluarán los siguientes aspectos:

FACTORES A EVALUAR

- 1.- Plan de Negocios (Valor 50%)
- 2.- Exposición del Plan de Negocios (20%)
- 3.- Prototipo (20%)
- 4.- Exhibición del Stand (10%)

TOTAL 100%

**ELEMENTOS QUE INTEGRAN EL PLAN DE NEGOCIOS PARA LAS CATEGORÍAS:
Tradicionales, Sociales, Tecnología Intermedia y Base Tecnológica.**

I.RESUMEN EJECUTIVO (valor 2 puntos) 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. 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 páginas.

II. ADMINISTRATIVO ORGANIZACIONAL (valor 3 puntos)

- Nombre del proyecto o de la empresa.
- Naturaleza, descripción y justificación del proyecto.
- Misión y visión.
- Análisis FODA.
- Objetivos estratégicos.

III. MERCADO (valor 15 puntos)

a.- Antecedentes

1. Oportunidades que dan origen al proyecto de innovación o vinculación, mediante la detección de demandas específicas.- 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.

IV. PRODUCCIÓN O SERVICIOS (valor 5 puntos)

a) Producción/ Servicio

- ✓ 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 continúa.
- ✓ 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.

c) Emprendimiento social

- ✓ Especificaciones del proyecto sustentable.
- ✓ Proceso de desarrollo.

- ✓ Indicadores de impacto económico-social.
- ✓ Costo de producción.

V. RESPONSABILIDAD SOCIAL (valor 4 puntos) en su caso.

- ✓ 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.

VI. LEGAL (valor 4 puntos)

- ✓ Constitución legal.
- ✓ Régimen Fiscal (SHCP).
- ✓ Permisos Delegación, Protección Civil; otros permisos (patentes y marcas, anuncios, entre otros), en su caso.

VII. FINANZAS (valor 15 puntos)

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 en 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.

8. **Principales razones financieras.**- Liquidez, endeudamiento y rendimiento de capital.
9. **Punto de equilibrio.**- Se presentará el análisis anual.
10. **Flujo de efectivo.**- Considerar los flujos a 5 años incluyendo el costo del proyecto para determinar la TIR.

VIII. ANEXOS DEL PLAN DE NEGOCIOS (Valor 2 puntos)

Listado de clientes potenciales, cartas de intención de compra, formatos de trámites legales realizados y estrategias de participación en ferias.

1.- PRESENTACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS ANTE EL JURADO (valor 20 puntos)

El día del evento en sesión pública con el jurado, cada equipo contará con un máximo de diez minutos para exponer el proyecto y cinco para preguntas por parte de los jurados. La presentación se deberá realizar por medio de una pasarela por categoría de proyectos, con apoyo de medios electrónicos, debiendo enviar a más tardar 48 horas antes el o los archivos, así como requerimientos de equipo. Expondrá un estudiante o máximo dos por equipo participante.

El comité organizador se encargará de proveer todo el equipo necesario (computadora, video proyector, software, entre otros) para facilitar dicha actividad de evaluación.

Todos los equipos, deberán presentar su resumen ejecutivo (máximo 5 hojas), de manera impresa mínimo en tres tantos.

Los turnos de participación para cada equipo se sortearán con la presencia del asesor el día el 12 de abril a las 11:00 hrs. en el lobby del Centro Cultural Universitario.

2. PROTOTIPO (Valor 20 puntos)

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, concedores 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:

1. Investigación. 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 en el análisis de requerimientos del cliente inicial con el propósito de cumplir las especificaciones de los requerimientos del cliente para someterse a prueba.
5. Evaluación. El cliente o grupo de prueba evalúa el prototipo desde su perspectiva para identificar mejoras, esta actividad se planifica y se realiza tanta veces como sea necesario.

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:

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.

3. EXHIBICIÓN DEL STAND (valor 10 puntos)

El stand para cada equipo participante tendrá las siguientes características:

Las medidas del stand, dependerán de la organización de la sede, se sugiere sea de 2.00m de frente X 2.00m de fondo, contando además con:

- Contacto doble con capacidad para 500 watts.
- Una mesa.

➤ Dos sillas.

El sorteo del stand se realizará con la presencia del asesor el día del registro al evento.

Todo lo antes mencionado será facilitado por la institución sede.

Se permitirá el uso de toda clase de artículos promocionales en digital, **quedando prohibidos** globos, confeti, serpentina y aquellos que ataquen al medio ambiente, la moral y las buenas costumbres, así como los no apropiados en una Institución Educativa.

La comercialización y degustación de los productos queda sujeto a las restricciones y regulaciones de cada equipo participante.

NOTA: La decisión del jurado es inapelable, en caso de empate el jurado tendrá voto de calidad.

RECONOCIMIENTOS:

- Se entregará reconocimiento a los integrantes de los equipos ganadores, así como: asesores y a la Institución de los tres primeros lugares de cada categoría.
- Se otorgará una constancia de participación a todos los estudiantes, asesores y a las Instituciones participantes, elaborada por la sede organizadora de cada evento, la cual deberá estar firmada por las autoridades participantes.

REGLAMENTO DE OPERACIÓN:

ARTÍCULO 1 Los lugares de cada stand y el orden de exposición, se sortearán al momento del registro al evento.

ARTÍCULO 2 Los lugares sólo incluyen el espacio físico. El diseño del stand no podrá utilizar o invadir otro espacio ajeno a su área designada ni entorpecer el libre tránsito de los visitantes de la exposición.

ARTÍCULO 3 Los participantes tomarán posesión del stand el primer día del evento y hasta el día siguiente, dejándolos en las mismas condiciones en las que los tomaron.

ARTÍCULO 4 Todos los equipos deberán presentar su Resumen Ejecutivo (máximo 5 hojas) impreso en tres tantos el día del evento y deberá enviar con 48 horas de anticipación al

evento, su presentación electrónica y requerimiento de equipo.

ARTÍCULO 5 Todos los stands deberán tener en un lugar visible el logotipo y/o nombre del proyecto con el que se registró al evento; mismo que el Comité Organizador será responsable de rotular.

ARTÍCULO 6 Los participantes deberán portar el gafete que los identifique como participantes del evento. Mismo que será proporcionado por el Comité Organizador.

ARTÍCULO 7 Cada equipo participante es responsable de la seguridad del stand, de sus productos y sus objetos personales.

ARTÍCULO 8 Ningún stand podrá quedar abandonado durante el horario de exposición, así como realizar modificaciones en el mismo una vez iniciado el recorrido por los jurados participantes.

ARTÍCULO 9 Se podrá utilizar cualquier tipo de publicidad impresa, carteles, tarjetas, volantes, entre otros, cuyo contenido esté acorde a lo expuesto y a la categoría del evento, quedando prohibidos aquellos que ataquen al medio ambiente, la moral y las buenas costumbres, así como los no apropiados en una institución Educativa.

ARTÍCULO 10 La Institución sede no se hace responsable de objetos dañados o extraviados, propiedad del equipo participante o de sus integrantes, asimismo se recomienda para mayor seguridad a los equipos no dejar objetos de valor en descuido.

ARTÍCULO 11 Cada equipo será responsable de cuidar el área alrededor de su stand para que permanezca limpia y de no tener objetos que puedan causar una imagen negativa al evento (objetos personales, mochilas, comida, basura).

ARTÍCULO 12 Cada equipo deberá llevar el material necesario que utilizarán para el montaje de su stand, como pueden ser extensiones, tijeras, cinta adhesiva, enchufes, manteles, bancos plegables. Para una mejor organización, se pide adjuntar a la hoja de inscripción y registro, el croquis, esquema o dibujo de la distribución del stand, informando desde el registro las necesidades a considerar.

ARTÍCULO 13 Los equipos participantes deberán desmontar el stand al término del evento y dejar limpia el área utilizada.

ARTÍCULO 14 No se permite el uso de gas o cualquier otro material explosivo.

ARTICULO 15 Por ningún motivo se podrán pegar promociones sobre ventanas, paredes, columnas o cualquier otra superficie no destinada a este fin y que pudiera dañar los inmuebles de la institución sede.

ARTÍCULO 16 Los equipos participantes deberán traer su material, ya prefabricado y

elaborado únicamente para su instalación. No se permite el uso de solventes así como pintar o clavar directamente sobre el stand.

ARTÍCULO 17 Cualquier daño provocado a las instalaciones o sus inmuebles deberán ser cubiertos por la (s) Institución (es) responsable (s).

Serán causas de descalificación:

1. No presentarse los días del evento e incumplir con los requisitos establecidos.
2. No apegarse al reglamento.
3. No respetar el lugar asignado.
4. Falta de respeto a los expositores o algún miembro del comité organizador o jurado calificador.
5. El alterar el orden del evento.
6. El mal uso del equipo e instalaciones.

GENERALIDADES Y RECOMENDACIONES:

Ante cualquier imprevisto en la presente convocatoria, la Institución Sede se reserva el derecho de subsanarlo en tiempo y forma.

Para el evento contactarse con M.A.T. Mónica Corral Mier, al teléfono 01 246 46 2 11 31 ó 01 246 46 2 3631 Ext. 83414; o bien por correo electrónico a la dirección: monikaa135@hotmail.com.