

La Asociación Nacional de Facultades y Escuelas de Contaduría y Administración a través de la Coordinación Nacional Universidad-Empresa, la Coordinación Nacional de Emprendimiento Social y las Coordinaciones Regionales respectivas.

CONVOCAN

al

XIV EXPO REGIONAL EMPRENDEDORA ZONA III

A todas las Escuelas y Facultades afiliadas y observadoras de la Asociación Nacional de Facultades y Escuelas de Contaduría y Administración (ANFECA), a participar en la **XIV Expo Regional Emprendedora de la Zona III**, a realizarse los días **26 y 27 de Marzo del 2020**.

SEDE: Universidad Autónoma de Aguascalientes.

Dicho evento, tiene la finalidad de motivar y reconocer el espíritu empresarial de los participantes que presenten ideas innovadoras y la creatividad aplicada en la creación de nuevas empresas o en su caso, la venta de capital intelectual.

Por otro lado, también tiene el propósito de generar un pensamiento crítico, reflexivo y proactivo en los estudiantes de licenciatura respecto de las condiciones de pobreza, marginación, deterioro ambiental, falta de cohesión social, entre otros que se viven en México, la ANFECA promueve un espacio en donde se presentan proyectos de emprendimientos social sustentables y sostenibles, orientados a mejorar las condiciones de vida de las comunidades y sectores de la población a los que se dirige.

MISIÓN: *"Ser el enlace entre la generación y la realización de proyectos creativos, a través de la organización de eventos, que permitan dar a conocer las propuestas de proyectos de negocios de los alumnos emprendedores del país."*

VISIÓN: *"Ser un foro reconocido por incentivar y promover el espíritu emprendedor 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 y obtención de capital."*

OBJETIVOS:

- 1) Brindar a los estudiantes la oportunidad de alcanzar un mejor desarrollo personal y profesional, así como un espíritu de grupo, creatividad, superación, trabajo en equipo y solidaridad.
- 2) Motivar en los alumnos la actitud emprendedora, para desarrollar habilidades directivas, de cooperación y para la solución de problemas con pertinencia social.
- 3) Crear un espacio en el que converjan proyectos emprendedores y posibles inversionistas u otras fuentes de financiamiento para consolidar su emprendimiento.
- 4) Promover la generación de empresas con propuestas creativas, innovadoras, sustentables, sostenibles y con pertinencia social.

BASES Y REQUISITOS PARA MEJOR PROYECTO EMPRENDEDOR

- a) Ser estudiante de las facultades y escuelas afiliadas a la ANFECA de la zona III.
- b) De obtener en la fase regional primer o segundo lugar de la categoría, podrán participar en el evento nacional. Los alumnos y maestros asesores que participen en la etapa Regional, deben ser los mismos que participen en la etapa Nacional, es decir, no podrán haber modificaciones de integrantes o asesores para el evento Nacional.
- c) Para su inscripción al evento regional, deberán alojar sus archivos a la plataforma <http://anfecaemprende.com/> el plan de negocios en formato pdf y la presentación en formato ppt a más tardar el día **13 de marzo del 2020**.
- d) El uso de la Plataforma es de carácter obligatorio tanto en los eventos regionales como en el Nacional. (<http://anfecaemprende.com/>), se sugiere consultar el tutorial para registro de proyectos en la siguiente liga <https://youtu.be/Wnnvt24BRKM> y cualquier soporte técnico que requieran de la plataforma, contactar a **Maestro Jesús Guerrero Martínez al correo jesus.guerrero@univa.mx y/o ma_mirandaG@hotmail.com**, o al teléfono UNIVA Vallarta 226-1212 extensión 3451.
- e) Cada equipo participante deberá proponer 1 maestro evaluador para que apoye a evaluar proyectos, proporcionando nombre completo, celular, e-mail y cv. En caso de ser aprobado no podrá evaluar proyectos de la misma Institución que lo propone.

MODALIDADES DE PARTICIPACIÓN

Habrán dos modalidades regionales de participación:

Presencial: Hacer exposición presencial del plan de negocios, exposición física en stand, subir a la plataforma de Emprendedores ANFECA <http://anfecaemprende.com/> en formato PDF el plan de negocios, oficio de la

autoridad académica e identificación oficial de los alumnos o egresados en su caso y la presentación en formato ppt.

Virtual Grabar un video en youtube de su presentación del Plan de negocios y exposición del prototipo del stand de su producto/servicio, subir a la plataforma de Emprendedores ANFECA <http://anfecaemprende.com/> la liga de su video, subir también en formato PDF el plan de negocios, oficio de la autoridad académica e identificación oficial de los alumnos o egresados en su caso, la presentación en formato ppt.

DEL PROCESO DE EVALUACIÓN:

1. La primer fase del proceso de evaluación se llevará a cabo previo al evento regional, tanto de los proyectos presenciales como virtuales a través de la calificación que emitan los evaluadores asignados quienes realizaran la evaluación del plan de negocios, que ya se encontrará en la plataforma y a disposición de los evaluadores designados por el comité.
2. El complemento de la evaluación tanto de stand y la exposición del plan de negocios, se efectuará los días programados para el evento regional, tanto de los proyectos que participan de forma presencial como virtuales, a través de la calificación que emitan los evaluadores asignados, generando con ello en la plataforma, la sumatoria total de las calificaciones emitidas por los evaluadores.

CONSIDERACIONES GENERALES:

- a) Los ganadores de los eventos regionales del primero y segundo lugar de cada categoría serán seleccionados de acuerdo con el puntaje obtenido independientemente de la modalidad de participación (virtual o presencial) para representar a la zona en el evento nacional.
 - b) Una vez registrado el equipo en la plataforma, ya no se podrán realizar cambios de los nombres de los participantes.
 - c) En la etapa regional pueden participar hasta 2 proyectos por institución en cada una de las siguientes cinco categorías: **I. Tradicional, II. Tecnología intermedia, III. Base tecnológica, IV Proyectos de impacto social y V. trayectoria PyME.**
- 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 (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.

CONTENIDO DEL 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 se presentará con fuente Arial, tamaño 12 e interlineado de 1.5 líneas.
- Se entregará el documento impreso por separado del plan de negocios.

2. Plan de Negocios

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:

- 1) Hoja de presentación.
- 2) Índice.
- 3) Resumen Ejecutivo. (máximo 5 hojas)
- 4) Administrativo Organizacional.
- 5) Mercado.
- 6) Producción o servicios.
- 7) Responsabilidad Social.
- 8) Aspectos legales

- 9) Finanzas
- 10) Anexos.
- 11) Fuentes bibliográficas, electrónicas y hemerográficas.

ELEMENTOS QUE INTEGRAN EL PLAN DE NEGOCIOS

I. 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 páginas

II. 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.

III. MERCADO

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

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.

c) Emprendimiento social

- Especificaciones del proyecto sustentable
- Proceso de desarrollo
- Indicadores de impacto económico-social
- Costo de producción.

V. 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.

VI. 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).

VII. 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 proforma. 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

Listado de clientes potenciales, cartas de intención de compra, encuestas aplicadas al mercado, formatos de trámites legales realizados y por realizar, currículum 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.

IX. PRESENTACIÓN ESCRITA DEL PLAN DE NEGOCIOS

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. Se deberán los elementos del plan de negocios mencionados en el apartado anterior, para el ejemplar que se tenga a disposición en el stand de cada proyecto.

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:

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:

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 CON IMPACTO SOCIAL (BASES DE PARTICIPACIÓN).

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.

Los equipos de la **categoría emprendimiento social** deberán registrar su proyecto solo en uno 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 decente

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

- Documento: Proyecto de Emprendimiento Social, con un máximo de 35 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.

CONTENIDO DEL PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO SOCIAL

Deberá contener lo siguiente (máximo 35 cuartillas):

1. Índice.
2. Resumen (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

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

Se deberá desarrollar en Power Point y el formato es libre.

Máximo 15 diapositivas sin contar la diapositiva de presentación.

Cada equipo dispondrá de 15 minutos máximo (más 3 de la reproducción del video) para la presentación de su proyecto.

Habrará una sesión de preguntas del público y sugerencias de los asesores o sinodales, al término de cada exposición.

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.

GENERALIDADES Y RECOMENDACIONES

a) 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 como **Proyecto PyME 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.

b) Los equipos participantes en cada categoría de la presente convocatoria deberán estar integrados por un **mínimo de dos y un máximo de seis estudiantes** de nivel Licenciatura, contando al menos con el 50% de las áreas económico administrativas y el resto de los estudiantes de otros programas educativos de la misma Institución, mismos que deberán ser acreditados a través de un oficio de la autoridad e identificación oficial de la institución vigente al momento de la inscripción del proyecto, como en el registro de su participación en las exposiciones correspondientes. En este proceso de inscripción y acreditación, la Institución Educativa participante, será la responsable del cumplimiento de las disposiciones señaladas por la convocatoria. No se permitirá la participación de equipos que no cumplan con los requisitos.

c) El equipo seleccionado como mejor PYME deberá de estar integrado por un mínimo de dos y un máximo de seis estudiantes y/o egresados de nivel licenciatura de la escuela o facultad que representan; debiendo acreditarlo con oficio firmado y sellado por la institución, así como la presentación de la identificación oficial en el momento del registro.

d) 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.

m) La fecha límite de validación de registro para el evento Regional de la zona III ANFECA será el (13 de Marzo **de 2020**). **Deberán subir toda su documentación a la plataforma <http://anfecaemprende.com/>** Después de esta fecha no se podrá hacer cambios.

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

Se sugiere que aquellos proyectos que sean factibles cuenten con un registro de marca o patente, que salvaguarde los derechos de los autores.

El sorteo del stand se realizará con la presencia del asesor el día previo al evento. Todo lo antes mencionado será facilitado por la institución sede.

Se permitirá el uso de toda clase de artículos promocionales y en digital, quedando prohibidos aquellos que ataquen a 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.

RECONOCIMIENTOS

Se otorgará reconocimiento por su participación en la fase regional a los alumnos, asesores, evaluadores, instituciones participantes, organizadores y coordinador regional del evento, elaborados por la institución sede del evento regional, los cuales deberán estar firmados por las autoridades participantes.

Tanto en los eventos regionales como en el nacional, además de los reconocimientos de acuerdo a las posibilidades de gestión de las instituciones sede o la coordinación regional o coordinación nacional, podrá otorgarse algún premio a los ganadores de los 3 primeros lugares.

Los dos primeros lugares de cada categoría representarán a la zona 3 de ANFECA en el evento nacional a celebrarse los **días 21 y 22 de Mayo del 2020 en las instalaciones de la UNAM ciudad de México.**

EXHIBICIÓN DEL PROYECTO

La fase regional se configura como un espacio para la exposición de proyectos e ideas de negocios innovadoras y con potencial de crecimiento. Por lo anterior, la institución sede del evento regional ofrecerá a cada equipo participante un stand para la exposición, difusión y/o venta de sus productos o servicios ante los asistentes al evento.

El stand para cada equipo participante tendrá las siguientes características:

Espacio con las siguientes medidas: 3.00 mts. de frente x 3.00 mts. de fondo

- Contacto doble con capacidad para 500 watts
- Una mesa
- Dos sillas

En caso de algún requerimiento no considerando en la presente convocatoria, necesario contactar a la institución sede para su valoración y en su caso aprobación a más tardar una semana previa al evento.

DATOS DE CONTACTO

Coordinación Regional Universidad – Empresa Zona III ANFECA

M.A. Esther Castañón Nieto.

Profa. Investigadora FCA, UASLP.

expo.emprendedora@gmail.com

ecasta@uaslp.mx

M.A.N. Omar Velasco López (Contacto en la Universidad sede del evento)

Universidad Autónoma de Aguascalientes;

01 (449) 910 7400 Ext. 375

muestraemprendedora.uaa@hotmail.com

omar.velasco@edu.uaa.mx

Coordinación Regional Emprendimiento Social Zona III ANFECA

M.A. David Luján Hernández (Coordinador Regional de Emprendimiento social Zona 3 ANFECA)

Universidad Autónoma de Aguascalientes

01 (449) 910 8463 Ext. 55105

David.lujan@edu.uaa.mx

dlujan@correo.uaa.mx

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

Mtra. Bertha Beatriz Ibarría Macedo

Coordinación de Vinculación • Universidad del Valle de Atemajac Plantel Puerto Vallarta



01 (322) 226 1212 Ext. 3404



expo.emprendedores@univa.mx

Miriam Soledad Haro Díaz

Asistente de la Coordinación Nacional • Universidad del Valle de Atemajac Plantel Puerto Vallarta



01 (322) 226 1212 Ext. 3413



direccion.vallarta@univa.mx