

Concurso Emprende U

Bases y Condiciones Generales

1. Sobre el Concurso

El Área de Desarrollo Emprendedor¹ con su programa Universidad Emprendedora perteneciente a la Secretaría de Desarrollo Institucional de la Universidad Nacional de Cuyo – UNCuyo- convoca a estudiantes de colegios primarios, secundarios y universitarios a participar del Concurso Emprende U con el objetivo de promover el espíritu emprendedor, y creativo, así como, el desarrollo de cualidades emprendedoras.

El Concurso consistirá promover la elaboración de proyectos emprendedores en cualquiera de las ramas del conocimiento contenidas en los planes de estudios de los distintos colegios y unidades académicas de la UNCuyo.

2. Objetivos del Concurso

“Incentivar a estudiantes acerca de la importancia del desarrollo emprendedor como herramienta de transformación y de generación de autoempleo. Además se pretende despertar y fortalecer las habilidades de liderazgo, creatividad, innovación y el trabajo en equipo”.

3. Categorías

3.1 “Mejor invento”:

3.1.1 Mejor Invento Nivel Primario: estudiantes 6to y 7mo grado del Colegio “Carmen Vera Arenas”

3.1.2 Mejor Invento Nivel Secundario: 1ero y 2do año del nivel secundario de colegios de la UNCuyo.

3.2 “Proyecto innovador” para estudiantes de 3ero, 4to y 5to año del nivel secundario de colegios de la UNCuyo.

¹ En adelante Comité Organizador

3.3 “Emprendedores Universitarios” para estudiantes de carreras universitarias pertenecientes a las distintas Unidades Académicas e Institutos Tecnológicos Universitarios de la UNCuyo.

4. Cronograma de fechas

4.1 Apertura del Concurso (15 de Junio)

4.2 Inscripción al Concurso (del 15 de Junio al 31 de Agosto)

4.3 Capacitaciones y visitas a colegios (Agosto - Octubre)

4.4 Presentación final de CANVAS y Elevator Pitch para Categoría “Emprendedores Universitarios” al comité organizador del Concurso – Ver Anexo III - (16 de Octubre)

4.5 Presentación final en Feria de Emprendedores para las Categorías “Mejor invento” y “Proyecto innovador” – Ver Anexo I y II - (Octubre)

4.6 Premiación de Categorías: “Mejor invento”, “Proyecto innovador” y “Emprendedores Universitarios” en Encuentro Emprende U (19 de Noviembre)

5. Participantes y destinatarios

5.1 Se podrán postular al Concurso los estudiantes, en condición de alumno regular de todos los colegios, unidades académicas y del Instituto Tecnológico Universitario dependientes de la UNCuyo:

Colegios:

- Escuela Carmen Vera Arenas
- Escuela de Comercio "Martín Zapata"
- Colegio Universitario Central "Gral. José de San Martín"
- Departamento de Aplicación Docente
- Escuela de Agricultura
- Escuela del Magisterio

- Liceo Agrícola y Enológico "Domingo Faustino Sarmiento"

Unidades académicas:

- Facultad de Artes y Diseño
- Facultad de Ciencias Agrarias
- Facultad de Ciencias Aplicadas a la Industria
- Facultad de Ciencias Económicas
- Facultad de Ciencias Exactas y Naturales
- Facultad de Ciencias Médicas
- Facultad de Ciencias Políticas y Sociales
- Facultad de Derecho
- Facultad de Educación Elemental y Especial
- Facultad de Filosofía y Letras
- Facultad de Ingeniería
- Facultad de Odontología
- Institutos Tecnológicos Universitarios

6. Características y requisitos de los proyectos (ver Anexo I, II y III)

7. Inscripción de participantes

8.1. La inscripción al Concurso Emprende U es gratuita.

8.2. Se realizara vía web a través de un formulario electrónico, disponible en la pág. Web de la Secretaría de Desarrollo Institucional www.uncuyo.edu.ar/desarrollo que estará habilitado desde el 15 de Junio hasta el 31 de Julio del 2015.

8.3 Los colegios primarios y secundarios de la UNCuyo tendrán disponibles en sus establecimientos una copia de las presentes bases y condiciones y el formulario de inscripción. (ANEXO IV)

9. Presentación y selección de los proyectos (ver Anexo I, II y III)

10. Confidencialidad y difusión

El Comité Organizador se compromete a mantener la confidencialidad sobre aquellos

proyectos que no resulten premiados. Asimismo se podrá difundir libremente el Concurso Emprende U e informar sobre sus participantes, pudiendo citar a los autores de dichos proyectos.

11. Aceptación de las Bases y Condiciones

La participación en el Concurso Emprende U implica la íntegra aceptación de las presentes bases y condiciones y del fallo del jurado, cuya interpretación corresponde a los integrantes del mismo. Cualquier incumplimiento de los plazos o procedimientos dispuestos en estas bases y condiciones privará a los estudiantes de participar.

12. Premios

Se premiarán a los primeros puestos de las tres categorías y se entregará una mención especial a los segundos puestos de todas las categorías.

13. Entrega de premios

La entrega de premios se realizará hasta 120 días después de finalizado el acto de entrega de premios.

14. Reserva

El comité de organización se reserva el derecho de modificar cronogramas y detalles de las bases y condiciones por motivos de organización y/o de fuerza mayor



Anexo I

Categoría “Mejor invento”

1. Objetivos

- Promover el espíritu emprendedor y el desarrollo de cualidades emprendedoras en niños y jóvenes
- Despertar la creatividad y fomentar la innovación desde la niñez
- Promover la conciencia ambiental a través del emprendedorismo.

2. Participantes

2.1 Se podrán postular al concurso

- **Nivel Primario:** estudiantes de 6º Y 7º grado del colegio “Carmen Vera Arenas”
- **Nivel Secundario:** estudiantes de 1ero y 2do año del nivel secundario de colegios de la Universidad Nacional de Cuyo

2.2 Cada proyecto se deberá realizar en grupos de 2 a 5 personas como máximo.

3. Características y requisitos para la presentación de los trabajos

3.1 El invento (proyecto) desarrollado debe constituir, en lo posible, una solución tecnológica, productiva, de servicio o social, frente a un problema de la comunidad.

3.2 Para considerarse válidos, los proyectos deberán cumplir con la totalidad de las pautas y requerimientos establecidos en los Anexos IV y V

3.3 No se aceptarán obras ya premiadas en otros concursos.

3.4 El proyecto está librado a la creatividad del participante. Deberán ser originales y haber sido realizados por los autores de los mismos.

3.5 Se destacarán proyectos que promuevan la utilización de materias primas o materiales reciclados y que logren un mejor aprovechamiento de los recursos naturales.

3.6 Desde el Comité Organizador se podrá brindar asistencia, organizándose talleres específicos a fin de que los participantes logren incorporar conocimientos sobre la elaboración y presentación de proyectos.

CONCURSO EMPRENDE U 2015

4. Presentación

4.1 Los trabajos serán presentados ante el jurado en la Feria de Emprendedores organizada por el Comité Organizador del Concurso Emprende U a realizarse durante el mes de Octubre, y cuya fecha y lugar se comunicará oportunamente.

4.2 Los participantes, por equipo, deberán hacer una descripción de proyecto – invento- (que es, cuáles son sus partes, para que sirve, a qué necesidad brinda solución, hacer referencia al uso de materiales reciclados, cómo se utiliza, y cualquier información que resulte necesaria) y presentará el proyecto – invento - en una maqueta, prototipo o propuesta visual en un stand asignado para tal fin.

4.3 En el stand deberá indicarse el nombre de los integrantes del equipo, el nombre del proyecto y el nombre del colegio al que pertenece.

4.4 Durante la Feria de Emprendedores, el jurado visitará los stands con proyectos para efectuar la evaluación de los mismos.

5. Modalidad de tutorío

5.1 Cada colegio resolverá la metodología de tutorío para el acompañamiento de la formulación de los proyectos.

5.2 Los tutores serán docentes y profesores seleccionados por la casa de estudio y desempeñarán funciones de asesoramiento y acompañamiento durante la duración del Concurso.

6. Premios

6.1 Se premiarán a los dos primeros puestos de la categoría Mejor Invento Primaria y Mejor Invento Secundaria. Asimismo se entregará una mención especial a los dos segundos puestos.

6.3 El segundo proyecto mejor puntuado recibirá una mención especial.

7. Jurado

7.1 El jurado estará compuesto por: Miembros del Área de Desarrollo Emprendedor de la UNCuyo, docentes y empresarios.

7.2 Los nombres de los integrantes del jurado se darán a conocer en la Feria de Emprendedores.

7.3 El jurado entrevistará a los participantes de forma presencial durante la Feria de Emprendedores para emitir su veredicto final.

CONCURSO
EMPRENDE U
2015

7.4 La decisión del jurado respecto de los ganadores será expuesta durante el Encuentro Emprende U a realizarse el día 19 de Noviembre de 2015, y cuyo lugar y horario se comunicará oportunamente.

7.5 La decisión del jurado será inapelable.

7.6 Si a juicio del jurado ninguno de los trabajos presentados tuvieran mérito para acceder al premio, el concurso podrá ser declarado desierto en cualquiera de los premios

8. Criterios de evaluación -Ver Anexo V-

9. Glosario

9.1 Se entiende por *invento* a una creación inédita, que surge a partir de la creatividad e inventiva de una persona, que posee características novedosas y transformadoras.

9.2 Se entiende por *innovación* al "Proceso mediante el cual se introduce un nuevo bien o servicio en el mercado, o componentes de los mismos. O bien se crea un nuevo método de producción o prestación de un bien o servicio".

Anexo II

Categoría “Proyecto innovador”

1. Objetivos:

- Promover el espíritu emprendedor, y creativo, así como, el desarrollo de cualidades emprendedoras.
- Estimular la capacidad innovadora y el asociativismo en el desarrollo de ideas creativas
- Proporcionar herramientas para la generación de ideas innovadoras a través de una experiencia real y práctica fomentando el trabajo en equipo.

2. Participantes

2.1 Se podrán postular al concurso, todo estudiante de 3ro, 4to y 5to año del nivel secundario de colegios de la UNCuyo en condición de alumno regular.

2.2 Cada proyecto se deberá realizar en grupos de 2 (dos) a 5 (cinco) personas como máximo.

3. Características y requisitos para la presentación de los trabajos

3.1 Los proyectos a presentar deben referirse a propuestas de: base tecnológica, productiva, servicios o social. Se considerará especialmente la inclusión y desarrollo de “Proyectos Innovadores” que satisfagan una necesidad y puedan comercializarse. (Ver 9.1 y 9.2)

3.2 Para considerarse válidos, los proyectos deberán cumplir con la totalidad de las pautas y requerimientos establecidos en los Anexos IV y V.

3.3 No se aceptarán obras ya premiadas en otros concursos.

3.4 El proyecto está librado a la creatividad del participante. Deberán ser originales y haber sido realizados por los autores de los mismos.

3.5 Se destacarán proyectos que promuevan la utilización de materias primas o materiales reciclados.

3.6 Desde el Comité Organizador se podrá brindar asistencia, organizándose talleres específicos a fin de que los participantes logren incorporar conocimientos sobre la elaboración y presentación de proyectos.

4. Presentación

4.1 Los trabajos serán presentados ante el jurado en la Feria de emprendedores organizada por el

Comité Organizador del Concurso Emprende U a realizarse durante el mes de Octubre, y cuya fecha y lugar se comunicará oportunamente.

4.2 Los participantes, por equipo, deberán hacer una descripción de proyecto (qué es, cuáles son sus partes, para que sirve, a qué necesidad brinda solución, hacer referencia al uso de materiales reciclados, cómo se utiliza, factor innovador, y cualquier información que resulte necesaria) y presentará el proyecto en una maqueta, prototipo o propuesta visual en un stand asignado para tal fin.

4.3 En el stand deberá indicarse el nombre de los integrantes del equipo, el nombre del proyecto y el nombre del colegio al que pertenece.

4.4 Durante la Feria de Emprendedores el jurado visitará los stands de los equipos para efectuar la evaluación de los mismos.

5. Modalidad de tutorío

5.1 Cada colegio resolverá la metodología de tutorío para el acompañamiento de la formulación de los proyectos.

5.2 Los tutores serán docentes y profesores seleccionados por la casa de estudio y desempeñarán funciones de asesoramiento y acompañamiento durante la duración del Concurso.

6. Premios

6.1 Se seleccionarán los 2 (dos) mejores proyectos de la Categoría "Proyecto Innovador".

6.2 El proyecto con mejor puntuación recibirá un premio a confirmar.

6.3 El segundo proyecto ganador recibirá una mención especial.

7. Jurado

7.1 El jurado estará compuesto por: Miembros del Área de Desarrollo Emprendedor de la UNCuyo, docentes y empresarios.

7.2 Los nombres de los integrantes del jurado se darán a conocer en la Feria de Emprendedores.

7.3 El jurado entrevistará a los participantes de forma presencial durante la Feria de Emprendedores para emitir su veredicto final.

7.4 La decisión del jurado respecto de los ganadores será expuesta durante el Encuentro Emprende U a realizarse el día 19 de Noviembre de 2015, y cuyo lugar y horario se comunicará oportunamente.

7.5 La decisión del jurado será inapelable.

7.6 Si a juicio del jurado ninguno de los trabajos presentados tuvieran mérito para acceder al premio,

el concurso podrá ser declarado desierto en cualquiera de los premios.

8. Criterios de evaluación -Ver Anexo V-

9. Glosario

9.1 Se entiende por *innovación* al “Proceso mediante el cual se introduce un nuevo bien o servicio en el mercado -, o componentes de los mismos. O bien se crea un nuevo método de producción o prestación de un bien o servicio, que pueda comercializarse y tenga con fines de lucro”

9.2 Se entiende por *proyecto innovador* a ideas de negocios que muestren innovación en sus bienes o servicios o bien que sea innovador en alguno de sus procesos (proceso productivo, organización, comercialización).

Anexo III

Categoría "Emprendedores Universitarios"

1. Objetivos:

- Promover al estudiante universitario a desarrollar una iniciativa emprendedora que genere autoempleo.
- Reconocer y aplicar las competencias de comunicación, liderazgo y motivación.
- Realizar las actividades para la constitución y puesta en marcha de una empresa.
- Fomentar la creación de empresas universitarias
- Facilitar herramientas de modelaje de negocios.
- Promover el trabajo en equipo.

2. Participantes

2.1 Se podrá postular al concurso, todo estudiante universitario de cualquier Unidad Académica de la UNCuyo e Instituto Tecnológico Universitario en condición de alumno regular.

2.2 Cada proyecto se deberá realizar en grupos de 2 a 5 personas como máximo.

3. Características y requisitos para la presentación de los trabajos

3.1 Los proyectos a presentar deben referirse a propuestas de: base tecnológica, productiva, servicios o social con alguna innovación, para lo cual se deberá elaborar un modelo de negocios. Se considerará especialmente la inclusión y desarrollo de "Proyectos Innovadores" y/o "Innovación en los Procesos". (Ver 9.1 y 9.2)

3.2 Para considerarse válidos, los proyectos deberán cumplir con la totalidad de las pautas y requerimientos establecidos en los Anexos IV y V.

3.3 No se aceptarán obras ya premiadas en otros concursos.

3.4 Deberán ser originales y haber sido realizados por los autores de los mismos.

3.5 Desde el Comité Organizador se podrá brindar asistencia técnica, organizándose talleres específicos a fin de que los participantes logren incorporar conocimientos sobre la formulación y presentación de proyectos.

3.6 Para considerarse válidos, los proyectos deberán tener una validación técnica, un modelo de negocios CANVAS y la presentación de Elevator Pitch.

3.7 El Modelo CANVAS deberá presentarse en un archivo digital y el Elevator Pitch será grabado por el equipo de participantes en soporte digital. (Ver Anexos VI y VII)

4. Presentación

4.1 Los participantes deberán inscribirse para participar del concurso.

4.2 Los proyectos recibirán asistencia técnica por parte del Área de Desarrollo Emprendedor, en Modelo de Negocios Canvas y Elevator Pitch.

4.3 Tanto Canvas como Elevator Pitch, deberán ser enviados al correo desarrolloemprendedor@uncu.edu.ar en formato digital al Comité Organizador. (Ver cronograma de fechas en bases y condiciones generales)

4.4 El Comité Organizador preseleccionará a aquellos proyectos que competirán finalmente, con su presentación de Pitch, ante el jurado, en el Encuentro Emprende U el día 19 de Noviembre del 2015.

5. Premios

5.1 Se seleccionarán los dos (2) mejores proyectos de la Categoría “Emprendedores Universitarios”.

5.2 El proyecto con mejor puntuación recibirá un premio a confirmar.

5.3 El segundo proyecto ganador recibirá una mención especial.

6. Jurado

6.1 El jurado estará compuesto por: Miembros del Área de Desarrollo Emprendedor de la UNCUYO, docentes y empresarios.

6.2 Los nombres de los integrantes del jurado se darán a conocer en la ceremonia de premiación.

6.3 La decisión del jurado respecto de los ganadores será expuesta durante el Encuentro Emprende U a realizarse el día 19 de Noviembre de 2015, y cuyo lugar y horario se comunicará oportunamente.

6.4 La decisión del jurado será inapelable.

6.5 Si a juicio del jurado ninguno de los trabajos presentados tuvieran mérito para acceder al premio, el concurso podrá ser declarado desierto en cualquiera de los premios.

7. Criterios de evaluación -Ver Anexo V-

8. Glosario

8.1 Se entiende por innovación al “Proceso mediante el cual se introduce un nuevo bien o servicio en el mercado, o componentes de los mismos. O bien se crea un nuevo método de producción o prestación de un bien o servicio”.

8.2 Se entiende por proyecto innovador a ideas de negocios que muestren innovación en sus bienes o servicios o bien que sea innovador en alguno de sus procesos (proceso productivo, organización, comercialización)

Anexo IV
Formulario de Inscripción

Categoría¹:

Institución a la que pertenece:

Docente Responsable (únicamente para emprendedores de escuelas primarias y secundarias):

Nombre de la Idea/Proyecto:

Sector: (Marque con una X la opción correcta)

Sector:		Sector:	
Tecnología		Energía	
Turismo		Social	
Agroindustria		Ambiental	
Comunicación		Otros	

¹ Categoría "Mejor invento" Nivel Primario
 Categoría "Mejor invento" Nivel Secundario
 Categoría "Proyecto Innovador"
 Categoría "Emprendedores Universitarios"

CONCURSO
EMPRENDE U
2015

--	--	--	--

Breve descripción de la Ideal/Proyecto:

Integrantes del equipo. (Completar todos los datos. Considerar que sólo se puede participar en equipos de 2 a 5 integrantes)

Nombre y Apellido	N° de registro (Para estudiantes universitarios)	E-mail	Teléfono celular



¿Qué antigüedad tiene el proyecto? (Marque con una X la opción correcta)

No tiene antigüedad	
Entre 0 y 12 meses	
Entre 12 y 24 meses	
Entre 24 y 36 meses	

¿Ha realizado inversiones en el mismo? (Marque con una X la opción correcta)

Si	No

¿Ha vendido este producto o servicio? (Marque con una X la opción correcta)

Si	No

ANEXO V

Criterios de Evaluación

Categoría “Mejor Invento”

Los criterios que se tendrán en cuenta para la evaluación de los inventos son que el invento:

- Brinde soluciones tecnológicas, productivas, de servicio o sociales, frente a un problema de la comunidad. 30%
- Sea original y creativo 25%
- Trabajo en equipo 20%
- Utilice materias primas o materiales reciclados para lograr un mejor aprovechamiento de los recursos naturales. 15%
- Conocimiento sobre la temática del proyecto presentado. 10%

Categoría “Proyecto Innovador”

Criterios a evaluar:

- Que sean innovadores, preferentemente de base tecnológica, productiva, servicios o social. La innovación puede ser en el diseño de productos/servicios o en sus procesos. 20%
- Que puedan satisfacer una necesidad. 15%
- Que sean originales y creativos. 15%
- Utilice materias primas o materiales reciclados para lograr un mejor aprovechamiento de los recursos naturales. 15%
- Que pueda comercializarse 10%
- Trabajo en equipo 10%
- Conocimiento sobre la temática del proyecto presentado. 10%
- Impacto social y económico 5%

Categoría “Emprendedores Universitarios”

La evaluación de esta categoría constará de dos etapas: 1) Preselección y 2) Pitch.

Para la etapa de Preselección, los participantes deberán enviar sus Canvas y Elevator Pitch al Comité Organizador, donde se evaluarán lo siguiente:

- Que sean innovadores, preferentemente de base tecnológica, productiva, servicios o social. La innovación puede ser en el diseño de productos/servicios o en sus

CONCURSO EMPRENDE U 2015

procesos. 20%

- Que puedan satisfacer una necesidad. 15%
- Que sean originales y creativos. 15%
- CANVAS: coherencia de todas las partes del Modelo de Negocio. 15%
- Trabajo en equipo 10%
- Factibilidad técnica y comercial de la idea de negocio. 5%
- Experiencia y conocimiento sobre la temática del proyecto presentado. 5%
- Impacto social y económico. 5%
- Sustentabilidad en el tiempo. 5%
- Viabilidad de conseguir Inversores. 5%

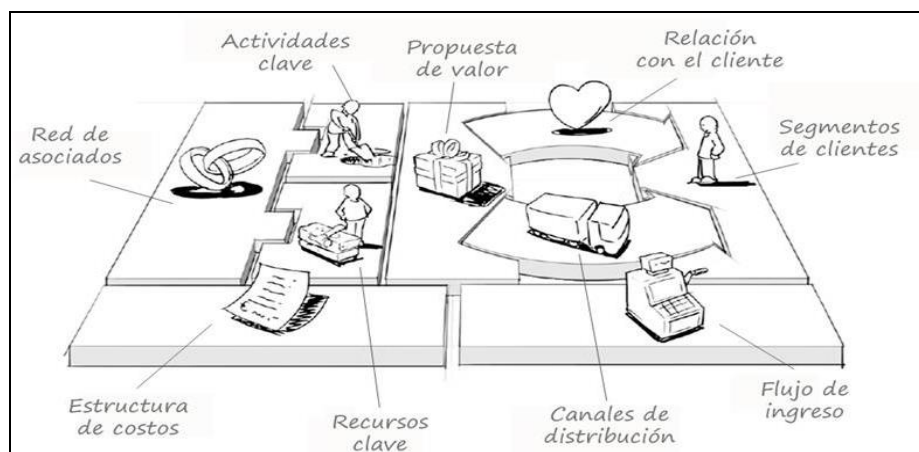
Para la segunda etapa de evaluación, "Pitch" se evaluará lo siguiente:

- Oportunidad de negocio: debe transmitirse que el proyecto es claramente una oportunidad de negocio. 35%
- Propuesta de valor: Explicar la esencia del proyecto, como va a solucionar el problema o satisfacer la necesidad previamente explicada. 25%
- Entendible: se debe mencionar lo trascendente. 20%
- Claridad del mensaje sobre la idea de negocio. 10%
- Buena expresión oral: dicción, fluidez, claridad, coherencia. 10%



Anexo VI: Modelo CANVAS

El modelo CANVAS es una herramienta potente y sencilla para facilitar el desarrollo y la comprensión de un modelo de negocio. Se trata de una plantilla o “lienzo” que te ayudará a visualizar las diferentes áreas de valor de tu empresa y cómo deben relacionarse unas con otras, para que tu idea de negocio pueda convertirse en una empresa viable.



Beneficios del modelo CANVAS:

- Visualiza fácilmente todas las áreas de las que se compone tu empresa y las relaciones que deben existir entre ellas en una sola hoja. Te ayudará a no dejar “cabos sueltos”
- Modelo de negocio vivo, dinámico y cambiante: la metodología Canvas te permite detectar nuevas áreas de valor en tu empresa, nuevas oportunidades e incorporarlas a tu modelo de negocio de manera coherente y pudiendo prever las nuevas relaciones que deben generarse para integrar esa nueva área con el resto.
- Simplifica el trabajo en equipo: La herramienta que nos propone la metodología Canvas es especialmente útil a la hora de trabajar en equipo, puesto que cada vez que introduzcamos o quitemos de la plantilla un nuevo Factor, todo el equipo verá cómo se ven afectadas el resto de áreas de la empresa y qué modificaciones se requieren.

Es importante que a la hora de completar tu plantilla Canvas sigas el orden adecuado. El modelo Canvas ha sido formulado para poner el acento en la propuesta de valor y en el cliente, y es por ello que éstas serán las primeras áreas que deberás completar y que condicionarán lo que después se haga en el resto de áreas.

Es decir, crearemos nuestro modelo de negocio en base a las necesidades del cliente, basándonos en un conocimiento profundo de nuestro target, y en cómo nuestra oferta debe

adaptarse al cliente y no al revés.

Para comenzar con el modelo debemos seguir los siguientes pasos: (Seguir el orden según numeración).



1. Segmento de CLIENTES

1.1 Lo principal a definir en este bloque es:

- Definir para quienes estamos creando valor.
- Definir quiénes son nuestros clientes más importantes.

1.2 Responder a las siguientes preguntas:

- ¿Está claramente definido nuestro segmento de clientes a atender? ¿Nuestro apoyo está orientado a todos los clientes en general o a algún nicho específico?
- ¿Cuáles son nuestros segmentos de clientes más importantes?
- ¿Atendemos uno o varios segmentos de clientes? ¿En el segundo caso, son sinérgicos o generan pérdida de especialización y efectividad?
- ¿Qué es lo que los atrae? ¿Por qué canales?
- ¿Que los motiva, que demandan los clientes del segmento? ¿Qué parte de la necesidad está atendida?

1.3 Acciones: Define uno o varios segmentos de clientes a los que nos dirigimos. Para cada segmento identificamos:

- Necesidades distintas
- Diferentes canales de distribución
- Diferentes tipos de relación
- Diferentes márgenes de beneficios
- Características de la oferta por las que están dispuestos a pagar
- Tipos de segmentación:
 - Mass market: a todo el mercado
 - Nichos

La segmentación de mercado consiste en dividir un mercado en grupos de individuos más pequeños que tengan características y necesidades semejantes para poder atenderles de forma específica y diferenciada.

Pocas compañías son lo suficientemente grandes como para satisfacer las necesidades de todo un mercado. La mayoría debe separar la demanda total en segmentos y elegir solamente aquellos para los que se tenga la capacidad de atender.

2. Propuesta de VALOR

2.1 Lo principal a definir en este bloque es:

- Definir el Valor a entregar al cliente.
- Definir que problemas le estamos solucionando a nuestros clientes.
- Definir que necesidades estamos satisfaciendo.

2.2 Responder a las siguientes preguntas:

- ¿Qué valor real se le entrega a los clientes?
- ¿Cuáles de sus problemas se le ayudará a resolver?
- ¿A qué necesidad de los clientes se le dará satisfacción?
- ¿Cuáles son los servicios que responden a esas necesidades?
- ¿Cuál es el valor diferencial que les ofrecemos?
- ¿Qué es lo que más valoran de nuestra propuesta?

2.3 Acciones: Piensa en la suma de beneficios que la empresa ofrece a sus clientes, más que en los productos o servicios que ofrecerás.

- Define propuestas de valor diferentes para cada segmento
- Algunos elementos que crean valor para el cliente
- Novedad: relacionado con tecnología

- Mejoras en el producto o en la prestación de servicios
- Customizar
- Ayudar al cliente a realizar un trabajo
- Diseño
- Marca
- Precio

2.4 ¿Qué es la propuesta de valor?

La propuesta de valor es aquello que tu empresa hace mejor que la competencia y que supone una ventaja o beneficio diferencial para el cliente cuando este trata de suplir una necesidad o resolver un problema.

Por tanto decimos que se crea valor para el cliente cuando nuestro producto o servicio consigue resolverle un problema o necesidad de manera satisfactoria, y además el beneficio que percibe el consumidor es superior al precio que se paga por él.

La necesidad no tiene por qué ser algo físico y tangible, también puede tratarse de otro tipo de necesidades más abstractas como la necesidad de comunicación, o la necesidad de aceptación y pertenencia a un grupo social.

La clave está en la diferenciación. El consumidor necesita que le transmitas claramente qué es lo que te diferencia del resto de soluciones en el mercado. Además debe percibir dicha diferenciación como algo suficientemente ventajoso como para comprarte a ti y no a otro.

Diferenciarte claramente del resto de soluciones que aporta el mercado es VITAL para la supervivencia de tu negocio.

3. Canales

3.1 Lo principal a definir en este bloque es:

- Definir los canales que prefieren mis clientes para ser contactados.
- Definir como estamos contactados con ellos actualmente.
- Definir que canal funciona mejor.
- Definir la manera de integrar los canales a la rutina de los clientes

3.2 Responder a las siguientes preguntas:

- ¿Qué medios de comunicación utilizamos actualmente?
- ¿Son claras las convocatorias y comunicados que se realizan?
- ¿Cuál es el canal que es más eficiente – costos?

- Importante reflexionar sobre: ¿Son nuestras modalidades de trabajo (forma de entregar propuesta de valor) las que se adaptan al perfil del cliente de interés (localización, agenda de trabajo, horarios, frecuencia, requisito de presencia que imponemos, otros)?

3.3 Acciones: Describe cómo comunicar y llegar al segmento de clientes para entregarles la propuesta de valor. Los interfaces con el cliente: Comunicación, Distribución y Canales de venta. Funciones:

- Ayudar al cliente a que tome conciencia sobre nuestra propuesta de valor
- Ayudar al cliente a evaluar la propuesta de valor
- Facilitamos qué compre
- Servicio post-venta

4. Relación con el cliente

4.1 Lo principal a definir en este bloque es:

- Definir la relación con el cliente y de que manera la mantenemos.
- Definir el costo de la relación.
- Definir la integración con el resto del modelo de negocio.

4.2 Responder a las siguientes preguntas:

- ¿Qué tipo de relación establecemos con nuestros clientes? ¿De que manera esperan ellos que nos relacionemos? ¿Esta basada en la confianza cliente-institución?
- ¿Cuáles mecanismos hemos establecido?
- ¿Cuánto cuesta manejar esta relación?
- Esta relación que estamos estableciendo con el cliente ¿Qué esperamos inspire en sus proyectos? ¿Cómo logramos establecer una relación que nos ayude a construir reputación para ambas partes?

4.3 Acciones: Tipos de relaciones que se pueden establecer con el cliente:

- Relación personal: relaciones humanas
- Relación personal dedicada: KAM
- Self-services: el cliente se sirve sólo

- Servicios automatizados: relación con grabaciones, máquinas
- Communities: los clientes se relacionan entre ellos
- Co-creación

5. Ingresos

5.1 Lo principal a definir en este bloque es:

- Definir que están pagando actualmente los clientes, como pagan y como preferirían pagar.
- Definir el porcentaje de ingresos de cada línea (de clientes, costos o productos) respecto a los ingresos totales.

5.2 Responder a las siguientes preguntas:

- ¿Cuál es la forma que la Empresa genera sus ingresos (efectivo, créditos, débitos, cheques, transferencias, otros)?
- ¿Fuentes de ingresos de los clientes?
- ¿En qué medida les permiten generar una plataforma desde la cual sustentar una estrategia de desarrollo y fortalecimiento institucional?
- ¿De qué manera se desarrolla una estrategia de generación de ingresos?
- ¿En qué medidas las modalidades de generación de ingresos, nos permite cumplir con la misión?
- ¿Se participa de algún Programa de financiamiento estatal, cual y en que montos?
- ¿Se cuenta con algún sponsor que puede aportar (donación) y que montos?

5.3 Acciones:

- Representa el ingreso de dinero por cada segmento de clientes
- Dos tipos de ingresos:
 - Pago de una vez
 - Pagos recurrentes y pagos por servicios post-venta
- Diferentes maneras de generar ingresos, que tienen diferentes mecanismos de fijar el precio:
 - ✓ Venta de objetos: coche
 - ✓ Pago por Uso de un servicio: llamadas de teléfono, hotel
 - ✓ Pago por Suscripción: gimnasio
 - ✓ Préstamo, renting, leasing: uso de objeto por un periodo de tiempo
 - ✓ Uso de licencia
 - ✓ Servicio de Intermediación

- ✓ Anunciantes
- Hay dos tipos de mecanismos para fijar el precio:
 - ✓ Precio fijos: lista, características de la oferta, por segmento de mercado
 - ✓ Precios dinámicos: negociación, subasta, mercado

6. Recursos claves

6.1 Lo principal a definir en este bloque es:

- Definir los recursos claves que requiere nuestra propuesta de valor.
- Definir los recursos claves que requieren los canales de distribución.
- Definir los recursos claves que requieren la relación con el cliente.
- Definir los recursos claves que requieren las fuentes de ingresos.

6.2 Responder a las siguientes preguntas:

- ¿Se cuenta con el equipo de RRHH pertinente para las necesidades de los clientes?
- ¿Se cuenta con los recursos (físicos, intelectuales, financieros) disponibles para cubrir las necesidades de los clientes?

6.3 Acciones: Describe los activos más importantes que son necesarios para que su negocio funcione. Pueden ser propios, alquilados o comprados a otros. Tipos de recursos:

- Físicos
- Intelectuales: marcas, patentes, know-how
- Humanos: perfiles profesionales
- Financieros

7º Actividades claves

7.1 Lo principal a definir en este bloque es:

- Definir las actividades claves que se requieren realizar para poder hacer nuestra propuesta de valor.
- Definir las actividades claves que requieren nuestros canales de distribución.
- Definir las actividades claves que requieren nuestras fuentes de ingresos.

7.2 Responder a las siguientes preguntas:

- ¿Cuáles son los criterios claves de selección? ¿Cuál es la ruta de selección?
- ¿Se realiza un diagnóstico de las necesidades del cliente?
- ¿Cuál es la estrategia de networking pertinente para los clientes y como los apoyamos en este aspecto clave?
- ¿Se cuenta con un sistema para escuchar la voz del cliente en la gestión institucional?
- ¿Se cuenta con un sistema de aprendizaje institucional basado en la evaluación, la reflexión sobre las acciones y las buenas practicas?
- ¿Se cuenta con una agenda de fortalecimiento institucional acorde al perfil del trabajo a realizar con los clientes?

7.3 Acciones: Describe las actividades más importantes que debe realizar la empresa para que su modelo de negocio funcione. Tipos:

- Producir
- Atender cliente
- Solucionar problemas
- Plataforma/ Network

8. Alianzas claves

8.1 Lo principal a definir en este bloque es:

- Definir socios claves.
- Definir proveedores.
- Definir recursos claves que estamos adquiriendo de los socios.
- Definir las actividades claves que hacen los socios.

8.2 Responder a las siguientes preguntas:

- ¿Conocemos nuestros Stakeholders? ¿Hemos generado algún tipo de alianza?
- ¿En qué medida contamos con alianzas adecuadas con inversores?
- ¿Cuáles son las instituciones gubernamentales claves para contactar y articularse?
- ¿Hemos identificado y generado alianzas con los personajes claves en temas de innovación con los que deberíamos conectarnos?
- ¿En qué medida empresas de la industria deberían estar vinculadas a la institución?
- ¿En qué medidas se han identificado los modelos inspiradores claves para los emprendedores, ha sido posible generar contactos y vínculos con ellos?

8.3 Acciones: Describe el Network de proveedores y socios que hace que el modelo de negocio funcione. Para optimizar su negocio, reducir riesgos y adquirir recursos clave. Tipos de

relaciones:

- Alianzas estratégicas entre no competidores
- Alianzas con competidores
- Joint-ventures: poner en marcha nuevos negocios
- Alianzas con proveedores para asegurar activos
- Tres motivaciones para crear relaciones:
- Optimizar economías de escala
- Reducir riesgos e incertidumbre
- Adquirir un particular activo o recurso

8.4 Stakeholders: Son los grupos que tienen interés en que la empresa sobreviva. Estos grupos de interés (personas u organizaciones) pueden afectar o verse afectados por las decisiones de la empresa de la que están interesados

- Intereses Directos o niveles internos: Propietarios, Directivos, Trabajadores, Proveedores, Clientes-
- Intereses indirectos o niveles externos: Administración pública, Competidores, Defensores de los clientes, Ecologistas, Grupos de intereses específicas, Comunidad local, Sociedad en general, Medios de comunicación

9. Costos

9.1 Lo principal a definir en este bloque es:

- Definir los costos más importantes de nuestro modelo de negocio.
- Definir los recursos claves más caros.
- Definir las actividades claves más caras.

9.2 Responder a las siguientes preguntas:

- ¿Cuáles son los costos más importantes inherentes a la institución y sus actividades?
- ¿Qué recursos claves son más costosos?
- ¿Qué actividades principales son más costosas?
- ¿Cuál es el nivel de eficiencia con el que trabajamos?

9.3 Acciones: Describe todo el coste en el que incurre la empresa para desarrollar su modelo de negocio. Dos modelos de estructura de coste:

- Cost driven: se centra en disminuir costos en donde sea posible, automatizando, simplificando, etc. (Ryanair)
- Value driven: se centran en crear valor al cliente (hotel de lujo)

CONCURSO EMPRENDE U 2015

- Características de la estructura de costos:
- Costos fijos
- Costos variables
- Economías de escala
- Economías de alcance

Obviamente, los costos deben minimizarse en todos los modelos de negocio. No obstante, las estructuras de bajo coste son más importantes en algunos modelos que en otros, por lo que puede resultar de utilidad distinguir entre dos amplias clases de estructuras de costos: según costos y según valor (muchos modelos de negocio se encuentran entre estos dos extremos).

Anexo VII

Elevator Pitch

1. ¿Qué es un Elevator Pitch?

Elevator pitch es una herramienta fundamental para potenciar la capacidad de generar contactos para tu emprendimiento. Su nombre surge porque el disparador es: ¿qué le dirías a un potencial inversor si te lo cruzas en un ascensor?

En cualquier etapa que se encuentre tu proyecto siempre vas a tener oportunidad de encontrarte con una persona que pueda abrirte puertas, financiarte o ser un potencial cliente. Es por ello que debés estar listo para contarle tu proyecto.

Esta herramienta consiste en transmitir el proyecto en lo que dura un viaje de ascensor, (en no más de 2 minutos). Recordá que con un elevator pitch no vas a conseguir que invierta en tu proyecto, el objetivo es obtener una próxima reunión.

2. ¿Qué características debe tener?

2.1 Ir al punto: Se debe tener claridad sobre lo que se desea y el pitch tiene que estar apuntado a ello. Cada proyecto tiene muchos aspectos que pueden obviarse en ésta instancia de presentación.

2.2 Entendible: No se debe centrar en aspectos técnicos, se debe mencionar el core business. Lo trascendente.

2.3 Oportunidad de negocio: Si se desea conseguir un inversor, debe transmitirse que el proyecto es claramente una oportunidad de negocio. Si el pitch está focalizado a otro objetivo, debe transmitir que con el proyecto se alcanzará el mismo.

2.4 Irrefutable: En ésta instancia no pueden quedar dudas en ningún aspecto presentado y todo debe sonar lógico.

3. ¿Qué debería considerar a la hora de armarlo?

Siempre se debe contextualizar el escenario donde se presentará el proyecto y tener presente lo que el oyente desea escuchar. Generalmente se sugiere que todo pitch cuente con:

CONCURSO
EMPRENDE U
2015

3.1 Disparador: Para llamar la atención. Un dato estadístico innegable generalmente es la mejor herramienta.

3.2 Problema: Definir qué necesidad / problema se identificó y que va a ser resuelto por el proyecto.

3.3 Propuesta de valor: Explicar la esencia del proyecto, como va a solucionar el problema o satisfacer la necesidad previamente explicada.

3.4 Monetización: Cómo se va a cobrar. Cómo se va a generar caja.

3.5 Mercado: Quién es nuestro principal cliente. Mencionar aspectos distintivos. Si es fácilmente escalable, no obviar mencionarlo.

3.6 Competidores: Contra quién estamos compitiendo y cuál va a ser la forma de diferenciarse.

3.7 Generar el contacto: No deberías irte sin el contacto para poder generar una segunda instancia de presentación.

Ahora, a practicar el tuyo. ¿Te animás? Controlá el tiempo.

Este documento sirve para acompañar la capacitación:

http://prezi.com/72_hyxbbsfx8/?utm_campaign=share&utm_medium=copy&rc=ex0share