

FACULTAD DE NEGOCIOS

EXPOINNOVA

Investigación, Desarrollo e Innovación

(I+D+i)

2026-1

"Transformación y Negocios Digitales"

Énfasis en los:

ODS 2 Hambre cero

ODS 8 Trabajo Decente y crecimiento económico

ODS 9 Industria, Innovación e infraestructuras

ODS 12 Producción y consumo responsables

Alineado a los

Objetivos de desarrollo Sostenible (ODS)



¿Qué es la Feria EXPOINNOVA?

Es una actividad académica resultante del trabajo entre docentes y estudiantes durante un ciclo académico, producto de la ejecución del silabo de algunas asignaturas alineadas a los componentes: Emprendimiento, Investigación y Responsabilidad Social.

La Feria EXPOINNOVA tiene por objetivo dar a conocer a la comunidad en general los proyectos desarrollados en los diferentes cursos de una carrera, a través de la presentación y exposición de los Productos Mínimo-Viables respectivos.

Los Docentes promueven la formación de equipos en sus cursos y **trabajando sobre los “Logros” de cada curso**, fomentan el **desarrollo de propuestas y proyectos que cuenten con una innovación de producto** (bien o servicio), **proceso, o modelo de negocio**, cuya propuesta debe contar con la descripción por lo menos a nivel de “producto mínimo viable” (PMV); **respondiendo a una oportunidad o necesidad detectada desde la demanda de la comunidad**.

Para los fines de la presente actividad, **se entiende por producto mínimo viable (PMV) a la presentación de la ejecución de la propuesta o proyecto planteado a nivel demostrativo o la nueva versión de un nuevo proceso, servicio, forma de comercialización o producto**; que permita demostrar las funcionalidades y beneficios de la propuesta elaborada

En el año 2026 la Feria EXPOINNOVA se enfocará en la "Transformación y Negocios Digitales" a partir de ideas innovadoras alineadas al contexto empresarial.

Asimismo, las ideas y proyectos deberán estar alineado a los Objetivos de desarrollo Sostenible (ODS), con Énfasis en los ODS 2 Hambre cero, ODS 8 Trabajo Decente y crecimiento económico, ODS 9 Industria, Innovación e infraestructuras y ODS 12 Producción y consumo responsables; a fin de contribuir a crear un mundo mejor.

¿Por qué desarrollar la Feria EXPOINNOVA?

El modelo educativo de la UPN es único e innovador y diseñado por etapas, centrado en el desarrollo del estudiante, atendiendo todas sus necesidades a lo largo de su vida universitaria, logrando así orientar, ordenar y determinar todas las acciones y decisiones que se toman en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

La Feria EXPOINNOVA comprende trabajar en las siguientes etapas:



Modelo Educativo 4.0 UPN (4/2/2025) – 5.1.5 Acompañamiento y enfoque en el estudiante: Etapas del acompañamiento al estudiante

a. Etapa 01 Inspiración - Ciclos Iniciales

En esta etapa el estudiante ingresa a un mundo académico desconocido.

Necesita de un docente mentor que le ayude a desarrollar las nuevas habilidades que la

universidad exige, guiándolo y motivándolo en su inicio a la vida universitaria, con el fin de formar personal responsable que logren sus objetivos.

- Docente Mentor
- Liderazgo Personal.

b. Etapa 02 Co-Creación - Ciclos Intermedios

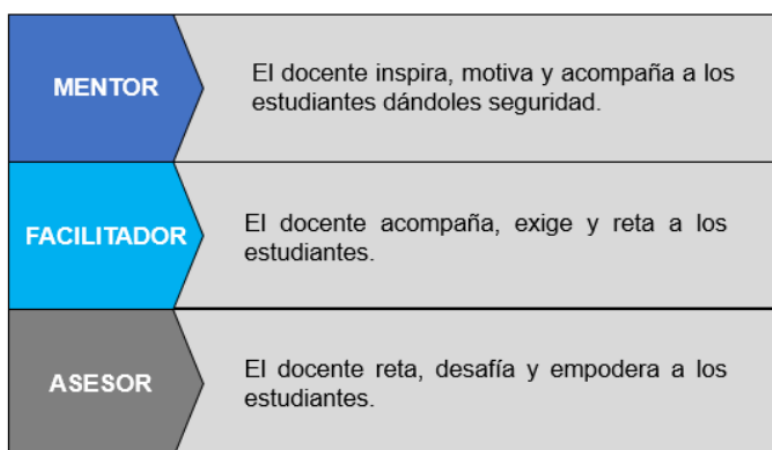
Esta etapa el estudiante busca la exigencia por el creciente interés de los cursos de carrera, pero al mismo tiempo quiere un balance con su vida personal. Necesita un docente que acompañe y exija construyendo el conocimiento con el estudiante fomentando el trabajo colaborativo e interdisciplinario con casos y proyectos.

- Docente Facilitador
- Liderazgo Interpersonal.

c. Etapa 03 Consolidación de competencias - Ciclos Avanzados

En esta etapa el estudiante y egresados buscan la libertad y la flexibilidad, es decir la autonomía para aprender y aplicar la teoría aprendida a la vida real. Necesitan de un Docente que empoderé al estudiante ubicándolo en una cuasi realidad profesional, en donde se entreguen desafíos para asumir los retos de su vida personal y profesional.

- Docente Asesor
- Liderazgo Social.



Modelo Educativo 4.0 UPN (4/2/2025)

4.2.2.1 Estilos de facilitación del docente: Los estilos de facilitación del docente

El perfil de competencias docente UPN se compone de las siguientes 6 competencias:

	01 VALORA LA DIVERSIDAD	La propuesta metodológica del docente (sesiones de aprendizaje, materiales y organización de su aula virtual) responde a las diversas características identificadas en el perfil de sus estudiantes. Explora e integra las diferencias individuales y perspectivas de los estudiantes en el proceso de enseñanza, reforzando y/o rescatando, a partir de sus opiniones la riqueza de lo diverso.
	02 DISEÑA SESIONES DE APRENDIZAJE	Diseña sesiones de aprendizaje con actividades formales y/o no formales (extracurriculares) alineadas al logro de las competencias generales y específicas del curso, incorporando estrategias pedagógicas y herramientas(digitales y/o de IA) para crear espacios de aprendizaje interactivos e inclusivos, midiendo e identificando las brechas entre el desempeño del estudiante y el logro de las competencias de curso.
	03 FACILITA EL PROCESO DE APRENDIZAJE	Co-crea con el estudiante un espacio de aprendizaje que inspira al estudiante, compartiendo experiencias profesionales y situaciones donde los estudiantes tendrán la oportunidad de aplicar lo aprendido, incorporando actividades colaborativas que proporcionen una experiencia de aprendizaje significativa, generando permanentemente espacios de reflexión donde se absuelvan y aclaren consultas.
	04 COMUNICA CON EFECTIVIDAD	Se comunica de forma efectiva, asertiva y empática, en entornos presenciales o digitales, de manera oral o por escrito, personalizando el contenido de sus mensajes al perfil del estudiante facilitando su comprensión, empleando recursos no verbales (gestos, pausas y matices en los tonos de voz) promoviendo la atención sostenida de los estudiantes. Emplea la escucha activa, sin juzgar o criticar.
	05 RETROALIMENTA	Ofrece retroalimentación tanto formal, mediante una rúbrica que ha sido compartida y explicada detalladamente, espontánea y recurrente durante la sesión de aprendizaje, brindando recomendaciones con un enfoque constructivo que permita identificar áreas significativas para mejorar.
	06 FORMA PERSONAS RESPONSABLES Y AUTÓNOMAS	Desarrolla el sentido de responsabilidad en los estudiantes, estableciendo logros de aprendizaje con criterios que les permitan identificar lo que significa "un desempeño esperado", plantendoles retos y diseñando con ellos un plan de acción para lograrlos, haciendo que tomen conciencia del control que ellos tienen sobre sus resultados y enfatizando el "beneficio" que tendrá para su vida profesional el alcanzarlos.

Modelo Educativo 4.0 UPN (4/2/2025)

4.2.2.2 Las competencias del docente: Perfil de competencias docente UPN.

Figura 1. Las competencias generales del estudiante UPN



Modelo Educativo 4.0 UPN (4/2/2025)

3.3 Las competencias generales de un estudiante UPN: Las competencias generales del estudiante UPN

¿Cuáles son los Objetivos de la Feria EXPOINNOVA?

1. Fomentar en nuestros estudiantes y egresados la capacidad de I+D+I (Investigación, Desarrollo e innovación), como parte del proceso de acreditación de las carreras de la Facultad de Negocios.
2. Fomentar el espíritu creativo y emprendedor de nuestros estudiantes y egresados, con proyectos que deben ser altamente innovadores.
3. Apoyar la puesta en marcha de ideas innovadoras de negocios, soluciones que respondan al nuevo entorno para los Negocios generado por la Pandemia COVID 19,

- alineados a los Objetivos de Desarrollo Sostenible – ODS, con énfasis en los ODS 2 Hambre cero, ODS 8 Trabajo Decente y crecimiento económico, ODS 9 Industria, Innovación e infraestructuras y ODS 12 Producción y consumo responsables (Anexo 1).
4. Promover la economía circular en procesos escalables y sobre todo sostenibles.
 5. Tener un Registro de Empresarios con ADN UPN entre los estudiantes y egresados de la Facultad de Negocios, así como una Base de Registro de Proyectos a nivel nacional de la Facultad de Negocios, a fin de poder clasificarlas y monitorear su avance en su consolidación a una empresa formal. Adicionalmente, tenerlos como representantes de la Facultad de Negocios de la UPN para concurso nacionales e internacionales.
 6. Reconocer y premiar el desempeño emprendedor de los estudiantes y egresados.
 7. Generar proyectos de negocios que permitan que el país pueda afrontar situación económica generada por la pandemia post-COVID 19 y desastres o fenómenos naturales.

¿Quiénes participan?

Docentes y estudiantes UG, WA y WA CAD de las asignaturas alineadas a los componentes: Emprendimiento, Investigación y Responsabilidad Social. Los cursos están definidos por los Coordinadores de carrera y Especialistas de Facultad. Asimismo, los estudiantes y egresados que tengan un emprendimiento en funcionamiento.

¿Cuáles son los requisitos para participar?

Ser estudiante de la UPN y estar matriculado en el ciclo lectivo 2026-1 o ser egresado de la UPN.

¿Cuáles son las categorías y cursos participantes en la Feria EXPOINNOVA?

CATEGORÍA	CARRERA	CURSOS	CICLO
CATEGORÍA 1: EMPRENDE	ADM-AGEM	Generación de ideas de negocio y formalización empresarial	1
	ANI-NNII		
	AMK-MKI		
	AGC		
	ABF		
	AST		
	GGR		
	ECO		
	ENI		
	CYF		
	AGT		
	AGP		

CATEGORÍA 2: DUEÑOS DE TU DESTINO	ADM-AGEM	Marketing	6
	ANI-NNII	Comercio Internacional Gestión del Comercio Internacional Taller de Desarrollo de Productos Internacionales	4
	AMK-MKI	Branding Implementación	3 6
	AGC	Negociaciones Comerciales Negocios Digitales	3 6
	ABF	Innovación y Disrupción para Gestión del Cambio Negocios Internacionales	5 7
	AST	Agencias de Viaje Operaciones de Bar y Bebidas	6 6
	GGR	Operaciones de Bar y Bebidas	6
	ECO	Gestión de los Recursos Naturales Teoría de Portafolio	5 6
	ENI	Teoría de Portafolio Comercio Internacional	4 6
	CYF	Informática Contable	4
	AGT	Innovación y Disrupción para Gestión del Cambio	5
	AGP	Gobierno Electrónico, Transparencia y Gobierno Abierto	6
	CATEGORÍA 3: ADN UPN	ADM-AGEM	Gerencia de Proyectos (PE 2023) Egresados con emprendimientos
ANI-NNII		Desarrollo de Productos Internacionales Egresados con Emprendimientos	8
AMK-MKI		Desarrollo y Lanzamiento de nuevos productos Egresados con Emprendimientos	7 Todos
AGC		Ergonomía Comercial Egresados con Emprendimientos	8 Todos
ABF		English for Business 3 Business Intelligence	7
AST		Proyectos Turísticos	10
GGR		Proyectos Turísticos	10
ECO		Proyectos de Inversión 1 Proyectos de Inversión 2	9 10
ENI		Marketing Internacional	9
CYF		Contabilidad de Gerencia	10
AGP		Proyectos de Inversión Pública y el Sistema Nacional de Inversión	7
AGT		Business Intelligence	7

¿Qué desafíos puedes presentar en tus ideas y planes de negocio?

Nuestra universidad promueve las siguientes líneas de investigación:

Líneas y Sublíneas de Investigación de los Programas Académicos de la Facultad de Negocios

Línea de Investigación	Despliegue de las líneas de investigación (sublíneas), por carrera	NEGOCIOS											
		Administración Bancaria y Financiera	Administración y Gestión Comercial	Administración y Gestión del Talento Humano	Administración y Gestión Pública	Administración y Marketing	Administración y Negocios Internacionales	Administración y Servicios Turísticos	Administración	Contabilidad y Finanzas	Economía y Negocios Internacionales	Economía	Gastronomía y Servicios de Restaurantes
Desarrollo sostenible y Gestión empresarial	Actividad empresarial sostenible. Derecho ambiental.	X	X			X	X	X	X		X		X
	Alimentos orgánicos y funcionales. Biotecnología alimentaria. Biocombustibles. Envases biodegradables.					X	X						X
	Business intelligence (BI). E.business. Enterprise resource planning (ERP). Gestión de información contable.	X	X			X	X		X	X	X		
	Ciudades sostenibles. Turismo sostenible. Las relaciones civiles y la armonía social.					X		X			X	X	X
	Comunicación en la empresa. Audiencias y opinión pública.		X	X		X	X	X	X				X
	Comunicación interna y externa, pública, discurso empresarial.								X				
	Comunicación publicitaria y corporativa.					X							
	Comunicación y responsabilidad social. Comunicación audiovisual para el desarrollo.												X
	Desarrollo de productos y servicios con economía circular.						X				X	X	
	Discursos y narrativas en medios de comunicación asociados a la memoria y la identidad colectiva. Prensa, imágenes e ideologías.										X		
	Gestión de MPPE y PYME. Planeamiento tributario. Econometría.	X	X		X	X	X	X		X	X	X	X
	Gestión educativa: pedagogía, aprendizaje, currículo, evaluación, planificación y sistemas.								X				X
	Innovación, tecnología y emprendimiento social.		X			X	X		X				
	Remediación ambiental. Biominería. Gestión de residuos y excedentes industriales. Tratamiento y reutilización de aguas residuales.												X
Salud pública y Poblaciones vulnerables	Responsabilidad social empresarial (RSE). Sistemas integrados de gestión. Empresa y desarrollo, incidencia a través de los medios ony open el comportamiento con fines sociales y solidarios.	X	X			X	X	X		X	X	X	X
	Comunicación y cooperación para la resolución de conflictos sociales y el desarrollo sostenible.										X		
	Conocimientos, percepciones y actitudes para el mejoramiento de la salud.	X							X		X		
	Derechos fundamentales. Calidad de vida en personas discapacitadas y con habilidades diferentes.								X		X		X
	Diseño de equipos, herramientas y accesorios para la salud y bienestar social.										X	X	
	Estrategias frente a la anemia, malnutrición y síndrome metabólico.	X											X
	Género, etnicidad, movilidad y diversidad sociocultural en relación a medios de comunicación.												X
	Multiculturalidad. Equidad de género.	X					X		X		X	X	X
	Prevención de conflictos sociales: feminicidio, violencia doméstica, violencia sexual, maltrato infantil.												X
	Procesos de comunicación social vinculados a los derechos humanos y cultura de paz.										X		
Tecnologías emergentes	Promoción del envejecimiento exitoso.			X									
	Salud mental. Salud materna, perinatal y neonatal. Psicología infanto juvenil.			X		X	X	X		X			X
	Salud ocupacional.		X				X		X				X
	Urbanismo, saneamiento. Movilidad urbana.												X
	Ciencias básicas: educacional, cultural, teórica y experimental. Data modeling.								X		X	X	
	Comportamiento del consumidor, posicionamiento y procesos de comunicación integral.		X			X							
	Data mining. Machine/deep learning. Internet of things (IoT). Augmented reality (AR). Smart warehousing.					X							X
	Internet, redes sociales y cultura de masas.					X							
	Investigación aplicada en equipamientos y diseños inteligentes.										X		
	Nanotecnología. Nanomateriales. Modelo de materiales. Nuevos materiales y aplicaciones, procesos y productos.												X
Tecnologías emergentes	Nuevas tecnologías y sistemas de construcción. Building information modeling (BIM). Smart cities.									X	X	X	
	Nuevas tecnologías y usos en comunicación. Análisis de experiencia de usuario. Fidelización del consumidor.												
	Usuarios/discursos/agendas/empresas.	X	X			X	X	X	X			X	
	Teleeducación. Andragogía. Pedagogía inclusiva y para necesidades especiales.						X		X			X	X

Resolución Rectoral n° 026-2023-UPN (14/06/2023)
Anexo 5: Facultad de Negocios

¿Cuál es el procedimiento para participar en la Feria EXPOINNOVA?

Semifinal - Campus:

- Se realizará una Semifinal – Campus como Facultad de Negocios en la categoría 1, de acuerdo con el cronograma establecido, en la modalidad presencial; con la participación de los clasificados del curso participante.
- Se realizará una Semifinal - Campus por carrera en las categorías 2 y 3, de acuerdo con el cronograma establecido, en la modalidad presencial; con la participación de los clasificados de todos los cursos participantes.
- Los equipos pueden estar conformados por equipos de entre 3 y 5 estudiantes de la carrera de acuerdo con los lineamientos para la formación de equipos de la UPN.

- La cantidad de equipos participantes en la semifinal dependerá de cada carrera/campus e incluye UG y WA, la gestión la liderará el equipo académico en sede.
- El docente responsable de cada clase, previamente seleccionada por la carrera, fomentará y monitoreará entre sus equipos en clase el desarrollo de proyectos innovadores, luego debe seleccionar a los mejores proyectos para participar en la Feria EXPOINNOVA, y presentarlos a su coordinación de carrera/campus con fecha límite delimitada en el cronograma del evento.
- Todo equipo seleccionado para la Semifinal - Campus debe contar los siguientes entregables relacionados a su idea de negocio:
 - Banner Digital (Anexo 02)
 - Video de presentación
 - Informe (Anexo 04)
- Todo equipo seleccionado para la Semifinal - Campus debe registrarse en el link gestionado por la facultad o carrera, en donde ingresará los datos de los participantes y cargará sus entregables.
- Cada coordinación de carrera y campus designará 2 jurados externos para la evaluación asincrónica de los entregables previo al evento y evaluación sincrónica durante el evento en vivo, en donde formulará preguntas a los equipos participantes (Anexo 03: RÚBRICA DE EVALUACIÓN - FERIA EXPOINNOVA).
- El jurado debe estar compuesto por 2 representantes externos a la comunidad UPN, al menos 1 de ellos debe ser egresado UPN; los coordinadores de carrera y campus se encargarán de la designación y del proceso de evaluación.
- Para WA CAD; la semifinal se realizará en la videoconferencia de clases, siendo el docente del curso el único jurado quien determine a los equipos finalistas.

Final Nacional - UPN:

- Se realizará una Final Nacional por Facultad para la categoría 1, de acuerdo con el cronograma establecido, en la modalidad virtual sincrónica; con la participación de los clasificados de todas las sedes de la UPN.
- Se realizará una Final Nacional por carrera para la categoría 2 y 3, de acuerdo con el cronograma establecido, en la modalidad virtual sincrónica; con la participación de los clasificados de todas las sedes de la UPN.
- Cada sede (categoría 1) y carrera (categoría 2 y 3) tendrá 1 finalista por campus y categoría, que han sido designados por el jurado. Para WA CAD, se tendrá 1 finalista por NRC y categoría.
- Todo equipo seleccionado para la Final Nacional debe contar los siguientes entregables potenciados relacionados a su idea de negocio:
 - Banner Digital (Anexo 02)
 - Video de presentación
 - Informe (Anexo 04)
- Todo equipo seleccionado para la Final Nacional debe registrarse en el link gestionado por la facultad o carrera, en donde ingresará los datos de los participantes y cargará sus entregables.
- La Final Nacional, organizada por los CEF de cada carrera, tendrá la misma dinámica de la Semifinal – Campus con respecto a la evaluación de los equipos participantes. Para WA CAD el jurado debe estar compuesto por 2 representantes externos a la comunidad UPN, preferiblemente egresados UPN; los CEF con el apoyo de los equipos académicos en sede se encargarán de la designación de jurados y del proceso de evaluación.

Campeón de Campeones Internacional (1ra Edición):

- Se realizará una etapa Internacional llamada Campeón de Campeones como Facultad de Negocios, de acuerdo con el cronograma establecido, en la modalidad virtual sincrónica; con la participación de el mejor equipo de cada HUB en la categoría 3 (no aplica para WA CAD).
- Se invitará a universidades aliadas del extranjero para que participen con 1-2 equipos cada una relacionadas a los negocios, los cuales han debido clasificarse internamente según las consideraciones de este evento.
- Todo equipo seleccionado para la Internacional debe contar los siguientes entregables potenciados relacionados a su idea de negocio:
 - Banner Digital (Anexo 02)
 - Video de presentación
 - Informe (Anexo 04)
- Todo equipo seleccionado para la etapa Internacional debe registrarse en el link gestionado por los organizadores, en donde ingresará los datos de los participantes y cargará sus entregables.
- La etapa Internacional, liderada por la UPN, implementará la evaluación de los proyectos y/o ideas de negocio a través de 1 jurado por cada universidad participante en modalidad híbrida; de manera asincrónica en la revisión de los entregables previo al evento en vivo (se les compartirá 2 días útiles antes del evento) y evaluación sincrónica durante el evento en vivo, en donde formularán preguntas a los equipos participantes (Anexo 03: RÚBRICA DE EVALUACIÓN - FERIA EXPOINNOVA / Campeón de Campeones Internacional).
- Los líderes académicos de cada universidad participante se encargarán de la designación del jurado que la representará; quienes deberán evaluar en línea a los equipos participantes a través de un Excel compartido al finalizar cada participación.
- Durante el evento en vivo, los equipos contarán con 5 minutos para desarrollar su Pitch, en el que podrán participar la cantidad de integrantes que cada equipo disponga y podrán compartir a través de la plataforma virtual utilizada la información que consideren (PPT, video, etc.) sin excederse del tiempo disponible; y con 2 minutos para la respuesta a las preguntas del jurado que no corresponde a su institución.
- Se determinarán los 3 primeros puestos al final del evento, a quienes se les expedirá una constancia según el orden de mérito obtenido.

¿Cuál es el cronograma de la Feria EXPOINNOVA?

Los horarios de la Semifinal - Campus deberán ser establecidos por los coordinadores y los horarios de la Final Nacional serán establecidos por los CEF.

Es importante elaborar las actas de los ganadores de cada campus y de la participación en la Final Nacional.

CRONOGRAMA FERIA EXPOINNOVA 2026-1				
SEMANA	FECHAS	ACCIÓN	RESPONSABLE	RECURSO
1	23 MAR - 29 MAR	EXPLICACIÓN DE LA FERIA EXPOINNOVA EN TODAS LAS CLASES DE LOS CURSOS PARTICIPANTES	DOCENTE	PRESENCIAL / BLACKBOARD
1-10	23 MAR - 31 MAY	DESARROLLO DE LAS IDEAS DE NEGOCIO Y ENTREGABLES DE LA FERIA EN TODAS LAS CLASES DE LOS CURSOS PARTICIPANTES	DOCENTE	PRESENCIAL / BLACKBOARD
11	1 JUN - 7 JUN	COMUNICACIÓN A LOS EQUIPOS CLASIFICADOS POR NRC	DOCENTE	BLACKBOARD
11	1 JUN - 7 JUN	ASESORÍA ASINCRÓNICA A LOS EQUIPOS CLASIFICADOS	DOCENTE	BLACKBOARD
11	1 JUN - 7 JUN	INSCRIPCIÓN DE LOS EQUIPOS CLASIFICADOS	DOCENTE	LINK DEL FORMULARIO (CADA CARRERA LO GESTIONA)
12	8 JUN - 14 JUN	SEMIFINAL - CAMPUS	COORDINADORES	TEAMS
13	15 JUN - 21 JUN	ASESORÍA ASINCRÓNICA A LOS GANADORES DE CAMPUS	DOCENTE	BLACKBOARD
13	15 JUN - 21 JUN	INSCRIPCIÓN DE LOS EQUIPOS FINALISTAS	DOCENTE	LINK DEL FORMULARIO (CADA CARRERA LO GESTIONA)
14	22 JUN - 28 JUN	FINAL NACIONAL	CEF COORDINADORES	TEAMS
15	29 JUN - 5 JUL	CAMPEÓN DE CAMPEONES INTERNACIONAL	CEF COORDINADORES	TEAMS

¿Cuáles son los entregables para participar en la Feria EXPOINNOVA?

Los Estudiantes y Egresados deberán elaborar y presentar lo siguiente para participar:

- Banner digital, según formato oficial que consta en el Anexo 02.
- Video de presentación de máximo 2 minutos, cargado en YouTube presentando al equipo, la problemática que soluciona el proyecto y su habilidad de vender su idea; utilizando el Elevator Pitch (<https://youtu.be/ypOUZwLA7KM>).
* El video de YouTube no debe contener el logo de UPN, puede ser editado en el programa que seleccione el equipo.
- Informe del proyecto modelo Canvas; conforme se detalla en el Anexo 04.
- El incumplimiento de los entregables descalifica automáticamente al equipo.

ANEXO 01. OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)

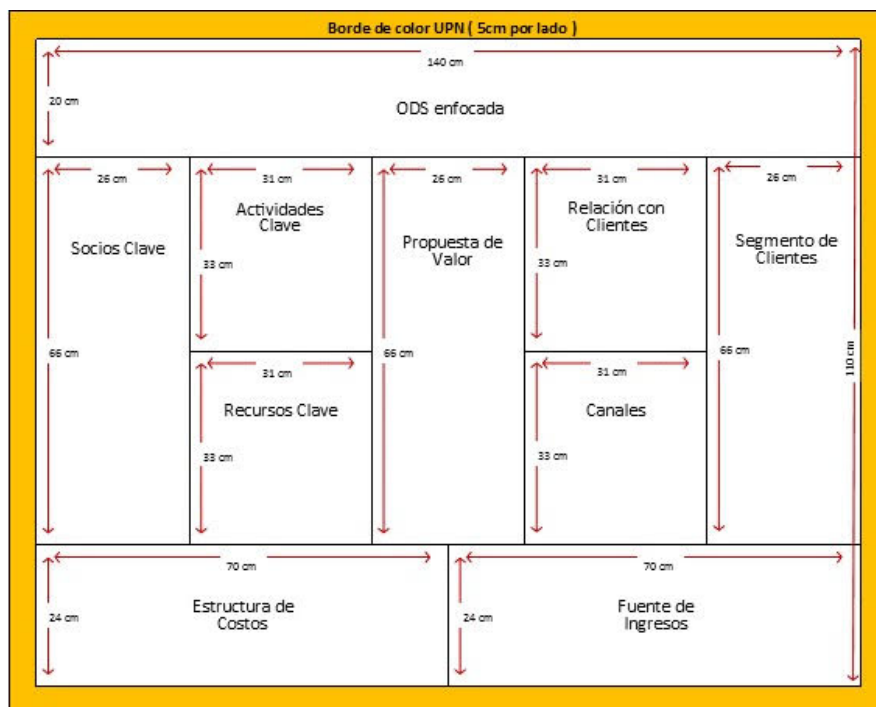
<https://youtu.be/MCKH5xk8X-g>

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



Énfasis en los ODS 2 Hambre cero, ODS 8 Trabajo Decente y crecimiento económico, ODS 9 Industria, Innovación e infraestructuras y ODS 12 Producción y consumo responsables.

ANEXO 02. MODELO CANVAS PARA BANNER DIGITAL



ANEXO 03: RÚBRICA DE EVALUACIÓN - FERIA EXPOINNOVA

Asignar un puntaje a cada criterio de evaluación, tomando en cuenta la siguiente escala:

- 1 = Deficiente
- 2 = Regular
- 3 = Bueno
- 4 = Muy bueno
- 5 = Excelente

RUBRICA DE EVALUACIÓN - FERIA EXPOINNOVA 2026-1						
CRITERIOS - CATEGORÍA 1	PUNTAJE (1-5)					PESOS
	1 - DEFICIENTE	2 - REGULAR	3 - BUENO	4 - MUY BUENO	5 - EXCELENTE	
GRADO DE INNOVACIÓN Y DIFERENCIACIÓN SOBRE LA OFERTA ACTUAL EN EL SEGMENTO ELEGIDO.	EL PROYECTO NO REFLEJA INNOVACIÓN NI DIFERENCIACIÓN EN EL SEGMENTO ELEGIDO.	EL PROYECTO REFLEJA PARCIALMENTE INNOVACIÓN Y DIFERENCIACIÓN EN EL SEGMENTO ELEGIDO.	EL PROYECTO REFLEJA INNOVACIÓN Y DIFERENCIACIÓN EN EL SEGMENTO ELEGIDO.	EL PROYECTO REFLEJA CLARAMENTE INNOVACIÓN Y DIFERENCIACIÓN EN EL SEGMENTO ELEGIDO.	EL PROYECTO REFLEJA TOTALMENTE INNOVACIÓN Y DIFERENCIACIÓN EN EL SEGMENTO ELEGIDO.	30%
PROPUESTA DE BENEFICIOS Y SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL EN EL TIEMPO.	LA PROPUESTA NO GENERA BENEFICIOS Y NO ES SOSTENIBLE EN EL TIEMPO.	LA PROPUESTA GENERA MÍNIMOS BENEFICIOS Y POCO SOSTENIBLE EN EL TIEMPO.	LA PROPUESTA GENERA BENEFICIOS Y ES SOSTENIBLE EN EL TIEMPO.	LA PROPUESTA GENERA INTERESANTES BENEFICIOS Y ES SOSTENIBLE EN EL TIEMPO.	LA PROPUESTA GENERA EXCELENTES BENEFICIOS Y ES SOSTENIBLE EN EL TIEMPO.	10%
LA SOLUCIÓN ESTÁ ALINEADA A LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS) Y RESUELVE EL PROBLEMA DE LOS USUARIOS.	LA SOLUCIÓN NO ESTÁ ALINEADA A LOS ODS Y NO RESUELVE EL PROBLEMA DE LOS USUARIOS.	LA SOLUCIÓN ESTÁ POCO ALINEADA A LOS ODS Y RESUELVE PARCIALMENTE EL PROBLEMA DE LOS USUARIOS.	LA SOLUCIÓN ESTÁ ALINEADA A LOS ODS Y RESUELVE EL PROBLEMA DE LOS USUARIOS.	LA SOLUCIÓN ESTÁ CLARAMENTE ALINEADA A LOS ODS Y RESUELVE EFICIENTEMENTE EL PROBLEMA DE LOS USUARIOS.	LA SOLUCIÓN ESTÁ TOTALMENTE ALINEADA A LOS ODS Y RESUELVE EFICIENTEMENTE EL PROBLEMA DE LOS USUARIOS.	20%
LA PRESENTACIÓN DEMUESTRA SER ESTRUCTURADA Y ORGANIZADA.	NO SE MUESTRA ESTRUCTURA Y ORGANIZACIÓN EN LA PRESENTACIÓN.	HASTA EL 60% DE LA PRESENTACIÓN TIENE UNA ESTRUCTURA Y UNA ORGANIZACIÓN DEFINIDA.	HASTA EL 80% DE LA PRESENTACIÓN TIENE UNA ESTRUCTURA Y UNA ORGANIZACIÓN DEFINIDA.	HASTA EL 90% DE LA PRESENTACIÓN TIENE UNA ESTRUCTURA Y UNA ORGANIZACIÓN DEFINIDA.	EL 100% DE LA PRESENTACIÓN TIENE UNA ESTRUCTURA Y UNA ORGANIZACIÓN DEFINIDA.	20%
LOGRARON CAPTAR LA ATENCIÓN DEL JURADO.	NO LOGRA CAPTAR LA ATENCIÓN DEL JURADO.	LOGRA CAPTAR LA ATENCIÓN DEL JURADO HASTA UN 60% DE LA EXPOSICIÓN.	LOGRA CAPTAR LA ATENCIÓN DEL JURADO HASTA UN 80% DE LA EXPOSICIÓN.	LOGRA CAPTAR LA ATENCIÓN DEL JURADO HASTA UN 90% DE LA EXPOSICIÓN.	LOGRA CAPTAR LA ATENCIÓN DEL JURADO DURANTE EL 100% DE LA EXPOSICIÓN.	20%
PUNTAJE TOTAL						100%

RUBRICA DE EVALUACIÓN - FERIA EXPOINNOVA 2026-1						
CRITERIOS - CATEGORÍA 2	PUNTAJE (1-5)					PESOS
	1 - DEFICIENTE	2 - REGULAR	3 - BUENO	4 - MUY BUENO	5 - EXCELENTE	
GRADO DE INNOVACIÓN Y DIFERENCIACIÓN SOBRE LA OFERTA ACTUAL EN EL SEGMENTO ELEGIDO.	EL PROYECTO NO REFLEJA INNOVACIÓN NI DIFERENCIACIÓN EN EL SEGMENTO ELEGIDO.	EL PROYECTO REFLEJA PARCIALMENTE INNOVACIÓN Y DIFERENCIACIÓN EN EL SEGMENTO ELEGIDO.	EL PROYECTO REFLEJA INNOVACIÓN Y DIFERENCIACIÓN EN EL SEGMENTO ELEGIDO.	EL PROYECTO REFLEJA CLARAMENTE INNOVACIÓN Y DIFERENCIACIÓN EN EL SEGMENTO ELEGIDO.	EL PROYECTO REFLEJA TOTALMENTE INNOVACIÓN Y DIFERENCIACIÓN EN EL SEGMENTO ELEGIDO.	20%
PROPUESTA DE BENEFICIOS Y SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL Y SOCIAL EN EL TIEMPO.	LA PROPUESTA NO GENERA BENEFICIOS Y NO ES SOSTENIBLE EN EL TIEMPO.	LA PROPUESTA GENERA MÍNIMOS BENEFICIOS Y POCO SOSTENIBLE EN EL TIEMPO.	LA PROPUESTA GENERA BENEFICIOS Y ES SOSTENIBLE EN EL TIEMPO.	LA PROPUESTA GENERA INTERESANTES BENEFICIOS Y ES SOSTENIBLE EN EL TIEMPO.	LA PROPUESTA GENERA EXCELENTES BENEFICIOS Y ES SOSTENIBLE EN EL TIEMPO.	20%
LA SOLUCIÓN ESTÁ ALINEADA A LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS) Y RESUELVE EL PROBLEMA DE LOS USUARIOS.	LA SOLUCIÓN NO ESTÁ ALINEADA A LOS ODS Y NO RESUELVE EL PROBLEMA DE LOS USUARIOS.	LA SOLUCIÓN ESTÁ POCO ALINEADA A LOS ODS Y RESUELVE PARCIALMENTE EL PROBLEMA DE LOS USUARIOS.	LA SOLUCIÓN ESTÁ ALINEADA A LOS ODS Y RESUELVE EL PROBLEMA DE LOS USUARIOS.	LA SOLUCIÓN ESTÁ CLARAMENTE ALINEADA A LOS ODS Y RESUELVE EFICIENTEMENTE EL PROBLEMA DE LOS USUARIOS.	LA SOLUCIÓN ESTÁ TOTALMENTE ALINEADA A LOS ODS Y RESUELVE EFICIENTEMENTE EL PROBLEMA DE LOS USUARIOS.	20%
LA PRESENTACIÓN DEMUESTRA SER ESTRUCTURADA Y ORGANIZADA.	NO SE MUESTRA ESTRUCTURA Y ORGANIZACIÓN EN LA PRESENTACIÓN.	HASTA EL 60% DE LA PRESENTACIÓN TIENE UNA ESTRUCTURA Y UNA ORGANIZACIÓN DEFINIDA.	HASTA EL 80% DE LA PRESENTACIÓN TIENE UNA ESTRUCTURA Y UNA ORGANIZACIÓN DEFINIDA.	HASTA EL 90% DE LA PRESENTACIÓN TIENE UNA ESTRUCTURA Y UNA ORGANIZACIÓN DEFINIDA.	EL 100% DE LA PRESENTACIÓN TIENE UNA ESTRUCTURA Y UNA ORGANIZACIÓN DEFINIDA.	20%
LOGRARON CAPTAR LA ATENCIÓN DEL JURADO.	NO LOGRA CAPTAR LA ATENCIÓN DEL JURADO.	LOGRA CAPTAR LA ATENCIÓN DEL JURADO HASTA UN 60% DE LA EXPOSICIÓN.	LOGRA CAPTAR LA ATENCIÓN DEL JURADO HASTA UN 80% DE LA EXPOSICIÓN.	LOGRA CAPTAR LA ATENCIÓN DEL JURADO HASTA UN 90% DE LA EXPOSICIÓN.	LOGRA CAPTAR LA ATENCIÓN DEL JURADO DURANTE EL 100% DE LA EXPOSICIÓN.	20%
PUNTAJE TOTAL						100%

RUBRICA DE EVALUACIÓN - FERIA EXPOINNOVA 2026-1						
CRITERIOS - CATEGORÍA 3	PUNTAJE (1-5)					PESOS
	1 - DEFICIENTE	2 - REGULAR	3 - BUENO	4 - MUY BUENO	5 - EXCELENTE	
GRADO DE INNOVACIÓN Y DIFERENCIACIÓN SOBRE LA OFERTA ACTUAL EN EL SEGMENTO ELEGIDO.	EL PROYECTO NO REFLEJA INNOVACIÓN NI DIFERENCIACIÓN EN EL SEGMENTO ELEGIDO.	EL PROYECTO REFLEJA PARCIALMENTE INNOVACIÓN Y DIFERENCIACIÓN EN EL SEGMENTO ELEGIDO.	EL PROYECTO REFLEJA INNOVACIÓN Y DIFERENCIACIÓN EN EL SEGMENTO ELEGIDO.	EL PROYECTO REFLEJA CLARAMENTE INNOVACIÓN Y DIFERENCIACIÓN EN EL SEGMENTO ELEGIDO.	EL PROYECTO REFLEJA TOTALMENTE INNOVACIÓN Y DIFERENCIACIÓN EN EL SEGMENTO ELEGIDO.	20%
PROPUESTA DE BENEFICIOS Y SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL, SOCIAL Y ECONÓMICO EN EL TIEMPO.	LA PROPUESTA NO GENERA BENEFICIOS Y NO ES SOSTENIBLE EN EL TIEMPO.	LA PROPUESTA GENERA MÍNIMOS BENEFICIOS Y POCO SOSTENIBLE EN EL TIEMPO.	LA PROPUESTA GENERA BENEFICIOS Y ES SOSTENIBLE EN EL TIEMPO.	LA PROPUESTA GENERA INTERESANTES BENEFICIOS Y ES SOSTENIBLE EN EL TIEMPO.	LA PROPUESTA GENERA EXCELENTES BENEFICIOS Y ES SOSTENIBLE EN EL TIEMPO.	20%
LA SOLUCIÓN ESTÁ ALINEADA A LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS) Y RESUELVE EL PROBLEMA DE LOS USUARIOS.	LA SOLUCIÓN NO ESTÁ ALINEADA A LOS ODS Y NO RESUELVE EL PROBLEMA DE LOS USUARIOS.	LA SOLUCIÓN ESTÁ POCO ALINEADA A LOS ODS Y RESUELVE PARCIALMENTE EL PROBLEMA DE LOS USUARIOS.	LA SOLUCIÓN ESTÁ ALINEADA A LOS ODS Y RESUELVE EL PROBLEMA DE LOS USUARIOS.	LA SOLUCIÓN ESTÁ CLARAMENTE ALINEADA A LOS ODS Y RESUELVE EFICIENTEMENTE EL PROBLEMA DE LOS USUARIOS.	LA SOLUCIÓN ESTÁ TOTALMENTE ALINEADA A LOS ODS Y RESUELVE EFICIENTEMENTE EL PROBLEMA DE LOS USUARIOS.	30%
LA PRESENTACIÓN DEMUESTRA SER ESTRUCTURADA Y ORGANIZADA.	NO SE MUESTRA ESTRUCTURA Y ORGANIZACIÓN EN LA PRESENTACIÓN.	HASTA EL 60% DE LA PRESENTACIÓN TIENE UNA ESTRUCTURA Y UNA ORGANIZACIÓN DEFINIDA.	HASTA EL 80% DE LA PRESENTACIÓN TIENE UNA ESTRUCTURA Y UNA ORGANIZACIÓN DEFINIDA.	HASTA EL 90% DE LA PRESENTACIÓN TIENE UNA ESTRUCTURA Y UNA ORGANIZACIÓN DEFINIDA.	EL 100% DE LA PRESENTACIÓN TIENE UNA ESTRUCTURA Y UNA ORGANIZACIÓN DEFINIDA.	20%
LOGRARON CAPTAR LA ATENCIÓN DEL JURADO.	NO LOGRA CAPTAR LA ATENCIÓN DEL JURADO.	LOGRA CAPTAR LA ATENCIÓN DEL JURADO HASTA UN 60% DE LA EXPOSICIÓN.	LOGRA CAPTAR LA ATENCIÓN DEL JURADO HASTA UN 80% DE LA EXPOSICIÓN.	LOGRA CAPTAR LA ATENCIÓN DEL JURADO HASTA UN 90% DE LA EXPOSICIÓN.	LOGRA CAPTAR LA ATENCIÓN DEL JURADO DURANTE EL 100% DE LA EXPOSICIÓN.	10%
PUNTAJE TOTAL						100%

Categoría 3; solo la carrera Administración y Negocios Internacionales:

RUBRICA DE EVALUACIÓN - FERIA EXPOINNOVA 2026-1						
CRITERIOS - CATEGORÍA 3	PUNTAJE (1-5)					PESOS
(Administración y Negocios Internacionales)	1 - DEFICIENTE	2 - REGULAR	3 - BUENO	4 - MUY BUENO	5 - EXCELENTE	
GRADO DE INNOVACIÓN Y/ADAPTACIÓN AL MERCADO INTERNACIONAL SOBRE LA OFERTA ACTUAL EN EL SEGMENTO ELEGIDO.	EL PROYECTO NO REFLEJA INNOVACIÓN Y/ADAPTACIÓN AL MERCADO INTERNACIONAL EN EL SEGMENTO ELEGIDO.	EL PROYECTO REFLEJA PARCIALMENTE INNOVACIÓN Y/ADAPTACIÓN AL MERCADO INTERNACIONAL EN EL SEGMENTO ELEGIDO	EL PROYECTO REFLEJA INNOVACIÓN Y/ADAPTACIÓN AL MERCADO INTERNACIONAL EN EL SEGMENTO ELEGIDO	EL PROYECTO REFLEJA CLARAMENTE INNOVACIÓN Y/ADAPTACIÓN AL MERCADO INTERNACIONAL EN EL SEGMENTO ELEGIDO	EL PROYECTO REFLEJA TOTALMENTE INNOVACIÓN Y/ADAPTACIÓN AL MERCADO INTERNACIONAL EN EL SEGMENTO ELEGIDO	20%
PROPUESTA DE BENEFICIOS Y SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL, SOCIAL Y ECONÓMICO EN EL TIEMPO.	LA PROPUESTA NO GENERA BENEFICIOS Y NO ES SOSTENIBLE EN EL TIEMPO	LA PROPUESTA GENERA MÍNIMOS BENEFICIOS Y POCO SOSTENIBLE EN EL TIEMPO	LA PROPUESTA GENERA BENEFICIOS Y ES SOSTENIBLE EN EL TIEMPO	LA PROPUESTA GENERA INTERESANTES BENEFICIOS Y ES SOSTENIBLE EN EL TIEMPO	LA PROPUESTA GENERA EXCELENTE BENEFICIOS Y ES SOSTENIBLE EN EL TIEMPO	20%
LA SOLUCIÓN ESTÁ ALINEADA A LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS) Y RESUELVE EL PROBLEMA DE LOS USUARIOS.	LA SOLUCIÓN NO ESTÁ ALINEADA A LOS ODS Y NO RESUELVE EL PROBLEMA DE LOS USUARIOS	LA SOLUCIÓN ESTÁ POCO ALINEADA A LOS ODS Y RESUELVE PARCIALMENTE EL PROBLEMA DE LOS USUARIOS	LA SOLUCIÓN ESTÁ ALINEADA A LOS ODS Y RESUELVE EL PROBLEMA DE LOS USUARIOS	LA SOLUCIÓN ESTÁ CLARAMENTE ALINEADA A LOS ODS Y RESUELVE EFICIENTEMENTE EL PROBLEMA DE LOS USUARIOS	LA SOLUCIÓN ESTÁ TOTALMENTE ALINEADA A LOS ODS Y RESUELVE EFICIENTEMENTE EL PROBLEMA DE LOS USUARIOS	30%
LA PRESENTACIÓN DEMUESTRA SER ESTRUCTURADA, ORGANIZADA Y SE DESARROLLA EN INGLÉS	NO SE MUESTRA ESTRUCTURA Y ORGANIZACIÓN EN LA PRESENTACIÓN	HASTA EL 60% DE LA PRESENTACIÓN TIENE UNA ESTRUCTURA, Y ORGANIZACIÓN DEFINIDA, MAS NO FUE DESARROLLADA EN INGLÉS	HASTA EL 80% DE LA PRESENTACIÓN TIENE UNA ESTRUCTURA, UNA ORGANIZACIÓN DEFINIDA Y FUE DESARROLLADA EN 50% EN INGLÉS	HASTA EL 90% DE LA PRESENTACIÓN TIENE UNA ESTRUCTURA, UNA ORGANIZACIÓN DEFINIDA Y FUE DESARROLLADA EN 50% EN INGLÉS	EL 100% DE LA PRESENTACIÓN TIENE UNA ESTRUCTURA, UNA ORGANIZACIÓN DEFINIDA Y FUE DESARROLLADA 100% EN INGLÉS	20%
LOGRARON CAPTAR LA ATENCIÓN DEL JURADO.	NO LOGRA CAPTAR LA ATENCIÓN DEL JURADO	LOGRA CAPTAR LA ATENCIÓN DEL JURADO HASTA UN 60% DE LA EXPOSICIÓN	LOGRA CAPTAR LA ATENCIÓN DEL JURADO HASTA UN 80% DE LA EXPOSICIÓN	LOGRA CAPTAR LA ATENCIÓN DEL JURADO HASTA UN 90% DE LA EXPOSICIÓN	LOGRA CAPTAR LA ATENCIÓN DEL JURADO DURANTE EL 100% DE LA EXPOSICIÓN	10%
PUNTAJE TOTAL						100%

Campeón de Campeones Internacional:

RUBRICA DE EVALUACIÓN - FERIA EXPOINNOVA 2026-1						
CAMPEÓN DE CAMPEONES INTERNACIONAL	PUNTAJE (1-4)					PESOS
	0 - DEFICIENTE	1 - BASICO	2 - INTERMEDIO	3 - AVANZADO	4 - EXPERTO	
GRADO DE INNOVACIÓN Y/ADAPTACIÓN AL MERCADO SOBRE LA OFERTA ACTUAL EN EL SEGMENTO ELEGIDO.	El proyecto no presenta elementos innovadores ni se adapta al mercado: - No se identifica una necesidad - No hay diferenciación respecto a la oferta actual - Ausencia de análisis de mercado global	El proyecto presenta escasa innovación y limitada adaptación al mercado: - Identificación superficial del segmento - Propuesta con escasa diferenciación - Adaptación limitada a tendencias globales	El proyecto incorpora elementos innovadores y se adapta adecuadamente al mercado: - Propuesta diferenciada respecto a la oferta actual - Considera necesidades y tendencias del mercado - Uso de herramientas para análisis competitivo global	El proyecto demuestra una clara innovación y sólida adaptación al mercado: - Propuesta disruptiva con valor agregado - Estrategia de entrada al mercado bien definida - Validación con referentes del segmento global	El proyecto es altamente innovador, totalmente adaptado al mercado y con potencial de liderazgo en el segmento: - Propuesta única con alto impacto - Estrategia robusta y sostenible - Evidencias de escalabilidad y competitividad global	20%
PROPUESTA DE BENEFICIOS Y SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL, SOCIAL Y ECONÓMICO EN EL TIEMPO. Competencia General Responsabilidad social y ciudadanía: Diseño y gestión de proyectos sostenibles.	La propuesta no genera beneficios ni considera criterios de sostenibilidad: - No se identifica una necesidad real - No se plantea solución viable - Ausencia de criterios de sostenibilidad	La propuesta genera beneficios mínimos y tiene baja sostenibilidad: - Identificación superficial del problema - Propuesta poco desarrollada - Sostenibilidad limitada en tiempo o impacto	La propuesta responde a una necesidad real, genera beneficios y es sostenible: - Indagación clara del problema - Propuesta con objetivos definidos - Considera sostenibilidad ambiental, social o económica	La propuesta incluye objetivos medibles, planificación detallada y gestión colaborativa: - Diseño estructurado del proyecto - Uso de herramientas digitales - Reconocimiento de actores clave - Gestión presencial/virtual efectiva	La propuesta está completamente desarrollada, con indicadores, presupuesto, liderazgo ético y articulación comunitaria: - Proyecto con cronograma, indicadores y presupuesto - Liderazgo en la ejecución - Promoción del bienestar y desarrollo local - Articulación con el mundo laboral y comunitario	20%
LA SOLUCIÓN ESTÁ ALINEADA A LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS) Y RESUELVE EL PROBLEMA DE LOS USUARIOS. Competencia General Pensamiento Creativo y Crítico	La solución no considera los ODS ni responde al problema planteado: - No se identifica el problema del usuario - No se menciona ningún ODS relevante - Ausencia de propuesta concreta	La solución considera superficialmente los ODS y aborda parcialmente el problema: - Identificación limitada del problema - Mención genérica de un ODS - Propuesta poco desarrollada	La solución está alineada con al menos un ODS y responde adecuadamente al problema: - Identificación clara del problema - Relación explícita con uno o más ODS - Propuesta funcional y coherente	La solución está claramente alineada con los ODS, es eficiente y se sustenta con criterios propios: - Argumentación sólida de la propuesta - Uso de recursos digitales con licencias adecuadas - Presentación clara ante audiencia	La solución está totalmente alineada con los ODS, resuelve eficientemente el problema y se defiende con argumentos sólidos: - Defensa convincente ante audiencia - Integración de múltiples ODS - Innovación y sostenibilidad en la propuesta - Uso ético y estratégico de recursos digitales	30%
LA PRESENTACIÓN DEMUESTRA SER ESTRUCTURADA Y ORGANIZADA.	La presentación carece de estructura, es desorganizada y no facilita la comprensión: - Ausencia de introducción, desarrollo y cierre - Uso inadecuado o nulo de herramientas digitales - Información dispersa o confusa	La presentación tiene una estructura mínima, pero está incompleta o poco desarrollada: - Introducción y desarrollo parcial - Uso limitado de recursos visuales o digitales - Organización básica pero poco clara	La presentación está mayormente estructurada y organizada, aunque con áreas de mejora: - Introducción, desarrollo y cierre presentes - Uso adecuado de herramientas digitales - Secuencia lógica con algunos vacíos	La presentación está bien estructurada, organizada y facilita la comprensión del contenido: - Flujo claro y coherente - Uso efectivo de recursos digitales e impresos - Apoyo visual que refuerza el mensaje	La presentación está completamente estructurada, organizada, y utiliza herramientas digitales para facilitar el intercambio de ideas, respetando normas de convivencia digital: - Presentación profesional y coherente - Integración de herramientas digitales colaborativas - Promueve interacción respetuosa y efectiva	10%
LOGRARON CAPTAR LA ATENCIÓN DEL JURADO. Competencia General Inteligencia Social: Se expresa de forma asertiva	No logra captar la atención del jurado ni comunica sus ideas de forma clara: - Discurso desorganizado - Uso limitado o nulo de medios tecnológicos - Comunicación gestual inapropiada o ausente	Capta parcialmente la atención del jurado y utiliza medios limitados para comunicar: - Discurso parcialmente claro - Uso básico de herramientas digitales - Comunicación gestual poco efectiva	Comunica sus ideas con claridad usando medios tecnológicos adecuados: - Mensaje coherente y adaptado al medio - Uso correcto de herramientas digitales - Respeto normas básicas de netiqueta	Utiliza diversos medios tecnológicos para comunicar de forma asertiva y adaptada al contexto: - Mensaje claro, adaptado al público y medio - Participa activamente en comunidades digitales - Comunicación gestual y corporal efectiva	Lidera procesos de comunicación digital, promoviendo el respeto y la colaboración: - Facilita el intercambio de ideas en redes y plataformas - Integra emociones en su comunicación - Promueve normas de convivencia digital	20%
PUNTAJE TOTAL						100%

ANEXO 04: INFORME DEL PROYECTO

La presentación del proyecto será bajo el modelo Canvas de negocios, el cual puede contener siete elementos diferentes (los elementos incluidos y el nivel de detalle variará en función del tipo de plan y el negocio propuesto). A continuación, los detalles sobre los elementos que deben ser considerados:

1. Segmento del cliente:

¿Para quién está diseñado el producto o servicio?, ¿cuáles son las características del cliente?

- a. Tipo de mercado: ¿Se enfocará en vender directamente a los clientes (B2C), o venderá a otras compañías (B2B)?
- b. Segmentación del cliente: características, hábitos de consumo, comportamiento y requisitos.
- c. Selección del segmento: en base a los elementos más necesarios para el beneficio del producto o servicio.
- d. Confirmación del segmento: ¿Cuál es el tamaño del segmento?, ¿cuán fácil es dirigirse a este segmento?
- e. ¿Para quién está diseñado el producto o servicio?, ¿cuáles son las características del cliente en el mercado internacional? (carreras: Administración y Negocios Internacionales, Negocios Internacionales, Economía y Negocios Internacionales)

2. Relación de clientes:

¿Qué actividades realizará la compañía para interactuar con los clientes durante el proceso de venta y posventa? La relación podrá ser personal o automatizada. Se trata de tener en cuenta en el modelo de negocio la fidelización y captación de clientes y la estimulación de las ventas.

- a. Identificar los objetivos en cada etapa del proceso de compra (consideración, evaluación, compra, desarrollo de lealtad).
- b. Definir las actividades principales que deben ser realizadas en cada paso del proceso.
- c. Definir las actividades de promoción comercial internacional (ferias, misiones comerciales, si aplica) donde participaran para acercarse a los clientes (carreras: Administración y Negocios Internacionales, Negocios Internacionales, Economía y Negocios Internacionales)

3. Canales de distribución:

Vías a través de las cuales se va a comunicar la propuesta de valor. Los canales que propone el modelo de negocio de Canvas son: canales propios o externos, directos o indirectos. Este segmento incluye la descripción de la efectividad que generan estos canales: la notoriedad, evaluación, comunicación, distribución y venta.

- a. Selección de los canales de comunicación más adecuados.
- b. En el caso de productos con potencial exportador, deben considerarse las reglas Incoterms y la logística internacional para el canal elegido (carreras: de

4. Propuesta de valor:

¿Qué beneficio tendrá el producto o servicio para el cliente?

- a. Identificar necesidades insatisfechas o desatendidas del segmento seleccionado.
- b. Desarrollar un entendimiento de valor del servicio o producto propuesto.
- c. ¿Cuáles son los beneficios del producto o servicio?
- d. ¿Cuál es la mejor manera de comunicar los beneficios del producto o servicio?
- e. Analizar e identificar si el producto necesita experimentar algunas modificaciones, con el fin de adaptarse a las características del mercado internacional. Considerar los requisitos de acceso a mercado internacional (carreras: Administración y Negocios Internacionales, Negocios Internacionales, Economía y Negocios Internacionales)

5. Fuente de ingresos:

¿Cómo generamos los beneficios para que funcione el plan de negocio?

* Debe diferenciar de ingresos y ganancias para no obtener errores de presupuesto.

6. Recursos Clave (para el desarrollo de producto o servicio)

¿De qué manera construirá y desarrollará la compañía el producto o servicio propuesto?

- a. ¿Cuál es la materia prima necesaria para construir el producto o servicio?
- b. ¿Cómo se obtendrán y se seguirán obteniendo dichos recursos?
- c. ¿De qué manera se fijará un precio competitivo en base al mercado y los consumidores?
- d. Considerar la fijación de precios en moneda o divisa extranjera, de acuerdo con la regla incoterms elegida (carreras: Administración y Negocios Internacionales, Negocios Internacionales, Economía y Negocios Internacionales)
- e. Algunas opciones pueden ser en base a costos, mercado o en base al valor percibido para el cliente.

7. Actividades Clave (Modelo operativo):

¿Cuáles son las actividades claves de la compañía?

- a. ¿Qué actividades son necesarias para que tu compañía entregue sus productos o servicios primarios? Algunas opciones pueden ser la innovación, operaciones (planificación, productividad, etc.), mercadeo, servicio al cliente o ventas.
- b. Como si se va a vender mediante agentes, de forma directa, a través, de importadores o distribuidores (carreras: Administración y Negocios Internacionales, Negocios Internacionales, Economía y Negocios Internacionales)

8. Socios Claves (Alianzas):

¿Qué socios (individuos o compañías) colaborarán en la entrega de productos o servicios?

- a. ¿Cuán importantes son los socios para desarrollar aquellas actividades que la compañía no puede o no está bien posicionada para ofrecer?

- b. ¿Quiénes son estos socios potenciales?
- c. ¿Cuáles son los beneficios y desventajas de cada potencial alianza?
- d. Importadores o distribuidores (carreras: Administración y Negocios Internacionales, Negocios Internacionales, Economía y Negocios Internacionales)

9. Estructura de Costos:

¿Cuáles son los costos claves del negocio?

- a. ¿De qué manera se organizarán las actividades claves y cómo se obtendrán los costos claves que tu compañía necesita?
- b. ¿Cómo se manejarán los costos para que la compañía siga siendo competitiva?
- c. Considerar la matriz de distribución Física internacional (DFI) y los costos asociados a la exportación y/o importación del producto (carreras: Administración y Negocios Internacionales, Negocios Internacionales, Economía y Negocios Internacionales)

Ejemplos desarrollados:

<https://www.emprender-facil.com/modelo-canvas/>