

DGETI EMPRENDEDORES 2022

EXISTEN 3 TIPOS DE MODALIDADES EMPRENDEDORES: VERDE, SOCIAL Y TECNOLÓGICO

DOCUMENTOS

- FORMATOS OBLIGATORIOS Y OPCIONALMENTE NO OBLIGATORIOS, CON SELLO OFICIAL Y FIRMA DEL DIRECTOR DEL PLANTEL
- MODELO DE NEGOCIOS (PDF)
- VIDEO MP4 CON EXPLICACIÓN DEL PROYECTO EMPRENDEDOR, NO DEBE EXCEDER 10 MINUTOS
- EN UN SOLO ARCHIVO PDF (CARTEL CANVAS, CERTIFICADO CURSO DE EMPRENDEDURISMO, FOLLETOS O CUALQUIER OTRO MATERIAL DE REFERENCIA AL PROYECTO EMPRENDEDOR)



FORMATOS OBLIGATORIOS

DOCUMENTOS EN PDF

- FOREG (FORMATO DE REGISTRO)
- FOAPA (FORMATO DE AUTORIZACIÓN DE PARTICIPACIÓN)
- FOCOMO (COMPROMISO DE ETICA Y ORIGINALIDAD)
- FOAS (FORMATO DEL/LOS ASESORES)

FORMATOS NO OBLIGATORIOS

DOCUMENTOS EN PDF

- FOCP (FORMATO DE CONTINUIDAD DE PROYECTOS PRESENTADOS PREVIAMENTE)
- FOHE (FORMATO DE HUMANOS COMO SUJETOS DE ESTUDIO)
- FOAV (FORMATO PARA USO DE ANIMALES VERTEBRADOS)



ESTRUCTURA METODOLÓGICA DEL MODELO DE NEGOCIOS

- No. Registro
- Datos generales del negocio
- Segmentos de cliente
- Propuesta de valor
- Canales
- Relación con el cliente
- Flujos de ingreso
- Recursos Clave
- Actividades clave
- Alianzas clave
- Estructura de costos
- Bibliografía
- Anexos

TIPOGRAFIA DEL INFORME DE INVESTIGACIÓN

- Escrita a 1.15 de interlineado, en letra tipo Arial a 11 puntos, dejando un margen de 2.5 cm en las cuatro direcciones que encuadran el texto (no incluye bibliografía).
- La extensión máxima del modelo de negocios deberá ser de 16 cuartillas, incluyendo el cuerpo y los anexos.

DGETI EMPRENDEDORES 2022

METODOLOGÍA Y PRESENTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIOS

a) Número de registro.

Es el número que el autor o los autores obtienen al registrarse por primera y única vez en el sistema en línea en la fase local y que mantendrá durante todo el proceso del Encuentro Nacional de Emprendedores 2022. Deberá ser incluido en todas las hojas del modelo de negocios como encabezado (parte superior derecha, utilizando la misma tipografía del cuerpo del texto). Esta acción, sustituye al formato de portada (No es válido agregar una portada o índice al modelo de negocios).

b) Datos generales del negocio.

En el primer apartado se describen los generales del modelo de negocios, especificando lo que se pretende ofertar en el mercado, exponiendo los siguientes elementos:

1. Misión: La razón de ser de la organización, es el propósito o motivo por el cual existe y por lo tanto, da sentido y guía a las actividades de la misma.
2. Visión: Describe el punto al que la empresa quiere llegar, lo que quiere crear, la imagen futura de la organización.
3. Objetivos: Es el segundo paso para determinar el rumbo de la empresa, en este apartado se determinan metas y compromisos específicos claros a seguir y ubicados en tiempo.
4. Giro: Objeto u ocupación principal, ya sea comercial (compraventa de un producto determinado), industrial (toda empresa de manufactura o transformación que ofrezca un producto intermedio a otras empresas, business to business) y de servicios (productos intangibles al consumidor).
5. Factores clave de éxito: Estrategias que permitirán a la empresa/producto/servicio posicionarse lo más rápida y exitosamente en el mercado.
6. Resumen de productos y servicios. - Descripción detallada y clara de los productos y/o servicios que la organización ofertará en el mercado.

(Se deberá limitar a tres cuartillas)

c) Segmentos de cliente.

Define cuales son los segmentos de mercado (puede tratarse de uno o varios), a los que está dirigido el producto o servicio a ofrecer por la organización, a partir del estudio y análisis de sus necesidades. En este apartado deberás describir de manera sintética ¿Cómo llegas a ellos?, ¿Qué tipo de relación debes establecer con cada uno?, ¿Cuáles serán sus niveles de rentabilidad? y si están dispuestos a pagar por los diferentes beneficios del producto o servicios que ofreces. El modelo de negocios debe elegir claramente qué segmentos atiende y cuáles ignora; una vez que se toma esta decisión, el modelo puede desarrollarse a partir de un cuidadoso entendimiento de las necesidades específicas del cliente, Osterwalder y Pigneur (2011) mencionan varios ejemplos de tipos de segmentación:

- Mercado masivo: Este enfoque no distingue entre distintos segmentos de consumidores. Básicamente atiende a un largo grupo de clientes con necesidades y problemas similares.
- Mercado de nicho: Son segmentos de clientes específicos y, por lo tanto, los elementos del modelo de negocios están diseñados a la medida de los requerimientos del nicho.
- Mercado segmentado: Hay modelos de negocios que distinguen entre varios segmentos de mercado con necesidades y problemas ligeramente diferentes.
- Mercado diversificado: En este caso, la organización atiende a dos o más segmentos de clientes que no están relacionados entre sí y que tienen necesidades y problemas muy distintos.
- Plataformas multilaterales. Se trata de empresas que atienden a dos o más segmentos de clientes interdependientes entre sí. Para que el modelo de negocios funcione, son necesarios todos los segmentos.

Mientras más profundo sea el conocimiento de estos segmentos, la organización conocerá claramente: qué piensan, sienten, hacen y usan sus clientes; para conocer a fondo al cliente, necesitas observar para tener la sensibilidad y poder crear un ambiente empático. El consumidor es la base alrededor de la que se construye un modelo de negocios, por tal razón, debes definirlo claramente y entenderlo (Se deberá limitar a una cuartilla).

DGETI EMPRENDEDORES 2022

METODOLOGÍA Y PRESENTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIOS

d) Propuesta de valor.

Se trata de la razón por la que los clientes optan por una marca, producto o servicio en lugar de otras opciones. Ésta consiste en la manera en que un negocio crea valor para su segmento específico a través de una mezcla de distintos elementos. Estos pueden ser cuantitativos como precio o rapidez o bien, cualitativos como diseño o experiencia.

Una propuesta de valor se genera a partir del conocimiento del segmento y a su vez debe percibir el beneficio que obtiene. Existen varios elementos que pueden contribuir a la creación de valor para el consumidor, tales como: la novedad, la innovación, el desarrollo tecnológico del producto o servicio, el desempeño, la personalización, el diseño, el ahorro, la comodidad, el estatus, el precio, la reducción de costos, la reducción de riesgos, la disponibilidad, la conveniencia, la facilidad de uso, entre otros factores. La adecuada combinación de estos elementos debe tener como objetivo crear un agregado de beneficios que tu empresa ofrecerá a sus clientes. Las propuestas de valor pueden ser innovadoras e incluso, disruptivas o retomar la oferta ya existente en el mercado con características adicionales (Se deberá limitar a una cuartilla).

e) Canales.

En este apartado se deberá describir "cómo entregas el valor". Una vez que se definen los beneficios para el segmento de cliente hay que determinar cómo se los harás llegar. Esto incluye desde cómo dárselos a conocer hasta cómo ponerlos en sus manos.

Por eso, los canales tienen funciones tanto de distribución como de ventas y de comunicación. Estos sirven no sólo para permitir a los clientes adquirir los productos o servicios propuestos, sino que incrementan la conciencia de los productos y servicios del negocio entre los clientes, ayudan al consumidor a evaluar la propuesta de valor y ofrecen servicio post-venta.

Los canales pueden ser propios o de un aliado. El enfoque puede ser: directo, a través de una fuerza de ventas propia o ventas vía internet; o indirecto, por medio de tiendas propias o de un intermediario mayorista o minorista, con márgenes inferiores pero un alcance mayor. El objetivo es lograr una gran experiencia de compra y maximizar los ingresos (Se deberá limitar a una cuartilla).

f) Relación con el cliente.

En este apartado deberás describir los tipos de relación que una compañía establece con los segmentos de cliente específicos, es decir define la relación, que puede ser sumamente personal o prácticamente automatizada y su razón de ser tiene que ver con adquirir o retener clientes, o incluso, venderles más a los clientes ya establecidos. La clase de relación que se elija impactará de manera profunda en la experiencia del consumidor. A continuación, se señalan algunas categorías de relaciones con el cliente mencionadas por Osterwalder y Pigneur (2011):

- Asistencia personal: Permite al cliente comunicarse con un representante para obtener ayuda durante el proceso de venta o después de la compra, ya sea en una tienda, por teléfono, mail, etc.
- Autoservicio: No hay una relación directa con los consumidores, la empresa provee los medios necesarios para que los clientes se atiendan a sí mismos.
- Comunidades: Involucra promover la creación de una comunidad para entender mejor a sus miembros y que estos se ayuden entre sí.
- Co-creación: Consiste en involucrar al consumidor en la creación de valor para el segmento de clientes del que forma parte.

(Se deberá limitar a una cuartilla).

DGETI EMPRENDEDORES 2022

METODOLOGÍA Y PRESENTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIOS

g) Flujos de ingreso.

Representa el efectivo que la organización genera de cada segmento de cliente, en el cual buscará en todo momento que los ingresos sean mayores a los costos para así generar ganancias. Según Osterwalder & Pigneur (2011), una compañía puede establecer uno o más flujos de ingreso si logra descubrir exitosamente "¿Cuál es el valor por el que está realmente dispuesto a pagar cada segmento de cliente?".

Estos flujos pueden ser de dos tipos: por única vez o recurrentes por medio de pagos regulares. En este apartado también se debe señalar la manera en que establecerás el precio: fijo, a negociar, por temporada o vía subastas, por poner un ejemplo.

Hay varias formas de generar flujos de ingreso. Toma nota de los siguientes:

- Venta de productos o del derecho de propiedad sobre un bien o servicio.
- Tarifas de uso, por medio de las que el cliente paga más mientras más usa el servicio.
- Tarifas de suscripción, al vender acceso continuo a un servicio.
- Rentas, al conceder uso exclusivo de un bien por un periodo específico.
- Licencias, al conceder permiso para usar propiedad intelectual.
- Tarifas de intermediación.
- Cobro por publicidad.

(Se deberá limitar a una cuartilla).

h) Recursos clave.

En este apartado deberás señalar los recursos clave de un modelo de negocio que permite formular la propuesta de valor de un negocio, así como acceder a los mercados y construir una relación con el cliente a fin de obtener ingresos económicos.

propuesta de valor, llegar a los mercados, mantener relaciones con el cliente y obtener ingresos", dicen Osterwalder & Pigneur (2011). Estos recursos varían dependiendo del modelo de negocios que se plantee.

Existen varias categorías:

- Físicos: Incluye activos como instalaciones de manufactura, edificios, vehículos, maquinaria, sistemas y redes de distribución.
- Intelectual: Se trata de marcas, propiedad intelectual, patentes, derechos de autor y bases de datos de clientes.
- Humano: Hay modelos de negocios donde el factor humano es particularmente importante, como es el caso de industrias creativas e intensivas en conocimiento e innovación.
- Financiero: Son garantías financieras como efectivo, líneas de crédito o incluso, opciones de acciones para mantener empleados clave.

En este apartado es indispensable que señales cuáles serán las fuentes de financiamiento, para la producción del producto o la oferta del servicio, es decir, deberás describir cuáles serán las principales fuentes de fondeo, ya sea a través de créditos, apoyos gubernamentales, posibles inversionistas, etc.

(Se deberá limitar a una cuartilla).

DGETI EMPRENDEDORES 2022

METODOLOGÍA Y PRESENTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIOS

i) Actividades clave.

En este apartado se deberán describir las tareas a realizar que deben llevarse a cabo para operar exitosamente, así como, los recursos clave; estas acciones están encaminadas a crear y ofrecer una propuesta de valor, llegar a los mercados, mantener relaciones con el cliente y generar ingresos, asimismo, éstas varían dependiendo el modelo de negocios desarrollado.

Las actividades clave se determinan a partir de los requerimientos de la propuesta de valor, los canales de distribución, la relación con el cliente y los flujos de ingreso.

Según Osterwalder & Pigneur (2011) pueden categorizarse de la siguiente forma:

- Producción: Involucra diseñar, fabricar y entregar un producto en cantidades sustanciales o con una calidad superior a la de productos similares.
- Solución de problemas: Este tipo de actividades consiste en generar nuevas soluciones para problemas específicos de los clientes. Esta clase de modelo de negocios requiere una gestión del conocimiento y una capacitación continua.
- Plataforma: Redes, servicios transaccionales, software e incluso, las marcas pueden funcionar como una plataforma. Esta categoría involucra acciones como gestión y promoción de la plataforma y aprovisionamiento de servicios.

(Se deberá limitar a una cuartilla).

j) Alianzas clave.

Incluye a los proveedores y aliados que permiten el funcionamiento del modelo de negocios. Hay varios tipos de asociaciones: alianzas estratégicas entre no competidores, asociaciones entre competidores, coinversiones para desarrollar nuevos negocios y alianzas entre proveedor y comprador para asegurar una proveeduría confiable.

Señalan Osterwalder & Pigneur (2011) que pueden existir varias razones para establecer estas asociaciones:

- Optimización y economías de escala: Es absurdo para una compañía poseer todos los recursos y desempeñar ella misma todas las actividades. Este tipo de relaciones buscan mejorar la asignación de recursos y tareas, usualmente con el objetivo de reducir costos. Con frecuencia involucran a terceros para compartir infraestructura.
- Reducción de riesgos: Este tipo de asociaciones pueden verse con frecuencia entre competidores que forman alianzas estratégicas en un área mientras siguen compitiendo en otras.
- Adquisición de recursos y servicios: Algunas empresas ceden el desempeño de algunas actividades o proveen ciertos recursos a otras compañías.

Podrás señalar como alianza clave a las fuentes de asesoría, es decir, señalar si se cuenta con especialistas en el área (técnica o de negocios), que funcionen como asesores de la organización, si se ha tenido contacto con alguna incubadora de empresas con miras a la aceleración del modelo de negocios.

(Se deberá limitar a una cuartilla).

DGETI EMPRENDEDORES 2022

METODOLOGÍA Y PRESENTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIOS

k) Estructura de costos.

El componente final del modelo de negocios describe los costos más importantes en que incurre una organización para operar. Crear y llevar valor, mantener relación con el cliente y generar ingresos implica costos, los cuales pueden calcularse con relativa facilidad una vez que se establecen recursos, actividades y alianzas clave. Algunas organizaciones están enfocadas en reducir costos al ofrecer propuestas de valor a bajo costo; mientras que otros están enfocados en crear valor, dando estatus y personalización.

Las estructuras de costos pueden tener estas características:

- Costos fijos: Que permanecen igual sin importar el volumen de bienes producidos o servicios prestados.
- Costos variables: Que varían proporcionalmente con base en el volumen de bienes producidos.
- Economías de escala: Ahorros que un negocio obtiene cuando su producción incrementa, ya que el costo promedio por unidad se reduce.
- Economías de ámbito: Ahorros debido a un mayor ámbito de operaciones; cuando un área del negocio da servicio a diferentes divisiones de producto.

(Se deberá limitar a una cuartilla).

l) Bibliografía.

Un modelo de negocios sin bibliografía carece de valor intelectual porque no hay un soporte dentro de la comunidad científica que lo fundamente; por lo tanto, con mayor facilidad puede ser puesto en tela de juicio, ya que todo conocimiento tiene sus antecedentes. La bibliografía deberá presentarse en formato de la American Psychological Association (APA)

(Se deberá limitar a una cuartilla).

m) Anexos.

Son agregados que se colocan al final del proyecto, están compuestos por cuadros y figuras que pueden ser importantes para fortalecer el modelo de negocios. Se debe hacer mención de ellos en el cuerpo del trabajo de acuerdo al orden en que fueron citados (Máximo tres cuartillas).

La extensión máxima del modelo de negocios deberá ser de 16 cuartillas, incluyendo el cuerpo y los anexos.

Escrita a 1.15 de interlineado, en letra tipo Arial a 11 puntos, dejando un margen de 2.5 cm en las cuatro direcciones que encuadran el texto (no incluye bibliografía).

DGETI EMPRENDEDORES 2022

DISEÑO DEL CARTEL CANVAS.

El cartel canvas es creado por el propio autor o autores para exhibir de forma visual y digital (infografía) y es archivo de imagen jpg o PDF, con la información de su proyecto emprendedor, dentro del cual están incluidos los cuadros y figuras (siempre y cuando no infrinjan las reglas de lo no permitido y se incluya el pie de foto indicando de que fuente de información fueron tomadas o quien las tomó), cuadros de datos, imágenes, esquemas y todo aquello que sirva de apoyo a la exposición del tema.

El cartel canvas permite apoyar la presentación de datos relevantes del proyecto emprendedor, por lo que se recomienda que sea claro y conciso, exponiendo de manera sencilla, concreta y visual el tema a exponer. La buena estética, aprovechamiento de los materiales y distribución de la información, harán más agradable y atractivo el cartel, además, mostrar el grado de orden, limpieza e interés por el tema, invitando a quien lo observe a conocer más acerca de lo desarrollado.

El cartel canvas deberá contar con los siguientes apartados de manera obligatoria:

- Número de registro.
- Título del proyecto emprendedor.
- Propuesta de valor (que incluya la descripción de grado de innovación o impacto tecnológico, didáctico, social y/o sustentable).
- Segmento de clientes.
- Canales de distribución.
- Relación con el cliente.
- Fuente de ingresos.
- Actividades clave.
- Recursos clave.
- Socios clave.
- Estructura de costos.
- Bibliografía.

El cartel canvas deberá estar en un solo archivo PDF junto con los documentos de: certificado del curso de emprendedurismo, folletos o cualquier otro material de referencia a su proyecto emprendedor.

TIPOS DE EMPRENDEDORES

1. Emprendedor verde: Aquel cuya diversificación de actividades pueden vincularse al medio ambiente y atraviesa todos los sectores con una amplia oferta de servicios, (Fondo Social Europeo, 2014).
2. Emprendedor social: Cuenta con soluciones innovadoras para los principales problemas sociales y sus organizaciones, presentan ideas prácticas, comprensibles y éticas, para difundirlas a la mayor cantidad posible de personas y lograr que se lleven a cabo, (Cacho & Conway, 2016).
3. Emprendedor tecnológico: Es aquel que crea un proyecto a partir de una investigación, se caracterizan por tener una tecnología propia e innovadora, (Ruta, 2016).

En forma general los proyectos emprendedores deberán considerar los siguientes enfoques:

- Enfoque tecnológico.
- Enfoque cultural.
- Enfoque social.
- Enfoque en ciencias de la salud.
- Enfoque en procesos de producción.
- Enfoque académico.
- Enfoque laboral.
- Enfoque comercial.

DGETI EMPRENDEDORES 2022

ELEMENTOS, MATERIALES O EQUIPOS PROHIBIDOS.

Son aquellos que por ningún motivo deben ser exhibidos en el stand virtual y en caso de inobservancia por parte de los autores, serán descalificados:

- a. La degustación de muestras, así como la demostración de productos, inhalables y aplicables en el cuerpo.
- b. Organismos y/o animales vivos.
- c. Comida para humanos o animales.
- d. Fluidos o partes corporales de animales o humanos (excepciones: dientes, cabellos, uñas, huesos secos, cortes de tejidos).
- e. Materiales vegetales tóxicos (vivos, muertos, preservados o no procesados).
- f. Químicos caseros y de laboratorio, incluyendo agua (excepciones: agua integrada a un aparato que forma parte del proyecto y cuyo depósito está cerrado), así como el agua potable etiquetada para consumo propio de los autores.
- g. Venenos, drogas, sustancias controladas, equipos y sustancias peligrosas.
- h. Artículos como: armas de fuego y de cualquier otro tipo, municiones, balas, pólvora, explosivos, etc.
- i. Hielo seco y otros sólidos sublimables.
- j. Artículos punzo cortantes (agujas, vidrios, navajas, cuchillos, pipetas, varillas).
- k. Fuego, incluyendo fuentes de combustión como gases, líquidos o artículos flamables (aunque estén dentro de tanques o depósitos sellados).
- l. Baterías y acumuladores con celdas abiertas.
- m. Vehículos automotores de combustión interna.
- n. Premios, medallas y reconocimientos.
- o. Fotografías o videos mostrando disecciones, operaciones quirúrgicas, necropsias y procesos de laboratorio.

ELEMENTOS PERMITIDOS, PERO CON RESTRICCIONES

Son aquellos elementos, materiales o equipo que pueden estar en el espacio que se muestra en el video de la presentación, pero observando algunas restricciones. El comité de seguridad evaluará el cumplimiento de dichas restricciones, el incumplimiento de las mismas será causa de descalificación.

- a. Muestras de suelo y desechos, sólo si son presentados en envases sellados.
- b. Fotografías y/o video: Si las personas que aparecen en la foto y/o video, son menores de edad y no son los autores, deberán tener el consentimiento del padre o tutor (FOHE), si son adquiridas del internet o revistas deben citar las fuentes y créditos correspondientes. Aquellas fotos y/o videos donde aparezcan personas ajenas al proyecto deberán tener la autorización por escrito de dicha persona, de lo contrario, la foto o el video tendrá que ser retirada o las caras de las personas ajenas al proyecto deberán ser cubiertas.
- c. Cualquier aparato mecánico con bandas, motores de potencia, poleas, partes móviles con tensión y puntas peligrosas, que estén expuestas y sin protección, no podrán operar. Pero si se cuenta con los elementos de protección necesarios (previamente aprobados por el comité de seguridad), podrán operar únicamente en el momento en que sea presentado ante el jurado.
- d. Láser tipo II: Sólo podrá ser operado en caso de demostración durante el video para evaluación y supervisado un especialista, nunca fuera de la evaluación y deberá permanecer desconectado.
- e. Láser tipo III y IV: Sólo para mostrarse, no para operarse.
- f. Tubos de vacío o aparatos peligrosos generadores de radiación, siempre y cuando estén debidamente protegidos.
- g. Tanques vacíos que previamente hayan contenido combustibles líquidos o gaseosos, sólo en el caso de que se certifique que fueron purgados con dióxido de carbono.
- h. Tanques presurizados no conteniendo combustible si están debidamente asegurados.
- i. Cualquier aparato que genere altas temperaturas (mayor que 60 grados centígrados), solo si está aislado y cuenta con medidas máximas de seguridad.

DGETI EMPRENDEDORES 2022

DEL PRODUCTO, BIEN O SERVICIO.

El proyecto puede considerar el desarrollo de un producto o servicio dirigido a los sectores de bienes y servicios, ya sea local, regional o nacional, en el cual se propicie el crecimiento competitivo de pequeñas y medianas empresas apoyados en bases tecnológicas acordes a las necesidades del país y que dentro de sus características se encuentre la innovación o aplicación de nuevas tecnologías.

DE LA PRESENTACIÓN DIGITAL DEL BIEN O SERVICIO, PRODUCTO, MAQUETA O PLANO.

Será a través de un video MP4 cuya duración no exceda a los 10 minutos

En el caso de no tener bien o servicio, será obligatorio incluir en el video la maqueta, la cual se puede definir como una reproducción o modelo a escala reducida. Las maquetas también pueden simular un proceso que, en la realidad, utilizan sustancias peligrosas, tóxicas, explosivos, incluso conteniendo elementos o sistemas que podrían representar un peligro para quien lo opera u observa. La maqueta, se puede construir de diversos materiales como la madera y el plástico, aunque también se pueden usar metales moldeables, barro, arcilla o plastilina.

Los materiales a utilizar para la construcción de un prototipo o maqueta quedan a la consideración de los autores, siempre y cuando no infrinjan las reglas de seguridad planteadas en la presente guía.

DE LA PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO, BIEN O SERVICIO, PLANO O MAQUETA.

La exhibición de un proyecto emprendedor, maqueta o plano, en aquellos trabajos que lo obtienen como producto, les será permitido durante el encuentro; sin embargo, deberá cumplir con las reglas de lo permitido y no permitido para su exhibición, además, en la fase local, estatal y nacional, será a través de un video de presentación del proyecto.

Se sugiere utilizar los recursos de las Tecnologías de la Información y Comunicación sin que estos impliquen una violación de derechos de autor, licencia de uso y no se presenten faltas ortográficas, logos o imágenes con contenidos violentos u obscenos, además de un lenguaje inapropiado.

El proyecto que no presente el video del proyecto emprendedor, maqueta o plano quedará descalificado del encuentro.

DGETI EMPRENDEDORES 2022

Es importante que la información que se proporcione en los formatos sea verídica y comprobable, si el comité de seguridad encuentra alguna incongruencia entre lo que se está informando y lo realmente desarrollado o utilizado (refiriéndose al material, sujetos de estudio o equipo de acuerdo a las reglas de lo permitido y no permitido), se hará(n) acreedor(es) a la descalificación.

Los modelos de negocio que participen en las etapas local, estatal y nacional serán sometidos a la prueba de "copy-paste", en caso de validar algún tipo de plagio mayor al 15% de contenido (físico y/o intelectual), se hará(n) acreedor(es) a la descalificación. Para lo cual se recomienda utilizar los siguientes programas en línea.

Programas para detectar plagios online:

- Viper (<https://plag.co>)
- Plagiarisma.Net (<http://plagiarisma.net/es/>)
- Plagium (www.plagium.com)
- Copyscape (www.copyscape.com)
- PlagTracker (www.plagtracker.com)