



CRITERIOS SELECCIÓN DE PROYECTOS Y ASIGNACIÓN DE CUPOS KONEMPREDIMIENTO FEST

Con el propósito de presentar emprendimientos y proyectos de emprendimiento de excelencia en nuestro fest el cual se realizará para servicios el 13 de noviembre y para productos el 14 de noviembre, y de asegurar una representación equitativa de estudiantes y graduados de diversos programas académicos de la Universidad Konrad Lorenz, a continuación, se detalla el proceso de asignación de stands y los criterios utilizados en la selección de proyectos.

Nuestra feria tiene como objetivo destacar iniciativas emprendedoras de la más alta calidad y conectarlas con el entorno académico de nuestra institución. Para lograrlo, hemos implementado un riguroso proceso de selección que garantiza que los proyectos presentados sean no solo innovadores y prometedores, sino también coherentes con los estándares académicos de excelencia que promovemos en nuestra universidad.

Los criterios de selección se han diseñado cuidadosamente para evaluar la viabilidad, innovación y potencial de impacto de cada proyecto. Además, se dará especial énfasis a la diversidad de disciplinas y programas académicos representados en la feria, asegurando que todos los rincones de nuestra universidad estén debidamente representados.

A través de esta cuidadosa selección y distribución de stands, buscamos fomentar un ambiente académico enriquecedor que promueva el intercambio de conocimientos y experiencias entre estudiantes, graduados y visitantes de nuestra comunidad universitaria

Criterios de selección para asignar stands

Para asegurar que la selección de proyectos sea rigurosa y fomente la excelencia académica en la feria de emprendimiento de la Universidad Konrad Lorenz, hemos desarrollado criterios detallados que permitirán evaluar la calidad y el potencial de crecimiento de cada propuesta. Estos criterios garantizarán que los proyectos seleccionados cumplan con los estándares académicos y representen oportunidades realistas pero alcanzables para nuestros estudiantes universitarios. A continuación, se describen en detalle los criterios de selección:

Conceptualización de la Idea:

- Claridad en la definición del producto o servicio, incluyendo sus características y atributos clave.
- Fundamentación sólida de la idea, demostrando comprensión profunda del problema o necesidad que aborda.
- Evidencia de investigación de mercado que respalde la viabilidad de la idea y su relevancia para el público objetivo.

Modelo de Negocio:

- Definición precisa del mercado al que se dirige el producto o servicio, incluyendo segmentación y tamaño del mercado.

- Estrategia de entrega efectiva al mercado, con énfasis en canales de distribución y estrategias de marketing.
- Sostenibilidad financiera del modelo de negocio, con una estrategia clara de monetización y proyecciones financieras realistas.

Propuesta de Valor:

- Identificación y comunicación clara de los elementos que hacen que el producto o modelo de negocio sea único y valioso para los clientes.
- Análisis de la competencia y demostración de cómo la propuesta de valor se traduce en una ventaja competitiva sostenible.
- Enfoque en cómo el producto o servicio resuelve de manera efectiva los problemas o necesidades del mercado.

Marca e Imagen:

- Desarrollo de una marca sólida y consistente que refleje los valores y la identidad de la propuesta.
- Coherencia entre la imagen de la marca y la propuesta de valor, asegurando que ambos elementos se complementen.
- Estrategia de construcción de marca que incluya posicionamiento, estrategia de comunicación y estrategia de diseño.

Estos criterios no solo garantizarán que los proyectos seleccionados sean de alta calidad y tengan potencial de crecimiento, sino que también subrayan la importancia de la base académica en cada uno de ellos. Animamos a nuestros estudiantes universitarios a aplicar estos criterios de manera integral en sus propuestas y a aprovechar esta feria como una oportunidad para combinar el conocimiento académico con la innovación emprendedora.

El peso sobre cada uno de los criterios se define a continuación:

Conceptualización de la idea	Modelo de negocio	Propuesta de valor	Marca e imagen
20%	30%	30%	20%

Las personas encargadas de hacer la selección con base en los criterios serán los docentes de la Escuela de Negocios: Sandra Milena Chicas Sierra, Carlos Gasca García y Jamer Rusinque Avila.

Asignación de cupos para los stands del fest productos, 14 de noviembre.

Para el espacio de cafetería que tradicionalmente se ocupa para el fest, se realiza una selección de 28 proyectos postulados. De los grupos de interés convocados para la versión 2024-2 del fest, el día 14 de noviembre.

Los cupos se asignarán de la siguiente manera:

- Diez cupos para proyectos de aula de asignaturas con componente emprendedor (empresariado, seminario de emprendimiento de la FMI, electiva institucionales

habilidades gerenciales, electiva institucional caja de herramientas para emprender).

- Diez cupos se asignan a proyectos de Graduados de todos los Programas académicos (este proceso se coordinó en conjunto con el Área de Servicios a Graduados)
- Cinco cupos se destinan para proyectos de estudiantes en prácticas de autogestión.
- Tres cupos para invitados externos (Fondo emprender y/o emprendimientos de la localidad)

Asignación de cupos para los stands del fest servicios, 13 de noviembre.

Para el espacio del auditorio del 7mo piso, se realiza una selección de 28 proyectos postulados. De los grupos de interés convocados para la versión 2024-2 del fest. El día 13 de noviembre.

Los cupos se asignarán de la siguiente manera:

- Quince cupos se asignan a proyectos de Graduados de todos los Programas académicos (este proceso se coordinó en conjunto con el Área de Servicios a Graduados)
- Cinco cupos para proyectos de aula de asignaturas con componente emprendedor (empresariado, seminario de emprendimiento de la FMI, electiva institucionales habilidades gerenciales, electiva institucional caja de herramientas para emprender).
- Cinco cupos se destinan para proyectos de estudiantes en prácticas de autogestión.
- Tres cupos para invitados externos (Fondo emprender y/o emprendimientos de la localidad)

Evaluación y realimentación de los proyectos

Se ha diseñado una herramienta de incentivo que consiste en darle a los visitantes tres cheques simbólicos para que, al escuchar a los diferentes proyectos en su propuesta de valor y modelo de negocio, puedan decidir sobre cuál proyecto invertir. Esto motivará a los expositores para hacer una exhibición clara y convincente de su emprendimiento.

FONDO EMPRENDEMENTO			
BANCO:	Fundación Universitaria Konrad Lorenz		
Cra. 9 Bis #No. 62 - 43	11001 - Bogotá D.C	NIT /CIF	8.605.047.595
Konemprendimiento@Konradlorenz.edu.co		Nº CHEQUE	A2647064
(57) 601 347 2311		FECHA	18-may.-23
PAGUESE ESTE CHEQUE AL EMPRENDIMIENTO:			
.....			
		Moneda	PESOS
\$	\$	2.000.000,00	Dos Millones de Pesos
Girador: Fundación Universitaria Konrad Lorenz			
Fondo de cuenta: 848.633.919			
Perteneiente a: Fundación Universitaria Konrad Lorenz			
Firma:			
			
			1 234567 890128

Referencia cheque festival 2023-1

Los visitantes a la feria tendrán también un instrumento que les permitirá evaluar cada uno de los proyectos. Se busca que, sobre la evaluación de cada stand se puede hacer una realimentación posterior a cada uno de los proyectos proporcionando la guía suficiente desde Konemprendimiento para asegurar que los proyectos puedan implementar correctivos y evolucionar de forma adecuada.



Referencia encuesta satisfacción 2023-1

El *Fondo Emprender*, como aliado de Konemprendimiento, participará como evaluador y además con un stand para compartir experiencias sobre innovación, creatividad y estrategias de financiación para pequeñas y medianas empresas.

Por último, En el contexto de la Universidad Konrad Lorenz, nuestra unidad de emprendimiento se ha comprometido a impulsar iniciativas de alta calidad y a brindar un sólido respaldo académico a los emprendedores. En ese sentido, las actividades de capacitación y talleres programados para el 2024-2 no solo representan una valiosa continuación de los proyectos presentados en el 2024-1, sino que también se centran en abordar las áreas de oportunidad identificadas en dichos proyectos. Esta estrategia se enmarca en nuestro firme compromiso de apoyar a la comunidad de emprendedores que genuinamente busca dar proyección a sus ideas y proyectos.

Es importante destacar que, a lo largo de las ediciones anteriores de la feria de emprendimiento, hemos observado un impacto significativo en la motivación de los emprendedores. En este sentido, estamos trabajando incansablemente para brindar a los expositores, en la medida de nuestras posibilidades, la oportunidad de monetizar sus productos en la feria. Esto no solo amplifica la dimensión académica de nuestro evento, sino que también refleja nuestro compromiso con el éxito y la sostenibilidad de los emprendimientos presentados en nuestra universidad.

