Descrição dos Critérios de Avaliação e Escala de Pontuação da Etapa 3 - AVALIAÇÃO E SELEÇÃO PARA ETAPA FINAL

Categoria Negócio de Impacto					
Descrição do Critério de Avaliação	**Peso**	**Escala de Pontuação**			
		Nota 0	**Nota 3**	**Nota 6**	**Nota 10**
		Inexistente/Nenhuma convergência	**Baixa**	**Média**	**Alta**
PROBLEMA/OPORTUNIDADE: A ideia é inovadora? Surgiu de uma oportunidade de mercado, problema ou gargalo existente?	**1,5**	Não apresentou o problema/oportunidade	Apresenta oportunidade de mercado, problema ou gargalo existente , porém não diferencia de outras propostas existentes.	Apesar de haver iniciativas parecidas, a proposta apresenta inovações incrementais significativas de outras propostas existentes..	A proposta é totalmente inovadora. Apresenta oportunidade de mercado, problema ou gargalo existente e propõe solução totalmente inovadora para o mercado.
IMPACTO ESPERADO E ADERÊNCIA AOS ODS DA AGENDA 2030/ONU: O tipo de impacto esperado é de curto, médio ou de longo prazo? Qual a quantidade de pessoas que poderão ser impactadas positivamente? Há possibilidade clara de expansão da aplicabilidade da solução em outras situações ou ambientes? Há aderência aos ODS da Agenda 2030/ONU?	**1,5**	A proposta não causa impacto.	Pouca ou nenhuma evidência de que a proposta é capaz de transformar o ambiente, além de pouca ou nenhuma aderência aos ODS da ONU.	Há evidência de que a proposta é capaz de transformar o ambiente e há aderência aos ODS da ONU. Entretanto, não ficou claro se há possibilidade de adaptar ou expandir a proposta para outras situações ou ambientes.	Solução inovadora. A proposta atinge impacto de curto/médio/longo prazo, de maneira revolucionária, além de ficar clara a aderência aos ODS da ONU e a possibilidade de adaptar ou expandir a proposta para outras situações ou ambientes.
PROPOSTA DE VALOR: Por qual motivo as pessoas preferem e adquirem o produto ou serviço proposto?	**1**	Proposta de valor não apresentada.	A proposta de valor não apresenta de maneira clara o motivo da preferência dos clientes pelo produto ou serviço.	A proposta de valor, embora semelhante à iniciativas já existentes, apresenta de maneira clara os diferenciais em relação aos concorrentes e o motivo da preferência dos clientes pelo produto ou serviço.	A proposta de valor, totalmente inovadora, apresenta de maneira clara o motivo da preferência dos clientes pelo produto ou serviço.
SEGMENTOS DE CLIENTES: Quais são os potenciais clientes para o produto ou serviço?	**1**	Segmento de clientes não apresentado.	A segmentação de clientes apresenta um perfil específico de clientes, mas não apresenta como eles estão agrupados, onde estão localizados ou se há uma necessidade comum entre eles.	A segmentação de clientes apresenta um perfil específico de clientes, como eles estão agrupados, onde estão localizados e se há uma necessidade comum entre eles. Não apresenta dados complememntares.	A segmentação é clara e consistente. Descreve as caraterísticas do seu cliente com base em hipóteses validadas. Apresenta estatisticas complementares, quantitativas e qualitativas (comportamentais) do seu cliente e se há uma necessidade comum entre eles.
RELACIONAMENTO COM CLIENTES: Como conquistar e manter uma boa relação com os clientes na pré-venda, venda e pós-venda, para ampliar as vendas e se diferenciar da concorrência.	**1**	Estratégia de relacionamento com o cliente não apresentada.	A estratégia de relacionamento com o cliente apresentada não esclarece como o negócio conquistará e manterá uma boa relação com os clientes na pré-venda, venda e pós-venda.	Estratégias de relacionamento com o cliente são pouco exploradas. A equipe apresenta as estratégias de relacionamento com o cliente e como a estratégia conquistará e manterá uma boa relação com os clientes, mas não deixa claro o que fará para ampliar as vendas e se diferenciar da concorrência.	Estratégias de relacionamento com o cliente são muito bem exploradas. A equipe apresenta as estratégias de relacionamento com o cliente de maneira inovadora e deixa claro como a estratégia conquistará e manterá uma boa relação com os clientes a ponto de ampliar as vendas e se diferenciar da concorrência. A equipe consegue satisfazer as necessidades e interesses desses clientes.
CANAIS: Como o cliente encontrará os produtos ou serviços e como os canais serão operados para divulgação, venda, entrega e pós-venda do produto ou serviço?	**1**	Canais de distribuição do produto ou serviço não apresentados.	Apresenta os canais de distribuição do produto ou serviço, porém não identifica quais serão utilizados para divulgação, venda, entrega e pós-venda.	Apresenta os canais de distribuição do produto ou serviço utilizados, porém não deixa claro se são canais diretos ou indiretos e como serão operados para divulgação, venda, entrega e pós-venda.	Canais muito bem explorados. A equipe apresenta os canais de distribuição do produto ou serviço e esclarece como serão operados para divulgação, venda, entrega e pós-venda.
ATIVIDADES-CHAVE: Quais as ações necessárias para a realização da proposta de valor?	**1**	Atividades principais não apresentadas.	A equipe apresenta algumas atividades, mas não identifica todas as atividades necessárias e imprescindíveis para realizar sua proposta de valor.	A equipe apresenta as atividades principais , mas elas não foram totalmente exploradas para realização da proposta de valor.	A equipe apresenta as atividades principais e todas foram totalmente exploradas para realização da proposta de valor.

RECURSOS-CHAVE: O que é preciso para fazer o negócio funcionar?	**0,5**	Recursos principais não apresentados.	A equipe não apresenta todos os recursos principais necessários para a realização da proposta de valor.	A equipe apresenta todos os recursos principais, mas alguns não foram explorados e são necessários para realização da proposta de valor.	Todos recursos principais necessários para realização da proposta de valor foram apresentados e explorados (recursos físicos, intelectuais, humanos, financeiros ...).
PARCERIAS-CHAVE: Quem pode contribuir para o negócio acontecer?	**0,5**	Parcerias prinicipais não apresentadas.	Parcerias principais pouco exploradas.	A equipe apresenta principais parcerias, mas muitos dos possíveis aliados para otimizar e reduzir riscos do negócio não foram explorados.	Parcerias principais bem exploradas. A equipe apresenta as parcerias e muitos dos possíveis aliados para otimizar e reduzir riscos do negócio.
ESTRUTURA DE CUSTOS: Quanto custa criar e manter a estrutura necessária para suportar a proposta de valor?	**0,5**	Estrutura de custos não apresentada.	Estrutura de custos não apresenta de maneira clara qual o investimento necessário para realização da proposta de valor.	Estrutura de custos apresenta os investimentos necessários, porém não esclarece de que forma serão alocados os recursos para a realização da proposta de valor.	Estrutura de custos apresenta, de maneira clara, o que vai ser gasto para a realização da proposta de valor.
FONTES DE RECEITA: Como será a entrada do dinheiro? Quanto e como os clientes pagarão pelo produto ou serviço oferecido?	**0,5**	Fontes de receita não apresentadas.	As fontes de receita apresentadas nao esclarecem como será a entrada do dinheiro, quanto e como os clientes pagarão pelo produto ou serviço oferecido.	As fontes de receita apresentadas esclarecem como será a entrada do dinheiro, quanto e como os clientes pagarão pelo produto ou serviço oferecido. Porém, a equipe não validou a forma de cobrar.	Fontes de receita muito bem exploradas. A equipe apresenta quanto e como os clientes pagarão pelo produto ou serviço oferecido. Validou a forma de cobrar e entendeu que deve estar de acordo com o valor percebido pelo cliente.