

BASES TÉCNICAS DE LA CONVOCATORIA

“Desafío de Innovación Futuro x Financiero”

Instituto de Estudios Bancarios Guillermo Subercaseaux

En Santiago, a 06 de Junio del año 2023, el **Instituto de Estudios Bancarios Guillermo Subercaseaux**, Corporación de Derecho Privado del giro enseñanza en Institutos Profesionales, RUT N°82.920.700-1, representado por su Rector don Patricio Arturo Gaete Maureira, chileno, casado, ingeniero en administración de empresas, cédula de identidad N°13.046.265-0, ambos domiciliados para estos efectos en calle Agustinas N°1476, Piso 10, comuna y ciudad de Santiago, en adelante e indistintamente el “Instituto”, “IGS” o “Instituto Guillermo Subercaseaux”, quien ha establecido las siguientes Bases Técnicas de la Convocatoria denominada **“Desafío de Innovación Futuro x Financiero”**.

1) PRESENTACIÓN Y OBJETIVOS.

1.1) Organización de la Convocatoria.

El **Instituto de Estudios Bancarios Guillermo Subercaseaux**, a través de su Unidad de Acompañamiento Estudiantil (UAE), de su Unidad de Innovación (UI) y la Unidad de Vinculación con el Medio (VcM), está realizando la 3ra Convocatoria de Innovación denominada **“Desafío de Innovación Futuro x Financiero”**, en adelante la “Convocatoria”, dirigida a estudiantes y miembros de la comunidad Alumni, entendiéndose por estudiantes a aquellos alumnas o alumnos regulares de carreras presenciales, semipresenciales o a distancia del Instituto y por miembros de la comunidad Alumni IGS, a egresados(as) y titulados(as) de cualquiera de sus Sedes a lo largo de todo Chile.

1.2) Objetivo de la Convocatoria.

La Convocatoria tiene por objetivo promover e instaurar una cultura de innovación, emprendimiento y transferencia de conocimiento y tecnológica en la comunidad estudiantil del Instituto que contribuya a fortalecer la formación de estudiantes para mejorar su desempeño laboral, como a las y los titulados, con el objetivo de aportar a soluciones de problemas productivos o desafíos sociales en el entorno relevante del sector financiero, bancario y empresarial, por lo que, se convoca a las y los estudiantes y a la comunidad Alumni IGS a presentar propuestas innovadoras, cuyo propósito sea resolver los desafíos definidos en las presentes Bases en el punto **2.1)** del numeral **2) DESAFÍOS**. Estas propuestas deben ser formuladas y postuladas a esta Convocatoria, bajo el marco establecido en las presentes Bases.

1.3) Vigencia.

El plazo de la Convocatoria se extenderá desde las 12:00 hrs. (medio día) del día martes 06 de junio hasta las 23:59 hrs. del día viernes 30 de junio del 2023.

1.4) Difusión.

La Convocatoria será comunicada y difundida a partir del Lanzamiento de la convocatoria, a través de los siguientes medios:

Plataforma IEB Virtual : <https://iebvirtual.cl/>

Facebook institucional : <https://www.facebook.com/institutosubercaseaux/>

Sitio web institucional : www.isubercaseaux.cl

LinkedIn Instituto Guillermo Subercaseaux: <https://www.linkedin.com/school/instituto-guillermo-subercaseaux/mycompany/>

LinkedIn Instituto Guillermo Subercaseaux – Alumni: <https://www.linkedin.com/in/instituto-guillermo-subercaseaux-alumni-086636186/>

Instagram Institucional : @uae_igs

1.5) Publicidad de las bases.

Las presentes Bases se encontrarán a disposición del público en los siguientes canales:

IEB Virtual : <https://iebvirtual.cl/>

Sitio web institucional : www.isubercaseaux.cl

2) DESAFÍOS.

2.1) Desafíos de innovación.

De acuerdo a lo señalado precedentemente, la Convocatoria consiste en formular una idea innovadora que dé solución a uno de los desafíos señalados en las siguientes tablas:

Tabla 1: Desafíos de Innovación.

	Contexto	Desafío
TERCERA EDAD	Cuando la persona llega a la tercera edad, sus niveles de ingresos bajan significativamente, pero su cultura de gestión financiera se mantiene sin cambios. Por esa razón, es indispensable proponerles un cambio en la manera de gestionar sus ingresos, de tal forma ayudarlos a mejorar su calidad de vida y autoestima.	¿Cómo ayudamos a las personas de la tercera edad a mejorar su calidad de vida financiera?
SEGURIDAD FINANCIERA	Son varios problemas que pueden contribuir a la falta de cultura de seguridad financiera en la población. Uno de los principales problemas es la falta de conciencia sobre los riesgos financieros y cómo prevenirlos. Muchas personas no son conscientes de los peligros que pueden enfrentar en el mundo financiero, como el robo de identidad, el fraude o el phishing. Además, algunas personas pueden subestimar la importancia de tomar medidas de seguridad financieras adecuadas, como utilizar contraseñas seguras o verificar los estados de cuenta bancarios con regularidad.	¿Cómo ayudamos a las personas a evitar fraudes en sus gestiones financieras?

PERSPECTIVA DE MUJER	<p>Contexto</p> <p>La brecha de género en las finanzas es un problema real; a pesar de los avances en materia de igualdad de género, las mujeres aún enfrentan desigualdades y barreras en el ámbito financiero. Uno de los principales problemas es que las mujeres suelen enfrentar barreras para acceder a financiamiento y capital para sus propias empresas. En muchos casos, las mujeres tienen más dificultades para obtener préstamos y financiamiento, ya que se les percibe como un riesgo más alto, a pesar de tener el mismo nivel de solvencia y capacidad de pago que los hombres.</p> <p>Otro problema es la falta de educación financiera específica para mujeres. Las mujeres suelen tener menos conocimientos sobre finanzas y menos acceso a información y recursos financieros, lo que puede limitar su capacidad para tomar decisiones financieras informadas y eficaces.</p>	<p>Desafío</p> <p>¿Cómo contribuimos a aumentar el acceso de la mujer a los servicios financieros?</p>
EDUCACIÓN FINANCIERA	<p>Contexto</p> <p>Son varios los factores que contribuyen a la falta de educación financiera en la población en general. Uno de los principales problemas es la falta de acceso a la información confiable y fácil de entender sobre finanzas personales, lo que puede dificultar la capacidad para tomar decisiones financieras adecuadas. Además, a menudo hay una falta de recursos y programas de educación financiera disponibles, especialmente para aquellos que pertenecen a comunidades de bajos ingresos o marginadas.</p>	<p>Desafío</p> <p>¿Cómo simplificamos el lenguaje financiero para una mejor comprensión de parte de las personas?</p>
INTELIGENCIA ARTIFICIAL	<p>Contexto</p> <p>La inteligencia artificial se ha integrado en la industria financiera para brindar servicios más eficientes, seguros y personalizados. Esta combinación, en continua evolución, está generando nuevas oportunidades en plataformas de asesoramiento financiero automatizado, servicios de procesamiento de pagos con verificación biométrica y análisis de datos que permiten predecir patrones de comportamiento, evaluación crediticia e inversión con análisis de perfiles de riesgo y proporcionar recomendaciones personalizadas, chatbots, detección y prevención de fraudes, entre otros.</p> <p>Es por ello que el uso de la inteligencia artificial puede transformar la experiencia del cliente, a través de soluciones que brinden experiencias personalizadas, eficientes y seguras para los clientes al interactuar con servicios financieros.</p>	<p>Desafío</p> <p>¿Cómo transformamos la experiencia del cliente financiero con inteligencia artificial?</p>

Fuente: Elaboración propia.

3) PROCESO DE POSTULACIÓN.

3.1) Requisitos.

Tendrán la calidad de "participantes" en esta Convocatoria, quienes cumplan los requisitos señalados a continuación:

- a. Estudiantes de carreras presenciales, semipresenciales o a distancia del Instituto y contar con la calidad de alumna o alumno regular y matrícula vigente en carreras presenciales, semipresenciales o a distancia del Instituto, en cualquiera de sus Sedes (Santiago, Sede Viña del Mar, Sede Rancagua, Sede Concepción, Sede Temuco y Sede Virtual).
- b. Miembros de la comunidad Alumni IGS, considerando como miembros a egresados y egresadas, y titulados y tituladas.

3.2) Formas de postulación.

- a. La postulación debe ser realizada de manera individual o grupal con un máximo de cuatro (4) integrantes por grupo, debiendo ser siempre una o un estudiante del IGS, o una o un Alumni IGS la o el representante del grupo ante la institución. **Cabe señalar que la postulación en grupo da mayor puntaje a la propuesta.**
- b. Se puede postular a más de un desafío, con propuestas diferentes. Cada participante o grupo podrá postular solamente una propuesta para cada desafío. En caso de que el o la participante o grupo postule más de una propuesta por desafío, solo se considerará válida la última postulación enviada.
- c. El registro de las y los participantes en la convocatoria se realizará al momento del envío de la postulación a través del formulario dispuesto para dichos fines.

3.3) Etapas y plazos.

La presente Convocatoria se desarrollará en cinco (5) etapas, que se describen a continuación:

a. Etapa I: Postulación

En esta etapa los y las participantes podrán postular su idea en el formulario dispuesto en el enlace del punto 3.3, registrando sus datos y respondiendo las preguntas que se solicitan. Ver anexo 1: Proceso de Postulación.

No se considerarán como válidas las postulaciones que no hayan completado todos los campos requeridos del formulario de postulación.

b. Etapa II: Evaluación

Una vez finalizada la etapa de postulación, un jurado evaluará técnicamente cada postulación en base a los criterios expuestos en el Anexo 3a: Criterios de evaluación de las presentes bases.

El jurado estará integrado por personas calificadas en temas de finanzas y/o de innovación.

Luego, a partir del puntaje que hayan obtenido las propuestas, se preseleccionarán las diez (10) mejores propuestas, siendo las finalistas quienes pasarán a la siguiente etapa.

c. Etapa III: Programa de Mentoría

En esta etapa, las diez (10) propuestas finalistas recibirán mentoría con el objetivo de mejorar la propuesta y preparar al equipo para el *Pitch* final a realizarse en el *Demo day*.

d. Etapa IV: *Demo day* y selección de ganadores

Las diez (10) propuestas finalistas participarán de un *Demo day* en el que, a través de la presentación de un *Pitch* NABC, competirán por ser una de las tres (3) propuestas ganadoras, las cuales recibirán un financiamiento de un millón de pesos (CLP 1.000.000.-) que tendrá por objetivo implementar un MVP (Producto Mínimo Viable, prototipo o piloto) de su propuesta de solución.

Anexo 2 y 2b: Formulario Pitch y Criterios de evaluación.

e. **Etapa V: Implementación de Producto Mínimo Viable (PMV)**

Las tres (3) propuestas ganadoras en el *Demo Day* recibirán un fondo, consistente en un millón de pesos (CLP 1.000.000.-) que tendrá por objetivo implementar un "Producto Mínimo Viable" (MVP), es decir un prototipo o piloto de la solución.

3.4) **Proceso de Postulación**

El proceso de postulación se llevará a cabo por medio del envío de un formulario dispuesto en el siguiente enlace:

<https://forms.office.com/r/xcd8TLjpf6>

4) **CRONOGRAMA Y PREMIOS.**

4.1) **Cronograma.**

A continuación, se presenta el cronograma de actividades del "**Desafío de Innovación Futuro x Financiero**".

Tabla 2: Etapas Convocatoria "Desafíos de Innovación Futuro x Financiero".

Fecha	Cronograma "Desafíos de Innovación Futuro x Financiero"	
06 de junio	Apertura convocatoria y Lanzamiento Charla Fintech	
12 de junio al 28 de junio	Webinar y Talleres de Ideación	
30 de junio	Etapa I	Cierre convocatoria y recepción de postulaciones
3 al 7 de Julio	Etapa II	Evaluación por parte del jurado / Notificación Finalistas
10 de julio al 4 de agosto	Etapa III	Programa de Mentoría (10 finalistas)
A partir del 16 agosto	Etapa IV	<i>Demo day</i> y selección de ganadoras y/o ganadores
Agosto y septiembre	Etapa V	Implementación Producto Mínimo Viable
Octubre	Etapa VI	Presentación MVP

4.2) **Premios.**

Las tres (3) propuestas ganadoras dispondrán de un fondo por parte del Instituto de un millón de pesos (\$1.000.000) cada una, el que debe ser usado para prototipar y validar las soluciones propuestas, etapa denominada implementación de Producto Mínimo Viable. Dicho financiamiento será administrado por el Instituto conforme al inciso final de este párrafo.

Para ejecutar el fondo adjudicado, las y/o los ganadores deberán iniciar el trabajo con el equipo de la Unidad de Innovación del Instituto para desarrollar el Modelo de Negocios, desarrollar el presupuesto y planificar las actividades.

El presupuesto deberá tener la validación por parte del equipo de la Unidad de Innovación para poder ejecutarlo, a la vez, la Unidad de Innovación es la responsable de ejecutar los gastos de acuerdo a los procedimientos que

establece la Vicerrectoría Económica y Administrativa, en el marco del cumplimiento de los objetivos planteados y para velar por el correcto uso de los recursos.

Es de carácter obligatorio, que las actividades a financiar por el fondo obtenido sean exclusivamente destinadas al cumplimiento de los objetivos del proyecto y en concordancia con los mismos.

En ningún caso el IGS entregará el dinero directamente a las o los ganadores. Será el Instituto el encargado de ejecutar el presupuesto presentado por las o los ganadores y realizar las compras definidas en el ítem presupuestario respectivo.

4.2.1) Ítems Financiados

Las actividades o ítems a financiar por las propuestas ganadoras serán aquellas destinadas exclusivamente al cumplimiento de los objetivos del proyecto, a saber:

- Acciones de Marketing: Promoción, publicidad y difusión del prototipo.
- Gastos de formalización: constitución de la empresa.
- Activos fijos: corresponde a la adquisición de bienes exclusivamente necesarios para el proyecto que se utilizan directamente en el proceso de construcción del prototipo, tales como máquinas, equipos informáticos, herramientas y mobiliario de producción, entre otros.
- Activos intangibles: como software, registro de marca, manejo de inventario y catálogos digitales, entre otros, que sean estrictamente necesarios para el funcionamiento del proyecto.

4.2.2) Ítems NO Financiados

Las propuestas ganadoras NO podrán pagar con los recursos obtenidos, los siguientes gastos:

- La compra de bienes raíces, valores e instrumentos financieros (ahorros a plazo, depósitos en fondos mutuos, entre otros).
- Pago a consultores (terceros) por asistencia en la etapa de postulación al fondo.
- Las transacciones de los beneficiarios/as consigo mismos, ni de sus respectivos cónyuges, convivientes civiles, hijos/as, ni auto contrataciones.
- Garantías en obligaciones financieras, prenda, endoso ni transferencias a terceros, el pago de deudas (ejemplo deudas de casas comerciales), intereses o dividendos.
- Pago de consumos básicos como agua, energía eléctrica, gas, teléfono, gastos comunes de propiedad arrendada o propia, y otros de similar índole.
- Cualquier tipo de vehículo que requiera permiso de circulación (patente).

Se excluyen todos los servicios realizados por miembros del grupo ganador, así como también por sus cónyuges, convivientes civiles, familiares por consanguinidad y afinidad, hasta el segundo grado inclusive. Es decir, no se pueden rendir gastos en boletas de honorarios emitidas por los miembros del grupo ni por sus familiares cercanos.

Finalmente, el IGS podrá establecer restricciones adicionales de financiamiento sobre el aporte del fondo si corresponde.

4.3) Comunicación de las y los ganadores.

Los resultados de la convocatoria y el nombre de las y/o los ganadores serán publicados en los siguientes medios institucionales:

Plataforma IEB Virtual <https://iebvirtual.cl/>

Facebook institucional <https://www.facebook.com/institutosubercaseaux/>

Sitio web institucional www.isubercaseaux.cl

LinkedIn Instituto Guillermo Subercaseaux: <https://www.linkedin.com/school/instituto-guillermo-subercaseaux/mycompany/>

LinkedIn Instituto Guillermo Subercaseaux – Alumni: <https://www.linkedin.com/in/instituto-guillermo-subercaseaux-alumni-086636186/>

Instagram Institucional : @uae_igs

5) DISPOSICIONES GENERALES.

5.1) Propiedad intelectual.

La propiedad intelectual de las ideas que se presenten a la Convocatoria, de conformidad a lo señalado en las presentes Bases, pertenece a la persona (participante) que presenta la idea.

En caso de las o los participantes en grupos, cada uno de ellos reconocen y aceptan que la postulación a la Convocatoria, de conformidad a lo señalado en las presentes Bases, responde a un proceso de creación colectiva y, por tanto, la propiedad intelectual de las ideas pertenece a todas las y los integrantes del grupo en partes iguales.

Las y/o los participantes son los únicos responsables por el material enviado a los organizadores y de la autenticidad de la información entregada al momento de concursar y, en tal sentido, liberan de toda responsabilidad a los organizadores ya sea directa o indirecta, prevista o imprevista, por cualquier tipo de daños, ya sea daño emergente, lucro cesante o daño moral, derivados del material por ellos enviado.

5.2) Consultas.

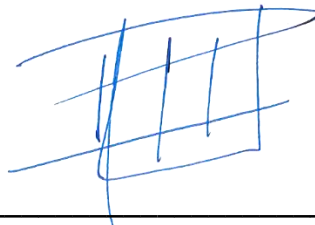
Las consultas sobre esta Convocatoria deberán formularse por escrito, mediante correo electrónico dirigido a Ana Araya Pérez, Jefa de la Unidad de Innovación, al correo arayap@isubercaseaux.cl, desde el inicio de la Convocatoria hasta el penúltimo día de la misma.

5.3) Condiciones generales de participación.

El solo hecho de llenar el Formulario de postulación de la propuesta para participar en esta Convocatoria, implica la aceptación de las presentes Bases, por lo que cualquier manifestación en el sentido de no aceptación de la totalidad o parte de éstas, por parte de alguna o algún participante implicará su exclusión y liberará al Instituto de toda responsabilidad en relación con cualquier obligación que pudiere haber contraído con dicho(a) concursante.

La participación de la/el concursante y su concurrencia a cada una de las etapas de esta Convocatoria, implica una autorización expresa al Instituto por parte de las y/o los concursantes y las y/o los ganadores, en su caso, para difundir y publicar, por sí o por intermedio de terceros, por cualquier medio y sin limitación de tiempo ni de ninguna otra especie, las imágenes, nombres y declaraciones de las y/o los concursantes y de la/el, las y/o los ganadores y/o sus representantes en su caso, sin costo alguno para el Instituto o para el tercero que actúe por encargo de éste y sin que ello autorice a la/el o las/los concursantes o ganadores y/o sus representantes a cobrar suma alguna por la difusión o publicidad.

De esta forma, la/el concursante autoriza desde ya y sin limitación de tiempo ni de ninguna otra especie, para que los datos que entregue para su registro sean verificados por el Instituto, y que tanto éstos datos como sus declaraciones verbales o escritas, u otros similares sean usados por el Instituto de Estudios Bancarios Guillermo Subercaseaux para fines promocionales o publicitarios ya sea antes, durante o después de su participación, sin derecho a obtener reconocimiento, compensación o retribución de ninguna clase por dicho uso, y para efectuar el tratamiento de sus datos de carácter personal con la finalidad de mantener un registro actualizado de participantes, al tenor de lo dispuesto en la letra o) del artículo 2º de la Ley N°19.628. La/el concursante exime de toda responsabilidad y expresamente renuncia a cualquier derecho o acción que eventualmente y de acuerdo a cualquier legislación correspondieren a ella/él, a sus representantes legales y a sus herederos o causahabientes, contra el Instituto con motivo de su participación en esta Convocatoria o bien del o los premios obtenidos.



Patricio Arturo Gaete Maureira

Rector

Instituto de Estudios Bancarios
Guillermo Subercaseaux

Bases Administrativas y Técnicas Convocatoria
"Desafío de Innovación Futuro x Financiero"
AAP/API/RVF

ANEXOS

ANEXO 1: Formulario de postulación Desafío de Innovación

- 1) Nombre participante/representante de grupo.**
- 2) Apellidos participante/representante.**
- 3) Rut.**
- 4) Correo electrónico.**
- 5) Selecciona el desafío que quieres/quieren resolver.**
- 6) En el marco del desafío seleccionado, identifica/identifiquen cuál es el problema/necesidad específico que quieres solucionar.**
- 7) Describe/describan la idea o solución propuesta para el desafío seleccionado.**
Puedes/pueden guiarte/guiarse respondiendo las siguientes preguntas: ¿Cuál es la solución?, ¿De qué manera satisface las necesidades de los usuarios?, ¿Qué beneficios obtiene el usuario/cliente?
- 8) ¿Quién necesita el producto/servicio?**
Puedes/pueden guiarte/guiarse respondiendo las siguientes preguntas: ¿Quiénes son tus clientes/usuarios?, ¿Cuántos son?, ¿Qué características tienen?
- 9) Describe/describan por qué esta solución es innovadora.**
Identifica/identifiquen las características diferenciadoras y qué ventajas concretas aporta su solución.
- 10) ¿Cómo piensas/piensan implementar la solución propuesta en un contexto real?**
Describe/describan qué recursos necesitas y las etapas de implementación, y qué resultados y métricas clave(s) podrías obtener implementando tu solución.
- 11) Describe/describan quienes integran el equipo (si aplica) indicando su área de experiencia, competencias y actividades a desarrollar por cada uno/a de los y las integrantes.**
Nombra y detalla quiénes son parte del equipo de trabajo, sus nombres, perfiles, experiencia y datos relevantes (Si postula solo igual debe contestar y señalar sus antecedentes).
- 12) Acepto las Bases**

Anexo 2: Pitch NABC

Construye/construyan un pitch NABC utilizando los siguientes criterios:

- **Gancho:** Inicie el pitch con una frase o pregunta que llame la atención de su interlocutor y lo conecte con la necesidad que estás abordando.
- **Necesidad (Diapositiva 1):** Defina claramente la necesidad que el proyecto o solución está tratando de resolver. Use las siguientes preguntas como guía:
 - ¿Quién necesita mi producto?
 - ¿Qué características tienen?
 - ¿Qué problema o necesidad específica enfrenta el cliente objetivo?
 - ¿Cuál es el dolor que experimenta en la actualidad?
- **Acercamiento (diapositiva 2):** Describa la solución que ofrece para abordar la necesidad o problema identificado. Use las siguientes preguntas como guía:
 - ¿Cómo funciona la solución?
 - ¿Qué tiene de específico la solución? ¿Qué la hace única en el mercado?
 - ¿De qué manera satisface las necesidades de los usuarios?
- **Beneficios (diapositiva 3):** Describe los beneficios que obtendrá el cliente objetivo y los inversores al utilizar la solución. Use las siguientes preguntas como guía:
 - ¿Cómo mejorará su vida o su negocio?
 - ¿Es mejor que lo que ya existe?
 - Indique las características fundamentales
 - ¿Qué ventajas concretas aporta su solución?
- **Competencia (diapositiva 4):** Describa cómo se compara la solución con otras alternativas disponibles en el mercado. Use las siguientes preguntas como guía:
 - ¿Cuál es la competencia directa e indirecta?
 - ¿Cuáles son las alternativas a su solución (lo que normalmente hace el usuario)?
 - ¿Por qué su solución es mejor que las alternativas?
- **Cierre:** Cierre el pitch con una declaración breve y memorable e invite a la audiencia a ser parte del proyecto.

Anexo 3: Criterios de evaluación.

a. Primera Etapa: Selección diez (10) propuestas finalistas

Tabla 3: Criterios de evaluación selección finalistas.

Criterio	Ponderación	1	2	3	4
PROBLEMA/ NECESIDAD	15%	No identifica una problemática, en el marco del desafío seleccionado.	Existe una problemática identificada y una solución propuesta pero no existe coherencia entre ellas.	Existe coherencia entre la problemática identificada y la solución propuesta.	Además de que existe coherencia entre la problemática identificada y la solución, esta última incorpora elementos novedosos, tiene la capacidad de abordar a un amplio segmento de personas/ organizaciones y/o es escalable a nivel nacional/internacional.
DESCRIBE TU IDEA O SOLUCIÓN	20%	La propuesta no describe como soluciona el problema detectado.	Existe una propuesta de solución y la describe sin indicar beneficios ni cómo soluciona el problema detectado.	Existe una propuesta de solución, se describe con claridad y muestra de qué manera satisface las necesidades de los usuarios.	Existe una propuesta de solución, se describe con claridad, muestra de qué manera satisface las necesidades de los usuarios y los beneficios obtiene el usuario/cliente.
CLIENTES / USUARIOS	15%	No identifica usuarios(as) ni clientes.	Indica los clientes/usuarios(as) y es capaz de decir qué características tienen.	Indica los clientes/usuarios(as), es capaz de decir qué características tienen y la ubicación geográfica.	Indica los clientes/usuarios(as), es capaz de decir cuántos son, qué características tienen y la ubicación geográfica.
INNOVACIÓN	20%	No se identifica una innovación en la propuesta.	Se identifica una innovación y una forma de generar impacto positivo y relevante para su contexto.	Se han generado métricas y medios de corroboración para medir el impacto de la innovación.	Se ha medido el impacto de la innovación al menos una ocasión.
IMPLEMENTAR	10%	No indica cómo piensa implementar la solución.	Indica cómo piensa implementar la solución, sólo describiendo qué recursos necesita.	Indica cómo piensa implementar la solución, describiendo qué recursos necesita y las etapas de implementación.	Indica cómo piensa implementar la solución, describiendo qué recursos necesita, las etapas de implementación y qué resultados y métricas clave(s) podría obtener.
EQUIPO	20%	Sólo un(a) participante presenta la propuesta.	El equipo que presenta la propuesta está conformado por dos (2) participantes.	El equipo que presenta la propuesta está conformado por tres (3) participantes.	El equipo que presenta la propuesta está conformado por cuatro (4) participantes.

b. Segunda etapa: Selección tres (3) ganadores PITCH NABC

La evaluación se realiza considerando un 50% de la presentación y el 50% restante se obtiene en función de la puesta en escena o desempeño del Pitch.

Tabla 4: Criterios de evaluación para seleccionar ganadores.

Criterio	Ponderación	1	2	3	4
GANCHO	10%	Ni el inicio ni el final están marcados, y el auditorio pierde el interés.	O bien el inicio o bien el final del discurso están marcados. El auditorio se implica relativamente en el discurso.	El gancho está marcado y consiguen la atención del auditorio.	El gancho está bien marcado y es altamente seductor; impactan positivamente en la atención del auditorio.
NECESIDAD	20%	No identifica una necesidad, en el marco del desafío seleccionado.	Existe una necesidad identificada y una solución propuesta pero no existe coherencia entre ellas.	Existe coherencia entre la necesidad identificada y la solución propuesta.	Además de que existe coherencia entre la necesidad identificada y la solución, esta última incorpora elementos novedosos y tiene la capacidad de abordar a un amplio segmento de personas/ organizaciones.
ACERCAMIENTO	20%	La solución aportada al reto es copiada o es estándar.	La solución aportada al reto es poco creativa y estándar.	La solución es creativa y aporta algunos aspectos innovadores, si bien otros son previsibles.	La solución propuesta es novedosa y aporta aspectos creativos.
BENEFICIOS	20%	No indica beneficios concretos que impliquen una mejora en la vida del cliente/usuario.	Indica beneficios concretos que implica una mejora en la vida del cliente/usuario.	Indica beneficios concretos que implica una mejora en la vida del cliente/usuario y muestra que su solución es mejor que lo que ya existe.	Indica beneficios concretos que implica una mejora en la vida del cliente/usuario. Muestra que su solución es mejor que lo que ya existe e indica las características que le dan esa ventaja.
COMPETENCIA	20%	No identifica competencia de ninguna índole.	Sólo Identifica la competencia directa.	Identifica la competencia directa e indirecta e indica por qué su solución es mejor que dichas alternativas.	Identifica la competencia directa e indirecta, las alternativas a su solución (lo que normalmente hace el usuario) e indica por qué su solución es mejor que dichas alternativas.
CIERRE	10%	Ni el inicio ni el final están marcados, y el auditorio pierde el interés.	O bien el inicio o bien el final del discurso están marcados. El auditorio se implica relativamente en el discurso.	El cierre está marcado y consiguen la atención del auditorio.	El cierre final está bien marcado y es altamente seductor; impactan positivamente en la atención del auditorio.

Adicionalmente se sumará una nota por calidad del *Pitch*, **ambas notas se promedian dando como resultado el ranking de ganadoras o ganadores.**

Tabla 5: Criterios de evaluación Pitch.

Criterio	1	2	3	4
PITCH (Puesta en escena)	El <i>Pitch</i> no logra dar cuenta de los criterios evaluados y el apoyo visual es insuficiente.	El <i>Pitch</i> no logra dar cuenta de los criterios evaluados y el apoyo visual es adecuado.	El <i>Pitch</i> logra dar cuenta de los criterios evaluados y el apoyo visual es insuficiente.	El <i>Pitch</i> logra dar cuenta de un avance y mejora de los criterios evaluados y el apoyo visual es coherente con el relato.