

PROGRAMA DIGITAL.BR / E-COMMERCE.BR

CONSULTA PÚBLICA Nº 02/2024

A Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial (ABDI), em conjunto com a Secretaria de Desenvolvimento Industrial, Inovação, Comércio e Serviços (SDIC), do Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC), planeja o lançamento de Edital de Concurso, cujo objetivo é identificar, reconhecer e premiar soluções inovadoras que contribuam para inserir empresas de micro, pequeno e médio porte das regiões Centro-Oeste, Nordeste e Norte do país no comércio eletrônico, visto que esse canal de vendas não é muito difundido nessas regiões.

Com o intuito de coletar informações e sugestões para os critérios de seleção deste Edital, além de dar amplo conhecimento à sociedade sobre seu processo de construção, a ABDI torna público que se acha aberta nesta entidade a presente CONSULTA PÚBLICA, em conformidade com as condições estabelecidas neste Edital e seus anexos.

1. DO OBJETIVO

- 1.1.** Esta CONSULTA PÚBLICA busca receber informações e colher manifestações de potenciais beneficiários e proponentes do edital, além de representantes de entidades envolvidas na discussão da transformação digital e do comércio eletrônico no Brasil, com vistas a:
- 1.2.** Reunir contribuições sobre os critérios que devem ser utilizados para selecionar as soluções inovadoras. Isso ajuda a assegurar que os critérios sejam realistas, justos e aplicáveis à realidade das regiões alvo. Os critérios previstos estão disponíveis no Anexo I deste Edital.
- 1.3.** Outros objetivos dessa CONSULTA são:
 - Aumentar a transparência do processo de elaboração do edital e estimular a participação de diferentes setores da sociedade, garantindo que todos os interessados tenham a oportunidade de contribuir e se engajar no processo;
 - Incorporar sugestões que possam melhorar o alcance e a efetividade do edital, garantindo que ele contemple as necessidades e desafios específicos das micro, pequenas e médias empresas das regiões Norte,

Nordeste e Centro-Oeste, e que as soluções premiadas realmente atendam aos objetivos propostos;

- Promover o engajamento de potenciais participantes do concurso e possíveis parceiros estratégicos que possam contribuir com expertise técnica, gerando um ambiente colaborativo e de inovação;
- Garantir que o edital reflita uma diversidade de visões e contribuições, especialmente de setores diretamente impactados, como o comércio local, a tecnologia e o desenvolvimento regional. Isso contribui para a criação de um edital mais inclusivo e abrangente; e
- Utilizar os dados e sugestões recebidos para garantir que os recursos destinados ao concurso sejam alocados de maneira eficiente, direcionados para áreas e soluções com maior potencial de impacto e sucesso.

2. DA PARTICIPAÇÃO NA CONSULTA

- 2.1.** A consulta pública ficará aberta para encaminhamento de sugestões, aberta a todos os interessados, do dia 15 de outubro de 2024, a partir das 10h, até o dia 29 de outubro de 2024, às 18h (horário de Brasília) por meio do formulário disponível em: <https://forms.office.com/r/dpiFuVRy5y>.
- 2.2.** A identificação pessoal é opcional e os dados não serão divulgados individualmente.

3. DA DISPONIBILIZAÇÃO DE INFORMAÇÕES

- 3.1.** Este Edital e seus anexos, bem como todas as demais informações relevantes, serão divulgados no Portal da Transparência da ABDI (<https://www.abdi.com.br/consultas-publicas/>).
- 3.2.** Qualquer necessidade de esclarecimento pode ser encaminhada, até 2 (dois) antes do fim do prazo desta Consulta, para o e-mail: utd@abdi.com.br.

Anexo 1 - Critérios preliminares do edital

CRITÉRIOS DE MÉRITO (*finalidades classificatórias*):

ID	Critérios	Descrição	Pontuação
1	Aderência ao problema	<p>Este critério avaliará o grau de alinhamento da proposta com os desafios específicos enfrentados por micro, pequenas e médias empresas nas regiões Centro-Oeste, Nordeste e Norte do Brasil no contexto de inserção no comércio eletrônico. Será considerada a apresentação de dados e informações que demonstrem com clareza o problema a ser endereçado no âmbito deste Edital.</p> <p>Referencial de pontuação: De 0 a 1 = A proposta não identifica ou aborda o problema de forma clara e há ausência de dados ou evidências. De 1,1 a 2 = A proposta identifica o problema, mas os dados e evidências não permitem perceber a relevância ou impacto prático da solução sobre as questões identificadas. De 2,1 a 3 = A proposta identifica adequadamente o problema e apresenta dados e evidências suficientes e atualizadas que permitem perceber que solução que oferece impacto direto e relevante sobre os desafios propostos</p>	0 a 3
2	Clareza da solução	<p>Capacidade da solução proposta de endereçar o problema identificado.</p> <p>Referencial de pontuação: De 0 a 1 = Não há relação entre a solução proposta e o problema identificado. A solução apresentada é confusa ou não demonstra uma abordagem clara para resolver o problema. De 1,1 a 2 = Há alguma relação entre a solução proposta e o problema identificado, mas a solução é insuficiente para sanar/minimizar o problema. De 2,1 a 3 = Há relação entre a solução e o problema; a solução proposta sana/minimiza o problema.</p>	0 a 3
3	Inovação e criatividade da solução	<p>Este critério avalia o grau de inovação da proposta em relação às soluções tradicionais já existentes. Será considerada a originalidade da</p>	0 a 2

		<p>abordagem e a aplicação de novas tecnologias ou métodos que possam gerar um impacto significativo no comércio eletrônico para micro, pequenas e médias empresas.</p> <p>Referencial de pontuação: De 0 a 1 = A solução não apresenta nenhum aspecto inovador ou usa tecnologias/métodos já amplamente aplicados. De 1,1 a 2 = A solução apresenta ideias novas ou utiliza tecnologias existentes de forma criativa para resolver o problema de maneira diferente.</p>	
4	Viabilidade Técnica e Econômica	<p>Este critério avalia a capacidade técnica e econômica de implementar a solução proposta. Será considerada a adequação dos recursos técnicos e financeiros previstos para a execução do projeto, além da sustentabilidade da solução a longo prazo.</p> <p>Referencial de pontuação: De 0 a 1 = A solução é inviável tecnicamente ou financeiramente. De 1,1 a 2 = A solução é tecnicamente viável, mas apresenta fragilidades econômicas ou em termos de recursos necessários. De 2,1 a 3 = A solução é claramente viável, com recursos técnicos e econômicos bem detalhados, e demonstra sustentabilidade a longo prazo.</p>	0 a 3
5	Escalabilidade da solução	<p>Potencial de replicação da solução (efeito multiplicador). Indica a capacidade de uma intervenção de ser replicada e atingir um número maior de empresas, de diversos portes e segmentos econômicos e/ou outras regiões.</p> <p>Referencial de pontuação: De 0 a 1 = Não há potencial de escala na solução. O número de beneficiários é limitado e/ou não há efeito multiplicador. De 1,1 a 2 = A solução tem potencial de escala, com um plano claro de expansão para beneficiar mais empresas ou regiões no futuro. O número de beneficiários é abrangente e há capacidade de replicação para um número maior de empresas, segmentos e outras regiões.</p>	0 a 2
6	Impacto esperado	<p>Este critério avalia o potencial impacto da solução sobre as empresas de micro, pequeno e</p>	0 a 3

		<p>médio porte das regiões Centro-Oeste, Nordeste e Norte do Brasil. Será considerado o número de empresas que poderão ser beneficiadas e a profundidade da mudança que a solução poderá trazer para essas empresas em termos de inserção no comércio eletrônico.</p> <p>De 0 a 1 = O impacto é marginal ou não quantificável, atendendo menos de 50 empresas na fase de piloto e menos de 120 na fase de escala.</p> <p>De 1,1 a 2 = O impacto é moderado, com potencial para beneficiar entre 50 e 60 empresas na fase de piloto e, pelo menos, 120 empresas na fase de escala.</p> <p>De 2,1 a 3 = O impacto é significativo, com potencial de atender mais de 60 empresas na fase de piloto e mais de 120 empresas na fase de escala, promovendo mudanças relevantes no nível de inserção no comércio eletrônico e podendo gerar benefícios contínuos para as empresas atendidas.</p>	
7	Composição da rede	<p>Este critério avaliará a presença e o papel de startups ou empresas fornecedoras como Unidades Operacionais Executoras dentro da equipe proponente. Atribuir a essas entidades a responsabilidade direta pela execução de partes estratégicas do projeto é visto como um diferencial, pois garante maior capacidade técnica, inovação e expertise na implementação de soluções voltadas ao comércio eletrônico.</p> <p>Soluções que integram startups ou empresas fornecedoras como principais responsáveis pela operação e execução das atividades-chave receberão maior pontuação, uma vez que essa parceria pode agregar maior agilidade, conhecimento técnico e inovação prática ao projeto.</p> <p>Referencial de pontuação: De 0 a 1 = A rede proponente não inclui startups ou empresas fornecedoras como Unidades Operacionais Executoras. De 1,1 a 2 = A rede inclui uma startup ou empresa fornecedora designada como unidade operacional executora com papel claro e relevante na execução estratégica do projeto,</p>	0 a 2

		sendo responsável por atividades críticas para o sucesso da solução.	
8	Promoção da equidade do Desenvolvimento Territorial	<p>Este critério busca levar em consideração o território em que a proposta considera dentro do escopo de atuação. Nesse sentido, entende-se que regiões mais deprimidas do ponto de vista econômico devem ser priorizadas em um programa voltado para a desconcentração do fluxo de comércio eletrônico. Assim, o projeto receberá como pontuação a diferença negativa em relação à média do IDH nacional x 10 (DEZ)*</p> <p>Exemplo: IDH do Brasil = 0,76 IDH do Estado X = 0,67 (esse IDH é o menor encontrado entre os 27 entes federados) Pontuação: 0,09 x 10 = 0,9</p> <p>Os Estados que tiverem pontuação acima da média nacional, não pontuarão. *O Índice levará em consideração apenas os dígitos decimais.</p>	0 a 0,9
9	Diversidade nas equipes das redes proponentes	<p>Este critério valoriza redes de inovação proponentes que seja diversas e representativas. A pontuação será dada com base na presença de diversidade em gênero, raça, orientação sexual, identidade de gênero e pessoas com deficiência, adotando a perspectiva de interseccionalidade, onde mais de uma característica sub-representada pode coexistir.</p> <p>Referencial de pontuação:</p> <p>De 0 a 1 = a equipe técnica da rede proponente não é diversa, ou seja, não apresenta em sua composição mulheres; mulheres não brancas; homens não brancos; pessoas que se identificam como LGBTQIAPN+; e/ou pessoas com deficiência (PCD).</p> <p>De 1,1 a 2 = a equipe técnica da rede proponente é pouco diversa, ou seja, apresenta 3 itens de representatividade: mulheres; mulheres não brancas; homens não brancos; pessoas que se identificam como LGBTQIAPN+; e/ou pessoas com deficiência (PCD).</p> <p>De 2,1 a 3 = a equipe técnica da rede proponente é muito diversa, ou seja, apresenta 4 itens ou mais de representatividade: mulheres; mulheres</p>	0 a 3

		não brancas; homens não brancos; pessoas que se identificam como LGBTQIAPN+; e/ou pessoas com deficiência (PCD).	
--	--	--	--

CRITÉRIOS DE *ELEGIBILIDADE* (finalidades eliminatórias)

ID	Requisito	Descrição
1	Proponente	<p>Para proposição de projetos a este edital, os interessados deverão formar redes de inovação, compostas por, no mínimo, 3 (três) entidades.</p> <p>Poderão integrar as redes de inovação:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Agências de fomento e desenvolvimento econômico; • Consórcios municipais, distritais ou estaduais; • Entidades de representação empresarial (associações, câmaras, sindicatos, entre outros); • Federações; • Fundações de Amparo à Pesquisa; • Grupos de governança local; • Incubadoras; • Institutos de Ciência e Tecnologia – ICT; • Laboratórios e Hubs de Inovação; • Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP); • Órgãos ou entidades da administração pública direta ou indireta; • Parques Tecnológicos; • Provedores de soluções tecnológicas (startups), com Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica – CNPJ; • Secretarias de governo estaduais, municipais e distritais; • Serviços Sociais Autônomos de representação estadual ou regional; e • Universidades e centros de pesquisa.
2	Enquadramento na categoria temática	<p>As propostas de soluções a serem apresentadas deverão enquadrar-se nas seguintes categorias:</p> <p>Categoria I – Capacitação e Desenvolvimento de Recursos Humanos: Esta categoria busca soluções inovadoras que contribuam para capacitar as empresas e seus colaboradores em habilidades essenciais para o comércio eletrônico (gestão de inventário, análise financeira e</p>

	<p>precificação; análise de concorrência; gestão de logística, jornada do cliente, análise de dados e performance, Search Engine Optimization, entre outras). As soluções nesta categoria devem oferecer programas, ferramentas ou metodologias que ampliem a capacidade das empresas de vender produtos e serviços online.</p> <p>Categoria II - Soluções para Entregas e Distribuição: Esta categoria foca no desenvolvimento soluções que facilitem a logística de saída para empresas de micro, pequeno e médio porte, otimizando processos de entrega e distribuição de produtos comprados online. As soluções nesta categoria devem resolver os problemas de acesso a logística eficiente, tornando a operação de vendas online mais competitiva, principalmente em áreas onde a infraestrutura é limitada.</p> <p>Categoria III - Comunicação e Integração Digital: Esta categoria procura soluções que promovam o uso de tecnologias digitais avançadas para melhorar a comunicação entre as empresas e seus clientes, bem como para aumentar sua presença online. As soluções nesta categoria devem ajudar as empresas a adotar ferramentas como chatbots, inteligência artificial (IA), plataformas de mensagens (WhatsApp, Instagram) e outras inovações tecnológicas para melhorar o atendimento ao cliente, melhorar o processo de fidelização e impulsionar as vendas.</p>
--	--