

EDITAL Nº 001/ 2017 – INCUBATEC (INCUBAÇÃO)

CHAMADA PARA O PROCESSO DE SELEÇÃO DE NOVAS EMPRESAS OU EMPREENDIMENTOS PARA O PROGRAMA DE INCUBAÇÃO, NA MODALIDADE DE EMPRESA INCUBADA RESIDENTE

A **INCUBATEC** - Incubadora de Negócios Inovadores de Base Tecnológica, mantida pela Fundação IMED, torna pública a abertura das inscrições para o processo seletivo de novas empresas ou empreendimentos interessados em participar do processo de Incubação nos termos estabelecidos no presente Edital.

1. OBJETIVO

O presente Edital tem por objetivo selecionar propostas de interessados em usufruir da estrutura e apoio da **INCUBATEC**, na fase de Incubação, para criar e consolidar seus próprios negócios, no prazo de até 2 (dois) anos, na modalidade residente.

1.1 OBJETIVO DA INCUBADORA

Apoiar técnica e administrativamente negócios inovadores de base tecnológica, cujos sócios sejam professores, alunos matriculados ou egressos de qualquer Instituição de Ensino Superior, fomentando a cultura empreendedora, por meio da promoção de capacitação e ações que reforcem sua implementação.

1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS DA INCUBADORA

- a) Identificar empreendedores e desenvolver o espírito empreendedor e de inovação entre os membros da comunidade universitária;
- b) Apoiar idéias e negócios inovadores gerados por estudantes de ensino superior de cursos com atuação em áreas de base tecnológica;
- c) Fornecer uma infraestrutura e serviços de apoio que facilitem a transformação de projetos inovadores em produtos ou serviços competitivos;
- d) Disseminar a cultura da livre iniciativa e busca pela inovação sustentável nas universidades, centros tecnológicos e institutos de pesquisa de todo o país;
- e) Apoiar a criação e consolidação de empreendimentos de excelência na área tecnológica;
- f) Estimular a aplicação de capital de risco em empreendimentos gerados pela incubadora;
- g) Propiciar aos empreendedores condições favoráveis para um desenvolvimento empresarial acelerado, sadio e competitivo internacionalmente;
- h) Amparar as novas empresas para que os produtos e serviços originados da pesquisa tecnológica possam alcançar o mercado eficientemente;
- i) Ajudar potenciais empreendedores com iniciativa para desenvolverem sua própria atividade empresarial;
- j) Desenvolver a atividade econômica e a diversificação da matriz produtiva da região apoiando o desenvolvimento da inovação de base tecnológica.

2. CONCEITOS

Para fins do presente Edital 2017 denominam-se:

2.1 Empresa: qualquer firma, companhia, organização ou corporação, registrada formalmente (com CNPJ) destinada ao desenvolvimento, à produção e/ou comercialização de processos, bens e serviços.

2.2 Empresa Incubada Residente: trata-se da empresa que uma vez selecionada pela Incubadora ocupará um espaço físico no ambiente da incubadora e receberá um conjunto de serviços que visa o seu desenvolvimento e a aceleração de seu crescimento. Pode ser um projeto de empresa que se constituirá legalmente logo após o seu ingresso na Incubadora ou uma empresa já existente e constituída no mercado, desde que não tenha passado pelo processo de incubação.

3. CANDIDATOS ELEGÍVEIS

As propostas poderão ser apresentadas por pessoas físicas ou jurídicas, denominadas proponente(s). As equipes deverão ser compostas por integrantes que sejam alunos egressos ou regularmente matriculados em cursos de Ensino Superior, Médio, Técnico e professores destes. Poderá ser enviado apenas 1 (hum) projeto por equipe, não sendo permitindo integrantes estarem em mais de 1 equipe. As propostas deverão ter como objetivo o desenvolvimento de produtos ou serviços por empresas que em sua cadeia produtiva gerem ou façam uso de ferramentas de base tecnológica que contemplem inovação de produto ou serviço nas áreas: **Direito, Saúde, Design e Construção Civil, Gestão, Educação e Tecnologia da Informação e Comunicação**. Cada equipe deverá efetuar uma inscrição, preenchendo o “Plano de Negócio” no **ANEXO I**.

Não poderão participar do processo seletivo, os envolvidos na comissão julgadora do Processo Seletivo de Plano de Negócios. A inscrição no Processo Seletivo de Plano de Negócios da **INCUBATEC**, vinculada à Fundação IMED, implicará na total aceitação do presente regulamento. O Plano de Negócios, a ser apresentado com a inscrição, deverá conter todos os dados no **ANEXO I**, sob pena de exclusão sumária do candidato no certame.

4. CRITÉRIOS DE SELEÇÃO

A avaliação seguirá os seguintes critérios:

- a) Grau de inovação do produto ou serviço, respeitados os critérios do “Manual de Oslo”;
- b) Comprovação da existência de demanda de mercado;
- c) Viabilidade técnica e econômica;
- d) Capacidade empreendedora dos proponentes, conforme dados dos currículos;
- e) Multidisciplinaridade na construção do produto ou serviço;
- f) Possibilidade de interação com a IMED;
- g) Propostas de ações colaborativas com outras incubadas da INCUBATEC.

A Comissão Examinadora responsável pela avaliação das propostas poderá solicitar pareceres de técnicos e especialistas, a fim de dirimir eventuais dúvidas na avaliação de quaisquer dos critérios mencionados.

5. MODALIDADE

5.1 RESIDENTE: A empresa residente é considerada a que está alocada no espaço físico da **INCUBATEC**, com disponibilidade de três estações de trabalho em sala compartilhada, para desenvolvimento do projeto, estando sujeitas as obrigações e responsabilidades do item 9 do presente edital.

6. PROCESSO DE SELEÇÃO

O processo de seleção das empresas é de responsabilidade da Coordenação da **INCUBATEC**. As propostas de novas empresas ou empreendimentos deverão passar pelas fases de pré-qualificação e qualificação, descritas abaixo:

- a) **Pré-qualificação** - Os interessados deverão apresentar à Coordenação da INCUBATEC um Plano de Negócios, onde, de forma resumida apresentam o que pretendem desenvolver no âmbito da INCUBATEC. Com base nas informações fornecidas no Plano de Negócios e do cumprimento de todas as condições do presente regulamento, a Coordenação realizará uma pré-qualificação de caráter eliminatório.
- b) **Qualificação** – As propostas aceitas pela etapa de pré-qualificação devem seguir as seguintes etapas:
 - 1ª etapa:** Inscrição, submissão de propostas e envio dos documentos mencionados no item 8 deste edital;
 - 2ª etapa:** Análise dos documentos;
 - 3ª etapa:** Avaliação técnica do projeto da empresa;
 - 4ª etapa:** Avaliação Financeira;
 - 5ª etapa:** Avaliação da Coordenação da INCUBATEC;
 - 6ª etapa:** Apresentação oral para Comissão Examinadora constituída por:
 - I. 2 (dois) Professores da Faculdade IMED;
 - II. No mínimo 1 (hum) Empresário convidado;
 - 7ª etapa:** Avaliação e parecer final da Coordenação da INCUBATEC.

7. VAGAS

O número de vagas para o Programa de Incubação da INCUBATEC será definido em função da disponibilidade de espaço físico na Incubadora. A INCUBATEC se reserva o direito de não preencher todas as vagas, caso as propostas não atendam aos critérios de seleção estabelecidos.

8. INSCRIÇÃO

Os documentos necessários para inscrição são:

- a) 3 (três) vias impressas e encadernadas do “Plano de Negócios” devidamente preenchido, conforme modelo do **ANEXO I**;
- b) Currículo *Lattes ou Vitae* impresso dos proponentes;
- c) Comprovante de matrícula ou comprovante de conclusão de curso superior, médio ou técnico;
- d) Cópia do CPF, RG, comprovante de residência dos participantes;
- e) Para contratação final será necessária a entrega de certidão negativa federal, fiscal, trabalhista, cível e criminal de todos proponentes, não sendo necessário no envio da proposta.

A inscrição deverá ser feita pessoalmente via protocolo na Fundação IMED, no endereço abaixo e os documentos deverão ser entregues em envelope lacrado e identificado, sendo que os mesmos não serão devolvidos.

Fundação IMED

Centro Executivo Presidente Vargas [CEPV]

Av. Presidente Vargas, 541, Sala 509 - Bairro São Cristóvão - Passo Fundo/RS

Horário para entrega: de segunda à sexta-feira, das 8h30m às 12h00, e das 13h30m às 18h00.

9. OBRIGAÇÕES E RESPONSABILIDADES DAS INCUBADAS

No período de Incubação, o participante se comprometerá, sob pena de exclusão, a:

- a) Observar e respeitar o Regimento Interno e o Termo de Compromisso da **INCUBATEC**;
- b) Participar das atividades, eventos ou outros tipos de solicitações da **INCUBATEC**;
- c) Pelo uso do espaço físico compartilhado da infraestrutura e dos serviços da **INCUBATEC**, pagar mensalmente os custos equivalentes a R\$ 400,00 (quatrocentos reais) fixos por projeto incubado, até o quinto dia útil do mês subsequente;
- d) Cumprir o cronograma de metas fixado pela **INCUBATEC**;
- d) As empresas devem apresentar seu CNPJ ou protocolo de entrada na junta comercial em até 30 dias do início da assinatura do termo para homologar a Incubação. À critério da **INCUBATEC**, caso o Incubado deixe de cumprir qualquer prazo, obrigação ou responsabilidade previstos no presente edital ou no Regimento Interno da **INCUBATEC**, poderá ser excluído sumariamente, em decisão definitiva, final e irrecorrível, sem prejuízo da cobrança de eventuais danos causados à **INCUBATEC** ou aos seus membros e mantenedora.

Após a graduação, a **EMPRESA INCUBADA** pagará, a título de retribuição pelo apoio concedido durante a relação de incubação, de modo a viabilizar o investimento em novos projetos de incubação, o valor referente ao percentual de 5% (cinco por cento) do faturamento bruto, apurados durante os últimos 12 (doze) meses que permanecer na INCUBADORA. O valor apurado na forma descrita acima deverá ser pago à INCUBADORA no prazo máximo de 12 (doze) meses subsequentes a sua saída, iniciando o primeiro pagamento em até 30 (dias) após sua saída e os demais nos meses subsequentes.

10. DISPOSIÇÕES FINAIS

A qualquer tempo, o presente edital poderá ser revogado, alterado ou anulado, em parte ou sem sua totalidade, por motivo de interesse da **INCUBATEC**, sem qualquer ônus. A entrega de proposta em resposta a este edital configura total aceitação às regras nele definidas.

Os casos omissos neste Edital serão dirimidos pelo Comitê Gestor da **INCUBATEC**, em conformidade com as normas vigentes.

Informações complementares poderão ser obtidas no site <http://www.imed.edu.br/incubatec/> ou através do email: incubatec@imed.edu.br e/ou pelos fones (54) 3045-9030 em dias úteis e horário comercial.

Passo Fundo (RS), 18 de outubro de 2017.



Viane Roberto Mayolo
Coordenador da INCUBATEC

ANEXO I

PLANO DE NEGÓCIO - INCUBATEC

Logotipo e layout bem visual

Nome da Startup

Nome de quem fez o Plano de Negócios

Cidade, fone e email

Mês e ano em que o plano foi feito

SUMÁRIO EXECUTIVO

Deve expressar uma síntese do que será apresentado na sequência, preparando o leitor e atraindo para uma leitura com mais atenção e interesse, contendo apenas meia página, respondendo:

- *Onde sua Startup está localizada? Onde está seu mercado/clientes?*
- *Porque você precisa do dinheiro requisitado?*
- *Como você empregará o dinheiro ?*
- *Qual a escalabilidade de sua startup?*
- *De quanto dinheiro você necessita? Como se dará o retorno sobre o investimento? Quando?*

SUMÁRIO

1.CONCEITO DO NEGÓCIO.....	4
1.1.Modelo de Negócio	4
1.2.Estratégia Empresarial.....	5
1.3.Equipe Empreendedora	6
1.4.Aspectos Legais.....	6
2.MERCADO E COMPETIDORES	7
2.1.Análise de Oportunidade	7
2.2.Análise de Players	8
3.PLANO DE MARKETING E CRESCIMENTO.....	9
3.1.Produto e Características	9
3.2.Preço e Monetização	10
3.3.Praça	10
3.4.Promoção	10
3.5.Estratégias de Crescimento.....	11
3.6.Imagem Institucional	11
4.PLANO FINANCEIRO.....	12
4.1.Demonstrações Contábeis.....	12
4.2.Investimento Inicial	12
4.3.Análise de Viabilidade Financeira	12
5.ANEXOS	13
5.1.ANEXO 1 - Business Model Canvas.....	14
5.2.ANEXO 2 - DRE Projetado 36 meses.....	15
5.3.ANEXO 3 - Primeira pesquisa quantitativa	16
5.4.ANEXO 4 - Pesquisas de feedbacks do MVP	17

1. CONCEITO DO NEGÓCIO

1.1. Modelo de Negócio

Proposta de Valor

Qual o valor entregue para cada segmento de Cliente no BM Canvas ? Ex: Informação segura e atualizada sobre campeonatos de futebol.

Segmento de Clientes

Quais os segmentos de Clientes ou Beneficiários do BM Canvas ? Ex: Homens de 20 a 25 anos de classe B ou C que utilizam smartphone com 3G e gostam de futebol.

Canais

Quais os canais ou pontos de interação utilizados para alcançar os Clientes ou Beneficiários do BM Canvas, seja para comunicar ou para entregar a proposta de valor ? Ex: Redes Sociais, Revista Especializada, Evento ou Encontro, Rede de Distribuição, Plataforma Física ou Tecnológica de entrega de produto ou serviço.

Relacionamento com Clientes

Quais os métodos ou estratégias de fidelização com os Clientes ou Beneficiários do BM Canvas, oferecendo aproximação e criação de vínculos emocionais ? Ex: Estratégia de atendimento VIP e personalizado, oferecendo descontos progressivos para recompras ou indicação de novos clientes.

Fontes de Receita

Quais as estratégias de Monetização do Modelo de Negócios? Ex: Pagamento de Assinatura por tempo, Freemium com acesso Free e recursos Premium pagos, Venda de publicidade com Adwords / Adsense, Comissão através de sistema de Marketplace, Pay-per-use cobrando por acesso ao produto ou serviço.

Recursos Chave

Quais os recursos físicos ou digitais essenciais para funcionamento do Modelo de Negócio, exigidos pelos Canais ou Relacionamento com os Clientes? Ex: Infraestrutura física, softwares, equipamentos, plataformas tecnológicas.

Atividades Chave

Quais as atividades fundamentais que são percebidas para entregar a proposta de valor aos Clientes ou Beneficiários, apoiando o funcionamento dos Canais e tornando o modelo de negócios rentável? Ex: Features do produto ou serviço, Forma diferenciada de entregar o produto ou serviço, principais atividades que agregam valor percebido pelos Clientes ou Beneficiários.

Parceiros

Quais as principais Parceiros ou Fornecedores que entregam os Recursos Chaves e apoiam na entrega das Atividades Chaves. Ex: Fornecedores de serviços essenciais, mas que são terceirizados por não serem o CoreBusiness.

Estrutura de Custos

Principais custos que afetam o modelo, como serviços internos ou externos recorrentes. Ex: Infraestrutura física, pessoal, softwares.

1.2. Estratégia Empresarial

Missão

Qual a razão de existir do Negócio? Para que ele serve? Na missão, tem-se acentuado o que a empresa produz, sua previsão de conquistas futuras e como espera ser reconhecida pelos clientes e demais stakeholders. Ex: GOOGLE - Organizar as informações do mundo todo e torná-las acessíveis e úteis em caráter universal.

Visão

Onde se quer chegar com esse negócio? A visão pode ser percebida como a direção desejada, o caminho que se pretende percorrer, uma proposta do que a empresa deseja ser a médio e longo prazo e, ainda, de como ela espera ser vista por todos. Ex: APPLE -

Mudar o mundo através da tecnologia.

1.3. Equipe Empreendedora

Apresente a equipe empreendedora e de gestão do negócio, contando com os papéis do Idealizador / Especialista em Marketing, Gestor, Especialista Técnico / Designer. Descrever ainda as Habilidades e experiências da equipe e Responsabilidades de cada um. Exemplo abaixo:

Função no negócio	Nome	Características
Idealizador e Marketing	Fulano	Habilidades em marketing e segmentação de clientes digitais devido à graduação e pós-graduação em marketing pela IMED. Experiências anteriores de 5 anos em desenvolvimento de projetos com integração de sistemas na empresa X. Responsável pela criação da marca, plano de comunicação, apresentação e divulgação do produto.
Gestor	Fulano	Habilidades em marketing e segmentação de clientes digitais devido à graduação e pós-graduação em marketing pela IMED. Experiências anteriores de 5 anos em desenvolvimento de projetos com integração de sistemas na empresa X. Responsável pela criação da marca, plano de comunicação, apresentação e divulgação do produto.
Desenvolvedor e Designer	Fulano	Habilidades em marketing e segmentação de clientes digitais devido à graduação e pós-graduação em marketing pela IMED. Experiências anteriores de 5 anos em desenvolvimento de projetos com integração de sistemas na empresa X. Responsável pela criação da marca, plano de comunicação, apresentação e divulgação do produto.

1.4. Aspectos Legais

Cite e explique as limitações ou facilidades que os aspectos legais impões sobre o seu negócio, incluindo regulamentação ou legislação que o negócio está sujeito.

2. MERCADO E COMPETIDORES

2.1. Análise de Oportunidade

Demanda de Mercado

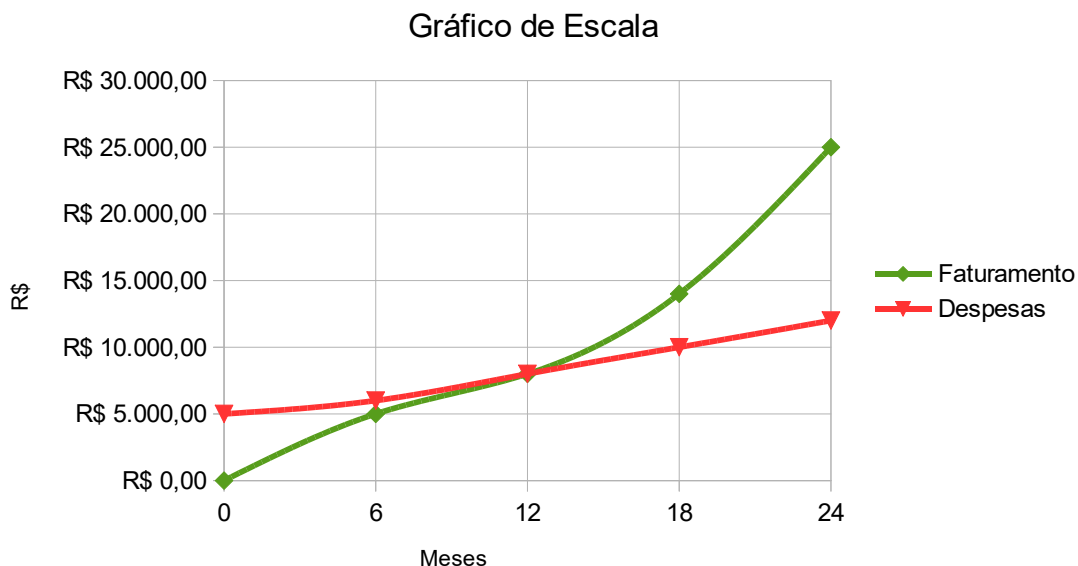
Citar matérias, notícias ou artigos com informações gerais sobre a demanda que esse negócio possui, se está em crescimento ou saturado e comentar as matérias abaixo, citando suas fontes.

Tamanho e Estrutura do Mercado

Citar pesquisas ou fontes que apresentam o tamanho do mercado e abrangência geográfica escolhida para início das atividades, e também área para futura expansão, comentando cada informação e citando as fontes.

Escala e de Margem

Análise gráfica de escala que esse modelo de negócio pode ter, apontando semestralmente o custo e faturamento e um texto explicativo. Exemplo:



Como demonstrado no gráfico de escala acima, o negócio vai iniciar com déficit mensal





de R\$ 5.000,00, alcançando o ponto de equilíbrio em 12 meses, gerando escala de 18 meses em diante, alcançando margem de 50% em 24 meses.

2.2. Análise de Players

Elencar no mínimo 3 concorrentes e para cada um responder: Qual o marketshare desse player ? Quais os diferenciais competitivos do concorrente ? Quais as limitações do concorrente ? Qual seu diferencial competitivo e suas limitações ? Exemplo:

Players	Forças e Fraquezas	
Sua Startup Possui diferenciais A e B no produto e modelo de negócio.	Forças Visitação presencial Multimarcas Parceria com fabricantes	Fraquezas Pouco reconhecimento Recursos financeiros limitados Sem relevância nacional
Buscapé Possui 20% do mercado nacional de anúncios de e-commerce.	Forças Abrangência nacional Alto recurso financeiro Bem posicionado no mercado	Fraquezas Sem presença local Apenas para produtos eletrônicos Sem garantia de entrega

Da mesma forma, quais os principais recursos da sua solução e dos concorrentes? Aponte somente as mais relevante na visão do cliente.

Recursos	Você	Player 1	Player 2	Player 3
Busca Inteligente Permite buscar por voz ou por foto.				

3. PLANO DE MARKETING E CRESCIMENTO

3.1. Produto e Características

Extraído da Proposta de Valor do BM Canvas, especificar aqui o que os clientes necessitam e desejam. Apresentar características funcionais e técnicas esperadas, tecnologia a ser utilizada, diferenciais competitivos, Inovação presente no produto, buscando atender as Atividades Chaves do BM Canvas.

Características Técnicas

Aplicativo Multiplataforma (Android, IOS e Windows) desenvolvido na linguagem X, com banco de dados sincronizado na nuvem com a plataforma Y, que faz comunicação com aplicativos de terceiros usando tal recurso.

Inovação e diferenciais competitivos

Possui como diferencial competitivo usar a plataforma tecnológica com os recursos a, b e c, sendo inovador no quesito a, b e c, que atenderá as atividades chave X e Y através dos seguintes recursos:

1. **Busca simplificada em sites de terceiros** – recurso que permite fazer pesquisas avançadas sem sair do aplicativo;
2. **Comparação de preços** – permite comparar preços de várias lojas e favoritar o escolhido;
3. **Compartilhamento em redes sociais** – permite que o usuário compartilhe suas escolhas favoritas no facebook e twitter;
4. **Acesso por redes sociais** – não é necessário fazer login pois usa redes sociais para cadastramento;

Imagens do Produto



Através dos recursos apresentados na imagem acima, permite uma melhor visualização dos clientes e ofertas.

3.2. Preço e Monetização

Extraído do bloco Receitas do Canvas, descrever aqui como monetizar o negócio e faixas de valores.

3.3. Praça

Extraído do bloco Canais do BM Canvas, descrever aqui onde e de que forma o Cliente ou Beneficiário vai utilizar o produto ou serviço, e ainda em que cidades se pretende iniciar o projeto.

3.4. Promoção

Extraído dos canais e relacionamento do BM Canvas, especificar aqui com quais mídias e apelo vai alcançar e fidelizar os Clientes e Beneficiários.

3.5. Estratégias de Crescimento

Baseado na lógica do Circuito de Reação Lean Startup, defina estratégias de crescimento

e reposicionamento de mercado:

Construir

Tempo, recurso e estrutura mínima necessária para fazer o seu MVP. Ex: Necessário 3 meses de desenvolvimento 40 horas por semana com 2 desenvolvedores, com um notebook e licença de software tal.

Medir

Estratégias de medição de resultado do MVP no formato qualitativo e quantitativo. Ex:

1. **Análise qualitativa** – uso de entrevistas semi-estruturadas com usuários que terão o primeiro acesso com o aplicativo, buscando atingir 70% de avaliações positivas no quesito usabilidade e relevância.
2. **Análise quantitativa** - medir o uso do aplicativo, buscando atingir média de uso de 20 acessos e 40 minutos totais de uso diário, com um crescimento semanal de 2% de usuários.

Aprender

Proposta de pelo menos 2 pivôs possíveis para o projeto, apresentando as hipóteses em que o pivô se baseia, se possível com imagem explicando as hipóteses e seus pivôs correspondentes.

3.6. Imagem Institucional

Apresentar a imagem que se objetiva divulgar do negócio, incluindo a Logomarca, Slogan, Conceito visual e materiais institucionais eletrônicos como Cartão de Visita, Flyers, etc ...



4. PLANO FINANCEIRO

4.1. Investimento Inicial

Levar em conta todos investimentos em legalização da empresa, compra de equipamentos, reformas, software ou contratação de serviços para o negócio iniciar suas atividades, incluindo o fluxo de caixa até o negócio apresentar resultado líquido mensal positivo.

Investimento	Valor (R\$)
Fluxo de Caixa	45.000,00
4 estações de trabalho com mesa, cadeira e notebooks	12.000,00
TOTAL	57.000,00

4.2. Análise de Viabilidade Financeira

DRE

Descrever os resultados do DRE – Demonstrativo de Resultados do Exercício projetado para primeiros 12 meses, 24º mês e 36º mês acumulados, citando que ele está como anexo.

Payback

Descontar investimento inicial no tempo, baseado no retorno mensal líquido projetado. Por exemplo, se o investimento é R\$ 300.000,00 e existe uma estimativa de gerar R\$ 10.000,00 de lucro líquido a partir do 3º mês, serão 30 meses de retorno, somando os 3 meses iniciais que ficou sem retorno, serão 33 meses de Payback.

TIR

VPL

Margem

5. ANEXOS

ANEXO 1 - Business Model Canvas

ANEXO 2 - DRE Projetado 36 meses

ANEXO 3 - Primeira pesquisa quantitativa

ANEXO 4 - Pesquisas de feedbacks do MVP

5.1. ANEXO 1 - Business Model Canvas

Exemplo

em:

<https://www.dropbox.com/s/tfljww246om9y2j/Canvas.pptx>

5.2. ANEXO 2 - DRE Projetado 36 meses

Exemplo

em:

https://www.dropbox.com/s/u3elu6lm0swl95m/dre_modelo.xls

5.3. ANEXO 3 - Primeira pesquisa quantitativa

5.4. ANEXO 4 - Pesquisas de feedbacks do MVP