

Chamamento Público – Programa Varejo Inteligente

1. Introdução

Artigo 1º - O programa Varejo Inteligente é uma realização da Câmara de Dirigentes Lojistas de Belo Horizonte (CDL-BH), com o apoio do SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e executado pela Associação Wylinka.

Artigo 2º - O programa visa promover soluções inteligentes para os principais desafios das empresas varejistas, por meio do desenvolvimento de startups e de seus produtos e serviços inovadores e da articulação entre os negócios e destes com o ecossistema de empreendedorismo e inovação.

Artigo 3º - O presente regulamento tem como objetivo apresentar aos empreendedores (projetos/startups) as regras e condições de acesso e funcionamento do programa.

Artigo 4º - O programa permitirá o desenvolvimento de até **vinte (20) projetos/startups** que busquem oferecer soluções para o mercado varejista, por meio de metodologias para desenvolvimento de startups e de ecossistemas.

Artigo 5º - O período de inscrição dos empreendedores (projetos/startups) terá início a partir da publicação deste chamamento e **término às 23:59 do dia 20 de Setembro de 2018**, podendo ser prorrogado a critério da comissão organizadora.

2. Do Programa

Artigo 6º - No programa serão realizadas atividades de desenvolvimento dos projetos/startups, assim como atividades de difusão e interação entre os participantes e os varejistas

Parágrafo Único - O programa será realizado entre 02 de Outubro a 13 de Dezembro de 2018.

Artigo 7º - O programa será constituído por uma fase de diagnóstico e elaboração do plano de desenvolvimento do negócio, tendo uma duração de (02)duas semanas e uma fase de pré-aceleração do produto e do negócio, que terá duração de (10) dez semanas.

Parágrafo Primeiro - O objetivo da etapa de diagnóstico e elaboração do plano de desenvolvimento é o entendimento dos desafios e potencialidades de cada startup e a construção de um plano de intervenções customizado para o seu desenvolvimento.

Parágrafo Segundo - A fase de pré-aceleração do produto e do negócio tem como objetivo o desenvolvimento rápido e eficaz do produto/serviço e do negócio dos projetos/startups participantes.

Parágrafo Terceiro - Durante a fase de pré-aceleração serão realizadas reuniões individuais semanais e reuniões coletivas quinzenais com os projetos/startups. Cada reunião terá a duração de 2 horas.

Parágrafo Quarto - As atividades serão presenciais e realizadas em Belo Horizonte, MG.

Parágrafo Quinto - Ao final do período de pré-aceleração, as cinco melhores startups terão a oportunidade de apresentar seu Pitch no evento de encerramento do programa. Os pitches apresentados serão avaliados por uma banca de jurados e os três melhores Pitches receberão a seguinte premiação:

Terceiro melhor Pitch: Premiação no valor de R\$ 3.000,00(três mil reais)

Segundo melhor Pitch: Premiação no valor de R\$ 6.000,00(seis mil reais)

Melhor Pitch: Premiação no valor de R\$ 15.000,00(quinze mil reais)

Parágrafo Sexto - Os critérios para a seleção das cinco melhores startups serão apresentados aos empreendedores na abertura do programa.

Parágrafo Sétimo-O pagamento da premiação acima especificada será efetuado em até 90(noventa) dias após a realização do evento de encerramento do programa.

Artigo 8º - O programa contará com uma etapa de difusão e desenvolvimento do ecossistema. O objetivo desta fase é a criação de valor para as empresas varejistas e ecossistema por meio da interação com os projetos/startups e contato com produtos e resultados desenvolvidos ao longo do programa.

Artigo 9º - A CDL/BH terá o direito exclusivo de preferência na aquisição de até 15% (quinze por cento) das quotas ou ações das startups selecionadas para a fase de pré-aceleração, pelos benefícios oferecidos.

Parágrafo Primeiro – O valuation da startup será realizado por meio de consultor independente e imparcial, a ser contratada no momento de início das negociações.

Parágrafo Segundo – O direito de preferência citado acima poderá ser exercido pela CDL/BH pelo período de 02(dois) anos, contados a partir da assinatura do contrato da pré-aceleração.

Parágrafo Terceiro – O empreendedor da startup deverá comunicar previamente à CDL/BH quando receber proposta de investimento e/ou estiver captando recursos, para que a entidade possa exercer seu direito exclusivo de preferência.

3. Da Seleção

Artigo 10º - A seleção será realizada em duas etapas. A primeira será por meio do preenchimento do formulário online de inscrição, com os dados do projeto/startup candidato. Os projetos/startups aprovadas na primeira etapa de seleção participarão da segunda etapa de avaliação: uma banca presencial a ser agendada entre os dias **26 e 27 de setembro**.

Parágrafo Primeiro – Os formulários de inscrição deverão ser submetidos impreterivelmente até às 23:59 do dia **20 de setembro**. A comissão organizadora não se responsabiliza por formulários enviados fora do prazo bem como problemas no preenchimento dos mesmos ou problemas decorrentes de instabilidade da conexão com a internet.

Parágrafo Segundo – A segunda etapa de seleção será realizada no formato de apresentação presencial. Cada projeto/startup terá 5 minutos para apresentar seu projeto e a banca avaliadora terá mais 10 minutos para questionamentos.

Parágrafo Terceiro - Os projetos/startups que avançarem para a segunda etapa receberão um email comunicando a aprovação e instruções contendo o dia, horário e local em que devem se apresentar.

Artigo 11º - A seleção da segunda etapa será realizada de acordo com os seguintes critérios, detalhados na Tabela 1: Potencial de Mercado; Impacto no Mercado; Grau de Inovação; Estágio de Desenvolvimento e Equipe.

Parágrafo Primeiro - Apenas poderão se candidatar equipes de empreendedores com projetos/startups em estágio de validação do modelo de negócio.

Parágrafo Segundo – Entende-se como estágio de validação do modelo de negócio, projetos/startups que estão em processo de validação ou já validaram o problema que pretendem solucionar ou que estão em processo de validação ou já validaram a solução que pretendem implementar para o problema proposto.

Parágrafo Terceiro - Não é necessário que os candidatos tenham Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica(CNPJ) constituído.

Parágrafo Quarto - É pré-requisito que as soluções propostas pelos candidatos tenham como público principal o mercado de varejo.

Artigo 12º - A seleção será realizada por uma equipe multidisciplinar, composta por membros da comissão organizadora, levando em consideração os critérios apresentados na Tabela 1.

Parágrafo Único - Cada critério receberá notas de 0 a 5 de cada avaliador, sendo a nota final de cada critério a média entre as notas dos avaliadores.

Tabela 1- Critérios de seleção para fase de pré-aceleração

Critério	Descrição
Potencial de Mercado	Nesse critério será avaliado o tamanho do mercado, suas tendências e a abrangência do projeto.
Impacto no Mercado	Este critério avaliará o potencial impacto da solução proposta pelo projeto/startup no setor varejista, ou seja, receberá maior pontuação aquele projeto/startup que tem maior chance de transformar a atividade varejista.
Grau de Inovação	Será avaliado a inovação presente no projeto. Ou seja, o quão diferente é o modelo de negócio proposto pelo

	projeto/startup e os produtos oferecidos pela mesmo em relação ao que já existe no mercado.
Estágio de Desenvolvimento	Será avaliado o quanto os empreendedores já avançaram com o projeto/startup bem como as atividades e ferramentas utilizadas para validar a ideia de negócio.
Equipe	A avaliação da equipe será feita de acordo com as experiências vivenciadas por cada membro do projeto/startup bem como as competências multidisciplinares da equipe como um todo, sendo este último o aspecto de maior pontuação.

Artigo 13º - Serão selecionados até **20 projetos/startups**. A seleção se dará por ordem decrescente da soma da pontuação final alcançada por cada candidatura. Em caso de empate, será critério de desempate as notas dos critérios Potencial de Mercado, Grau de Inovação, Equipe e Estágio de Desenvolvimento, nesta ordem.

Parágrafo Primeiro - A seleção de 20 projetos/startups está condicionada ao enquadramento das exigências presentes neste regulamento.

Parágrafo Segundo – A seleção de startups de fora da região metropolitana de Belo Horizonte será limitada a até 20% das candidatas aprovadas.

Artigo 14º - A divulgação do resultado da seleção para a fase de pré-aceleração será feita até o dia **01 de outubro** pelo portal do programa varejo inteligente.cdlbh.com.br, podendo esta data ser alterada a critério da comissão organizadora.

4. Da Candidatura

Artigo 15º - A candidatura da equipe deverá ser realizada no endereço eletrônico do programa, por meio do preenchimento do formulário de inscrição. O formulário pode ser acessado por meio do portal do programa varejo inteligente.cdlbh.com.br e deve ser

preenchido diretamente no site, impreterivelmente, até às 23:59 do dia 20 de setembro de 2018.

Parágrafo Único – É de responsabilidade dos candidatos se atentar durante o preenchimento do formulário, para fornecer todas as informações importantes inerentes ao projeto/startup.

Artigo 16º - O formulário de inscrição compreende treze tópicos a serem preenchidos, a saber:

- 1- Identificação do proponente:** Cada projeto/startup deve ter apenas um proponente, que será responsável pelo preenchimento e envio do formulário, assim como pelo contato direto entre os organizadores do programa e a equipe candidata. Nesse campo, serão preenchidos apenas dados da pessoa física, ou seja, nome, CPF, endereço, telefone, e-mail, dentre outros, para identificação do proponente.
- 2- Identificação do projeto/startup:** Nesse campo, o candidato deverá preencher os dados do projeto/startup. Em caso de ter empresa constituída, serão solicitados os dados referentes à mesma (CNPJ, endereço, etc.); já em caso de projetos que ainda não constituem CNPJ, serão solicitados dados gerais referentes ao projeto.
- 3- Categoria da solução proposta:** Foram levantadas as principais categorias em que os varejistas possuem problemas (ver Anexo I). Nesse tópico, o proponente deverá identificar a qual categoria sua solução mais se enquadra (apenas uma).
- 4- Descrição do problema:** O candidato deve deixar claro o problema do varejo que seu projeto busca solucionar. Caso a equipe já tenha validado o problema, ou possua alguma pesquisa que aponte para existência desse problema, deve identificar neste tópico.
- 5- Solução proposta:** Nesse tópico o candidato deve deixar claro como ele pretende resolver o problema do varejista. Ou seja, deve apresentar a descrição de seu produto/serviço que tem como principal público alvo o varejo.
- 6- Como o varejo resolve o problema atualmente:** O candidato deve demonstrar conhecimento de como o varejo atua para solucionar o problema que a equipe está se propondo a solucionar. Portanto, nesse tópico deve-se indicar as técnicas, ferramentas ou metodologias aplicadas pelo varejo, atualmente, para solucionar o problema.

- 7- Quem já busca resolver esse problema e como:** O objetivo desse tópico é identificar os principais concorrentes dos projetos/startups. Portanto, é fundamental apresentar as principais empresas que atuam para solucionar o mesmo problema que as equipes se propõem a solucionar. Além disso, deve-se descrever, brevemente, os produtos ou serviços desses concorrentes que competem com a solução proposta.
- 8- Diferencial da solução proposta:** Nesse tópico, o proponente deve deixar claro o diferencial do projeto em relação ao que já existe no mercado. Portanto, deve apresentar a inovação presente no projeto/startup, seja no produto, processo, modelo de negócio, etc.
- 9- Estágio de desenvolvimento:** Esse tópico busca identificar em qual estágio se encontra o projeto/startup. Para isso, alguns estágios foram pré-definidos: 1- ideia; 2- problema validado; 3- solução validada; 4- produto/serviço disponível no mercado; 5- produto/serviço já com escala no mercado. Além de indicar em qual estágio o projeto se encontra, o proponente deve justificar porque considera estar no estágio indicado e comprovar por meio de testes já realizados, quando possível.
- 10- Mercado:** O proponente deve identificar o mercado no qual o projeto/startup está inserido, o público-alvo (nicho a ser focado) e a abrangência da solução proposta (regional, nacional, global, etc.). O dimensionamento do mercado alvo é fundamental para melhor entendimento do potencial e impacto da solução proposta.
- 11- Equipe:** O objetivo desse tópico é identificar todos os membros da equipe. Para cada membro da equipe deve-se identificar informações pessoais (nome, data de nascimento, etc.), descrever sua formação e experiências que possam contribuir para o desenvolvimento do projeto/startup, dentre outras informações.
- 12- Desafios:** Quais são os principais desafios que o projeto/startup necessita superar nos próximos meses? Deve-se informar, de acordo com o estágio de desenvolvimento do projeto/startup, quais os próximos passos críticos para o desenvolvimento da empresa.
- 13- Expectativa:** O proponente deve identificar as principais expectativas da equipe com o programa, ou seja, apresentar os resultados esperados ao fim do programa.

Artigo 17º - Qualquer erro no preenchimento do formulário, como a troca de conteúdo e preenchimentos parciais, será de exclusiva responsabilidade do proponente, não sendo aceitas retificações após o término das inscrições.

Parágrafo Único – Em caso de duplicação do envio de um projeto/startup ou de um proponente, será considerada o último formulário enviado, desde que este tenha sido enviado antes do término das inscrições.

5. Dos Direitos e Deveres Constituídos com o Envio da Proposta

Artigo 18º - Os dados pessoais dos integrantes de cada projeto/startup, bem como seus produtos e serviços, constituem informações confidenciais e não serão utilizadas sem prévia autorização dos responsáveis.

Artigo 19º - Os organizadores do programa não se responsabilizam por informações trocadas entre projetos/startups e varejistas, sendo isento de responsabilidade de qualquer interação que possa ocorrer entre os diferentes players do ecossistema.

6. Das obrigações e responsabilidades

Artigo 20º - São obrigações dos Empreendedores e das Equipes:

- (i) Cumprir todas as disposições presentes neste Regulamento, bem como as que constarem no Contrato de Pré-aceleração do Programa Varejo Inteligente;
- (ii) Participar das ações previstas em cada Fase do Programa Varejo Inteligente, bem como fornecer todas as informações e documentos previstos para cada Fase; e
- (iii) Participar ativamente nos eventos e iniciativas organizadas pelo Programa Varejo Inteligente.

Parágrafo Único – O ato da inscrição implica na aceitação de todos os termos do presente regulamento de forma incondicional.

7. Do término do programa Varejo Inteligente

Artigo 21º - O Programa Varejo Inteligente será considerado terminado em relação a qualquer Empreendedor ou Equipe, mediante prévia notificação, nas seguintes hipóteses:

- (i) Término do prazo de duração do Programa Varejo Inteligente;

- (ii) Por não participação de 80%(oitenta por cento) dos encontros por parte da equipe;
- (iii) Por não assinatura dos termos e contratos exigidos pelos Organizadores;
- (iv) Se houver infração a qualquer cláusula do presente Regulamento ou do Contrato de Pré Aceleração do Programa Varejo Inteligente;
- (vii) Se for verificada cessão temporária de atividade da Equipe;
- (viii) Por iniciativa da Equipe devidamente justificada; ou
- (ix) Por iniciativa da CDL/BH devidamente justificada.

8. Dos direitos autorais

Artigo 22º - Eventuais direitos autorais incidentes sobre as ideias inscritas pertencem aos seus autores, que devem diligenciar na realização dos registros junto aos órgãos competentes de proteção dos direitos autorais e de propriedade intelectual, nos termos da legislação aplicável, eximindo a CDL/BH e a Wylinka de qualquer responsabilidade decorrente da ausência do referido registro.

Parágrafo Primeiro - A CDL/BH e a Wylinka não se responsabilizarão pela autoria e nem pela originalidade das ideias inscritas. No ato da inscrição, o candidato declara, sob as penas da lei, que a ideia não configura plágio nem violação a qualquer direito de propriedade intelectual de terceiros, eximindo as instituições executoras do programa Varejo Inteligente de qualquer responsabilidade decorrente de falsidade das informações fornecidas, responsabilizando-se por eventuais lesões a direitos de terceiros.

Parágrafo Segundo - Caberá ao participante arcar com quaisquer ônus decorrentes de eventuais reivindicações, demandas e/ou processos resultantes da violação de direitos autorais e de propriedade protegidos por lei.

Parágrafo Terceiro - O(s) empreendedor(es) do projeto/startup autorizam, gratuita e automaticamente, o uso de sua imagem, seu nome e veiculação por qualquer meio de comunicação deste programa, aplicando-se também ao projeto/startup.

9. Disposições Gerais

Artigo 23º - Durante a etapa de inscrição e todo o programa, as comunicações deverão ser realizadas através do e-mail varejointeligente@cdblh.com.br.

Artigo 24º - A comissão organizadora poderá realizar alterações no presente regulamento, sendo estas divulgadas no endereço eletrônico do programa varejointeligente.cdblh.com.br.

Artigo 25º - A comissão organizadora reserva-se o direito de resolver os casos não incluídos no presente regulamento, por livre critério a ser adotado, sendo desnecessária para tanto, qualquer motivação dos mesmos.

Artigo 26º - As dúvidas e esclarecimentos que não puderem ser solucionados por este regulamento serão dirimidos pela comissão organizadora.

Belo Horizonte, 24/08/2018

CÂMARA DE DIRIGENTES LOJISTAS DE BELO HORIZONTE - CDL/BH

Anexo I – Categorias de Problemas dos Varejistas

CATEGORIA	DESCRIÇÃO
Gestão	<p>A crise econômica tem gerado mudanças no hábito do consumidor o que acentua a dificuldade do varejo em planejar e controlar as atividades dos seus negócios de forma eficiente. Gerir estoques e dimensionar vendas são muitas vezes grandes desafios para os varejistas. A falta de indicadores de gestão assertivos gera, entre outras coisas, investimentos sem retorno, longos prazos de entrega e frustração entre os consumidores. Soluções e tecnologias inovadoras que permitam aos varejistas melhorar a gestão de seus negócios, assim como descentralizar parte das atividades administrativas, são fundamentais para garantir que os mesmos atinjam melhores resultados.</p>
Marketing	<p>Em tempos de concorrência acirrada, conquistar um novo cliente pode ser desafiador. Na tentativa de atrair a atenção de potenciais consumidores e aumentar as vendas, o marketing tornou-se uma ferramenta fundamental para os varejistas. A rigidez com relação ao ponto de venda, assim como a falta de recursos financeiros e experiência dos donos de loja com campanhas de divulgação, são obstáculos que precisam ser superados. Os varejistas necessitam de soluções inovadoras que os possibilitem a ter maior flexibilidade e capacidade de atrair mais pessoas aos pontos de venda para que assim sejam capazes de superar seus concorrentes.</p>
Custos	<p>Em um cenário econômico estagnado, com expectativas de declínio nas vendas, a redução nos custos pode representar a única maneira do varejo manter a rentabilidade e sustentabilidade. No entanto, isso pode ser um grande desafio visto o aumento nos custos de energia, mão-de-obra e aluguel. Os varejistas buscam soluções que os ajudem a reduzir custos e otimizar suas operações para que eles sejam capazes de sustentar suas margens e aumentar vendas, enquanto oferecem produtos com preços mais competitivos.</p>
Mão de Obra	<p>Com frequência os varejistas negligenciam o valor do seu capital humano, atitude que pode ser fatal para os seus negócios. Os funcionários do varejo devem ser bem escolhidos, motivados e capacitados uma vez que representam uma importante interface</p>

	<p>com consumidores e podem funcionar como fator de decisão no momento da compra. Os varejistas precisam de soluções inovadoras para manter os colaboradores motivados e comprometidos na busca por resultados, criando um clima organizacional positivo e aumentando as chances de sucesso.</p>
Cientes	<p>A falta de informação dos varejistas sobre os seus públicos-alvo gera desafios na prospecção e atração de novos clientes, assim como na fidelização dos clientes existentes. O sucesso no varejo está diretamente relacionado com a capacidade de conhecer seus clientes e atender suas necessidades, assim como de manter uma ampla carteira de clientes. Os varejistas necessitam de soluções e tecnologias que os permitam ter mais informações sobre seus clientes, criar vínculos com os mesmos e oferecer experiências diferenciadas.</p>
Fornecedores	<p>A recessão econômica tem intensificado a disputa de varejistas e fornecedores por prazos e preços. Muitas vezes grandes fornecedores tem alto poder de barganha durante as negociações com os varejistas, gerando relações comerciais desbalanceadas. Soluções que visem melhorar a relação dos varejistas com seus fornecedores e que inibam o uso de mecanismos unilaterais de forma oportunista são essenciais para que o varejo mantenha sua margem e alcance resultados positivos.</p>
Concorrência	<p>A concorrência é um fator de grande preocupação dos varejistas, que muitas vezes enfrentam briga de preços ou imitação das estratégias. Além disso, a inserção de produtos importados de forma ilegal atribui um desafio a mais, gerando uma concorrência desleal. Este problema se intensifica em um cenário de crise econômica no qual o fator preço exerce maior peso no processo de decisão dos consumidores. Os varejistas buscam soluções criativas e inovadoras de vencer a concorrência e informar seus clientes os diferenciais dos produtos e serviços oferecidos pela sua empresa.</p>
Cooperação	<p>Relações comerciais bem sucedidas têm maior possibilidade de ocorrer quando há cooperação entre as partes. O desenvolvimento e fortalecimento de rede varejistas, assim como o estabelecimento de parcerias de varejistas com fornecedores, colaboradores e potenciais clientes, pode contribuir de forma significativa para o crescimento e sucesso do setor. Soluções que facilitem a criação e o fortalecimento desse ecossistema colaborativo se tornam vitais em um momento de recessão econômica.</p>
Estratégia Comercial	<p>Ter uma estratégia comercial bem definida essencial para dar previsibilidade e aumentar as vendas. Porém, ainda são poucos os empresários que dão a devida atenção a essa parte, muitas vezes, tratando as vendas como responsabilidade dos vendedores. A</p>

	<p>estratégia comercial passa por estabelecer previsões e metas para olhar o horizonte de uma forma correta. Os varejistas buscam soluções para entender melhor as capacidades internas do negócio e como trabalhar para acessar o mercado corretamente.</p>
Fatores Externos	<p>Legislação complexa, tributação elevada, falta de segurança e sazonalidade são alguns dos fatores externos que impactam de forma significativa a atividade varejista, gerando insegurança e incertezas. Os varejistas buscam soluções inovadoras e criativas que os ajudem a driblar esses fatores, minimizar os riscos e a tomar decisões mais assertivas e conscientes.</p>