



ESTADO DE GOIÁS
SECRETARIA DE ESTADO DE DESENVOLVIMENTO E INOVAÇÃO
GERÊNCIA DE COMPRAS GOVERNAMENTAIS

PLANO DE TRABALHO

I – DESCRIÇÃO DO PROJETO

Título do Projeto		
INOVA EXPORT – Internacionalização de empreendimentos inovadores		
Identificação dos Partícipes do Projeto		
Universidade:	Universidade Federal de Goiás	
Unidade:	Faculdade de Administração, Ciências Contábeis e Ciências Econômicas	
Fundação:	Funape	
Coordenador(a):		CPF/Matrícula SIAPE
Andréa Freire de Lucena		495577341-91/1672783
Telefone 01	Telefone 02	e-mail
(62) 9976-5077		andrealucena@ufg.br
Centro de Custo	Banco e Agência	Conta Corrente específica
Classificação do Projeto:		
Pesquisa	Extensão	Ensino
Desenvolvimento Institucional	Tecnológico	✓Desenvolvimento Científico e
Justificativa/Fundamentação		
<p>A crescente competitividade, a evolução das interações comerciais em âmbito global, a saturação dos mercados internos e a minimização dos riscos envolvidos nas operações internacionais estimularam governos e empresas a desenvolverem estratégias de internacionalização como forma de ampliar suas áreas de atuação e assegurar o crescimento e progresso dos países. Tais estratégias voltadas para o mercado internacional, seja como extensão do mercado doméstico, diversificação e, até mesmo, ampliação do processo produtivo e do mercado principal, vêm ganhando força nos principais setores de atividades brasileiros, tendo como objetivo elevar o grau de competitividade e aumentar a vantagem competitiva das empresas no Brasil.</p> <p>Adicionalmente, empreendimentos que se internacionalizam tendem aumentar seus conhecimentos tecnológicos e de mercado, melhoram seu desempenho e tornam-se muitas vezes mais inovadores e, conseqüentemente, concorrentes mais fortes também em seus mercados domésticos. Essa interligação dos mercados e seus processos competitivos além das fronteiras nacionais trazem consigo novas necessidades de adaptação das empresas em ambientes desconhecidos e com alto grau de incertezas, exigindo um processo decisório de investimentos mais estruturado e com análise dos diversos riscos aos quais as empresas estarão suscetíveis.</p> <p>Ademais, o aumento da competitividade no mercado interno e a visualização do mercado internacional como alternativa para aumento dos lucros e diversificação produtiva tornam-se motivos razoáveis para ampliação da atuação das empresas no mercado internacional. Para que esse processo de internacionalização aconteça e se sustente no tempo, em especial entre as pequenas e médias empresas, é preciso que haja um suporte e acompanhamento das estratégias e ações para estas empresas se consolidarem e internacionalizarem no mercado externo.</p> <p>Para auxiliar as empresas e, concomitantemente, estimular as exportações, é importante que haja a implementação de políticas, procedimentos adequados e uma infraestrutura formal (ou informal) que possam contribuir efetivamente para o sistema de inteligência e para a estruturação do processo exportador (CALOF; DISHMAN, 2008). Muitos países têm criado agências e/ou outras associações de promoção à exportação que auxiliam seus exportadores na obtenção de informações comerciais relevantes (KÜHN, 2015). Países como a França tem</p>		

implementado um aparato de políticas públicas visando dar suporte e assistência especializada para que essas empresas desenvolvam seu processo exportador (SMITH *et al.* 2010).

O Brasil também tem elaborado políticas públicas com a finalidade de dar suporte às potenciais empresas exportadoras. O Programa de Exportação 2001 do governo Fernando Henrique Cardoso (FHC) adotou dois eixos que contribuíram para o desenvolvimento de ações nessa área. O primeiro, internacionalização de empresas brasileiras, buscava incentivar as empresas por meio da organização dos seus canais de distribuição, logística e aproximação do mercado consumidor internacional. A segunda, agressivo programa de promoção comercial e de acesso a mercados, pretendeu dar apoio institucional do governo às missões comerciais e participações em feiras (FONSECA, 2002). Cabe destacar o relevante diagnóstico do problema exportador brasileiro feito pela equipe do governo FHC: a falta de cultura exportadora dificulta o incremento e alteração da pauta das exportações brasileiras. O governo brasileiro, portanto, percebeu que para aumentar as exportações do país, precisava criar uma cultura exportadora nos empresários.

As exportações goianas têm sido predominantemente crescentes no período 1999-2019, com um crescimento da ordem de 370%. As atividades econômicas dos bens exportados têm tido alterações no período 2009-2019. Em dezembro de 2019, 8,4% das exportações goianas eram provenientes da indústria extrativa, 59,1% da indústria de transformação e 32,4% da agropecuária. Apesar de ter exportado, em 2019, 1.093 produtos diferentes para 163 mercados internacionais, 23% das exportações foram soja, 14% carne bovina fresca, refrigerada ou congelada, 12% milho não moído, exceto milho doce, e 11% farelo de soja e outros alimentos para animais. Com relação aos mercados compradores, a China foi responsável por 36% das compras dos produtos goianos (MINISTÉRIO DA ECONOMIA, 2020).

Com relação aos indicadores de comércio, os produtos goianos comercializados no exterior seguem o padrão inter-indústria, que mostra vantagem comparativa e exportação de bens que utilizam fatores de produção disponíveis em abundância no Estado (LUCENA; FAGUNDES, 2011). Além disso, a pauta de exportações é concentrada em poucos produtos e apresenta a presença de vantagens comparativas reveladas nos produtos sementes e frutos oleaginosos, grãos, sementes e frutos diversos, plantas industriais ou medicinais, palhas e forragens, resíduos e desperdícios das indústrias alimentares, alimentos preparados para animais, carnes e miudezas, comestíveis (LUCENA; SOUZA, 2011).

As firmas exportadoras goianas dão mais atenção aos investimentos em Pesquisa e Desenvolvimento (P&D) do que firmas que atuam apenas no mercado doméstico. Elas aumentaram seus investimentos em capacitações e formalizaram arranjos cooperativos capazes de trazer inovações de processo e de produto. Cabe ainda destacar que a inovação aumenta a probabilidade de as firmas goianas serem exportadoras e que as firmas goianas exportadoras que são mais inovadoras são aquelas que recebem algum tipo de investimento público (LUCENA; OLIVEIRA, 2020). Portanto, torna-se necessário identificar as empresas inovadoras que são propensas à internacionalização.

Inovar do ponto de vista empresarial é incorporar novidades na gestão de produtos, de processos, de conhecimentos, ou de soluções. Passando a ser vista e utilizada como uma estratégia competitiva, a inovação funciona tanto como uma porta de entrada no mercado para novas empresas quanto um mecanismo de permanência e expansão no mesmo para aquelas já estabelecidas. Ao criar e recriar não somente produtos, mas também processos e modelos de negócios, a inovação promove contínuas mudanças e adaptações voltadas para o aumento da produtividade e da competitividade das organizações que, necessariamente, precisam contemplar a propriedade industrial. Para as empresas que hoje se encontram inseridas em um mundo globalizado, vivenciando todas as implicações decorrentes disto, é primordial focar não somente na criação de inovações, mas também na devida apropriação e proteção das mesmas que se dá por meio do registro de marcas, patentes, desenho industrial e indicação geográfica (CHRISTENSEN, 2007; KIM; NELSON, 2005; OLIVEIRA JUNIOR, 2009; TAKAHASHI, 2007; TIGRE, 2006).

O Plano Plurianual do governo de Goiás 2020-2023 defendeu a inovação e o a existência de um ambiente de negócios atrativos como aspectos relevantes que precisam direcionar o desenvolvimento econômico de Goiás. Com relação à internacionalização de empresas, o governo elaborou o programa Goiás internacional, que objetiva incrementar o comércio exterior goiano e agregar valor às exportações por meio de ações, como a realização de estudos de estratégia de inteligência comercial, estudo de estratégia proativa das empresas e estudo das cadeias produtivas com foco em desenvolvimento tecnológico e inovação (SECRETARIA DA ECONOMIA DO ESTADO DE GOIÁS, 2020).

A realização dos três mencionados estudos está sendo viabilizada pela Secretaria de Desenvolvimento e Inovação do Estado de Goiás (SEDI) por meio do edital Governo com Ciência (chamada pública nº 3/2020) da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Goiás (FAPEG). Entretanto, tornava-se ainda necessário criar um programa que unisse pesquisa e extensão. Assim, a SEDI criou o Inova Export para fazer a ligação entre a pesquisa (realização de estudos) e a extensão (levar para as empresas inovadoras os resultados das pesquisas), que pretende dar início a um processo de diversificação da pauta exportadora goiana por meio da inserção de produtos ou serviços que tenham maior intensidade tecnológica e que sejam inovadores no mercado internacional. Além disso, o Inova Export, ao defender a preparação para atuar em um ambiente dinâmico e atualizado, busca mudar a cultura exportadora dos empresários goianos.

A fim de proporcionar melhores resultados às empresas e à sociedade, a execução do programa Inova Export será realizada pela Faculdade de Administração, Ciências Contábeis e Ciências Econômicas (FACE) da Universidade Federal de Goiás (UFG), que está comprometida com a formação de um ambiente inovador e com a construção de um processo dinâmico de desenvolvimento de negócios que acelere a viabilização das parcerias internacionais e eleve as chances de sucesso das empresas participantes no comércio exterior. Por fim, o projeto Inova Export pode gerar como externalidades positivas: geração de empregos e renda, aumento da arrecadação de impostos, aprimoramento da especialização de mão-de-obra e produtos, oferta de serviços de melhor qualidade e promoção do desenvolvimento regional do Estado de Goiás.

Fundamentação Teórica

Muitos países adotam, com sucesso, políticas estratégias e esforços para que as exportações capitaneassem seu crescimento econômico. Vieira e Xavier (2017) fizeram uma revisão bibliográfica sobre o tema, ilustrando os casos da Alemanha e do Japão, no período pós-Segunda Grande Guerra, dos Tigres Asiáticos (Coreia do Sul, Hong Kong, Singapura e Taiwan), nos 1970 e 1980, dos

países do Sudeste da Ásia (Tailândia, Malásia e Indonésia) e da América Latina (notadamente o México), nos anos 1980 e 1990, e, mais recentemente, da China, notabilizada por ter obtido vários anos de crescimento econômico superiores a dois dígitos.

O que fica claro com a análise das estratégias adotadas pelos países que obtiveram êxito nesse processo é que se faz necessário a adoção de medidas concretas para estimular as exportações. É nesta linha que se insere a Inteligência Competitiva (IC), que visa combinar dados e conhecimento sobre o contexto dos negócios nacionais e internacionais, de maneira a oferecer vantagens competitivas necessárias para que as empresas tomem decisões alinhadas com o planejamento necessário para incrementar suas exportações (LARIVET, 2009; FLEISHER, 2004).

A IC pode ser considerada uma ferramenta de gestão estratégica e inovadora importante para reduzir riscos de mercado, fornecer informações e *insights* sobre os mercados, os concorrentes, fornecedores, clientes, tecnologias, ambientes ou relações comerciais potenciais e questões regulatórias, auxiliando as empresas a manter suas vantagens competitivas, identificando oportunidades de negócios antes ou mais do que a concorrência, por meio da análise abrangente de informações que as ajuda a obter uma melhor compreensão de seu ambiente de negócios (WHITE, 1998; ROUACH; SANTI, 2001; MOJARAD *et al.* 2014; KÜHN, 2015; GRAČANIN; JOVANOVIĆ, 2015).

De acordo com Sawka, (2008), a IC possui quatro estágios: (i) planejamento e direção; (ii) coleta das informações; (iii) análise e produção; e (iv) disseminação das informações. Durante o estágio do planejamento e direção, verifica-se a identificação dos principais tópicos de inteligência e a determinação do curso que o praticante de IC deve fazer para concluir a análise; em relação ao estágio da coleta das informações, vale dizer que uma grande quantidade delas é oriunda de materiais publicamente disponíveis, que incluem periódicos, relatórios anuais, livros, fontes da internet, jornais, entre outros; a análise e produção envolve a etapa que é conhecida por ser a mais desafiadora do ciclo de inteligência, uma vez que requer que sejam cotejadas as informações, em busca de padrões que possibilitem a elaboração de diferentes cenários baseados no que se descobriu; por fim, a disseminação é o último estágio do ciclo de inteligência, visando comunicar os resultados da análise para os tomadores de decisão, sugerindo possíveis alternativas de ação com base em na análise do trabalho e fornecendo recomendações úteis, apoiadas por argumentos lógicos (NIKOLAOS; EVANGELIA, 2012).

A Inteligência Competitiva (IC) precisa ser acompanhada de outras atividades e/ou procedimentos porque ela mostra para uma empresa para onde a empresa deve exportar e quem é um potencial comprador, mas ela não resolve os problemas estruturais e outras dificuldades internas que possam existir. Além disso, o processo de obtenção de informações relevantes pode ser complexo, demorado e caro, especialmente para as empresas de menor porte. Gračanin e Jovanović (2015) destacam que pesquisas sobre o uso prático apontam que a maioria das grandes empresas em países desenvolvidos está usando alguns tipos de técnicas de IC, enquanto as pequenas empresas estão usando técnicas de IC apenas ocasionalmente.

Dou *et al.* (2005) defendem que a IC é importante especialmente para os países em desenvolvimento, contribuindo para a criação de novos produtos com a qualidade aprimorada e com maior valor agregado a partir de seus recursos naturais. Gračanin e Jovanović (2015) destacam que empresas baseadas em países em desenvolvimento realizam processos de IC semelhantes aos praticados em países desenvolvidos, mas com o uso de softwares e técnicas menos sofisticadas. Dou *et al.* (2005) defendem a criação de Sistema Nacional de Inteligência Competitiva, tal qual existe na Índia (que conta com um responsável nacional pela IC) e está sendo desenvolvido na Indonésia.

Vale a pena chamar a atenção para alguns casos empíricos pesquisados recentemente.

Mojarad *et al.* (2014) encontrou fortes evidências de que a inteligência competitiva contribuiu para elevar as exportações das empresas petroquímicas iranianas, por meio da aplicação de um questionário com 25 variáveis aplicado a 200 empregadores dessas empresas. Bisson e Tang Tong (2018) criaram uma tipologia das práticas de IC de exportadores peruanos de uvas frescas, sugerindo que, em geral, este setor apresenta comportamentos positivos em relação à IC, mas não consegue aproveitá-la ao máximo em razão da falta de suporte tecnológico e de sistemas de TI, bom como da ausência de estruturas e de conhecimentos organizacionais especializadas. Analisando o setor moveleiro, Fachinelli *et al.* (2013) defendem que as empresas que trabalham com a inteligência competitiva com maior intensidade utilizaram o processo na tomada de decisões estratégicas que contribuíram para que tivessem maior sucesso nas exportações, embora, no geral, exista uma fraca relação entre a inteligência competitiva e as exportações analisadas. Perez (2017) encontrou uma relação positiva entre as exportações de abacate e a inteligência competitiva, originárias da região metropolitana da Lima, no Peru, para os EUA, assim como Anchante Vilca (2019), que destacou a importância do uso de ferramentas de IC para impulsionar as exportações de amoras do Peru para o mesmo mercado.

O processo de internacionalização das organizações, todavia, precisa levar em consideração o comportamento de empresas que se inseriram no ambiente de transações internacionais e esses estudos acabaram por desencadear a formulação de teorias que buscam descrever e explicar esse comportamento. O conhecimento neste campo também tem se beneficiado de teorias desenvolvidas nos campos da Ciência Econômica e da Ciência das Finanças, relativas às trocas e fluxos internacionais de bens, serviços e capital. Essa investigação dos fenômenos econômicos internacionais traz em destaque o comércio e as transações financeiras internacionais (KRUGMAN; OBSTFELD, 2015). Além disso, no comércio internacional, estão incluídos os movimentos internacionais de fatores de produção e, particularmente, o investimento direto estrangeiro. Segundo Welch e Luostarinen (1988), há um amplo conjunto de caminhos possíveis para as empresas buscarem para que o processo de internacionalização aconteça de forma segura e estruturada. Porém, é preciso que discutamos as questões relativas às estratégias empresariais e seu processo de planejamento anterior, buscando maior segurança no processo de avanço para novos mercados a partir da internacionalização.

Para Nosé Junior (2005), estratégia empresarial pode ser definida como um conjunto de ideias, de caminhos e, principalmente, de processos de gestão a serem seguidos, inclusive com alternativas que visam aumentar as possibilidades de sucesso de uma empresa para chegar aos seus objetivos organizacionais. Nessa mesma linha, Porter (2009) diz que estratégia é adotar posicionamento exclusivo e valioso, envolvendo um conjunto de atividades diferentes. A partir disso, tem-se que a essência do posicionamento estratégico apoia-se em escolher atividades distintas dos concorrentes, inclusive em termos de escolha do mercado de sua atuação. Essa adoção de estratégias é um instrumento fundamental para o desenvolvimento da empresa ao longo do tempo.

Ainda segundo Porter (2009), a estratégia pode ser vista como um mecanismo de defesa contra as forças competitivas. Em um mundo de competição mais aberto e de implacáveis mudanças, a abordagem estratégica via processo de internacionalização é de suma importância para as organizações. Com o aumento da competição nos mercados internacionais, a partir do aumento dos fluxos comerciais e financeiros, mudanças significativas acontecem e devem ser analisadas pela empresa e transformadas em vantagens competitivas no seu ambiente de negócio.

Segundo Kotabe e Helsen (2005), a estratégia global integra as ações de uma empresa em termos mundiais, relacionando os países e lidando com o mundo inteiro como um único mercado, sem fronteiras. Da estratégia local para a estratégia global, segundo Porter (2009), deve-se começar com uma posição competitiva única que se torne em evidente vantagem competitiva, são elas: ingressar em mercados externos com um posicionamento consistente; ter uma base doméstica nítida para concorrer em cada setor de negócio estrategicamente diferente; impulsionar e dispersar em diferentes localidades as bases domésticas de distintas linhas de produtos, coordenando-as e integrando-as; manter a identidade nacional das unidades de negócio; buscar alianças como formas capacitadoras da globalização; aperfeiçoar a base doméstica e mudá-la se for preciso.

Dos trabalhos sobre o processo de internacionalização, desprende-se que o passo de selecionar o país de destino das exportações, investimentos ou produtos é uma decisão que a empresa deverá tomar antes de decidir que forma de entrada utilizar (JOHANSON; VAHLNE, 1977). As empresas globais, segundo Nosé Junior (2005), buscam cada vez mais produtividade com menor custo operacional, a fim de conseguirem produtos com valores mais acessíveis aumentando seu mercado potencial. A estratégia global é crucial para prever as variações no mercado e evitar que a empresa fique defasada, perdendo, assim, *market share*.

Outra questão importante nas estratégias das empresas exportadoras é o modo de entrada em um país. De acordo com Kotabe e Helsen (2000), as empresas que planejam começar a exportar podem optar por uma exportação direta, exportação indireta e exportação cooperativa. Na exportação cooperativa, a empresa utiliza a rede de distribuição de outra empresa, local ou estrangeira, em comum acordo, para vender seus produtos no exterior. Na exportação direta, a empresa cria seu próprio departamento de exportação e comercializa os seus produtos a partir de um intermediário localizado no mercado estrangeiro. A utilização de um agente de exportação não deixa de caracterizar a operação como exportação direta.

Para Nosé Junior (2005), são muitas as vantagens para que as empresas se internacionalizem, sendo elas: diversificação de riscos e de mercados; obtenção de tecnologia; melhoria da qualidade e do marketing; ampliação de produtividade e competitividade; crescimento do volume de vendas; implantação da marca internacional; redução de custos fixos e custo marginal de produção; sobrevivência no mercado nacional; ampliação do ciclo de vida dos produtos; melhoria da vantagem competitiva e um maior desenvolvimento dos seus recursos humanos e lucratividade.

A motivação que leva a empresa a ingressar no mercado internacional como exportadora decorre de uma multiplicidade de fatores, além desses citados acima, e depende visão empresarial, das suas necessidades e peculiaridades. Negociar no comércio internacional requisita uma nova combinação de expectativas, atitudes e comportamentos. De acordo com Manfré (2009), os elementos essenciais para que uma empresa atue em um ambiente internacionalizado são:

- Possuir gestores com habilidades pessoais, como visão global, dedicação, persistência, idiomas e tolerância cultural;
- Ter relacionamento com os clientes, identificando clientes em potenciais, conquistando novos e mantendo os já clientes;
- Realizar um gerenciamento das negociações;
- Participar de eventos internacionais, como feiras internacionais e missões internacionais, e viagens de negócios.

I.a. Identificação do Objeto

Este convênio tem por objeto o estabelecimento de cooperação mútua entre os partícipes, visando à execução do projeto de extensão: "INOVA EXPORT – Internacionalização de empreendimentos inovadores", como parte integrante das ações do Programa Goiás Internacional, de modo a garantir o desenvolvimento de ações conjuntas que assegurem a elaboração e a implementação de um modelo de inteligência comercial e incubação de empreendimentos inovadores que estimule a internacionalização de empresas, por meio de missões comerciais internacionais a serem organizadas pela CONCEDENTE, em ações que extrapolam as responsabilidades da INTERVENIENTE fixadas pelo presente instrumento.

I.b. Número Registro do Projeto

I.c. Prazo de Execução

Início

Término

A partir da assinatura

30/05/2023

I.d. Resultados Esperados

200 empresas sensibilizadas;
200 relatórios de matriz de mercado com potenciais mercados e clientes;
120h de capacitação para difundir a cultura e mentalidade exportadora entre as empresas participantes;
Metodologia sobre nível de maturidade tecnológica construída;
Base de dados sobre mercados potenciais por segmentos incubados;
Base de dados sobre clientes potenciais por segmentos;
40 empresas atendidas com incrementos de inovação para internacionalização por meio da matriz de mercado;
20 empresas incubadas;
20 empresas graduadas, aptas a participar de missões comerciais internacionais.
Criação de uma Central de Casos de Empresas que funcionará em ambiente virtual.

I.e. Cronograma de Execução

Meta	Etapa	Descrição	Indicador Físico		Início	Final
			Unid.	Qtd.		
1	1	Plano de gerenciamento e eventuais ajustes ao plano de trabalho	Unid	1	Mês 1	Mês 1
2	1	Sensibilização/prospecção de empresas	Unid	200	Mês 2	Mês 4
3	1	Elaboração dos critérios de seleção de empresas	Unid	1	Mês 2	Mês 4
4	1	Difusão da cultura inovadora e exportação por meio de <i>workshops</i> , <i>lives</i> , <i>webinar</i> e instrumentos de gamificação.	Unid	6	Mês 2	Mês 4
5	1	Entrega de relatório conclusivo etapa 2	Unid	1	Mês 2	Mês 4
6	2	Elaboração de metodologia de coleta de dados/Construção da base de dados empresas sensibilizadas	Unid	1	Mês 2	Mês 4
7	2	Modelagem econométrica	Unid	1	Mês 4	Mês 5
8	2	Processo de seleção das empresas	Unid	1	Mês 2	Mês 4
9	2	Divulgação e convocação das empresas habilitadas	Unid	1	Mês 5	Mês 5
10	2	Elaboração e produção de relatório	Unid	40	Mês 4	Mês 6

		da matriz de mercado internacional das empresas habilitadas				
11	2	Elaboração e produção de relatório da matriz de complexidade do produto das empresas selecionadas	Unid	20	Mês 4	Mês 6
12	2	Entrega de relatório conclusivo etapa 2	Unid	1	Mês 6	Mês 6
13	2	Divulgação e convocação das empresas selecionadas para incubação	Unid	1	Mês 6	Mês 6
14	3	Recepção das empresas na UFG	Unid	20	Mês 6	Mês 6
15	3	Análise do modelo de negócios	Unid	20	Mês 6	Mês 6
16	3	Análise dos produtos/serviços/processos	Unid	20	Mês 6	Mês 7
17	3	Maturidade tecnológica, ideação e gestão de incubação	Unid	20	Mês 6	Mês 8
18	3	Projeção de fluxo de caixa	Unid	20	Mês 6	Mês 8
19	3	Análise de viabilidade econômica	Unid	20	Mês 6	Mês 8
20	3	Entrega de relatório conclusivo etapa 3	Unid	1	Mês 8	Mês 8
21	4	Estudo de tendências e análise de potencial inovador de exportação	Unid	20	Mês 8	Mês 10
22	4	Estudo do mercado alvo	Unid	20	Mês 8	Mês 10
23	4	Construção base de dados prospecção de clientes	Unid	20	Mês 8	Mês 11
24	4	Desenvolvimento de ideias e estratégias de exportação	Unid	20	Mês 10	Mês 12
25	4	Mapeamento das rotinas de exportação	Unid	20	Mês 10	Mês 12
26	4	Segmentação de potenciais clientes no mercado externo	Unid	20	Mês 8	Mês 12
27	4	Entrega de relatório conclusivo etapa 4	Unid	1	Mês 12	Mês 12
28	5	Desenvolvimento do perfil empreendedor por meio de capacitações e mentorias	Unid	20	Mês 2	Mês 18
29	5	Plano logístico CP/MP/LP	Unid	20	Mês 6	Mês 14
30	5	Plano tecnológico CP/MP/LP	Unid	20	Mês 6	Mês 14
31	5	Plano de marketing CP/MP/LP	Unid	20	Mês 6	Mês 14
32	5	Plano de exportação CP/MP/LP	Unid	20	Mês 6	Mês 14
33	5	Entrega de relatório conclusivo etapa 5	Unid	1	Mês 14	Mês 14
34	6	Consultoria e assessoria jurídica, financeira, contábil e marketing	Unid	20	Mês 6	Mês 18
35	6	Suporte administrativo	Unid	20	Mês 6	Mês 18
36	6	Suporte tecnológico	Unid	20	Mês 6	Mês 18
37	6	Prototipagem I - desenvolvimento industrial e design de produto/processo/serviço	Unid	20	Mês 6	Mês 16
38	6	Prototipagem II - testes de implementação e validação técnica	Unid	20	Mês 6	Mês 16
39	6	Prototipagem III - validação de mercado internacional e refinamento	Unid	20	Mês 6	Mês 16
40	6	Diagnóstico de abrangência e escalabilidade para exportação	Unid	20	Mês 6	Mês 16
41	6	Estratégias de desenvolvimento comercial e marketing	Unid	20	Mês 6	Mês 16
42	6	Precificação, ponto de equilíbrio, projeção de fluxo de caixa (receitas, custos, lucro) e indicadores financeiros	Unid	20	Mês 6	Mês 16
43	6	Entrega de relatório conclusivo etapa 6	Unid	1	Mês 16	Mês 16
44	7	PI - desenho e redação de patente/modelo de utilidade	Unid	20	Mês 17	Mês 17
45	7	PI - desenho e registro de marca (empresa e produto)	Unid	20	Mês 17	Mês 17
		Rotinas administrativas de				

46	7	preparação para exportação	Unid	20	Mês 17	Mês 18
47	7	Envio de remessas internacionais	Unid	20	Mês 14	Mês 18
48	7	Rotinas aduaneiras	Unid	20	Mês 14	Mês 18
49	7	Trâmites de exportação	Unid	20	Mês 14	Mês 18
50	7	Entrega de relatório conclusivo etapa 7	Unid	1	Mês 18	Mês 18
51	8	Mapeamento de trade <i>networking</i>	Unid	20	Mês 16	Mês 18
52	8	Preparação para rodadas de negócios	Unid	20	Mês 16	Mês 18
53	8	Preparação para missões internacionais	Unid	20	Mês 01	Mês 16
54	8	Encaminhamento da empresa para graduação pela SEDI aptas a participar de missões comerciais internacionais.	Unid	1	Mês 19	Mês 19
55	8	Entrega de relatório conclusivo etapa 8	Unid	20	Mês 19	Mês 19

I.f. Indicadores de cumprimento das metas

Os indicadores de cumprimentos de metas e seus respectivos produtos serão compilados e submetidos à CONCEDENTE por meio dos relatórios conclusivos das etapas, conforme previsto no cronograma de execução (I.e.).

Meta	Indicador/Produto		
1	Plano de Gerenciamento / Protocolo digital SEI		
2	Base de dados em que conste as empresas sensibilizadas		
3	Critérios de seleção constantes no instrumento convocatório a ser publicado pela CONCEDENTE		
4	Memorial descritivo dos eventos de sensibilização e difusão da cultura inovadora		
5	Entrega de relatório conclusivo etapa 1	Data de entrega:	Mês 4
6	Base de dados em que conste as empresas prospectadas		
7	Nota técnica com resultados das estimações econométricas		
8	Atas do processo seletivo e baremas de avaliação (publicidade será realizada pela CONCEDENTE)		
9	Lista de empresas selecionadas (publicidade será realizada pela CONCEDENTE)		
10	Relatório de matriz de mercado internacional por empresa		
11	Relatório de matriz de complexidade do produto por empresa		
12	Relatório conclusivo da etapa 2	Data de entrega:	Mês 6
13	Carta convite/convocação para recepção		
14	Memorial descritivo do evento de recepção das empresas selecionadas para incubação		
15	Parecer RT, por empresa, do modelo de negócio validado, sujeito a maturidade e evolução da empresa		
16	Parecer RT, por empresa, do portfólio empresarial, sujeito a maturidade e evolução da empresa		
17	Relatório de maturidade tecnológica e plano de gestão de incubação elaborado para a empresa		
18	Planilha contendo o relatório financeiro (fluxo de caixa), por empresa, sujeito à sua evolução		
19	Planilha contendo análise de viabilidade econômica, por empresa, sujeito à sua evolução		
20	Entrega de relatório conclusivo etapa 3	Data de entrega:	Mês 8
21	Relatório de tendências e análise de potencial inovador de exportação, por empresa, sujeito à sua evolução		
22	Relatório de mercado alvo, por empresa, sujeito à sua evolução		
23	Base de dados de potenciais clientes, por empresa e/ou produto, conforme matriz elaborada		
24	Plano de exportação, por empresa, sujeito à sua evolução		
25	Mapa de rotinas de exportação, conforme plano de exportação elaborado		

26	Relatório de segmentação de demanda internacional, por empresa, conforme base de clientes potenciais		
27	Entrega de relatório conclusivo etapa 4	Data de entrega:	Mês 12
28	Memorial descritivos das capacitações desenvolvidas no período		
29	Plano logístico, por empresa, conforme necessidade e sujeita à evolução da incubação		
30	Plano tecnológico, por empresa, conforme necessidade e sujeita à evolução da incubação		
31	Plano de marketing, por empresa, conforme necessidade e sujeita à evolução da incubação		
32	Revisão do plano exportação, por empresa, conforme necessidade e sujeita à evolução da incubação		
33	Entrega de relatório conclusivo etapa 5	Data de entrega:	Mês 14
34	Memorial descritivo das assessorias jurídica, financeira, contábil e marketing do período		
35	Memorial descritivo do suporte administrativo do período		
36	Memorial descritivo do suporte tecnológico do período		
37	Memorial descritivo do desenvolvimento/design industrial, conforme evolução/necessidade da empresa		
38	Memorial descritivo da implementação e validação técnica, conforme evolução/necessidade da empresa		
39	Memorial descritivo da validação de mercado internacional, conforme evolução/necessidade da empresa		
40	Diagnóstico de abrangência e escalabilidade para exportação, por empresa, conforme evolução da empresa		
41	Memorial descritivo das ações de desenvolvimento comercial e marketing, conforme evolução da empresa		
42	Memorial descritivo do suporte ao gerenciamento financeiro do plano de exportação no período		
43	Entrega de relatório conclusivo etapa 6	Data de entrega:	Mês 16
44	Pedidos de patente/modelo de utilidade submetidos ao INPI		
45	Desenhos e pedidos de registro de marca (empresa e produto) submetidos ao INPI		
46	Memorial descritivo das rotinas administrativas de preparação para exportação		
47	Memorial descritivo das remessas internacionais ocorridas no período		
48	Memorial descritivo das rotinas e procedimentos aduaneiros operacionalizados no período		
49	Memorial descritivo dos trâmites de exportação		
50	Entrega de relatório conclusivo etapa 7	Data de entrega:	Mês 18
51	Mapa trade <i>networking</i> por segmento da atividade econômica e/ou parceiro comercial		
52	Guia para participação em rodadas de negócios internacionais		
53	Memorial descritivo dos eventos de capacitação em negociações internacionais		
54	Relatório de maturidade e processo final de graduação, por empresa, conforme modelo CERNE		
55	Entrega de relatório conclusivo etapa 8	Data de entrega:	Mês 19
56	Relatório final do projeto	Data de entrega:	Até 60 após a finalização.

I.g. Síntese dos indicadores de avaliação, a serem compilados no relatório final do projeto

- ü Número de empresas sensibilizadas/prospectadas
- ü Número de empresas com potencial exportador identificadas
- ü Número de avaliações de maturidade tecnológica
- ü Número de horas de capacitação para desenvolvimento do perfil empreendedor
- ü Número de avaliações de complexidade de produto realizadas
- ü Número de empresas habilitadas para o processo de incubação
- ü Número de empresas atendidas pelo processo de incubação
- ü Número de planos financeiro/tecnológico/logístico/marketing/exportação elaborados e validados
- ü Número de protótipos desenvolvidos
- ü Número de protótipos validados
- ü Número de mercados internacionais acessados

- ü Número de mercados internacionais absorvidos
- ü Número de pedidos de registro de propriedade intelectual
- ü Número de remessas internacionais
- ü Volume de intenções de negócios
- ü Número de rodadas de negócios internacionais
- ü Número de missões internacionais
- ü Número de empresas graduadas

II – RECURSOS FINANCEIROS E APLICAÇÃO

Valor Total do Plano: R\$ 2.341.718,00

II.a. Do curso das fases do projeto	
Etapa	Valor
1. Plano de Trabalho e Sensibilização/Matriz de Mercado	R\$ 234.171,90
2. Seleção das Empresas	R\$ 351.257,70
3. Diagnóstico	R\$ 351.257,60
4. Inteligência Comercial	R\$ 234.171,80
5. Planos e estratégias	R\$ 468.343,60
6. Acompanhamento, Avaliação e Melhorias	R\$ 468.343,60
7. Registros, Patentes e Trâmites de Exportação	R\$ 117.085,90
8. Networking e bases de dados	R\$ 117.085,90
TOTAL:	R\$ 2.341.718,00

II.b. Detalhamento da Receita

Repasse da Secretaria de Desenvolvimento e Inovação (SEDI) do Governo do Estado de Goiás, referente ao projeto "INOVA EXPORT – Internacionalização de empreendimentos inovadores", vinculado ao programa Goiás Internacional, com desembolso em 5 parcelas. Os desembolsos efetuados pela CONCEDENTE serão aplicados pela INTERVENIENTE seguindo um cronograma físico-financeiro, cuja aplicação terá por finalidade o desenvolvimento de ações imediatas, ou seja, atividades programadas no plano de trabalho para acontecerem entre o interstício do desembolso vigente, bem como para o planejamento de ações posteriores, as quais extrapolam o interstício do desembolso vigente, mas que exigem preparação prévia. Todos as prestações de contas serão realizadas considerando a execução orçamentária do período relativo ao desembolso, nos termos do convênio firmado e estabelecido entre as partes.

II.c. Cronograma de desembolso dos recursos

Parcela	Data	Valor
1	Mês 1	R\$ 745.200,00
2	Mês 5	R\$ 496.800,00
3	Mês 9	R\$ 402.429,04
4	Mês 12	R\$ 437.012,24
5	Mês 16	R\$ 260.276,72

II.d. plano de aplicação dos recursos financeiros por período do desembolso			Atividade	Entregas Associadas (vide Ie.)
TD	Valor (R\$)			
1- Repasse	Total	R\$ 745.200,00		
Previsão de Despesa	%			
Despesas operacionais e ressarcimento	10,47	R\$ 78.057,28	Plano de gerenciamento e eventuais ajustes ao plano de trabalho.	01 Plano de Gerenciamento de Incubação
Pessoal	38,15	R\$ 284.273,68		200 Empresas Sensibilizadas

			Sensibilização/prospecção de empresas.	
Anuidades	4,10	R\$ 30.550,00	Elaboração dos critérios de seleção de empresas.	01 Minuta de Edital de Seleção
Desenvolvimento de capacitação	3,02	R\$ 22.500,00	Difusão da cultura inovadora e exportação por meio de <i>workshops, lives, webinar</i> e instrumentos de gamificação.	06 Eventos de sensibilização e difusão da cultura inovadora
Despesas gerenciais	8,68	R\$ 64.669,14	Entrega de relatório conclusivo etapa 1.	01 Base de dados de prospecção
Comunicação, marketing, mídia e planos de divulgação internacional	7,11	R\$ 53.000,00	Elaboração de metodologia de coleta de dados/Construção da base de dados empresas sensibilizadas.	01 Nota técnica com resultados das estimativas econométricas
Desenho industrial e arquitetura de produtos para exportação	8,76	R\$ 65.247,65	Modelagem econométrica.	40 Empresas selecionadas
Remessas internacionais e despacho aduaneiro (sujeito ao câmbio)	0,00	R\$ 0,00	Processo de seleção das empresas.	40 Avaliações empresariais de matriz de mercado internacional
Despesas com propriedade intelectual para acesso internacional	0,00	R\$ 0,00	Elaboração e produção de relatório da matriz de mercado internacional das empresas habilitadas.	40 Avaliações de matriz de mercado internacional
Serviços de tradução	1,05	R\$ 7.800,00	Elaboração e produção de relatório da matriz de complexidade do produto das empresas.	02 Relatórios conclusivos
Serviços internacionais especializados (sujeito ao câmbio)	3,06	R\$ 22.800,00	Desenvolvimento do perfil empreendedor por meio de capacitações e mentorias	
Ações de desenvolvimento tecnológico e cultura inovadora para exportação	5,52	R\$ 41.102,25		
Insumos para elaboração de projetos industriais, design e prototipagem das empresas	4,83	R\$ 36.000,00		
Locomoção e diárias	5,26	R\$ 39.200,00		

Desembolso 2		Valor (R\$)		Atividade	Entregas Associadas (vide Ie.)
1- Repasse	Total	R\$ 496.800,00			
<i>Previsão de Despesa</i>	%				
Despesas operacionais e ressarcimento	18,02	R\$ 78.057,28	Modelagem econométrica.	20 Carta convite/convocação para recepção	
Pessoal	51,51	R\$ 223.136,84	Divulgação e convocação das empresas habilitadas.	01 Evento de recepção das empresas selecionadas para incubação	
Anuidades	0,00	R\$ 0,00	Elaboração e produção de relatório da matriz de mercado internacional das empresas habilitadas.	20 Pareceres RT do modelo de negócio validado, sujeito a maturidade e evolução da empresa	
Desenvolvimento de capacitação	4,67	R\$ 20.250,00	Elaboração e produção de relatório da matriz de complexidade do produto das empresas.	20 Pareceres do portfólio empresarial, sujeito a maturidade e evolução da empresa	
Despesas gerenciais	7,48	R\$ 32.385,47	Entrega de relatório conclusivo etapa 2.	20 Relatórios de maturidade tecnológica e plano de gestão de incubação elaborado para a empresa	
Comunicação, marketing, mídia e planos de divulgação internacional	7,65	R\$ 33.125,00	Divulgação e convocação das empresas selecionadas para incubação.	20 Planilhas contendo o relatório financeiro (fluxo de caixa), sujeito à sua evolução	
Desenho industrial e arquitetura de produtos para exportação	0,00	R\$ 0,00	Recepção das empresas na UFG.	20 Estudos de tendência e análise de potencial inovador de exportação.	

Remessas internacionais e despacho aduaneiro (sujeito ao câmbio)	0,00	R\$ 0,00	Análise do modelo de negócios.	20 Estudos de mercado internacional
Despesas com propriedade intelectual para acesso internacional	0,00	R\$ 0,00	Análise dos produtos/serviços/processos.	20 Bases de Prospecção de Demanda Internacional
Serviços de tradução	2,34	R\$ 10.140,00	Maturidade tecnológica, ideação e gestão de incubação.	20 Estudos de Demanda Potencial
Serviços internacionais especializados (sujeito ao câmbio)	2,63	R\$ 11.400,00	Projeção de fluxo de caixa.	20 Capacitações
Ações de desenvolvimento tecnológico e cultura inovadora para exportação	5,69	R\$ 33.105,41	Análise de viabilidade econômica.	20 Planos logísticos CP/MP/LP.
Insumos para elaboração de projetos industriais, design e prototipagem das empresas	0,00	R\$ 55.200,00	Entrega de relatório conclusivo etapa 3.	20 Planos tecnológicos CP/MP/LP.
Locomoção e diárias	0,00	R\$ 0,00	Estudo de tendências e análise de potencial inovador de exportação.	20 Planos de marketing CP/MP/LP.
			Estudo do mercado alvo.	20 Planos de exportação CP/MP/LP.
			Construção base de dados prospecção de clientes.	20 Atividades de consultoria e assessoria jurídica, financeira, contábil e marketing.
			Segmentação de potenciais clientes no mercado.	20 Relatórios parciais de Prototipagem I - desenvolvimento industrial e design de produto/processo/serviço.
			Desenvolvimento do perfil empreendedor por meio de capacitações e mentorias.	20 Relatórios parciais de desenvolvimento industrial e design de produto/processo/serviço.
			Elaboração de plano logístico CP/MP/LP.	20 Relatórios parciais de - testes de implementação e validação técnica.
			Elaboração de plano tecnológico CP/MP/LP.	20 Relatórios parciais de prototipagem III - validação de mercado internacional e refinamento.
			Elaboração de plano de marketing CP/MP/LP.	20 Planos logísticos MP.
			Elaboração de plano de exportação CP/MP/LP.	20 Planos tecnológicos MP.
			Consultoria e assessoria jurídica, financeira, contábil e marketing.	20 Planos de marketing MP.
			Suporte administrativo.	20 Planos de exportação MP.
			Suporte tecnológico.	20 Atividades de consultoria e assessoria jurídica, financeira, contábil e marketing.
			Prototipagem I - desenvolvimento industrial e design de produto/processo/serviço.	20 Relatórios finais de Prototipagem I - desenvolvimento industrial e design de produto/processo/serviço.
			Prototipagem II - testes de implementação e validação técnica.	20 Relatórios finais de desenvolvimento industrial e design de produto/processo/serviço.
			Prototipagem III - validação de mercado internacional e refinamento.	20 Relatórios finais de - testes de implementação e validação técnica.
				20 Relatórios finais de prototipagem III - validação de mercado internacional e refinamento.
				20 Capacitações
				02 relatórios conclusivos

Desembolso 3		Valor (R\$)	Atividade	Entregas Associadas (vide le.)
1- Repasse	Total			
Previsão de Despesa	%			
Despesas operacionais e ressarcimento	16,75	R\$ 78.057,28	Estudo de tendências e análise de potencial inovador de exportação	20 Relatórios de tendências e análise de potencial inovador de exportação
Pessoal	35,91	R\$ 167.352,63	Estudo do mercado alvo	20 Relatórios de mercado alvo
Anuidades	0,00	R\$ 0,00	Construção base de dados prospecção de clientes	20 Base de dados de potenciais clientes,

Desenvolvimento de capacitação	0,00	R\$ 0,00	Desenvolvimento de ideias e estratégias de exportação	20 Plano de exportação
Despesas gerenciais	2,30	R\$ 10.727,29	Mapeamento das rotinas de exportação	20 Mapas de rotinas de exportação, conforme plano de exportação elaborado
Comunicação, marketing, mídia e planos de divulgação internacional	9,95	R\$ 46.375,00	Plano logístico CP/MP/LP	20 Relatórios de segmentação de demanda internacional
Desenho industrial e arquitetura de produtos para exportação	0,00	R\$ 0,00	Plano tecnológico CP/MP/LP	20 Planos logísticos LP.
Remessas internacionais e despacho aduaneiro (sujeito ao câmbio)	10,62	R\$ 49.500,00	Plano de marketing CP/MP/LP	20 Planos tecnológicos LP.
Despesas com propriedade intelectual para acesso internacional	1,01	R\$ 4.720,00	Plano de exportação CP/MP/LP	20 Planos de marketing LP.
Serviços de tradução	1,73	R\$ 8.060,00	Entrega de relatório conclusivo etapa 5	20 Planos de exportação LP.
Serviços internacionais especializados (sujeito ao câmbio)	6,36	R\$ 29.640,00	Consultoria e assessoria jurídica, financeira, contábil e marketing	20 Atividades de consultoria e assessoria jurídica, financeira, contábil e marketing.
Ações de desenvolvimento tecnológico e cultura inovadora para exportação	3,53	R\$ 7.996,84	Suporte administrativo	
Insumos para elaboração de projetos industriais, design e prototipagem das empresas	11,84	R\$ 0,0	Suporte tecnológico	
Locomoção e diárias	0,00	R\$ 0,00	Prototipagem I - desenvolvimento industrial e design de produto/processo/serviço	
			Prototipagem II - testes de implementação e validação técnica	
			Prototipagem III - validação de mercado internacional e refinamento	
			Diagnóstico de abrangência e escalabilidade para exportação	
			Estratégias de desenvolvimento comercial e marketing	
			Precificação, ponto de equilíbrio, projeção de fluxo de caixa (receitas, custos, lucro) e indicadores financeiros	
			Entrega de relatório conclusivo etapa 6	

Desembolso 4		Valor (R\$)		Atividade	Entregas Associadas (vide le.)
1- Repasse	Total	R\$ 437.012,24			
Previsão de Despesa	%				
Despesas operacionais e ressarcimento	17,86	R\$ 78.057,28	Desenvolvimento de ideias e estratégias de exportação	20 Capacitações	
Pessoal	51,06	R\$ 223.136,84	Mapeamento das rotinas de exportação	01 Memorial descritivo do suporte administrativo do período	
Anuidades	0,00	R\$ 0,00	Segmentação de potenciais clientes no mercado externo	01 Memorial descritivo do suporte tecnológico do período	
Desenvolvimento de capacitação	0,51	R\$ 2.249,90	Entrega de relatório conclusivo etapa 4	01 Memorial descritivo do desenvolvimento/design industrial, conforme evolução/necessidade da empresa	
Despesas gerenciais	0,00	R\$ 0,00	Desenvolvimento do perfil empreendedor por meio de capacitações e mentorias	01 Memorial descritivo da implementação e validação técnica, conforme evolução/necessidade da empresa	
Comunicação, marketing, mídia e planos de divulgação internacional	0,00	R\$ 0,00	Plano logístico CP/MP/LP	01 Memorial descritivo da validação de mercado internacional, conforme evolução/necessidade da empresa	
Desenho industrial e arquitetura de produtos para exportação	11,35	R\$ 49.588,21	Plano tecnológico CP/MP/LP	20 Diagnóstico de abrangência e escalabilidade para exportação, por empresa, conforme evolução da empresa	
Remessas internacionais e despacho aduaneiro (sujeito ao câmbio)	9,27	R\$ 40.500,00	Plano de marketing CP/MP/LP	01 Memorial descritivo das ações de desenvolvimento comercial e marketing, conforme evolução da empresa	
Despesas com propriedade intelectual	1,62	R\$ 7.080,00	Plano de exportação CP/MP/LP	Memorial descritivo do suporte ao gerenciamento financeiro do plano	

para acesso internacional				de exportação no período
Serviços de tradução	0,00	R\$ 0,00	Entrega de relatório conclusivo etapa 5	20 Mapas de rotinas de exportação
Serviços internacionais especializados (sujeito ao câmbio)	1,74	R\$ 7.600,00	Consultoria e assessoria jurídica, financeira, contábil e marketing	20 Planos de Econômico-financeiros
Ações de desenvolvimento tecnológico e cultura inovadora para exportação	0,00	R\$ 0,00	Suporte administrativo	03 Relatórios conclusivos
Insumos para elaboração de projetos industriais, design e prototipagem das empresas	6,59	R\$ 28.800,00	Suporte tecnológico	20 empresas aptas a participarem das missões internacionais da SEDI
Locomoção e diárias	0,00	R\$ 0,00	Prototipagem I - desenvolvimento industrial e design de produto/processo/serviço	
			Prototipagem II - testes de implementação e validação técnica	
			Prototipagem III - validação de mercado internacional e refinamento	
			Diagnóstico de abrangência e escalabilidade para exportação	
			Estratégias de desenvolvimento comercial e marketing	
			Precificação, ponto de equilíbrio, projeção de fluxo de caixa (receitas, custos, lucro) e indicadores financeiros	
			Entrega de relatório conclusivo etapa 6	

Desembolso 5		Valor (R\$)	Atividade	Entrega
1- Repasse	Total			
Previsão de Despesa	%			
Despesas operacionais e ressarcimento	29,99	R\$ 78.057,28	PI - desenho e redação de patente/modelo de utilidade	20 Pedidos de patente/modelo de utilidade submetidos ao INPI
Pessoal	62,24	R\$ 162.000,00	PI - desenho e registro de marca (empresa e produto)	20 Desenhos e pedidos de registro de marca (empresa e produto) submetidos ao INPI
Anuidades	0,00	R\$ 0,00	Rotinas administrativas de preparação para exportação	20 Mapas de rotinas administrativas de preparação para exportação
Desenvolvimento de capacitação	0,00	R\$ 0,00	Envio de remessas internacionais	20 Mapas das remessas internacionais ocorridas no período
Despesas gerenciais	0,00	R\$ 0,00	Rotinas aduaneiras	20 Mapas das rotinas e procedimentos aduaneiros operacionalizados no período
Comunicação, marketing, mídia e planos de divulgação internacional	0,00	R\$ 0,00	Trâmites de exportação	20 Mapas dos trâmites de exportação
Desenho industrial e arquitetura de produtos para exportação	6,02	R\$ 15.659,44	Entrega de relatório conclusivo etapa 7	Entrega de relatório conclusivo etapa 7
Remessas internacionais e despacho aduaneiro (sujeito ao câmbio)	0,00	R\$ 0,00	Mapeamento de trade <i>networking</i>	20 Mapas trade <i>networking</i> por segmento da atividade econômica e/ou parceiro comercial
Despesas com propriedade intelectual para acesso internacional	0,00	R\$ 0,00	Preparação para rodadas de negócios	01 Guia para participação em rodadas de negócios internacionais
Serviços de tradução	0,00	R\$ 0,00	Preparação para missões internacionais	20 Capacitações em negociações internacionais
Serviços internacionais especializados (sujeito ao câmbio)	1,75	R\$ 4.560,00	Encaminhamento da empresa para graduação pela SEDI aptas a participar de missões comerciais internacionais.	20 Relatórios de maturidade e processo final de graduação
Ações de desenvolvimento tecnológico e cultura inovadora para exportação	0,00	R\$ 0,00	Entrega de relatório conclusivo etapa 8	Entrega de relatório conclusivo etapa 8
Insumos para elaboração de projetos industriais, design e prototipagem das empresas	0,00	R\$ 0,00		Relatório final do projeto
Locomoção e diárias	0,00	R\$ 0,00		

II.e. Plano de Aplicação dos Recursos Financeiros Consolidado		
Item		Valor (R\$)
1- Receita	Total	R\$ 2.341.718,00
2- Previsão de Despesas (a+b+c+d+e+f+g)	Total	R\$ 2.341.718,00
a-Pessoal	Total	R\$ 1.059.900,00
Colaboradores eventuais (pessoal CLT)		
Encargos s/ CLT (≈ 83 %)		
Consultorias (STPF – RPA) + Encargos s/ serviços (20% INSS s/ RPA)		
Estagiários		
Bolsas		R\$ 1.059.900,00
Outros encargos		
b – Serviços de Terceiros P. Jurídica	Total	R\$ 732.331,60
Hospedagem e Alimentação		
Manutenção de máquinas e equipamentos		
Assinatura de Periódicos/Anuidades de Bases de Dados/Sistemas/Software e similares		R\$ 30.550,00
Reprodução de documentos		
Confecção de cartaz para divulgação		
Adequação do espaço		
Outros serviços	Total	R\$ 701.781,60
Desenvolvimento de capacitação		R\$ 45.000,00
Despesas gerenciais		R\$ 107.781,90
Comunicação, marketing, mídia e planos de divulgação internacional		R\$ 132.500,00
Desenho industrial e arquitetura de produtos para exportação		R\$ 130.495,30
Remessas internacionais e despacho aduaneiro (sujeito ao câmbio)		R\$ 90.000,00
Despesas com propriedade intelectual para acesso internacional		R\$ 11.800,00
Serviços de tradução		R\$ 26.000,00
Serviços internacionais especializados (sujeito ao câmbio)		R\$ 76.000,00
Ações de desenvolvimento tecnológico e cultura inovadora para exportação		R\$ 82.204,0
c – Passagens e Despesas com Locomoção	Total	R\$ 19.600,00
d – Despesas com diárias	Total	R\$ 19.600,00
e – Material de Consumo	Total	R\$ 120.000,00
Insumos para elaboração de projetos industriais, design e prototipagem das empresas		R\$ 120.000,00
Material de Laboratório		
Material de manutenção de máquinas e equipamentos		
Material de Limpeza		
Combustíveis e lubrificantes		
f– Investimento	Total	00,00
Obras e Instalações		
Equipamentos e Material Permanente (móveis, máquinas, livros, aparelhos etc.)		
g- Custos indiretos	Total	R\$ 390.286,40
Despesas administrativas operacionais (FUNAPE)		R\$ 195.143,20
Ressarcimento (FACE e UFG)		RS 195.143,20
Ganho Econômico		

Total	00,00
--------------	--------------

* - Não havendo previsão de ganho econômico este será apurado ao final da execução do projeto.

II.f. Detalhamento e Justificativa do Investimento			
Quantidade	Descrição (Equipamentos/Móveis/Obras)	Valor	Período
Justificativa:			

II.g. Identificação dos recursos da UFG	
Quantidade	Descrição dos Recursos da IFES (Equipamentos, Laboratórios, etc.)
1	Salas de aula para atividades de capacitação
2	Auditórios e/ou anfiteatros para eventos sobre internacionalização
3	Computadores para operacionalização de rotinas relacionadas diversas
4	Laboratório de resistência dos materiais e estruturas para prototipagem e adequação
5	Laboratório de microbiologia para prototipagem e adequação para prototipagem e adequação
6	Laboratório de gerenciamento de resíduos químicos para prototipagem e adequação
7	Laboratório de imagens e mídias eletrônicas para prototipagem e adequação
8	Laboratório engenharia software para prototipagem e adequação
9	Laboratório de controle de qualidade de alimentos para prototipagem e adequação
10	Laboratório de controle de qualidade de fármacos e medicamentos para prototipagem e adequação
Justificativa: A utilização dos espaços físicos da UFG (salas de aula e auditórios) justifica-se pela necessidade de reuniões, eventos de sensibilização, prospecção e operacionalização do projeto. Por se tratar de um projeto com transferência de tecnologia, pesquisa e inovação, os laboratórios serão utilizados para execução da fase de prototipagem e adequação de produtos. Eventuais insumos/material de expediente, encontram-se orçados no item material de consumo.	

II.h. Detalhamento da contrapartida não financeira da convenente	
Grupo/elemento de despesa	Formas de Ressarcimento à IFES
Pessoal e encargos sociais	R\$ 258.833,64

II.i. Tratamento Tributário para Bolsas (Campo a ser preenchido pela UFG)	
Bolsa Doação	Bolsa Doação com Encargo
Bolsa de Estímulo a Inovação	Bolsa Adicional Variável
Justificativa:	
UFG preencher	

III QUADRO DE PESSOAL

III.a. Participantes (da UFG ou de outras IES) de forma voluntária (Lei nº 8.958/94 e 10.973/2004)			
Nome	Registro Funcional ou	Instituição de vinculação	Dados

	matrícula		Vinculação (Docente, Tec. Adm., Discente)	Período/ Duração/mês	Carga Horária anual

Obs: abaixo de cada quadro, justificar o valor das bolsas indicando os seus referenciais.

III.b. Participantes com recebimentos de bolsa (da UFG ou de outras IFES) (Lei nº 8.958/1994 e 10.973/2004)								
Nome	Registro Funcional ou matrícula	Instituição de vinculação	Dados					
			Modalidade (*)	Vinculação (Docente, Tec. Adm., Discente)	Período/Duração /mês	Carga Horária Mensal	Valor Mensal	Valor Total
Andréa Freire de Lucena	1672783	UFG	Bolsas de estímulo à inovação tecnológica	Docente	19	20	R\$ 6.100,00	R\$ 115.900,00
Alethéia Ferreira da Cruz	2565061	UFG	Bolsas de estímulo à inovação tecnológica	Docente	19	20	R\$ 6.100,00	R\$ 115.900,00
Cláudia Regina Rosal Carvalho	1642703	UFG	Bolsas de estímulo à inovação tecnológica	Docente	19	20	R\$ 6.100,00	R\$ 115.900,00
Felipe Queiroz Silva	3631933	UFG	Bolsas de estímulo à inovação tecnológica	Docente	19	20	R\$ 6.100,00	R\$ 115.900,00
Hugo Alexandre Dantas do Nascimento	1220826	UFG	Bolsas de estímulo à inovação tecnológica	Docente	12	20	R\$ 6.100,00	R\$ 73.200,00
Ricardo Limongi França Coelho	2615446	UFG	Bolsas de estímulo à inovação tecnológica	Docente	19	20	R\$ 6.100,00	R\$ 115.900,00
Sandro Eduardo Monsueto	1698093	UFG	Bolsas de estímulo à inovação tecnológica	Docente	2	20	R\$ 6.100,00	R\$ 12.200,00
Thiago Cavalcante de Souza	1206452	UFG	Bolsas de estímulo à inovação tecnológica	Docente	19	20	R\$ 6.100,00	R\$ 115.900,00
À definir	-	-	Bolsas de estímulo à inovação tecnológica	Docente	2	20	R\$ 6.100,00	R\$ 12.200,00
À definir	-	-	Bolsas de estímulo à inovação tecnológica	Discente	15	40	R\$ 1.500,00	R\$ 22.500,00
À definir	-	-	Bolsas de estímulo à inovação tecnológica	Discente	15	40	R\$ 1.500,00	R\$ 22.500,00
À definir	-	-	Bolsas de estímulo à	Discente	15	40	R\$ 1.500,00	R\$ 22.500,00

			inovação tecnológica					
À definir	-	-	Bolsas de estímulo à inovação tecnológica	Discente	15	40	R\$ 1.500,00	R\$ 22.500,00
À definir	-	-	Bolsas de estímulo à inovação tecnológica	Discente	15	40	R\$ 1.500,00	R\$ 22.500,00
À definir	-	-	Bolsas de estímulo à inovação tecnológica	Discente	15	40	2.050,00	30.750,00
À definir	-	-	Bolsas de estímulo à inovação tecnológica	Discente	15	20	R\$ 1.575,00	R\$ 18.900,00
À definir	-	-	Bolsas de estímulo à inovação tecnológica	Discente	15	20	R\$ 550,00	R\$ 8.250,00
À definir	-	-	Bolsas de estímulo à inovação tecnológica	Discente	15	20	R\$ 550,00	R\$ 8.250,00
À definir	-	-	Bolsas de estímulo à inovação tecnológica	Discente	15	20	R\$ 550,00	R\$ 8.250,00
À definir	-	-	Bolsas de estímulo à inovação tecnológica	Discente	15	20	R\$ 550,00	R\$ 8.250,00
À definir	-	-	Bolsas de estímulo à inovação tecnológica	Discente	15	20	R\$ 550,00	R\$ 8.250,00
Total								R\$ 996.400,00

(*) Refere-se à modalidade definida nos termos da RESOLUÇÃO-CONSUNI Nº 03/2017.

III.c. Outros Participantes (Pesquisador Externo/Convidado) forma de Bolsa						
Nome	CPF	Dados				
		Modalidade (*)	Período/ Duração /mês	Carga Horária Mensal	Valor Mensal	Valor Total
À Definir	-	Bolsas de estímulo à inovação tecnológica	13	20	2.000,00	R\$ 26.000,00
À Definir	-	Bolsas de estímulo à inovação tecnológica	15	20	2.500,00	R\$ 37.500,00
Total						R\$ 63.500,00

(*) Refere-se à modalidade definida nos termos da RESOLUÇÃO-CONSUNI Nº 03/2017.

III.d. Outros Participantes – Regime de CLT							
Nome	Cargo	Dados					
		Carga Horária semanal	a. Período/Duração	b. Salário base mensal	c. Encargos - mensal (*)	d. Benefícios - mensal (**)	Val (a *)
Total							
Indicação dos Benefícios não obrigatórios e gratificação de função (se houver) com os respectivos valores:							

(*) Valor estimado dos encargos (INSS, PIS, FGTS, reserva rescisória proporcional) + benefícios obrigatórios.

(**) Benefícios não obrigatórios (indicar se houver) + gratificação de função (indicar se houver)

IV. APROVAÇÃO PELOS PARTICÍPIES

< assinado eletronicamente >

PROF. DR. EDWARD MADUREIRA BRASIL

Reitor – UFG

< assinado eletronicamente >

PROF.DR. ORLANDO AFONSO VALLE DO AMARAL

Diretor Executivo – FUNAPE

< assinado eletronicamente >

MÁRCIO CÉSAR PEREIRA,

Secretaria de Desenvolvimento e Inovação

GOIANIA - GO, aos 15 dias do mês de outubro de 2021.



Documento assinado eletronicamente por **Orlando Afonso Valle do Amaral, Usuário Externo**, em 14/10/2021, às 14:51, conforme art. 2º, § 2º, III, "b", da Lei 17.039/2010 e art. 3ºB, I, do Decreto nº 8.808/2016.



Documento assinado eletronicamente por **Edward Madureira Brasil, Usuário Externo**, em 15/10/2021, às 09:11, conforme art. 2º, § 2º, III, "b", da Lei 17.039/2010 e art. 3ºB, I, do Decreto nº 8.808/2016.



Documento assinado eletronicamente por **MARCIO CESAR PEREIRA, Secretário (a) de Estado**, em 21/10/2021, às 16:11, conforme art. 2º, § 2º, III, "b", da Lei 17.039/2010 e art. 3ºB, I, do Decreto nº 8.808/2016.



A autenticidade do documento pode ser conferida no site http://sei.go.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=1 informando o código verificador **000024425527** e o código CRC **5B025E5E**.

GERÊNCIA DE COMPRAS GOVERNAMENTAIS
Palácio Pedro Ludovico Teixeira - Rua 82, nº 400, 5º Andar, Ala Oeste, Setor Central, Goiânia-GO-CEP: 74.015-908



Referência: Processo nº 20211430400918



SEI 000024425527