
(GUIA PARA PREENCHIMENTO DO)
FORMULÁRIO DE PROJETO DE PESQUISA E INOVAÇÃO
(Elaborado por Equipe da Agência Curitiba e Consultores Colaboradores em Julho de 2018)

Título do Projeto

AGÊNCIA CURITIBA DE DESENVOLVIMENTO S/A

Rua Engenheiros Rebouças, 1732 – Rebouças – Curitiba – Paraná – CEP 80230-040 Fone 41 3213-7514/7590.

Edição Agosto 2018

EMPRESA PROPONENTE:

Nome do Representante Legal da Empresa

AGÊNCIA CURITIBA DE DESENVOLVIMENTO S/A

Rua Engenheiros Rebouças, 1732 – Rebouças – Curitiba – Paraná – CEP 80230-040 Fone 41 3213-7514/7590.

Edição Agosto 2018

PROGRAMA CURITIBA TECNOPARQUE

1 – A EMPRESA

Identificação da Empresa interessada

Razão Social	
Nome Fantasia	
CNPJ	Inscrição Municipal
Atividade Principal (ver no CNPJ)	
Se possuir filiais, informe as Inscrições Municipais	Data da Constituição
Registro na Junta Comercial do Paraná	Data do registro
Nº de Funcionários (em 31 de dezembro do ano anterior):	Faturamento Anual (ano anterior a apresentação do projeto)
Endereço Completo	Nº
Complemento	CEP

AGÊNCIA CURITIBA DE DESENVOLVIMENTO S/A

Rua Engenheiros Rebouças, 1732 – Rebouças – Curitiba – Paraná – CEP 80230-040 Fone 41 3213-7514/7590.

Edição Agosto 2018

Bairro	Cidade	UF
	Curitiba	PR

Telefone (41)	Fax (41)
------------------	-------------

Home Page

E-mail

Comentário sobre os principais mercados relacionados à sua atividade

Exemplo:

A Empresa tem como principais mercados (setor(es) e segmento(s) de mercado) relacionados à sua atividade de desenvolvimento (e/ou fabricação), comercialização, implantação e manutenção de seus (produtos/serviços e/ou processos):

Citar: para cada setor/segmento- tipo de produto/serviço e/ou processo:

Esses mercados vêm sofrendo mudanças demandando melhorias recorrentes ou inovações tecnológicas (a partir de P&D ou de novas tecnologias), as quais vem sendo atendidas pela Empresa (diretamente pela sua equipe técnica e/ou com parcerias estratégicas com ICTs ou outras empresas), conforme abaixo:

Apresentar um panorama desse mercado, ou seja, como essas mudanças e demandas vem se desenvolvendo para cada setor/segmento desse mercado e como a Empresa tem se atualizado para o atendimento dessas demandas.

Comentário sobre os principais fornecedores de seus produtos e serviços

Exemplo:

Os principais fornecedores de produtos e serviços para compor a infraestrutura tecnológica da Empresa são:

Listar (cada um desses principais fornecedores e seus respectivos produtos/serviços)

PERFIL DA EMPRESA (informe todos os itens solicitados em no máximo 3 páginas)

Histórico Resumido da Organização (máximo de 1.000 caracteres)

Exemplo:

Origem

A Empresa foi criada em (ano), e se mantém como empresa de base tecnológica (conforme critérios da FINEP, citar dentre os abaixo¹), a partir da experiência dos seus sócios e/ou fundadores (nomes), em (citar as áreas de aplicação dessa experiência e as oportunidades de negócio percebidas pelos mesmos para o desenvolvimento da Empresa e deste Projeto),

¹ EMPRESA DE BASE TECNOLÓGICA - Empresa de qualquer porte ou setor que tenha na inovação tecnológica os fundamentos de sua estratégia competitiva. Esta condição será considerada atendida pelas empresas que apresentam pelo menos duas das seguintes características:

a) desenvolvam produtos ou processos tecnologicamente novos ou melhorias tecnológicas significativas em produtos ou processos existentes. O termo produto se aplica tanto a bens como a serviços;

b) obtêm pelo menos 30% (trinta por cento) de seu faturamento, considerando-se a média mensal dos últimos doze meses, pela comercialização de produtos protegidos por patentes ou direitos de autor, ou em processo de obtenção das referidas proteções;

c) encontram-se em fase pré-operacional e destinam pelo menos o equivalente a 30% (trinta por cento) de suas despesas operacionais, considerando-se a média mensal dos últimos doze meses, a atividades de pesquisa e desenvolvimento tecnológico;

d) não se enquadram como micro ou pequena empresa e destinam pelo menos 5% (cinco por cento) de seu faturamento a atividades de pesquisa e desenvolvimento tecnológico;

e) não se enquadram como micro ou pequena empresa e destinam pelo menos 1,5% (um e meio por cento) de seu faturamento a instituições de pesquisa ou universidades, ao desenvolvimento de projetos de pesquisa relacionados ao desenvolvimento ou ao aperfeiçoamento de seus produtos ou processos;

f) empregam, em atividades de desenvolvimento de software, engenharia, pesquisa e desenvolvimento tecnológico, profissionais técnicos de nível superior em percentual igual ou superior a 20% (vinte por cento) do quantitativo total de seu quadro de pessoal;

g) empregam, em atividades de pesquisa e desenvolvimento tecnológico, mestres, doutores ou profissionais de titulação equivalente em percentual igual ou superior a 5% (cinco por cento) do quantitativo total de seu quadro de pessoal.

Marcos

Os principais marcos relevantes de sua trajetória foram:

Citar ao longo do tempo (ano/mês) e para cada tipo de evento (cf. abaixo):

Ano/Mês:

Eventos:

- (i) Organizacionais (mudanças/certificação da qualidade etc.),
- (ii) Tecnológicos (projetos/treinamentos/ certificações técnicas etc.),
- (iii) Comerciais (participação em feiras e eventos/contratos etc.)
- (iv) Financeiros (principais financiamentos e investimentos etc.)

AGÊNCIA CURITIBA DE DESENVOLVIMENTO S/A

Rua Engenheiros Rebouças, 1732 – Rebouças – Curitiba – Paraná – CEP 80230-040 Fone 41 3213-7514/7590.

Edição Agosto 2018

A empresa possui alguma certificação?

() Não () Sim Qual(is)? **(citar, conforme marcos acima)** _____

Data(s) ____/____/____

Número de Empregados: **(indicar CLTs e terceirizados)** _____ com Deficiência: _____ outros

Colaboradores: _____

Áreas de atuação da empresa conforme descrito no Contrato Social

Áreas de Atuação:	Área 1: Área 2: Área 3:
-------------------	-------------------------------

Linhas de Produtos ou Serviços Ofertados

Principais Produtos ou Serviços	Principais Clientes
Colocar nesta coluna, os produtos e serviços correspondentes aos principais tipos de produtos indicados anteriormente (para os setores e segmentos de mercado)	E, nesta coluna, os respectivos clientes.

Descreva a experiência da empresa em inovação de produtos, processos e gestão.

Exemplo: A experiência da Empresa em desenvolvimento de inovação tecnológica de (produtos/serviços, processos e/ou de gestão (a partir de novas plataformas tecnológicas) que contribuiu com impactos significativos para a Empresa e seus
--

clientes pode ser evidenciada através das novas características (tecnologia e/ou plataforma tecnológica) e funcionalidades (utilidade e diferenciação) dos seus (produtos/serviços, processos e gestão), conforme indicado ao longo do tempo a seguir:

Ano:

Cliente:

Produto ou Processo ou Gestão:

Novas Características e Funcionalidades Diferenciadas:

Ano:

Cliente:

Produto ou Processo ou Gestão:

Novas Características e Funcionalidades Diferenciadas:

Etc.

Informe a participação da empresa em prêmios de inovação tecnológica.

Citar: a ocorrência (ano, nome e objetivo) do prêmio e/ou planejamento de participação futura (ano, nome e objetivo)

Descreva a Infraestrutura de P&D&I e Produção (Área, Principais Processos, Layout e Equipamentos, Fotos)

Incluir também a localização da(s) equipe(s) técnica(s) com detalhamento dos tipos principais de função técnica e número de colaboradores envolvidos em P&D&I e Produção

Informe as parcerias da empresa com Instituições Científicas e Tecnológicas (ICTs), se houver.

Nome da ICT	Descrição do tipo de Parceria (Financeira, Técnica, RH, outros)	A parceria já foi firmada? Responder sim* ou não

AGÊNCIA CURITIBA DE DESENVOLVIMENTO S/A

Rua Engenheiros Rebouças, 1732 – Rebouças – Curitiba – Paraná – CEP 80230-040 Fone 41 3213-7514/7590.

Edição Agosto 2018

* Apresentar cópia do documento comprobatório.

Informe outras parcerias da empresa, se houver.

Nome do Parceiro	Descrição do tipo de Parceria (Financeira, Técnica, RH, outros)	A parceria já foi firmada? Responder sim* ou não

* Apresentar cópia do documento comprobatório.

Informações adicionais que achar relevantes sobre a empresa.

Apresentar evidências e/ou razões de se esperar que a Empresa deve manter sua competitividade (durante e após o Projeto) pela sua:

- (i) Confiabilidade (estar ativa e disponível para atender o cliente),
- (ii) Credibilidade (base de competência – da equipe, com recursos físicos, tecnológicos e experiência, para atender o cliente),
- (iii) Atualidade (para realizar novas melhorias/ inovações tecnológicas),
- (iv) Qualidade (capacidade de atender os requisitos do cliente) e
- (v) Produtividade (relação custo/benefício favorável também ao cliente).

2 – O PROJETO

Identificação do responsável pelo projeto

Nome	Cargo
------	-------

Telefone (41)	Celular (41)	Fax (41)
E-mail		

Justificativa do Projeto

Atualmente, como resultado do planejamento, pesquisa e desenvolvimento das inovações tecnológicas de (produto/serviço, processo e/ou gestão) indicados anteriormente, a Empresa já tem:

- (i) Identificados os seguintes tipos de clientes (citar esses tipos de clientes) da(s) área(s) de aplicação da inovação (de produto/serviço/processo e/ou gestão): (citar essa(s) área(s) de aplicação da inovação),
- (ii) Como cliente referencial (ou adotante) inicial da inovação a empresa (citar o nome da empresa), já está comprometida com o desenvolvimento (e/ou fabricação) da inovação de acordo com (citar contrato ou evidência documental)
- (iii) Identificadas as seguintes necessidades daqueles tipos de clientes, que são capazes de serem atendidas através do desenvolvimento (e/ou fabricação) dos seguintes elementos/módulos/subsistemas constitutivos da inovação, pelas suas respectivas novas utilidades diferenciadas, a serem obtidas pelas suas características técnicas e funcionalidades diferenciadas conforme abaixo:

1, Para atender (a necessidade 1) : desenvolvimento do (nome do elemento/módulo/subsistema 1) capaz de proporcionar (nova utilidade diferenciada 1) utilizando (características técnicas 1) e (funcionalidades diferenciadas 1);

2, Para atender (a necessidade 2) : desenvolvimento do (nome do elemento/modulo/subsistema 2) capaz de proporcionar (nova utilidade diferenciada 2) utilizando (características técnicas 2) e funcionalidades (diferenciadas 2); etc.;

Em complemento, a Empresa conta com a participação de investidor(es) e/ou outro(s) apoiador(es) comprometido(s) com o desenvolvimento da inovação, por sua capacidade de perceber valor dos benefícios decorrentes da inovação, de acordo com documento(s) comprobatório(s), conforme anexos)

Objetivo Geral do Projeto

O Projeto tem por objetivo geral manter a competitividade da Empresa a partir do desenvolvimento sistemático de inovações tecnológicas iniciando com o desenvolvimento (e/ou fabricação) da inovação (nome da inovação), uma inovação tecnológica de (produto/serviço e/ou processo), voltada para atender de forma diferenciada às necessidades dos (clientes), conforme apresentado na seção anterior - Justificativa do Projeto.

Objetivos Específicos do Projeto

Os objetivos específicos do Projeto, relacionados ao processo de desenvolvimento (e/ou fabricação) da inovação, em particular, ao processo de desenvolvimento dos seus elementos/módulos/subsistemas, com suas características técnicas e funcionalidades diferenciadas, que proporcionarão, em conjunto com outras atividades e tecnologias correntes, as novas utilidades diferenciadas em atendimento às necessidades dos clientes, conforme apresentadas na seção anterior - Justificativa do Projeto.

Esses objetivos específicos serão incorporados na seção subsequente Principais metas do Projeto.

Inovação a ser implementada:

Assinalar uma ou mais alternativas indicando onde haverá impacto da inovação em sua empresa, com a utilização dos recursos do programa. Para melhor orientação, consulte as informações conceituais sobre Inovação Tecnológica, apresentadas no final deste formulário (consoante as definições do Manual de Oslo (buscar no site da FINEP))

A - Tipo de Inovação

() Produto/Serviço () Processo () Gestão/Organização

B - Natureza da Inovação

() Incremental () Radical

C - Grau de Novidade da inovação

() Inovação para a empresa () Inovação para o mercado regional/municipal () Inovação para o mercado nacional/internacional

Objetivos da Inovação

Assinalar uma ou mais alternativas que configurem o(s) objetivo(s) da inovação que será implementada:

Associados aos produtos/serviços oferecidos pela empresa:

- Ampliar a gama de produtos/serviços
- Aperfeiçoamento/diferenciação de produtos/serviços
- Melhorar a qualidade de produtos/serviços
- Não se aplica

Associados ao Processo

- Aumento de produtividade, redução de custos e elevação de margem
- Elevar a eficiência e qualidade dos processos e operações da empresa
- Solucionar problemas do processo produtivo da empresa
- Aumentar a flexibilidade do processo produtivo da empresa
- Aumentar a capacidade produtiva
- Aumentar a capacidade de inovação e aprendizado tecnológico da empresa
- Não se aplica

Associados ao Mercado

- Reação competitiva: inovar para acompanhar a concorrência e evitar perder mercado
- Pró-atividade: inovar para ganhar posições estratégicas no mercado
- Abrir novos mercados
- Não se aplica

Associados a Exigências Externas

- Adequação a normas e legislação ambiental
- Adequação a normas e legislação de saúde
- Adequação a normas e condições de segurança
- Enquadramento em normas técnicas e padrões de qualidade/certificação
- Não se aplica

Principais metas do Projeto (Exemplo – indicar como principais metas os desenvolvimentos dos novos elementos/módulos/subsistemas e suas utilidades diferenciadas conforme apresentadas nos objetivos específicos)

Meta	Prazo (meses após a data do início do Projeto em ...) + Objetivo específico
META 1	Desenvolvimento do (nome do elemento/modulo/subsistema 1) capaz de proporcionar (nova utilidade diferenciada 1) utilizando (características técnicas 1) e (funcionalidades diferenciadas 1) para atender (a necessidade 1).
META 2	Desenvolvimento do (nome do elemento/modulo/subsistema 2) capaz de proporcionar (nova utilidade diferenciada 2) utilizando (características técnicas 2) e (funcionalidades diferenciadas 2) para atender (a necessidade 2);
META 3 Etc.	Desenvolvimento do (nome do elemento/modulo/subsistema 3) capaz de proporcionar (nova utilidade diferenciada 3) utilizando (características técnicas 3) e (funcionalidades diferenciadas 2) para atender (a necessidade 3) Etc.

Descreva as características do processo, produto, serviço e/ou gestão a ser desenvolvido, indicando seus diferenciais e suas funcionalidades. (conforme objetivos específicos)

<p>Exemplo:</p> <p>1.(nome do elemento/modulo/subsistema 1): (descrever as características técnicas diferenciadas 1) e (funcionalidades diferenciadas 1) para atender (a necessidade 1)</p> <p>2.(nome do elemento/modulo/subsistema 2): (descrever as características técnicas diferenciadas 2) e (funcionalidades diferenciadas 2) para atender (a necessidade 2)</p> <p>3.(nome do elemento/modulo/subsistema 3): (descrever as características técnicas diferenciadas 3) e (funcionalidades diferenciadas 3) para atender (a necessidade 3)</p> <p>Etc.</p>
--

Qual a relevância da proposta para a empresa.

<p>Exemplo</p> <p>A Empresa considera como relevância da proposta, alcançar Recursos do</p> <p>1. Impactos internos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • crescimento do faturamento da empresa: (citar dado financeiro na seção 6), • crescimento dos empregos diretos (citar dado social na seção 6), • lucratividade (citar conforme dados financeiros na seção??? subsequente)
--

AGÊNCIA CURITIBA DE DESENVOLVIMENTO S/A

Rua Engenheiros Rebouças, 1732 – Rebouças – Curitiba – Paraná – CEP 80230-040 Fone 41 3213-7514/7590.

Edição Agosto 2018

- pioneirismo: (pelo menos na cidade de Curitiba e estado do Paraná, conforme busca de anterioridade e/ou relatório de patenteabilidade e/ou registro de direito autoral e/ou industrial anexos),
 - participação no mercado (liderança ou entre os líderes, conforme pesquisa de mercado anexa.)
2. impactos significativos: científico, tecnológico, econômico, social e ambiental etc. que estejam associados aos resultados concretos da inovação.

Descreva as possíveis barreiras que limitam ou influenciam o acesso ao mercado.

Barreira	Descrição se houver
Propriedade Intelectual	
Regulamentação Governamental	
Outros	

Será necessária a contratação de novos profissionais? Em caso afirmativo, justifique.

Exemplo:

Para complementar o núcleo de sua base de competência em tecnologia avançada e gestão, de forma a dar continuidade à realização sistemática de novos projetos de inovação tecnológica a partir da pesquisa e desenvolvimento experimental de novos protótipos funcionais, sempre atendendo a novas necessidades críticas de sua área de aplicação, a Empresa estará contratando (mestre(s) em..., tecnólogo(s) em..., técnico(s) em..., administrador(es)/economista(s)...)

3 – A METODOLOGIA

AGÊNCIA CURITIBA DE DESENVOLVIMENTO S/A

Rua Engenheiros Rebouças, 1732 – Rebouças – Curitiba – Paraná – CEP 80230-040 Fone 41 3213-7514/7590.

Edição Agosto 2018

Informe as principais etapas do projeto indicando as metas e indicadores respectivos de cada etapa. (Utilizar uma metodologia (adaptada à Empresa e ao tipo do Projeto) dentre as tradicionais metodologias para a gestão de projetos, como a PMBOK do PMI, Agile etc. apresentando suas etapas/fases, indicadores e metas).

Exemplo

O processo utilizado pela Empresa para o desenvolvimento do Projeto (nome da inovação) compreende as seguintes etapas/fases: Negociação, Planejamento, Execução, Testes e Encerramento)

(colocar num diagrama de blocos/fluxograma essas etapas/fases)

(descrever cada etapa/fase com a definição dos seus indicadores e metas)

Descreva os principais métodos, técnicas e ferramentas que serão utilizados no projeto

Exemplo

Para o desenvolvimento do Projeto (nome da inovação) serão utilizadas as seguintes tecnologias (listar): (métodos e técnicas como plataformas de desenvolvimento e as ferramentas para cada plataforma de desenvolvimento)

Que estratégias de marketing serão utilizadas para o desenvolvimento do mercado alvo da inovação?

Exemplo (baseado em casos de sucesso de projetos de inovação tecnológica para chamadas da Agência Curitiba, Finep e da Fundação Araucária)

Considerando os 4Ps do marketing as estratégias de marketing a serem utilizadas são:

- (i) Produto: a Empresa utilizará a vantagem competitiva do menor custo de aquisição e manutenção esperado de seu novo (nome da inovação) pelos seguintes diferenciais competitivos de seus (nomes dos elementos/módulos/subsistemas) que afetam o custo pela eliminação/substituição/etc. de (citar o que utiliza a concorrência)
- (ii) Preço: a Empresa utilizará a vantagem competitiva de redução de custo e do preço total para posicionamento de seu produto para (citar os tipos de clientes de seu mercado-alvo) que

necessitam dessa redução para (citar os diferenciais de utilidade).

(iii) Promoção: Para comunicação da proposta de valor do (nome da inovação) a Empresa desenvolverá material de comunicação de marketing documental e eletrônico através de seu site ..., utilizará a rede de valor de seus parceiros/associados/fornecedores para alcance aos clientes de seu mercado-alvo e os eventos de sua área de aplicação em que participa no país e no exterior para essa promoção.

(iv) Ponto (Distribuição): a Empresa utilizará a rede de valor de seus (associados/distribuidores/revendedores/fornecedores) para alcance aos (citar os tipos de clientes de seu mercado-alvo).

Outra OPÇÃO mais detalhada para apresentação das estratégias de marketing:

Essas estratégias de marketing (e vendas) se desenvolvem através das seguintes etapas, linhas de ação e atividades do processo denominado "channel marketing" (onde as etapas são ordenadas de forma não necessariamente sequencial, mas ajustadas em conformidade com o tipo de produto ou serviço e o mercado a ser explorado (no caso do mercado global, com a devida pré-localização dos produtos e/ou serviços para cada mercado de exportação)

1ª Etapa. Preparar elementos de apresentação da Empresa e sua oferta

Linhas de ação / atividades

1.1 – Gerar as informações de comunicação para a composição de Dossiê Empresarial composto por:

- Dossiê Documental (folder, flyer, cartão, press-release e pasta);
- Dossiê Eletrônico (website, demonstrativos via web).

1.2 – Elaborar o material de comunicação e contratar empresa de comunicação visual:

- Selecionar empresas de comunicação visual;
- Contratar os serviços respectivos.

1.3 – Desenvolver protótipos (demonstrativos ou amostras) para demonstração dos produtos

2ª. Etapa: Desenvolver canais de comercialização

Linhas de ação / atividades

2.1 – Utilizar e preencher um formulário de marketing contendo elementos de informação para apoiar o processo de identificação de canais de venda

2.2 – Identificar os canais potenciais:

- Pesquisa de canais potenciais: identificar distribuidores, revendedores, revendedores de valor agregado, revendedores de hardware, integradores de sistemas e desenvolvedores de sistemas do mesmo segmento de mercado.
- Definir os serviços requeridos dos canais: serviços necessários para a comercialização (produção local, suporte técnico, comunicação de marketing, e outros).
- Elaborar os “fact-sheets”: ou “briefing” com as informações relevantes para o canal sobre a empresa e o produto para a comunicação direta com o canal potencial a ser identificado.

2.3 - Seleção dos canais:

- Depois de identificados os canais, realizar os contatos com os mesmos através de mala-direta (correio e e-mail), telemarketing, visitas, visando sua seleção para contratação.

2.4 – Contratação dos canais:

- Elaborar minuta de contrato: utilizando sempre suporte jurídico especializado.
- Realizar a negociação do contrato e assinatura.

2.5 – Suporte aos canais contratados:

- Para eficaz utilização dos canais, a necessidade do suporte aos mesmos é de grande importância, principalmente no que diz respeito ao treinamento, assistência técnica e produção local.

3ª. Etapa: Estabelecer parcerias estratégicas complementares

Linhas de ação / atividades

3.1 – Identificação de parceiros estratégicos complementares:

- Utilizar o apoio dos canais para identificar: fornecedores, centros de pesquisa, instituições do setor, empresas de software e tecnologia, através de indicações e participação em feiras e rodas de negócios.

3.2 – Formalização da parceria:

- Estabelecer as atribuições e responsabilidades das partes;
- Elaborar contrato;
- Assinar contrato.

3.3 – Motivar o parceiro:

- Interagir constantemente com o parceiro;

- Trocar informações de interesse comum;
- Realizar reuniões periódicas para fortalecimento da parceria.

4ª. Etapa: Divulgar a empresa e produtos em meios especializados

Linhas de ação / atividades

4.1 – Identificar os meios de comunicação especializados:

- Identificar os meios de comunicação que melhor sejam compatíveis às atividades da Empresa (jornais e revistas especializadas, websites, informativos institucionais, etc).

4.2 – Contratar os meios selecionados:

- Após a seleção, fechar contrato com as empresas para efetiva divulgação da empresa, seus produtos e serviços.

4.3 – Utilizar rede de relacionamentos:

- Ativar os parceiros, distribuidores, agentes e outros contatos para divulgação e promoção da empresa e de seus produtos.

5ª Etapa: Estabelecer política de preços

Linhas de ação / atividades

5.1 – Realizar pesquisa de mercado:

- Pesquisar o preço de mercado através de contatos, pesquisa na Internet, por telefone, institutos de pesquisa, associações, etc.

5.2 – Determinar preço de venda:

- A partir do levantamento dos custos, margem de lucro e preços de mercado (considerando os benefícios dos diferenciais da inovação), determinar o preço dos produtos de forma a torná-los mais atraente.

5.3 – Definir promoções e descontos:

- De acordo com a sazonalidade do produto, quantidades vendidas, etc., oferecer atrativos promocionais e/ou descontos no preço dos produtos.

6ª. Etapa: Buscar a máxima satisfação dos clientes

Linhas de ação / atividades

6.1 – Pesquisa de satisfação:

- Realizar periódicas pesquisas com os clientes, para verificação do grau de satisfação, colher opiniões e sugestões, estreitar o relacionamento com os mesmos e conhecer suas expectativas.

6.2 – Melhorar constantemente a qualidade da oferta da empresa:

- Verificar processos que podem ou devem ser melhorados ou que geram insatisfação do cliente;
- Identificar os problemas geradores de insatisfação;
- Tomar as devidas ações corretivas.

6.3 – Fidelizar os clientes através do melhor atendimento:

- Estabelecer um relacionamento com o cliente;
- Enviar informações úteis, catálogos com os novos produtos;
- Oferecer promoções, etc.

7ª. Etapa: Desenvolver infraestrutura para e-commerce / e-business

Linhas de ação / atividades

7.1 – Montar um planejamento abordando:

- O público-alvo que a empresa deseja atingir com o comércio eletrônico;
- O funcionamento da logística e distribuição;
- A solução a ser utilizada;
- Os custos envolvidos; etc.

7.2 – Manter um banco de dados local que permita:

- A integração e comunicação de dados de forma rápida e eficiente.

7.3 – Viabilizar o acesso à Internet que permita:

- O acesso e sua conexão à Internet 23 horas/dia, através de um provedor local ou diretamente através de linha dedicada.

7.4 – Solução em comércio eletrônico:

- Desenvolver ou adquirir de terceiros um sistema próprio para comércio eletrônico, que deve ser dinâmico, flexível, capaz de facilitar a colocação de todas as informações e operações que a empresa deseja ver implementadas no site.

7.5 – Pessoal:

- Definir o pessoal que será alocado às atividades de comércio eletrônico e suas atribuições.

8ª. Etapa: Capacitar equipe de vendas

Linhas de ação / atividades

8.1 – Designar pessoa responsável pela área de comercialização:

- Designar uma pessoa com capacitação necessária para coordenar as atividades de vendas da empresa.

8.2 – Treinar e motivar a equipe de vendas:

- Realizar treinamentos, palestras, para capacitação e atualização constante da equipe de vendas.

8.3 - Estabelecer metas de vendas:

- Com base em informações de mercado, dados históricos da empresa e perspectiva de crescimento, estabelecer as metas de vendas.

8.4 – Acompanhamento dos resultados:

- Com base nas metas de vendas traçadas, realizar um acompanhamento dos resultados obtidos.
- A partir desse acompanhamento, estabelece ações corretivas e/ou reavaliar as metas traçadas.

8.5 – Feedback da equipe de vendas:

- Realizar reuniões para feedback da equipe de vendas sobre aceitação do produto, sugestões, críticas, resposta dos clientes.

Como pretende avaliar internamente os resultados do projeto?

METAS	Indicadores Quantitativos	Indicadores Qualitativos	Forma de Coleta (Relatório, Entrevista, etc)	Periodicidade
Exemplo				

Meta 1 (da Etapa de Negociação) Especificação Técnica	- Um Arquivo eletrônico contendo a Especificação Técnica	Definição do Escopo dos Subsistemas para a Elaboração de Protótipo de Laboratório da inovação e Homologação de Piloto/Pré-série Industrial da inovação	Coleta das informações necessárias à Definição do Escopo: (i) Junto ao Cliente; (ii) Junto aos Associados; (iii) Junto aos Parceiros Fornecedores	Semanal (enquanto em desenvolvimento)
META 2 (da Etapa de Planejamento)	Um Arquivo eletrônico contendo o Plano do Projeto	Plano do Projeto Elaborado e Aprovado	Coleta das informações necessárias à definição do Plano de Projeto(i) Junto ao Cliente; (ii) Junto aos Associados; (iii) Junto aos Parceiros Fornecedores	Quinzenal (enquanto em desenvolvimento)
Meta 3 (da Etapa de Execução) Desenvolvimento dos Subsistemas	- Um Subsistema de ...	Criação das bases de funcionamento dos Subsistemas:	Coleta das informações necessárias ao Desenvolvimento dos Subsistemas: (i) Junto ao Cliente; (ii) Junto aos Associados; (iii) Junto aos Parceiros Fornecedores	Mensal (enquanto em desenvolvimento)
Etc.				

4 – RECURSOS DO PROJETO

Informar as atividades por metas e os itens de recursos necessários para cada atividade

ATIVIDADE	Informar	Resultado esperado por	Duração das	Previsão dos Recursos a serem
-----------	----------	------------------------	-------------	-------------------------------

AGÊNCIA CURITIBA DE DESENVOLVIMENTO S/A

Rua Engenheiros Rebouças, 1732 – Rebouças – Curitiba – Paraná – CEP 80230-040 Fone 41 3213-7514/7590.

Edição Agosto 2018

	a Meta (1, 2, etc.)	atividade	atividades em relação ao cronograma físico - item 7		utilizados por Atividade (em R\$)		
			Mês de início	Mês de Término	Recursos do ISS (em R\$)	Contrapartida da empresa (em R\$)	Outros Recursos (em R\$)
NEGOCIAÇÃO (Atividades relativas a reuniões, desenvolvimentos e definições para aprovação de Atas, Planilhas, Cronogramas, Especificação e Proposta Técnica).	1	Ata de Reunião de Kickoff - Planilha de Customização do Processo do Projeto - Cronograma - Especificação e Proposta Técnica.	Mai/18	Jul/18			
PLANEJAMENTO (Atividades relativas a Geração de Planos de Projeto e de Qualidade, Comprometimento com o Projeto, indicadores e Métricas de Avaliação de Processo e Produto e Relatórios, etc.)	2	Plano de Projeto Plano de Garantia da Qualidade Ata de Comprometimento com o Projeto Checklist de Avaliação de Processo e Produto Relatório de Garantia da Qualidade.	Jul/18	Nov/18			
EXECUÇÃO Aquisições de Equipamentos e Ferramentas para o desenvolvimento, etc.	3	Atendimento às necessidades de Ferramentas e equipamentos para o Desenvolvimento dos Subsistemas.	Nov/18	Jan/19			
EXECUÇÃO Desenvolvimento		Desenvolvimento do					

AGÊNCIA CURITIBA DE DESENVOLVIMENTO S/A

Rua Engenheiros Rebouças, 1732 – Rebouças – Curitiba – Paraná – CEP 80230-040 Fone 41 3213-7514/7590.

Edição Agosto 2018

de Software, protocolo de comunicação, criptografia, etc.	3	Software para os Subsistemas	Jan/19	Mai/19			
Etc.							
SUBTOTAL							
TOTAL							
PERCENTUAL DA CONTRAPARTIDA EM RELAÇÃO AO PROJETO							

5 – EQUIPE EXECUTORA DO PROJETO

Seq.	Nome (Ordem Alfabética)	Empresa/Instituição (Ex. No caso de ser diferente da Proponente apresentar o tipo de Contrato de Desenvolvimento de Projeto e/ou Transferência de Tecnologia)	Responsabilidades no Projeto (Ex. Gerente de Projeto, Engenheiro de....., Arquiteto de..., Analista de ... Técnico de...Etc.)
1			
2			
3			
4			
5			

Experiência da Equipe executora do Projeto

Detalhar a experiência profissional e a Formação Acadêmica dos componentes da equipe, informando sua participação em projetos de pesquisa, desenvolvimento e/ou inovação.

Nome (Ordem Alfabética/Opcional)	Formação Acadêmica	Experiência Profissional
	Instituição: Curso Ano de conclusão:	- (mm/aaaa – Atual) Gerente do(s) Projeto(s)... (caracterizar as novas utilidades diferenciadas da(s) inovação(ões))

AGÊNCIA CURITIBA DE DESENVOLVIMENTO S/A

Rua Engenheiros Rebouças, 1732 – Rebouças – Curitiba – Paraná – CEP 80230-040 Fone 41 3213-7514/7590.

Edição Agosto 2018

6 – IMPACTOS ESPERADOS – (internos e externos)

ITENS	DESCRIÇÃO DOS IMPACTOS ESPERADOS	
	ANO ANTERIOR (A PROPOSTA DO PROJETO: aaaa)	SUBSEQUENTE (A IMPLANTAÇÃO DO PROJETO: aaaa)
6.1 Faturamento da Empresa:		
6.1 Geração de empregos diretos:		
6.2 Melhorias esperadas no processo produtivo:		
6.3 Crescimento na carteira de clientes:		

AGÊNCIA CURITIBA DE DESENVOLVIMENTO S/A

Rua Engenheiros Rebouças, 1732 – Rebouças – Curitiba – Paraná – CEP 80230-040 Fone 41 3213-7514/7590.

Edição Agosto 2018

6.4 Pedidos de proteção intelectual (Marcas, Programa de Computador, Desenho Industrial, Patente, etc.):		
6.5 Impactos na sociedade (Sociais e Ambientais)		
6.6 Outros		

7. CRONOGRAMA FÍSICO (Marcar com X)

Atividades conforme item 4	MESES																																					
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36		
Exemplo.																																						
NEGOCIAÇÃO (Atividades relativas a reuniões, desenvolvimentos e definições para aprovação de Atas, Planilhas, Cronogramas, Especificação e Proposta Técnica) -.		X	X	X																																		
PLANEJAMENTO (Atividades relativas a Geração de Planos de Projeto e de Qualidade, Comprometimento com o			X	X	X	X	X																															

AGÊNCIA CURITIBA DE DESENVOLVIMENTO S/A

Rua Engenheiros Rebouças, 1732 – Rebouças – Curitiba – Paraná – CEP 80230-040 Fone 41 3213-7514/7590.

Edição Agosto 2018

Curitiba, de de 2018.

Representante Legal

AGÊNCIA CURITIBA DE DESENVOLVIMENTO S/A

Rua Engenheiros Rebouças, 1732 – Rebouças – Curitiba – Paraná – CEP 80230-040 Fone 41 3213-7514/7590.

Edição Agosto 2018

7 - CRONOGRAMA FÍSICO (Marcar com X)

Atividades conforme item 4.1	MESES																																									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36						

AGÊNCIA CURITIBA DE DESENVOLVIMENTO S/A

Rua Engenheiros Rebouças, 1732 – Rebouças – Curitiba – Paraná – CEP 80230-040 Fone 41 3213-7514/7590.