

# **REGULAMENTO DO PROGRAMA DE CONEXÃO COM STARTUPS CONECTA CALDEIRA 2024**

Chamada nº 01 / 2024

## **1. SOBRE O PROGRAMA**

1.1 O Conecta Caldeira é um programa que tem por objetivo incentivar, validar e conectar startups às empresas associadas ao Instituto Caldeira. O programa acontece através de um processo seletivo de startups que se candidatam a apresentar soluções para desafios lançados pelas empresas associadas.

1.2 O programa se divide em 3 (três) etapas principais: Inscrições, Seleção e Pitch Day. O detalhamento de cada etapa está apresentado a seguir.

## **2. DAS INSCRIÇÕES**

2.1 As inscrições para a seleção do Programa são gratuitas, iniciam em 25 de setembro de 2024 e deverão ser realizadas até às 23h59min (horário de Brasília) do dia 01 de novembro de 2024, através do cadastro no formulário disponível no site <https://institutocaldeira.org.br/programas/conecta-caldeira/>.

2.2 Não serão aceitas inscrições realizadas fora desse período, assim como o Instituto Caldeira não se responsabilizará por eventuais atrasos, falhas, erros ou indisponibilidade do site que impossibilitem ou prejudiquem a inscrição dos participantes.

2.3 A inscrição para participação no Programa implica aceitação de todas as regras e condições deste Regulamento, pelo que os participantes declaram que leram, compreenderam, têm total ciência e aceitam, irrestrita e totalmente, todos os itens deste Regulamento.

2.4 O período de inscrição poderá ser prorrogado a exclusivo critério do Instituto Caldeira caso o mesmo julgue necessário, assim como as demais etapas do cronograma. Toda e qualquer alteração será comunicada via site oficial do Programa.

2.5 O detalhamento dos desafios e áreas de interesse desta chamada estão apresentados no Apêndice II.

## **3. DA PARTICIPAÇÃO**

3.1 São elegíveis startups de todo o Brasil e do exterior que atendam aos seguintes requisitos:

- Ser uma Startup constituída dentro dos termos da Lei, com CNPJ válido e ativo na receita federal.
- Ser uma Startup em estágio de tração, conforme definição abaixo: Tração: Startup com produto pronto e validado já em uso com clientes pagantes pela solução por um período mínimo de 12 meses.

3.2 Todas as propostas devem apresentar diferenciais competitivos e inovadores que se destacam no mercado, seja em seu produto, serviço ou modelo de negócio;

3.3 Despesas eventuais relacionadas a participação da Startup em qualquer etapa do programa serão de responsabilidade única e exclusiva da participante.

#### 4. DOS DIREITOS DE IMAGEM

4.1 Os participantes autorizam o uso de sua imagem, nome, arquivos de voz, e vídeos ao Instituto Caldeira, para veiculação pública, sem qualquer restrição ao formato e/ou mídia, sem nenhum ônus ou obrigação, em território indeterminado, durante o período de 12 (doze) meses contados da data final do Programa.

Autorizam ainda a divulgação das seguintes informações: nome da empresa, logomarca, nome dos empreendedores, descrição da empresa, fotos, bem como vídeos que contenham imagens da equipe e apresentação da empresa, endereço de website, facebook, twitter e outros canais de redes sociais, depoimentos e qualquer material de mídia produzido durante o Programa, ou fornecido pelos participantes, para veiculação pública, sem qualquer restrição ao formato e/ou mídia, sem nenhum ônus ou obrigação, em território indeterminado, pelo período acima fixado.

#### 5. PROPRIEDADE INTELECTUAL E CONFIDENCIALIDADE

5.1 As apresentações, documentos e dados (descrição da empresa, e-mail, Pitch, localização, mercado e setor) fornecidos pelos participantes não serão de propriedade do Instituto Caldeira e seus associados, mas ficarão armazenados em suas bases de dados para futuras consultas referentes às soluções caso alguma das empresas associadas tenha interesse em conexão direta.

5.2 O Instituto Caldeira e seus associados não se responsabilizam pela segurança da propriedade intelectual dos projetos participantes, não controlando componentes não previsíveis da possível exposição em razão da participação no Programa, a exemplo da exposição em mídia e contato com terceiros.

#### 6. DA SELEÇÃO E CRONOGRAMA

6.1 O processo seletivo do Programa contará com as seguintes fases de avaliação:

6.1.1 Triagem: avaliação das informações disponibilizadas no formulário online pelo Comitê Organizador considerando requisitos mínimos e adequação aos desafios. Aquelas que atenderem corretamente aos critérios avançam para a etapa de Filtro;

6.1.2 Filtro: Avaliação das empresas associadas ao Instituto Caldeira em relação às soluções inscritas, e priorização das startups que tenham mais aderência com os desafios e que avancem para a etapa final de Pitch Day.

6.1.3 Pitch Day: avaliação dos pitches das startups finalistas, conforme data e horário estipulados no Apêndice I – Cronograma. A banca avaliadora será composta por Executivos representantes das empresas associadas ao Instituto Caldeira.

NOTA: A aprovação de startups para a etapa de negociação comercial para Prova de Conceito (POC) depende exclusivamente do interesse das empresas associadas, não sendo estabelecido um número mínimo de aprovações.

6.2 O cronograma detalhado com as datas e períodos de cada etapa está apresentado no Apêndice I.

6.3 A comunicação dos selecionados será feita diretamente às startups pela Comissão Organizadora por e-mail. O resultado será encaminhado para o e-mail cadastrado pela startup no momento da inscrição.

## 7. DA ALTERAÇÃO NO REGULAMENTO E SUSPENSÃO DO PROGRAMA

7.1 O Instituto Caldeira e seus associados poderão, a qualquer momento, realizar alterações no presente Regulamento, caso entendam necessário. Eventuais alterações no Regulamento serão comunicadas às startups participantes através do site.

7.2 O Programa poderá, a critério exclusivo do Instituto Caldeira e seus associados, ser interrompido, suspenso ou cancelado. Nessas hipóteses, o comunicado oficial da organização será publicado no site, sendo de responsabilidade da Startup participante o acompanhamento das atualizações durante o processo de seleção. O eventual cancelamento da chamada não implica em nenhuma indenização ou compensação aos participantes por parte do Instituto Caldeira e seus associados.

## 8. DISPOSIÇÕES FINAIS

8.1 O Programa tem a finalidade de promover a conexão entre iniciativas inovadoras e o Instituto Caldeira e suas empresas associadas. A participação no programa não dá à iniciativa inovadora (Startup) a garantia de que seus serviços serão contratados pelo Instituto Caldeira ou suas empresas associadas, ficando a contratação a critério exclusivo destes.

8.2 Eventual comunicação com os participantes inscritos será feita por contato telefônico, e-mail e/ou por meio do site: [www.institutocaldeira.org.br](http://www.institutocaldeira.org.br)

8.3 Em caso de dúvidas por parte das startups participantes, poderão ser encaminhadas à Comissão Organizadora através do email [mariana.bertiz@institutocaldeira.org](mailto:mariana.bertiz@institutocaldeira.org)

## APÊNDICE I – CRONOGRAMA

Lançamento dos Desafios: **25/09**

Encerramento das inscrições startups: **01/11**

Seleção das startups para o Pitch Day: **07 e 08/11**

Pitch day: **21/11**

## **DESAFIO BANRISUL**

Desafio: Como podemos gerir as informações internas de forma eficiente e disponibilizar seu acesso de forma assertiva e instantânea?

Empresa: Banrisul

O Banrisul enfrenta desafios relacionados à gestão e ao acesso de informações internas, resultando em um alto volume de dúvidas que impactam na eficiência e na qualidade do atendimento. Atualmente, a forma principal de disponibilização de conteúdo é por meio da Banriwiki (Normativos) - utilizando tecnologia/estrutura semelhante a plataforma Wikipédia. Além disso, a empresa possui uma Intranet corporativa; desenvolvida internamente (sistema mais utilizado), na qual também são disponibilizadas informações. Porém, ambas ferramentas não oferecem uma solução ágil e integrada de busca, dificultando o acesso rápido a informações, precisas, imediatas e atualizadas. Para superar este desafio, o banco busca implementar uma solução que contribua no acesso às informações, utilizando tecnologia para fornecer respostas mais assertivas, com o objetivo de melhorar a experiência dos colaboradores e aumentar a eficiência operacional.

### ***[Conheça mais detalhes sobre este desafio:]***

O Banrisul enfrenta um desafio significativo na gestão e acesso rápido a informações internas, impactando diretamente o NPS e o atendimento ao cliente. Os atuais sistemas de busca, da intranet e da BanriWiki não atendem às expectativas, resultando em inúmeros e-mails e contatos com dúvidas aos gestores de produtos e serviços. Além disso, com as mudanças no perfil de consumo de informações, observa-se que muitos colaboradores encontram dificuldade em acessar informações de forma rápida e eficiente, esperando por ferramentas que esclareçam suas dúvidas de forma mais direta e assertiva.

Para resolver esse problema, a empresa busca implementar uma solução que aprimore a gestão e armazenamento de informações e disponibilize os conteúdos de maneira simples, direta e instantânea, por meio de formatos variados de acesso e pesquisa (buscador ou conversacional, por exemplo), observando o contexto interno e regulado que se aplica às instituições financeiras.

Espera-se que essa solução aumente consideravelmente a eficiência no atendimento, diminuindo o tempo de resposta e aprimorando a qualidade das interações dos colaboradores com as ferramentas internas. Além disso, deve proporcionar maior rapidez no acesso às informações, afetando positivamente a satisfação interna e a qualidade do serviço oferecido pela empresa.

## APÊNDICE II – DESAFIOS

### DESAFIO FRUKI BEBIDAS

Desafio: Como podemos atingir todos os diferentes públicos da empresa com nossas ações de comunicação interna, aumentando o nível de engajamento dos profissionais?

Empresa: Fruki Bebidas

A comunicação interna da Fruki, com seus mais de 1000 colaboradores, é realizada hoje de forma desintegrada, através de murais físicos, e-mails e plataformas digitais. A empresa busca soluções unificadas e eficientes que integrem ferramentas existentes como WhatsApp e Microsoft Teams, e permita adaptar a comunicação para diferentes perfis de colaboradores. O objetivo é otimizar o engajamento nas ações de comunicação e melhorar a disseminação de informações, especialmente para o público operacional, promovendo uma comunicação mais fluida e alinhada com a cultura da empresa. Além disso, é essencial implementar métricas de engajamento para apoiar a tomada de decisões baseadas em dados sobre a eficácia de cada canal de comunicação.

#### **[Conheça mais detalhes sobre este desafio:]**

A Fruki, com mais de 1000 colaboradores distribuídos entre as áreas Industrial, Distribuição, Vendas e Administrativa em SC e RS, enfrenta o desafio de estabelecer uma comunicação interna eficaz, clara e de forma unificada. Com uma logística robusta e equipes que variam desde o operacional até administrativo e executivo, há uma necessidade de criar um sistema de comunicação que atenda às diferentes necessidades e linguagens desses públicos, garantindo um alinhamento das informações e integração entre os setores. Atualmente, a empresa utiliza uma combinação multicanal de murais físicos, e-mails e ferramentas digitais. No entanto, essas abordagens não atendem completamente às necessidades de comunicação diversificadas e eficazes dos colaboradores. A falta de integração entre essas ferramentas, a capacidade de extrair dados e a dificuldade em adaptar a comunicação para diferentes públicos têm gerado desafios no engajamento com as campanhas e no alinhamento das informações.

Para resolver essa situação, busca uma solução de comunicação interna integrada que permita adaptar os conteúdos de forma fluida e dinâmica, respeitando as diferentes rotinas e formatos de consumo de informações de seus colaboradores. O foco é aprimorar o engajamento nas campanhas de comunicação, facilitar a disseminação de informações, principalmente para a equipe operacional, e reforçar a cultura organizacional. A solução ideal deve ter baixa dependência de TI (low-code), integrar-se facilmente a ferramentas já usadas, como WhatsApp e Microsoft Teams, e possibilitar a análise de métricas de engajamento, apoiando a tomada de decisões estratégicas com base em dados sobre a eficácia de cada canal de comunicação.

A implementação dessa solução deve melhorar significativamente a experiência dos colaboradores, promovendo uma comunicação mais alinhada, ágil e engajadora, e, por consequência, contribuir para resultados de negócios mais sólidos.

## **DESAFIO GERDAU**

Desafio: Como podemos fazer o planejamento de custo fixo da operação Gerdau no Brasil utilizando inteligência de dados?

*Empresa: Gerdau*

A Gerdau busca uma solução para otimizar o planejamento orçamentário de suas operações no Brasil, que atualmente é moroso e suscetível a erros devido ao uso de múltiplas planilhas em Excel e processos manuais. A empresa precisa integrar e automatizar a gestão de dados, conectando diretamente com os sistemas SAP e BPC, e considerar variáveis como inflação, volume de produção e outras que possam influenciar o planejamento dos gastos. O objetivo é tornar o processo mais ágil, minimizar os erros e permitir uma alocação mais adequada dos recursos financeiros, liberando tempo para análises estratégicas e melhorando a eficiência geral. A solução deve ser escalável, intuitiva e proporcionar um planejamento mais assertivo e baseado em dados.

### **[Conheça mais detalhes sobre este desafio:]**

Atualmente, o processo de planejamento orçamentário da Gerdau para suas operações no Brasil é uma dor. Com 9 usinas, 20 unidades de Corte e Dobra e 72 filiais da Comercial Gerdau, todas utilizando processos baseados em Excel, o planejamento e a consolidação de dados é lento e passível de erros. O processo é realizado anualmente com revisões mensais, envolve a gestão de mais de inúmeras planilhas em cada usina, e cada uma com um modelo e método distintos, sem um padrão unificado a nível nacional.

Para enfrentar esse desafio, a Gerdau busca implementar uma solução que permita um planejamento orçamentário mais eficiente e baseado em dados. A empresa deseja automatizar a gestão de informações, integrando diretamente com sistemas como SAP e BPC e considerando premissas cruciais como inflação, volume de produção e outros que possam influenciar o planejamento dos gastos. O objetivo é tornar o processo mais ágil e fluido, reduzindo a dependência de processos manuais e a carga de trabalho envolvida, e permitindo uma alocação mais precisa dos recursos financeiros.

O sucesso dessa iniciativa depende da adoção de uma ferramenta que não apenas integre e automatize o fluxo de dados, mas que também permita a criação de simulações rápidas e uma análise ágil dos cenários financeiros. A Gerdau precisa de uma solução escalável, intuitiva e que permita um planejamento mais assertivo, com maior aplicabilidade do dinheiro e redução de erros. Essa transformação é essencial para liberar tempo para análises estratégicas e melhorar a eficiência geral do processo orçamentário.

## DESAFIO POLO FILMS

Desafio: Como programar a produção da forma mais eficiente, com base na previsão de demanda existente, para extrair o melhor resultado financeiro?

*Empresa: Polo Films*

A Polo Films enfrenta desafios de eficiência em sua produção, resultando em um alto lead time, perda de oportunidades de venda e concentração de faturamento no final do mês. Atualmente, a empresa opera no modelo make to order, iniciando a produção apenas após o recebimento de pedidos, o que gera um lead time médio de 19 dias e cerca de 90 setups mensais para atender demandas emergenciais, comprometendo a eficiência e elevando os custos. Embora já possua um sistema de previsão de demanda, a programação da fábrica ainda não foi ajustada com base nesses dados. O principal objetivo é integrar essa previsão ao planejamento de produção, migrando para o modelo make to stock, antecipando a produção e aumentando a competitividade no mercado por meio de maior eficiência operacional e redução de custos.

### **[Conheça mais detalhes sobre este desafio:]**

A Polo Films enfrenta o desafio de otimizar a programação da fábrica e reduzir o número de setups de máquina ao longo do mês, de forma a extrair o máximo de sua capacidade produtiva. Atualmente, a produção segue o modelo make to order, com média de 19 dias entre a formalização do pedido e o produto estar acabado pronto para embarcar, o que resulta em perda de oportunidades de venda e setups frequentes (hoje em média 90 por mês nas três linhas de extrusão) para atender demandas emergenciais. A empresa busca reduzir significativamente esse lead time e garantir que os produtos estejam prontos para embarque em até uma semana após o cadastro do pedido. Além disso, há uma concentração de embarques na última semana do mês, com 55% do faturamento acontecendo nesse período, o que sobrecarrega o fluxo da logística interna e expedição .

Embora a empresa já tenha desenvolvido uma ferramenta baseada em machine learning para prever a demanda de vendas com 12 semanas de antecedência, ainda não foi implementada essa previsão na programação da fábrica. A principal dificuldade reside em integrar esse demand planning considerando capacidades, restrições e regras de sequenciamento de forma automática e otimizada, convertendo o modelo de produção para make to stock. Com isso, a empresa espera gerar um estoque estratégico, reduzir o número de setups e diminuir o lead time, resultando em entregas mais rápidas e redução de custos.

A implementação dessa nova abordagem requer integração com o sistema TOTVS, além de superar barreiras culturais e operacionais relacionadas à transição para o novo modelo produtivo. O objetivo é programar a produção da forma mais eficiente e inteligente possível para extrair o melhor resultado financeiro.

