



**Editais 01/2026**  
**e-Goiás Transformação Digital das empresas 2º Ciclo – Chamada de Solucionadoras**

Chamada implementada pelo HUB Goiás, Centro de Excelência em Empreendedorismo Inovador (CEEI), ação integrante das iniciativas da Secretaria de Ciência, Tecnologia e Inovação SECTI-GO para startups e/ou empresas solucionadoras de problemas de Micro, Pequenas e Médias Empresas (MPMEs) em Goiás.

Goiânia, janeiro de 2026.

1. Apresentação	2
2. Público-Alvo e Objetivo	2
3. Benefícios	4
4. Detalhamento dos Desafios	4
5. Submissão	20
6. Seleção	22
7. Conexão de Soluções	23
8. Implementação e Contratação	24
9. Recursos Financeiros	25
10. Cronograma	25
11. Da Proteção de Dados Pessoais - LDPG	26
12. Disposições Gerais	27



## 1. Apresentação

### 1.1 Apresentação do Edital

O Hub Goiás — Centro de Excelência em Empreendedorismo Inovador (CEEI), em parceria com Secretaria de Ciência Tecnologia e Inovação (SECTI), torna público o Edital nº 01/2026 Hub Goiás Programa e-Goiás Transformação Digital das Empresas - Chamada Solucionadoras do 2º Ciclo de Transformação Digital em Micro e Pequenas e Médias Empresas. A iniciativa tem por finalidade impulsionar a inovação e a adoção de estratégias digitais por Micro, Pequenas e Médias Empresas (MPMEs) no Estado de Goiás através da seleção de Empresas/Startups solucionadoras para implementar soluções para os desafios mapeados no Edital nº 01/2025 Hub Goiás Programa e-Goiás Transformação Digital das Empresas - Chamada do 2º Ciclo de Transformação Digital.

O programa de inovação aberta é promovido pelo Hub Goiás, pelo Núcleo de Gestão do Porto Digital (NGPD) e conta com apoio e recursos da SECTI-GO.

## 2. Público-Alvo e Objetivo

Este edital tem por objetivo selecionar Empresas/Startups, doravante denominadas empresas solucionadoras, para implementar soluções nas empresas demandantes participantes do 2º Ciclo do Programa e-Goiás, conforme desafios mapeados na fase de Imersão do Edital nº 01/2025 e os requisitos definidos neste instrumento.

Os desafios envolvem desde a otimização de processos até a implementação de novas tecnologias para aumentar a competitividade e a eficiência das demandantes. O programa busca, assim, fomentar a inovação local, fortalecer o ecossistema de tecnologia em Goiás e promover a transformação digital das empresas, tornando-as mais preparadas para os desafios do mercado global.

Com o programa, busca-se oferecer às MPMEs de Goiás a oportunidade de modernizar seus processos de maneira estratégica, com o apoio de soluções tecnológicas

de alto impacto, que possam gerar resultados concretos e mensuráveis para o crescimento e sustentabilidade dos negócios.

## 2.1 Pré-requisitos

Podem participar Startups, empresas inovadoras que atendam aos seguintes critérios:

- a) CNPJ registrado;
- b) CNAE compatível com o serviço/produto ofertado;
- c) Adimplentes nas esferas municipal, estadual e federal, comprovado mediante apresentação de certidões negativas válidas (Municipal, Estadual, União, Trabalhista e Certificado de Regularidade do FGTS) durante a inscrição e no pagamento;
- d) Contrato social (registrado na Junta Comercial) atualizado;
- e) Serão priorizadas soluções avançadas, *plug n' play*, com histórico de implantação;
- f) Não serão aceitas propostas que contemplem desenvolvimento de software do zero, salvo parametrizações e customizações.

## 2.2 Vedações

- a) Empresas inadimplentes;
- b) Este edital segue o previsto no Decreto nº 9.506, de 04 de setembro de 2019, que dispõe sobre incentivos à inovação e pesquisa científica e tecnológica no âmbito do Estado e dá outras providências, conforme o **art. 84** do referido Decreto, que dispõe:

“São vedadas, na hipótese de utilização de recursos públicos estaduais relativos aos ajustes previstos neste Decreto:

**IV** – a contratação de cônjuge, companheiro ou parente, em linha reta ou colateral, por consanguinidade ou afinidade, até o terceiro grau, de ocupantes de cargos de direção superior da concedente, contratante ou financiadora.”

- c) É de exclusiva responsabilidade do negócio, toda e qualquer informação fornecida no decorrer do Processo de seleção, implementação e pagamento, incluindo, mas

não se limitando a formulários físicos ou eletrônicos, trocas de mensagens e anexos com a equipe do Hub Goiás que pode, a qualquer tempo, determinar a desclassificação imediata e irrevogável do negócio, caso se verifique a inadequação destas informações ou não se comprove a sua veracidade, sem prejuízo de medidas administrativas e judiciais, na forma da lei;

- d) Verificado ao longo de qualquer Etapa deste Edital o não atendimento pelo negócio em relação aos requisitos de elegibilidade, faculta-se ao Hub Goiás a imediata eliminação da proposta.

### 3. Benefícios

Para fins de implementação da solução selecionada, será concedido incentivo financeiro de até R\$ 20.000,00 (vinte mil reais), **a ser repassado diretamente à empresa solucionadora**, responsável pela execução da solução junto à empresa demandante, conforme as condições estabelecidas nos itens 8 – Implementação e Contratação e 9 – Recursos Financeiros deste Edital.

O repasse do incentivo financeiro estará condicionado à comprovação da execução das atividades previstas, mediante a apresentação da documentação exigida neste Edital e no Termo de Desenvolvimento, incluindo, obrigatoriamente, Nota Fiscal e certidões de regularidade fiscal e jurídica.

Eventuais valores que excedam o montante do incentivo financeiro deverão ser previamente acordados e custeados diretamente pela empresa demandante, por meio de contrato específico celebrado com a empresa solucionadora, não envolvendo, em nenhuma hipótese, a equipe organizadora deste Edital.

### 4. Detalhamento dos Desafios

## 4.1 Segmento 1 – Alimentos e Bebidas

### a) **Desafio 1: Quebra do ciclo de endividamento e profissionalização da gestão**

Como poderíamos quebrar o ciclo de endividamento de alto custo e profissionalizar a gestão da produção e marketing na empresa de Kombucha, reduzindo a sobrecarga do diretor e a dependência de empréstimos, e aumentando a autonomia da equipe, a eficiência operacional e as vendas, considerando recursos financeiros limitados e a necessidade de transição de uma gestão reativa para um modelo sustentável?

#### **Descrição do Desafio**

A empresa opera atualmente em um modelo de sobrevivência reativa, com despesas fixas elevadas, baixo volume de vendas e divulgação limitada. O diretor acumula múltiplas funções essenciais, o que impede o planejamento estratégico e a delegação de tarefas. A dependência de empréstimos de alto custo gera uma bola de neve de juros que compromete a lucratividade e a viabilidade do negócio. Essa situação cria um ciclo vicioso de endividamento e ineficiência operacional, que ameaça a sustentabilidade da empresa. Há urgência em reestruturar financeiramente e operacionalmente a empresa para garantir crescimento e lucro consistentes.

#### **Objetivo Principal**

Profissionalizar a gestão da produção e marketing para aumentar a autonomia da equipe, reduzir perdas e ineficiências, alcançar estabilidade financeira e permitir que a liderança foque no crescimento estratégico, saindo do endividamento e garantindo fluxo de caixa positivo.

### b) **Desafio 2: Implementação de planejamento estratégico integrado de marketing e tecnologia para aumento de alcance e eficiência operacional**

Como poderíamos melhorar o alinhamento entre marketing, tecnologia e operações na gestão estratégica da empresa, reduzindo retrabalhos e desperdícios e



aumentando o alcance de clientes e a eficiência operacional, considerando limitações financeiras e baixa capacitação tecnológica da equipe?

## **Descrição do Desafio**

A empresa enfrenta dificuldades para integrar suas áreas de marketing, tecnologia e operações, o que compromete a eficiência dos processos internos e limita o crescimento no mercado. Atualmente, utiliza ferramentas básicas e improvisadas, como redes sociais e WhatsApp, que não atendem às demandas de um mercado mais competitivo e tecnológico. A falta de um planejamento estratégico estruturado gera retrabalho, desperdício de recursos e perda de oportunidades comerciais.

É urgente desenvolver uma gestão integrada que permita ampliar a visibilidade da marca, fortalecer o relacionamento com clientes e otimizar processos internos, superando as limitações atuais e preparando a empresa para um crescimento sustentável.

## **Objetivo Principal**

Alcançar um bom nível de engajamento nas mídias sociais e ampliar o público e a base de clientes para os produtos da empresa por meio da implementação de um planejamento estratégico integrado de marketing e tecnologia.

## **4.2 Segmento 2 – Varejo e Consumo**

### **a) Desafio 3: Aumento da conversão e eficiência nas vendas digitais**

Como poderíamos aumentar a conversão de vendas no canal digital e otimizar os processos de integração e marketing online da empresa, reduzindo o custo por aquisição e o tempo gasto em atividades manuais, e aumentando o faturamento digital, considerando a limitação de recursos financeiros, a necessidade de capacitação da equipe e a integração parcial dos sistemas?

## **Descrição do Desafio**

A empresa realiza operações digitais diariamente, especialmente no site, marketplace e campanhas de marketing online, mas enfrenta baixa conversão de vendas devido à limitação de recursos financeiros para investir em tráfego pago e agência de marketing, além da falta de pessoal qualificado para otimizar as

campanhas e gerenciar os processos. Atualmente, as ações de marketing são amadoras, com uso do WhatsApp para encaminhar clientes e integração parcial do ERP com o e-commerce, o que não garante controle eficaz nem aumento significativo nas vendas digitais. A ausência de integração com marketplaces e a dificuldade em humanizar os conteúdos de marketing digital agravam o problema, gerando frustração, desperdício de tempo e recursos, além de baixa motivação da equipe.

## **Objetivo Principal**

Consolidar a presença digital da empresa por meio da integração eficiente do ERP com marketplaces e canais de venda, profissionalizando as ações de marketing digital para aumentar significativamente as vendas online e melhorar o fluxo de caixa, dentro das limitações orçamentárias e de equipe.

### **b) Desafio 4: Redução do tempo manual e aumento das vendas na gestão integrada de estoque e atendimento**

Como poderíamos reduzir o tempo gasto em processos manuais e aumentar as vendas diárias no controle de estoque e atendimento online, reduzindo o retrabalho e a sobrecarga da equipe e aumentando a eficiência operacional, considerando a limitação de recursos financeiros e conhecimento técnico da equipe?

## **Descrição do Desafio**

No cotidiano da empresa, especialmente no período da tarde e em datas comemorativas como Dia das Crianças e Natal, a equipe enfrenta a ausência de um sistema integrado que conecte compra, cadastro, estoque, venda e faturamento. Novos produtos chegam a cada duas semanas e precisam ser cadastrados manualmente, etiquetados e divulgados nas redes sociais, o que demanda tempo e gera retrabalho. Paralelamente, o atendimento online recebe entre 15 e 20 mensagens diárias, muitas das quais não são respondidas a tempo, causando perda estimada de 20% das vendas diárias. Essa sobrecarga impacta negativamente a produtividade, a satisfação dos clientes e limita o crescimento do negócio.

## **Objetivo Principal**



Otimizar o atendimento online e a gestão de estoque por meio da implementação de ferramenta que integre compra, cadastro, estoque, venda e faturamento, para reduzir o tempo gasto em processos manuais, diminuir o retrabalho e aumentar as vendas diárias em até 20%, sem necessidade imediata de contratação de novos colaboradores.

## **c) Desafio 5: Melhoria da dedicação e comunicação na gestão familiar para aumento da eficiência operacional e vendas**

Como poderíamos aumentar a dedicação, o comprometimento e a comunicação na gestão administrativa e operacional da empresa familiar, considerando as limitações atuais de tempo, recursos e diferenças familiares, para melhorar a organização financeira, aumentar o engajamento nas redes sociais e elevar as vendas?

### **Descrição do Desafio**

A empresa enfrenta desafios na gestão familiar, onde os administradores dedicam pouco tempo à empresa devido a compromissos pessoais e políticos, o que gera falta de comprometimento e comunicação entre eles. Essa situação resulta em desorganização financeira, baixa efetividade nas ações de marketing digital, queda nas vendas e perda de clientes. Atualmente, a empresa realiza ações improvisadas, como lives mensais para promoção de produtos, que têm apresentado resultados decrescentes. Além disso, a falta de um sistema operacional eficiente dificulta o acesso a dados informatizados essenciais para a tomada de decisão. A empresa busca aprimorar a dedicação e a coordenação da equipe administrativa para reverter o ciclo de queda e desmotivação, organizando melhor as finanças e definindo áreas prioritárias para investimento.

### **Objetivo Principal**

Aumentar a dedicação e o comprometimento da equipe administrativa familiar, melhorar a organização financeira, ampliar o engajamento nas redes sociais e elevar as vendas da demandante do desafio, promovendo crescimento sustentável e maior eficiência operacional.

### **4.3 Segmento 3 – Serviços**



## **a) Desafio 6: Aumento do faturamento e captação de clientes por meio da melhoria da maturidade digital e processos internos**

Como poderíamos melhorar a maturidade digital e implementar processos claros nas áreas de captação de clientes, comunicação interna e gestão da equipe no salão de beleza, reduzindo a estagnação do faturamento e a baixa produtividade, e aumentando a base de clientes e o engajamento da equipe, considerando a limitação atual de conhecimento digital e o desnível de empenho entre os colaboradores?

### **Descrição do Desafio**

No dia a dia do salão de beleza, as atividades são impactadas pela baixa maturidade digital e pela ausência de processos claros, especialmente nas áreas de captação de clientes, comunicação interna e gestão da equipe. Essa situação gera dificuldades para ampliar a base de clientes, falhas na comunicação e baixa produtividade, o que limita o crescimento do faturamento e dificulta a contratação de profissionais qualificados. Apesar de tentativas isoladas de motivação e prospecção, a empresa ainda não conseguiu superar esses desafios, mantendo baixa visibilidade no mercado e crescimento financeiro estagnado.

### **Objetivo Principal**

Aumentar o número de clientes e o faturamento do salão por meio do desenvolvimento da maturidade digital, melhoria dos processos internos e fortalecimento do engajamento da equipe, garantindo atendimento rápido, humanizado e eficiente.

## **b) Desafio 7: Ampliação da receita recorrente em serviços digitais**

Como poderíamos aumentar a receita recorrente em serviços digitais na área comercial da empresa, reduzindo a dependência de vendas pontuais de consultoria e aumentando a base de clientes ativos, considerando as limitações atuais de equipe e recursos financeiros?

### **Descrição do Desafio**



Atualmente, a empresa depende majoritariamente da venda de serviços de consultoria com ticket médio alto, o que limita o crescimento e a escalabilidade do negócio. Há uma demanda clara de clientes atuais e potenciais por um serviço digital com venda recorrente, porém a empresa não dispõe de um produto automatizado para atender essa necessidade. Como consequência, a receita está estagnada, oportunidades comerciais são perdidas e concorrentes ocupam espaços que poderiam ser da empresa. A alternativa atual consiste em oferecer serviços menores sob demanda, mas sem a recorrência desejada, o que não é suficiente para garantir o crescimento sustentável. O desafio envolve desenvolver, lançar e comercializar um produto digital que permita ampliar a receita recorrente e a base de clientes, respeitando as limitações de equipe e recursos financeiros existentes.

## **Objetivo Principal**

Desenvolver e lançar um produto digital automatizado com modelo de venda recorrente para ampliar a receita mensal e aumentar a base de clientes ativos, garantindo maior competitividade e sustentabilidade financeira da empresa.

### **c) Desafio 8: Estruturação de processos e posicionamento estratégico para redução da sobrecarga e aumento da eficiência nos processos internos**

Como poderíamos estruturar processos organizacionais e definir um posicionamento claro de público-alvo e comunicação estratégica na área operacional e comercial da empresa, reduzindo a sobrecarga da liderança e retrabalho e aumentando a eficiência da equipe e a conversão de clientes, considerando as limitações financeiras e a necessidade de crescimento saudável?

## **Descrição do Desafio**

Diariamente, especialmente em períodos de alta demanda por projetos e atendimento, a empresa enfrenta sobrecarga operacional e falta de processos estruturados. A liderança acumula funções comerciais, projetuais, administrativas e de marketing, enquanto a equipe atua com pouca clareza sobre suas responsabilidades e sem processos formalizados. A comunicação dispersa, a ausência de definição clara do público-alvo e o posicionamento estratégico insuficiente geram retrabalho, perda de vendas e desgaste emocional da liderança.



Atualmente, a empresa tenta contornar essas dificuldades com reuniões semanais desorganizadas, criação de conteúdo intuitiva e trabalho excessivo da liderança fora do horário comercial, sem garantir organização, alinhamento eficaz ou crescimento sustentável.

## **Objetivo Principal**

Alcançar uma organização clara dos processos internos e um posicionamento estratégico definido para o público-alvo, que permita reduzir a sobrecarga da liderança, aumentar a eficiência da equipe e melhorar a conversão de clientes, promovendo o crescimento saudável da empresa.

### **d) Desafio 9: Redução da inadimplência e aumento da retenção de clientes no setor financeiro**

Como poderíamos aumentar a retenção e reduzir a inadimplência dos clientes no processo de gestão de contratos e relacionamento, em um ciclo operacional definido de acompanhamento mensal e coleta contínua de feedbacks, para diminuir a taxa de inadimplência em 10% e aumentar a renovação de contratos em 50% em seis meses, considerando as limitações atuais de comunicação e recursos disponíveis?

## **Descrição do Desafio**

No contexto dos ciclos de renovação de contratos, a equipe financeira e de retenção enfrenta inadimplência elevada e baixa renovação, causadas principalmente pela falta de acompanhamento contínuo e coleta estruturada de feedbacks dos clientes. Atualmente, a equipe dedica em média 4 horas diárias em cobranças e tentativas de retenção sem retorno efetivo, o que impacta negativamente a produtividade e desvia o foco da ampliação da carteira e do desenvolvimento interno. As ações atuais, como negociação de dívidas, reajustes de mensalidades e oferta de soluções complementares, mantêm clientes apenas a curto prazo e não atacam a raiz do problema, que é a ausência de um acompanhamento estruturado e proativo.

## **Objetivo Principal**

Reduzir a taxa de inadimplência para abaixo de 10% e aumentar a taxa de renovação de contratos para acima de 50% em um período de seis meses, com um tempo médio de contato de 2 horas por dia dedicado ao acompanhamento efetivo dos clientes.

## **e) Desafio 10: Aumento do faturamento e captação de clientes por meio da melhoria da maturidade digital e processos internos**

Como poderíamos melhorar a maturidade digital e implementar processos claros nas áreas de captação de clientes, comunicação interna e gestão da equipe no salão de beleza, reduzindo a estagnação do faturamento e a baixa produtividade, e aumentando a base de clientes e o engajamento da equipe, considerando a limitação atual de conhecimento digital e o desnível de empenho entre os colaboradores?

### **Descrição do Desafio**

No dia a dia do salão de beleza, as atividades são impactadas pela baixa maturidade digital e pela ausência de processos claros, especialmente nas áreas de captação de clientes, comunicação interna e gestão da equipe. Essa situação gera dificuldades para ampliar a base de clientes, falhas na comunicação e baixa produtividade, o que limita o crescimento do faturamento e dificulta a contratação de profissionais qualificados. Apesar de tentativas isoladas de motivação e prospecção, a empresa ainda não conseguiu superar esses desafios, mantendo baixa visibilidade no mercado e crescimento financeiro estagnado.

### **Objetivo Principal**

Aumentar o número de clientes e o faturamento do salão por meio do desenvolvimento da maturidade digital, melhoria dos processos internos e fortalecimento do engajamento da equipe, garantindo atendimento rápido, humanizado e eficiente.

## **f) Desafio 11: Aumento do fluxo de matrículas e rematrículas e redução da inadimplência**



Como poderíamos aumentar o fluxo de matrículas e rematrículas e reduzir a inadimplência nos ciclos operacionais financeiros, garantindo a sustentabilidade financeira da empresa, considerando os recursos financeiros limitados disponíveis?

## **Descrição do Desafio**

Durante os ciclos de matrícula e rematrícula, as equipes de gestão financeira, comercial, administrativa e pedagógica enfrentam desafios relacionados à queda nos índices de rematrícula e matrículas, além do aumento da inadimplência. Os processos atuais são desconexos e pouco estruturados, com limitações de recursos financeiros para investimentos em melhorias. Essa situação gera desequilíbrio financeiro, desmotivação dos colaboradores e sobrecarga das equipes, impactando diretamente o faturamento e a sustentabilidade do negócio. A empresa busca organizar e otimizar seus processos para reverter esse cenário e garantir crescimento sustentável.

## **Objetivo Principal**

Crescer o faturamento, melhorar a fidelização dos clientes e definir processos claros para captação, retenção e cobrança, superando as limitações financeiras atuais.

### **4.4 Segmento 4 – Comunicação**

#### **a) Desafio 12: Integração e automação da gestão de demandas e relatórios**

Como poderíamos integrar e automatizar a gestão de demandas, aprovações e relatórios na operação diária dos setores financeiro, administrativo, RH, criação, marketing e assessoria de imprensa, reduzindo o retrabalho e a fragmentação da informação e aumentando a visibilidade e agilidade das entregas, considerando as limitações atuais de orçamento, cultura organizacional e capacitação da equipe?

## **Descrição do Desafio**

A empresa enfrenta dificuldades pela ausência de um sistema integrado que unifique processos e centralize informações entre os setores financeiro, administrativo, RH, criação, marketing e assessoria de imprensa. Atualmente, as demandas, aprovações e relatórios são gerenciados por meio de planilhas,

mensagens, e-mails e ferramentas isoladas, como Notion e WhatsApp, o que gera retrabalho, perda de informações, atrasos e baixa visibilidade do andamento das tarefas.

Essa fragmentação impacta negativamente a produtividade, estimada em queda de 20%, e eleva o retrabalho para entre 10% e 15% das entregas. A equipe também sofre com estresse e desmotivação, agravados pela resistência cultural à adoção de novas ferramentas e pela falta de capacitação adequada. A dependência de soluções paliativas, como reuniões extras e contratações para trabalho presencial, não resolve a ineficiência nem promove a integração necessária.

## Objetivo Principal

Alcançar a integração e automação dos processos de gestão de demandas, aprovações e relatórios entre os setores financeiro, administrativo, RH, criação, marketing e assessoria de imprensa, promovendo maior eficiência operacional, redução do retrabalho e aumento da visibilidade e agilidade nas entregas.

### b) **Desafio 13: Aumento da eficiência na coleta de respostas para pesquisas de mercado**

Como poderíamos aumentar a eficiência na coleta de respostas para pesquisas de mercado junto a produtores rurais, em um ciclo operacional definido, reduzindo os atrasos nas entregas e o custo com listas de contatos ineficientes, e aumentando a agilidade e a clareza dos processos operacionais, considerando a limitação atual de base de dados e recursos operacionais?

## Descrição do Desafio

Atualmente, os estagiários e funcionários responsáveis pela coleta de dados enfrentam dificuldades para acessar e contatar produtores rurais devido à ausência de uma base de dados atualizada e confiável. Essa limitação gera atrasos frequentes nas entregas das pesquisas, que ocorrem de duas a três vezes por mês, além de causar desmotivação e estresse na equipe operacional. A gestão precisa intervir frequentemente para auxiliar nas coletas, aumentando a carga de trabalho operacional. A empresa tenta contornar o problema comprando listas de contatos disponíveis na internet, mas essas listas são de baixa qualidade e geram



desperdício financeiro, sem resolver efetivamente a dificuldade de acesso e engajamento dos produtores. Há também a necessidade de processos claros e escaláveis para que novos colaboradores possam executar as coletas com eficiência.

## **Objetivo Principal**

Reduzir os atrasos nas entregas das pesquisas de mercado junto a produtores rurais, diminuir o custo com listas de contatos ineficientes e aumentar a eficiência operacional da coleta de dados, por meio da criação de processos claros e escaláveis, considerando as limitações atuais de base de dados e recursos.

### **c) Desafio 14: Solução para automação da simulação e apresentação de campanhas comerciais em mídia tradicional com dados em tempo real**

Como poderíamos automatizar a simulação e apresentação de campanhas comerciais em mídia tradicional no time comercial da empresa, reduzindo o tempo de preparação de propostas e retrabalho e aumentando a taxa de conversão, considerando as limitações atuais de recursos financeiros e estrutura técnica?

## **Descrição do Desafio**

O time comercial da demandante do desafio enfrenta dificuldades para simular campanhas publicitárias em tempo real durante reuniões com clientes, por não dispor de uma ferramenta integrada aos bancos de dados internos da empresa. Atualmente, as propostas são montadas manualmente com uso de planilhas, BI genérico e cálculos isolados, o que gera retrabalho, perda de produtividade e perda do timing da negociação.

A empresa busca uma solução tecnológica que pode ser uma interface de BI, painel ou ambiente interativo, que auxilie na simulação de campanhas a partir de dados estruturados de audiência e inventário. A ausência dessa solução compromete a inovação e a escalabilidade da operação comercial.

## **Objetivo Principal**

Automatizar e escalar o processo de simulação e apresentação de campanhas em mídia tradicional, com base nos dados proprietários da empresa, a fim de reduzir o



tempo de preparação de propostas para até 30 minutos, aumentar a taxa de conversão em pelo menos 30% e diminuir o retrabalho operacional do time comercial.

## 4.5 Segmento 5 – Saúde e Bem - Estar

### a) **Desafio 15: Redução da resistência às mudanças e aumento do engajamento na equipe operacional**

Como poderíamos aumentar a flexibilidade e receptividade às mudanças na equipe operacional da clínica, reduzindo o retrabalho e a sobrecarga dos colaboradores mais engajados e aumentando o engajamento e o clima organizacional, considerando as diferenças de tempo de casa e perfis profissionais?

#### **Descrição do Desafio**

A equipe operacional da clínica, composta por profissionais de recepção, agendamento, administrativo, financeiro e suporte ao faturamento, enfrenta resistência recorrente à adaptação a novas rotinas, fluxos e mudanças internas. Essa resistência se manifesta pela manutenção de hábitos antigos, atraso na adoção das práticas atualizadas e pouca participação nos alinhamentos, o que gera sobrecarga nos colaboradores mais engajados, aumento do retrabalho, lentidão nas rotinas e conflitos internos. Atualmente, o problema é contornado com explicações repetidas, ajustes pontuais e esforço adicional dos mesmos colaboradores, mas essas medidas não promovem mudanças sustentáveis e causam desgaste coletivo. A clínica busca ajustar sua estrutura para uma gestão mais organizada, leve e eficiente, alinhada ao crescimento e à melhoria contínua.

#### **Objetivo Principal**

Fortalecer o engajamento e o senso de responsabilidade compartilhada entre os colaboradores da equipe operacional, garantindo que as mudanças e novos processos sejam compreendidos, aplicados e estimulados de forma consistente, reduzindo o retrabalho e o tempo gasto com novas explicações, aumentando a produtividade e melhorando o clima organizacional.

### b) **Desafio 16: Posicionamento de marca consolidado e funil de vendas escalável**



Como poderíamos estruturar e validar um posicionamento de marca consolidado e um funil de vendas previsível e escalável nas etapas de lançamento, comunicação e comercialização dos produtos, em um ciclo operacional definido de análise e ajuste trimestral, para aumentar o reconhecimento de marca para 60% do público-alvo em seis meses e reduzir o custo de aquisição de clientes em 50% no primeiro ciclo, considerando a atual limitação de estrutura e a necessidade de integração entre áreas?

## **Descrição do Desafio**

A empresa enfrenta dificuldades para transformar seus produtos tecnicamente superiores, em uma marca consolidada e reconhecida no mercado de suplementos naturais. Atualmente, a comunicação está centrada nos aspectos técnicos do produto, sem uma narrativa emocional que conecte com o público final, o que gera baixa conversão, engajamento e reconhecimento da marca.

O problema ocorre em múltiplos canais digitais (Instagram, TikTok, kawai, Google), pontos de venda físicos e eventos promocionais, sendo mais crítico no momento da decisão de compra, quando o consumidor não percebe claramente o diferencial do produto. A empresa ainda não possui uma estrutura consolidada de marketing e vendas, com comunicação fragmentada e ausência de funil estruturado, o que limita a escalabilidade e previsibilidade das vendas.

As ações atuais são isoladas e reativas, como campanhas pontuais de tráfego pago, parcerias com micro influenciadores e conteúdo esporádico, que geram crescimento volátil, aumento do custo de aquisição e falta de previsibilidade, impactando negativamente a sustentabilidade financeira e a imagem da marca.

## **Objetivo Principal**

Estruturar e validar uma estratégia de posicionamento de marca consolidado e um funil de vendas escalável para os produtos, visando aumentar o reconhecimento de marca para 60% do público-alvo e reduzir o custo de aquisição de clientes em 50% no primeiro ciclo de execução.

**b) Desafio 17: Aumento da eficiência operacional e redução do retrabalho na gestão de tarefas**



Como poderíamos estruturar e acompanhar a delegação de tarefas nas rotinas operacionais diárias da gestão, reduzindo o tempo perdido em retrabalho e aumentando a eficiência das rotinas internas, considerando as limitações financeiras atuais e a necessidade de engajamento da equipe?

## **Descrição do Desafio**

Atualmente, a demandante do desafio enfrenta deficiência na gestão das tarefas operacionais, que é realizada de forma manual e desestruturada. A ausência de processos claros, cronogramas definidos e indicadores automáticos dificulta a delegação e o acompanhamento das atividades, concentrando o foco do gestor nas urgências do dia a dia. Essa situação gera retrabalho, sobrecarga, comunicação fragmentada e insegurança nas decisões financeiras e operacionais. Além disso, limita a capacidade de crescimento sustentável e a implementação de uma cultura de autonomia e comprometimento. A empresa possui restrições financeiras que impedem a contratação de mais profissionais e está em processo de adaptação cultural para o acompanhamento contínuo por metas. Atualmente, são utilizadas ferramentas básicas como agenda e tarefas digitais, com busca por aprimoramento das competências internas.

## **Objetivo Principal**

Alcançar uma rotina de gestão organizada e previsível, com tarefas delegadas e acompanhadas por indicadores, resultando em aumento de 20% na produtividade interna e crescimento sustentável do faturamento mensal.

## **4.6 Segmento 6 – Equipamentos e Produtos**

### **a) Desafio 18: Compras assertivas e inventário rastreável ao longo da cadeia de produção**

Como poderíamos elevar a assertividade nas compras e manter o inventário rastreável ao longo do ciclo de suprimentos, reduzindo perdas por falta e excesso e aumentando a acurácia dos registros, considerando orçamento limitado, lacunas de capacitação e rotinas predominantemente manuais?

## **Descrição do Desafio**



A empresa opera com informatização insuficiente e controle não integrado entre estoque, compras e controle de qualidade, o que se manifesta com maior frequência na prestação de dados e em picos de produção. Registros manuais e informações desencontradas geram erros de especificação, baixas tardias e retrabalhos, prejudicando prazos e a previsibilidade operacional. Esse quadro resulta em aproximadamente duas horas diárias de perda operacional e 4% de custo por ineficiências, além de estresse da equipe e impacto negativo na satisfação do cliente. As ações atuais, como reuniões de alinhamento e redistribuição de materiais, têm efeito paliativo e não tratam as causas relacionadas a processos e dados.

## Objetivo Principal

Garantir compras assertivas e inventário rastreável, com gerenciamento unificado entre almoxarifado, planejamento e controle da produção e vendas, para reduzir perdas, retrabalho e atrasos.

### **b) Desafio 19: Integração e padronização para eficiência financeira e de marketing**

Como poderíamos melhorar a integração e padronizar os processos nas áreas financeira e de marketing da empresa, em um ciclo operacional definido de fechamento mensal e acompanhamento contínuo, reduzindo o tempo de fechamento financeiro e o retrabalho, e aumentando a precisão dos relatórios e o controle das campanhas, considerando a atual estrutura de equipe e limitações tecnológicas?

## Descrição do Desafio

Atualmente, a empresa enfrenta desafios significativos na gestão financeira e nas ações de marketing devido à ausência de sistemas integrados e processos padronizados. A gestão financeira é realizada manualmente, com forte dependência de planilhas Excel, o que gera demora, retrabalho e dificuldade na geração de relatórios em tempo real. Paralelamente, as ações de marketing são desenvolvidas sem um controle estruturado dos contatos, oportunidades e resultados, dificultando a avaliação do retorno sobre investimento.

Essa situação provoca atrasos na visualização dos resultados, baixa agilidade na tomada de decisões, perda potencial de receita e frustração da equipe envolvida. A falta de profissional sênior para estruturar o departamento financeiro e a ausência de processos padronizados agravam o problema, limitando o crescimento e a eficiência operacional. Há urgência em ajustar a estrutura para uma gestão mais digitalizada, integrada e orientada por dados, que permita maior controle, previsibilidade e eficiência.

## Objetivo Principal

Alcançar maior controle e previsibilidade dos recursos financeiros e das ações de marketing por meio da integração de sistemas e padronização de processos, reduzindo o tempo de fechamento financeiro, minimizando retrabalho e aumentando a precisão dos relatórios e o controle das campanhas.

## 5. Submissão

As propostas devem ser enviadas exclusivamente por meio do formulário eletrônico disponibilizado no site do Hub Goiás, **acessado pelo link:**

Cada proponente poderá submeter uma proposta dentro do período de inscrições. É permitido reenviar a proposta durante o prazo, hipótese em que prevalecerá, para fins de avaliação, a última versão enviada.

A ausência de documentos obrigatórios, a apresentação de arquivos ilegíveis ou protegidos por senha, bem como a inconformidade com este Edital, implica na eliminação da proposta. Todos os documentos deverão estar válidos na data de análise e a veracidade das informações prestadas é de responsabilidade do proponente.

Envios obrigatórios:

- a) Vídeo pitch explicando a solução (até 5 minutos);
- b) Identificação do desafio que se propõe solucionar;



- c) Portfólio da empresa - exemplos de projetos anteriores ou portfólio de soluções já desenvolvidas;
- d) Apresentação detalhada da empresa, incluindo experiência prévia e competências técnicas;
- e) Descrição da solução proposta, detalhando como atenderá ao desafio específico ou aos desafios selecionados;
- f) Cronograma com etapas de desenvolvimento e prazos de entrega;
- g) Orçamento estimado e justificativa de custo, devidamente datado e assinado com as informações das instituições;
- h) Cartão CNPJ;
- i) Contrato Social;
- j) Certificado de Regularidade do FGTS;
- k) Certidão Negativa de Débito Municipal;
- l) Certidão Negativa de Débito da Fazenda Estadual;
- m) Certidão Negativa de Débitos de Tributos Federais e de Dívida Ativa da União;
- n) Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas;
- o) Contrato social atualizado;
- p) CNAE compatível com o serviço/produto ofertado.

A organização desta chamada se reserva o direito de não aceitar submissões, a depender de sua análise a respeito do atendimento (ou não) aos critérios de aceite traçados pela instituição, como os exemplificados anteriormente, sem prejuízo de outros critérios que venham a ser definidos/ajustados pelas partes durante alguma reunião em determinada fase do ciclo, além de outros critérios que se considere relevantes e indispensáveis para o presente Programa.

O participante declara estar ciente das condições de participação no presente Programa, sobretudo sobre a possibilidade de sua submissão ser recusada. O

participante não poderá questionar a justificativa apresentada pela organização para a recusa da sua proposta, que se dará a partir da análise do formulário de submissão preenchido em conformidade com os itens 4 e 5, tampouco poderá alegar qualquer prejuízo em razão disso.

## 6. Seleção

Serão analisadas apenas as propostas submetidas nos termos deste Edital e dentro do prazo estabelecido. A avaliação observará a conformidade documental, a aderência técnica aos desafios e os critérios abaixo descritos.

As análises serão conduzidas pela equipe gestora do Programa e por especialistas convidados e serão avaliadas com base nos seguintes critérios:

Quadro 1 – Critérios de Seleção

Critérios de seleção	Descrição	Pontuação
Adequação ao desafio	A proposição deve atender de forma clara e prática as necessidades da empresa demandante.	1 a 5
Grau de inovação	A proposição deve apresentar solução inovadora com potencial de transformar a empresa demandante.	1 a 5
Capacidade da equipe	A empresa proponente deve apresentar conhecimento técnicos e recursos físicos e de pessoal necessários para o desenvolvimento da solução.	1 a 5
Diferencial competitivo	O produto ou serviço ofertado deve apresentar vantagens em comparação a possíveis concorrentes	1 a 5
Maturidade da empresa	Avalia o estágio de desenvolvimento da solução, evidências de operação no mercado, número de clientes atendidos, casos de uso, faturamento ou contratos ativos.	1 a 5
Total		25

O processo de seleção será realizado em 3 fases:

Quadro 2 – Fases de seleção

Fase	Descrição
Triagem	A equipe gestora do programa verificará o atendimento das propostas aos requisitos do item 5 deste Edital.

Avaliação de especialistas	As propostas serão avaliadas por especialistas do ecossistema de inovação e do mercado, em conformidade com este Edital.
Apresentação	As propostas classificadas serão apresentadas as empresas demandantes.

Serão selecionadas, no mínimo, 3 (três) empresas solucionadoras por empresa demandante para a fase de apresentação do desafio mapeado.

## 7. Conexão de Soluções

Concluída a avaliação técnica, a equipe gestora do Programa organizará a Conexão de Soluções entre as empresas demandantes e as empresas solucionadoras melhor classificadas. Para cada empresa demandante, serão agendadas, no mínimo, três (3) reuniões individuais, cada uma com uma solucionadora distinta, mediadas pela equipe gestora. As agendas serão definidas e comunicadas previamente pela equipe gestora.

Em cada reunião, a empresa solucionadora apresentará proposta técnica e orçamento aderentes ao desafio, esclarecendo requisitos de implantação, de modo a permitir negociação preliminar com a empresa demandante.

Encerradas as agendas de negociação, a empresa demandante indicará a empresa solucionadora escolhida que assinará o termo de desenvolvimento, instrumento que estabelecerá escopo, entregáveis, indicadores, prazos, condições de aceite, responsabilidades, forma de pagamento e demais cláusulas aplicáveis.

O termo de desenvolvimento deverá ser assinado até **29/04/2026**, condição para o início das atividades de implementação.

O resultado das empresas selecionadas será divulgado nos canais oficiais do Programa.

## 8. Implementação e Contratação



Após a assinatura do termo de desenvolvimento, a equipe gestora acompanhará a implementação na empresa demandante, conforme escopo, prazos e entregáveis definidos no referido termo.

O pagamento à empresa solucionadora ocorrerá exclusivamente após a implementação da solução, condicionado ao aceite formal da empresa demandante e da gestora do Programa, bem como à apresentação e à conferência integral dos seguintes documentos e evidências:

- a) Relatório de Implementação contendo descrição das atividades realizadas, entregáveis, indicadores e resultados obtidos;
- b) Nota Fiscal emitida no valor acordado;
- c) comprovação de CNAE compatível com a solução/serviço contratado;
- d) certidões negativas válidas no momento do pagamento (Municipal, Estadual, Federal/Dívida Ativa, INSS, FGTS e Trabalhista).

**Fica expressamente estabelecido que não haverá pagamento sem a entrega de todos os documentos e evidências exigidos e sem a conferência e validação pelo NGPD.** Concluída a verificação, o pagamento será efetuado após a conferência documental e o aceite, nos termos do cronograma físico-financeiro previsto no Termo de Desenvolvimento.

Os tributos e demais encargos incidentes sobre a prestação do serviço correrão por conta exclusiva da empresa solucionadora, devendo estar contemplados no valor acordado. Eventual continuidade do serviço após a implementação, se de interesse da empresa demandante, será negociada diretamente entre a empresa demandante e a empresa solucionadora, sem intermediação financeira da gestora do Programa.

## 9. Recursos Financeiros

Cada empresa selecionada como solucionadora poderá receber, a título de incentivo, até **R\$ 20.000,00 (vinte mil reais), não reembolsável**, para a implementação

da solução, com **prazo de vigência de até 2 (dois) meses** para sua aplicação, conforme as regras deste Edital e do **Termo de Desenvolvimento**. O valor do incentivo é bruto e deve contemplar todos os tributos e encargos incidentes sobre a prestação do serviço, inexistindo pagamentos adicionais. Não há adiantamento de recursos. A utilização deste recurso é regida pelo Termo de Colaboração nº 01/2023-SECTI.

O pagamento à empresa solucionadora ocorrerá exclusivamente após a implementação da solução, condicionado ao aceite formal da empresa demandante e da gestora do programa e à apresentação e conferência integral dos documentos e evidências exigidos: Relatório de Implementação (atividades, entregáveis, indicadores e resultados), Nota Fiscal, comprovação de CNAE compatível com a solução/serviço contratado e certidões negativas válidas (Municipal, Estadual, Federal/Dívida Ativa, INSS, FGTS e Trabalhista). Sem a entrega e a validação de todos os documentos, não haverá pagamento.

Custos que excedam o teto do incentivo poderão ser complementados diretamente pela empresa demandante, a seu critério. Eventual continuidade do serviço após a implementação da solução será negociada diretamente entre empresa demandante e empresa solucionadora, sem intermediação financeira do Programa. A participação no Programa não implica cessão de participação societária ou equity pela Solucionadora.

## 10. Cronograma

Quadro 3 – Cronograma do Edital

Fase	Data
Publicação do Edital de Chamamento	23/01/2026
Período de Inscrição	23/01/2026 à 23/02/2026
Período de análise das propostas	24/02/2026 à 07/04/2026
Divulgação do Resultado das propostas aceitas no site Hubgoias.org	08/04/2026
Período de conexão entre demandantes e solucionadoras	09/04/2026 à 22/04/2026
Publicação do resultado das Solucionadoras escolhidas no site	23/04/2026

Assinatura do Termo de Desenvolvimento	24/04/2026 à 29/04/2026
Período de implementação	30/4/2026 - 30/06/2026

## 11. Da Proteção de Dados Pessoais - LDPG

O HUB Goiás – Centro de Excelência em Empreendedorismo Inovador (CEEI), ciente das obrigações decorrentes da Lei Federal 13.709/2018 (Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais – LGPD), se compromete a atuar em plena conformidade com a Lei e demais atos regulatórios editados pela Autoridade Nacional de Proteção de Dados – ANPD ou outros órgãos competentes, garantindo a segurança de dados pessoais recebidos em decorrência do presente programa, desde a coleta até a eliminação, destacando que nesta oportunidade serão tratados os seguintes dados pessoais: nome, gênero, CPF, telefone, e-mail e conteúdos em imagem estática e em vídeo.

O tratamento dos dados pessoais será realizado com as seguintes finalidades: seleção de participantes, assinatura de contrato de participação no programa, emissão de boleto de pagamento, inclusão nas atas de presenças, emissão dos certificados, para identificação do participante, para prestação de contas, para confecção de relatórios, e-mail marketing.

O HUB Goiás compromete-se a garantir clareza, transparência, segurança e a proteção dos dados e informações recebidas em razão dos Programas, com respaldo nas bases legais previstas no art. 7º da Lei nº 13.709/2018, assegurando que tais dados não sejam acessados, informados, repassados, cedidos ou comercializados, nem tampouco sejam utilizados para fins diversos das finalidades estabelecidas.

O HUB Goiás aplicará medidas de segurança jurídicas, técnicas e administrativas, necessárias para impedir incidentes de segurança que envolvam os dados pessoais a que tiver acesso em decorrência dos programas.

Os titulares de dados pessoais – candidatos/participantes – dos programas, terão a prerrogativa de exercer seus direitos a qualquer momento e de forma gratuita, nos termos dos artigos 9º e 18, da Lei nº 13.709/2018.

O HUB Goiás, na gestão dos dados obtidos em razão dos programas, zelarà pela observância de todos os princípios norteadores da proteção de dados pessoais, especialmente daqueles que se relacionem à autorização ou manifestação de vontade expressa, consciente, inequívoca e informada dos proprietários dos dados obtidos – quando aplicável, em todo tempo mantendo mecanismos adequados para que estes possam ter ciência da destinação e uso de seus dados pessoais e para que possam manifestar eventual desejo de que estes não sejam mais utilizados.

O HUB Goiás poderá compartilhar ou transferir os dados pessoais para terceiros, quando necessário para alcançar as finalidades que ensejam o tratamento de dados. Dentre os terceiros, se encontram os parceiros e prestadores de serviços, entidades e autoridades governamentais, inclusive órgãos de fiscalização das atividades laborais, financeiras e regulatórias, Judiciárias ou Legislativas. Por fim, em nenhuma hipótese, o HUB Goiás comercializa os dados pessoais objeto de tratamento.

O HUB Goiás armazenará os dados pessoais exclusivamente pelo período necessário ao cumprimento das finalidades que ensejaram o seu tratamento. Contudo, o HUB Goiás também poderá armazenar os dados pessoais com o objetivo de atender a uma obrigação legal ou regulatória, assegurar transferência a terceiro ou para seu uso exclusivo, quando atuar como controlador, mediante a anonimização dos dados pessoais, conforme estabelecido no art. 16, da Lei nº 13.709/2018.

O HUB Goiás disponibiliza o seguinte canal de comunicação com o Encarregado pelo Tratamento dos dados pessoais: [dpo@portodigital.org](mailto:dpo@portodigital.org) para maiores esclarecimentos.

## 12. Disposições Gerais

A empresa proponente, ao aceitar as condições estabelecidas neste Edital, responsabiliza-se por todas as informações contidas em sua proposta. O HUB Goiás poderá, a qualquer tempo, apurar a veracidade das informações apresentadas e, em caso de inconsistências, adotar as providências cabíveis, podendo o empreendimento ser retirado do Programa.

Toda a comunicação será realizada por meio dos endereços de e-mail indicados pelos sócios ou fundadores responsáveis no ato da apresentação da proposta. O HUB Goiás não se responsabiliza por falhas técnicas, filtros antispam ou quaisquer outros problemas que possam impedir o recebimento das mensagens. Em caso de ausência de retorno em tempo hábil ou de manifestação de desistência da participação neste processo seletivo, o HUB Goiás poderá, a seu critério, convocar outro empreendimento, desde que atendidas as condições do processo de seleção.

Ao participarem do Programa tratado no presente Edital, os participantes aceitam integralmente todos os seus termos, autorizando a utilização de seus contatos para fins de divulgação do presente Edital durante o período do ciclo de inovação.

Estão impedidos de participar aqueles que estejam diretamente envolvidos na elaboração ou na avaliação deste Edital, bem como aqueles que não atendam às condições nele estabelecidas.

A critério do HUB Goiás e de seus parceiros, o presente Edital poderá ser revogado, anulado ou modificado, no todo ou em parte, por motivo de interesse público ou exigência legal, sem que disso decorra direito a indenização ou reclamação de qualquer natureza. Uma vez atualizado, a nova versão do Edital será publicada em destaque no site oficial do HUB Goiás (<https://hubgoias.org.br>).

O HUB Goiás reserva-se o direito de dirimir os casos omissos e as situações não previstas neste Edital.

Dúvidas a respeito do conteúdo do presente Edital deverão ser encaminhadas para o endereço eletrônico **contato@hubgoias.org**. O HUB Goiás poderá, a seu critério, divulgar as perguntas e respectivas respostas.