



2016 GLOBAL  
**JAMES MCGUIRE**  
Business Plan Competition

***Sua hora chegou.***

***Faça a sua jogada.***

**REGULAMENTO**

***Prêmio de Empreendedorismo James McGuire 2016***

***Salvador, novembro de 2015.***

## REGULAMENTO

Prêmio de Empreendedorismo James McGuire 2016 é uma competição interna da *Laureate International Universities* para encorajar e motivar alunos para direcionar suas habilidades e conhecimentos para a criação de empreendimentos.

### Prêmios e Benefícios:

- **Local:** A equipe vencedora receberá R\$ 3.000,00 (Três mil) reais distribuídos igualmente entre seus integrantes;
- **Global:** A equipe vencedora receberá um empréstimo de U\$50.000 (Cinquenta mil) dólares americanos (USA) a juros baixos para iniciar o negócio descrito em suas propostas;
- As demais equipes finalistas receberão um prêmio em dinheiro de U\$ 5.000 a ser distribuído igualmente entre seus integrantes.
- 20 horas de Atividades Complementares para os alunos membros de equipes que inscreverem o seu plano de negócio e participarem de todas as etapas da competição local;
- Mentoring + coachig através de professores, Mestres e Doutores, dos cursos de graduação, da incubadora de negócios da UNIFACS e empresário de diversos setores.

### Fases:

- **Seleção Local:** Submissão das propostas e avaliação por um Comitê de seleção Local em cada instituição da Rede Laureate. O Comitê de Seleção Local selecionará o melhor Business Model Canvas (BMC) para representar a instituição na fase internacional.  
  
**Seleção Global:** Cada universidade encaminhará o sumário executivo contendo no máximo cinco páginas (em Arial ou Time New Roman, tamanho da fonte 12), modelo básico financeiro do projeto, dois minutos de vídeo falando sobre a equipe, a idéia do negócio, de forma a avaliar a habilidade da equipe em vender a idéia, que deve ser postado no YouTube ou Vimeo e um Business Model Canvas, (**em inglês**).
- **Painel Entrevista:** O Comitê de Seleção Global poderá agendar uma entrevista, por meio de videoconferência, antes de selecionar as equipes finalistas, visando obter mais informações sobre a proposta. O Comitê informará todas as instituições

das decisões sobre a fase global e sobre os finalistas classificados. O Júri da Competição será formado por um painel de empresários, incluindo o Sr. James McGuire. Eles vão entrevistar as equipes finalistas e, em seguida, selecionar e anunciar os vencedores durante o *Laureate Leadership Summit* em Junho de 2016.

## Requisitos:

- 1) Na primeira fase da competição os participantes deverão apresentar:
  - Um sumário executivo com no máximo de cinco páginas (em Arial ou Times New Roman, tamanho da fonte 12);
  - Um modelo financeiro básico do projeto;
  - Um vídeo de dois minutos falando sobre a equipe, a idéia do negócio e as habilidades de vender as idéias, devendo ser postado via YouTube ou Vimeo;
  - Um modelo de negócio baseado no *Business Model Canvas* (BMC).

O sumário executivo, modelo financeiro e o Business Model Canvas devem seguir conforme as diretrizes do **Anexo 1**. Os modelos de negócios que demonstrarem potencial para serem lançados no mercado dentro de seis meses, após receber os fundos de empréstimo, serão melhor avaliados. Este potencial pode ser demonstrado por meio do desenvolvimento de protótipos de produtos, o capital levantado ou investido até à data, patentes obtidas, e / ou um plano detalhado que mostra um forte potencial para o lançamento e sucesso, etc.

- 2) Podem participar do concurso estudantes de qualquer área acadêmica, ou seja, negócios, engenharias, hospitalidade, ciências da saúde, etc, todos são elegíveis para competir.
- 3) A equipe de alunos vencedora se compromete a investir ou levantar fundos correspondentes, equivalente ao montante do empréstimo de US \$ 50,000.
- 4) Alunos de todas as disciplinas e especialidades acadêmicas, de acordo com as diretrizes especificadas no ponto 2, podem participar do concurso.
- 5) Uma pessoa não pode pertencer a mais de uma equipe.
- 6) Alunos participantes não devem ter nenhuma sanção disciplinar em seu histórico acadêmico.
- 7) Os BMC podem ser submetidos por pessoas ou grupos de qualquer número. O Anexo 1 contém um formato recomendado para a preparação dos modelos de negócios, **que não pode exceder mais de 2 (duas) páginas**. Os BMC que tiverem mais de duas páginas não serão avaliados.
- 8) Os BMC não devem propor, explícita ou implicitamente, um negócio em qualquer uma das seguintes áreas: substâncias ou produtos tóxicos ou ilegais, armas brancas ou armas de fogo, tráfico ou abuso de pessoas, violação de propriedade intelectual, violação de quaisquer leis ou regulamentos, jogos de azar, fornecimento

de mercadorias ou serviços ilegais, produção ou venda de tabaco ou de seus derivados, produção ou venda de espécies ameaçadas e protegidas pela lei de qualquer um dos países participantes, e produção ou venda de mercadorias ou serviços que afetam a saúde pública. Além disso, os BMC devem observar a legislação nacional vigente nas áreas do direito cível e da família, meio ambiente e propriedade intelectual. Caso a Equipe proponha um dos itens acima, a qualquer momento da competição, esta será eliminada.

- 9) As instituições da Rede Laureate não financiarão nenhum estudante nem aceitarão nenhum custo incorrido pelos participantes, enquanto preparam suas propostas. No entanto, se a equipe da universidade é uma das três equipes finalistas a instituição terá que pagar as despesas da classe econômica de viagens de até dois membros de sua entrevista na *Laureate Leadership Summit* nos Estados Unidos em junho de 2016.
- 10) O(s) autor (es) do (s) empreendimento(s) devem ser os donos dos direitos de propriedade intelectual, que será resguardado pela Laureate. A Laureate e UNIFACS terão o direito a usar alguns dados da proposta, bem como imagens dos participantes, de forma exclusiva, para fins estatísticos ou promocionais.

### Processo de seleção:

- O Comitê de seleção local de cada instituição é formado por uma equipe interna de professores e executivos irá selecionar um semifinalista.
- O Comitê de seleção global será composto de executivos da Laureate, que selecionarão 3 finalistas para entrevista com um Grupo de Empresários, incluindo James McGuire na Reunião de Liderança da Laureate em Junho de 2016.
- O Comitê de seleção local e global, bem como o Grupo de Empresários, tomarão suas decisões de acordo com as informações contidas em BMC.
- O Comitê e o Grupo de Empresários estão autorizados a:
  - a) Interpretar as diretrizes do regulamento global
  - b) Selecionar os vencedores do Prêmio de Empreendedorismo James McGuire 2016, de acordo com seus próprios critérios.
  - c) Agir de acordo com as necessidades para a execução de suas tarefas.
- O quórum para os Comitês e Grupos é da maioria de membros. As decisões serão tomadas pela maioria dos membros atuais. Em caso de um empate, o voto de decisão caberá ao Presidente.
- Ao se inscrever, os participantes registram sua aceitação incondicional dessas diretrizes, bem como das decisões tomadas pelos Comitês e pelo Painel.

- Ao (s) autor (es) do (s) empreendimento(s) são resguardados todos os direitos de propriedade intelectual. A Laureate terá o direito a usar alguns dados da proposta de forma exclusiva, para fins estatísticos ou promocionais.
- A Laureate deve garantir que todos os membros do Comitê de Seleção Global e do Painel assinem e aceitem um acordo de confidencialidade, cobrindo o conteúdo das propostas submetidas.
- **A inscrição deve ser feita até o dia 20 de novembro/2015, por meio do envio Business Model Canvas para o e-mail [incubadora@unifacs.br](mailto:incubadora@unifacs.br).**
- A análise, julgamento e classificação das propostas (Comitê Institucional) será realizada de 23/11/2015 a 29/01/2016. Durante este período os alunos inscritos receberão orientações de professores da UNIFACS sobre o Canvas, visando aperfeiçoarem suas propostas.
- Divulgação do resultado: **05/02/2016**
- O Comitê de Seleção Global receberá a inscrição de cada um dos semifinalistas das universidades até o dia **26 de Fevereiro, 2016** (BMC traduzido para inglês). Os classificados para a fase internacional deverão ser comunicados até o dia **08 de abril de 2016**.
- As equipes que se classificarem para as finais e as suas universidades de origem deverão seguir a agenda estabelecida pela comissão. As equipes de estudantes devem estar cientes de que as finais da competição são conduzidas no idioma Inglês.

**Observação: Durante as etapas do concurso os alunos devem participar de orientações e cursos visando aperfeiçoar e responder a todos os questionamentos abaixo, não sendo requerido o domínio de todas estas questões no momento da inscrição.**

## **ANEXO 1: SUMÁRIO EXECUTIVO E BUSINESS MODEL CANVAS**

O sumário executivo é um documento com cinco páginas (em Arial ou Time New Roman, tamanho de fonte 12, modelo carta) que será capaz de contar para as Comissões de Seleção Locais e Globais o que é a sua ideia e como você a tornará um sucesso. O Sumário Executivo deve incluir as seguintes seções:

### **Problema e Soluções Atuais**

- Defina o real problema que está solucionando e para quem?
- Quem já está fazendo isso, e como eles estão?
- No que eles erraram ou estão fazendo de errado?
- Mostre o seu cronograma e fatos importantes até a data atual.

### **Oportunidade de Mercado**

- Total do seu mercado em dólares e o segmento/nicho.
- Defina de forma clara os seus clientes e como irá atendê-los.
- Destaque macro tendências e insights.
- Diagramas são importantes para a visualizar o seu negócio.

### **Marketing e Estratégia de Crescimento**

- Onde seus clientes procuram pelo produto/serviço atualmente?
- Como você planeja atrair e reter os clientes?
- Como você vai atingir seus objetivos de crescimento?
- Como você está fazendo isso diferentemente de seus concorrentes?

### **Vantagens Competitivas**

- Onde você existe em um maior espaço de mercado global?
- Quais são as suas vantagens competitivas atualmente?
- Como você considera o seu lugar no mercado único para você e qual é o caminho certo para o crescimento da empresa e dos seus clientes?
- Quem são os seus concorrentes e porque obtiveram sucesso?
- Como o seu produto/serviço se diferencia dos seus concorrentes?

### **Modelos de Receita**

- Como é o seu plano para gerar receita?

- Qual é o seu modelo de precificação?
- Receitas e número de clientes até a data atual?
- Quais são os seus principais fluxos de receita?
- Receita média por usuário esperado?

### Equipe

- Perfil da equipe principal – experiências relevantes e habilidades de liderança.
- Conselho de assessores e do seu papel como apoio.
- Seja sucinto – 1 a 3 pontos importantes por pessoa.

### Outros

- Destaque na imprensa, parcerias e prêmios de desempenho.
- Histórias de sucesso com clientes e outros depoimentos.

### Modelo Financeiro

Por favor, forneça um plano financeiro de uma página que deve incluir uma previsão de receitas e despesas de cinco anos. Você deve incluir também todas as fontes de receitas primárias e todas as despesas e custos que incidir. Além disso, por favor, forneça uma explicação de como você vai financiar suas atividades. Por favor, providencie:

- Total de capital captado até o final o ano.
- Projeções financeiras trimestrais por dois anos e projeções anuais para cinco anos, com fluxo de caixa e análise de orçamento.
- Finanças de alto nível e métricas-chave: Total de clientes, total de unidades vendidas, total de receitas, total de despesas, LAJIR (Lucro Antes dos Juros e do Imposto de Renda), margem do LAJIR em porcentagem.
- Mencione os principais pressupostos e críticos em seu modelo de despesas, conversão de clientes e a penetração de mercado em porcentagem.

### Vídeo Curto

Deve ser elaborado um vídeo de dois minutos postado no YouTube ou no Vimeo, apresentando a equipe de estudantes. Eles devem explicar o seu projeto e seus objetivos, explicar a sua experiência nesse campo, o que irá torná-los bem sucedidos e por que eles deveriam ser selecionados como finalistas para o McGuire Competition. Por favor, use esse vídeo como uma forma de expressar paixão única do seu grupo para o projeto e suas qualificações para executá-lo.

**Observação: Não é exigido para a inscrição.**

## BUSINESS MODEL CANVAS

**Nota:** O BMC não pode exceder duas páginas, deve estar escrito em inglês, utilizando fonte Arial ou Times New Roman, tamanho 12.

Informações sobre o BMC, e o capítulo que descreve os principais componentes do quadro Canvas podem ser acessados em: <http://www.businessmodelgeneration.com/canvas/bmc>

Um modelo de negócio define como uma organização pode criar, distribuir e entregar valor. O objetivo é identificar um problema e, em seguida, apresentar soluções potenciais em um curto prazo e um plano de ação em longo prazo.

Há duas excelentes fontes de informação sobre o desenvolvimento do BMC:

1. Steve Blank, da Universidade de Stanford, nos Estados Unidos, desenvolveu um curso on-line gratuito sobre o BMC: <https://www.udacity.com/course/ep245>
2. Outro link que inclui detalhes sobre a metodologia pode ser encontrado em: <http://www.entrepreneurship.org/business-model-canvas.aspx>

O BMC contém sete elementos diferentes:

1. Segmentos de clientes – Para quem estamos criando valor? Quais são as características destes clientes?

- a. Tipo de mercado: focado na venda direta para os consumidores (*Business to Consumer*) ou a empresa vai vender para outras empresas (*Business to Business*).
- b. Segmentação de clientes: características, hábitos de compra, comportamento e necessidades
- c. Seleção Segmento: com base nos elementos mais necessários para o benefício do produto ou serviço
- d. Tamanho do segmento: Qual é o tamanho do segmento e o quanto é fácil atingi-lo.

2. Proposição de Valor - Qual o pacote de produtos e serviços que serão utilizados para criar valor para um Segmento de clientes específico?

- a. Identificar as necessidades e expectativas dos clientes que não são bem atendidas no segmento selecionado .
- b. Desenvolvimento de uma compreensão do valor do produto ou do serviço proposto.
- c. Quais são os benefícios do produto ou serviço.
- d. Quais são as melhores formas de comunicar os benefícios do produto ou serviço.



3. Relacionamento com Clientes – Quais as atividades que serão utilizadas para que a empresa possa interagir com seus clientes, durante o processo de compra e pós-compra?

- a. Identificar os objetivos em cada parte do processo de compra (conquista de clientes, retenção, avaliação, compra e fidelização).
- b. Definir as principais atividades que devem ser realizadas em cada etapa do processo.
- c. Seleção dos canais de comunicação ideais.

4. Desenvolvimento de Produtos e Serviços - como a empresa irá construir e entregar os produtos ou serviços propostos?

- a. Quais são os materiais primários necessários para construir o produto ou serviço?
- b. Como você vai obter esses recursos e continuar a obter esses recursos?
- c. Como é que vai definir um preço competitivo, com base no mercado e nos clientes? Algumas opções incluem preço baseado em custos, baseado no mercado ou com base no valor percebido pelo cliente.

5. Modelo operacional - Quais são as principais atividades da empresa e os recursos chaves necessários para realizar essas atividades?

- a. Quais atividades são necessárias para a sua empresa entregar seus produtos ou serviços principais? Algumas opções incluem a inovação, operações (planejamento, produtividade, etc), marketing, serviços ao cliente ou vendas.
- b. Quais recursos são necessários para o desenvolvimento do produto ou serviço? Pode incluir recursos físicos (máquinas, veículos, imóveis, etc), a propriedade intelectual, recursos humanos e recursos financeiros.

6. Principais Parcerias – Como os parceiros (pessoas físicas ou jurídicas) vão colaborar na entrega dos produtos ou serviços?

- a. Qual a importância dos parceiros para a realização de atividades que você não pode ou não estão bem posicionadas para entregar?
- b. Quem são esses potenciais parceiros?
- c. Quais são as vantagens e desvantagens de cada uma das potenciais parcerias?

7. Custos - Quais são os principais responsáveis pela sua estrutura de custo?

- a. Como você vai organizar as principais atividades e obter os recursos-chave necessários para a sua empresa?
  - i. Gestão centralizada ou descentralizada.
  - ii. Como o marketing e a comunicação serão realizados?
- b. Como é que vai gerenciar custos e manter-se competitiva?