

Critérios de Avaliação		Detalhamento	Peso	Priscilla	Nota x Peso Priscilla
CONCEITO DO NEGÓCIO					
Mercado	Inovação e Criatividade (30)	Apresentar a proposta de valor. Entende-se como proposta de valor, os diferenciais da empresa que a fazem se destacar no mercado, posicionando-se para o seu público como melhor que a concorrência. A proposta de valor reforça a capacidade da empresa em resolver as dores do cliente, garantindo melhores resultados em vendas.	1,5	7	10,5
		Apresentar propostas autorais de produtos que tenham um vínculo cultural ou histórico com a cidade, o estado ou o Sesc Palladium. Entende-se como proposta autoral produtos que foram criados pelo proponente, que serão implementados ou que já estão disponíveis para venda.	1,5	6	9
	Diversidade de Público (20)	Enumerar quais segmentos de mercado se pretende atingir. Entende-se por segmentação de mercado a identificação de características, preferências, necessidades ou hábitos de consumo que apresentem pontos em comum, organizando-os em grupos a serem trabalhados (clusters). As bases de segmentação serão definidas e organizadas pelo proponente (geográfica e/ou comportamental e/ou demográfica, entre outros).	1	4	4
		Apresentar as estratégias e os diferenciais para proporcionar uma ótima experiência de consumo aos clientes. Apresentar as macro estratégias e os diferenciais, direcionados para cada segmento estabelecendo conexões com a proposta de valor.	1	5	5
	Diversidade de Produtos (10)	Apresentar cartela de produtos a serem comercializados na loja, bem como seus preços aproximados. A cartela deverá oferecer na Loja, produtos criativos que possam contemplar o tradicional e/ou o contemporâneo como por exemplo artigos de papelaria, livros, artigos de vestuário e acessórios, artesanato, artigos de viagem, artigos de decoração, preferencialmente com vínculo cultural e/ou histórico com a cidade e/ou estado.	1	7	7
Operação	Impacto Social (20)	Apresentar estratégias de mitigação de impactos ambientais. Entende-se por mitigação ações que visam reduzir, reutilizar, reciclar ou remediar impactos gerados pela atividade realizada na Loja.	1	5	5
		Apresentar a rede de fornecedores, considerando que demonstrar a valorização dos produtores locais (município ou estado) se dá a partir da inserção desses produtores na rede de fornecedores.	1	6	6
Comunicação	Divulgação das Ações de Ocupação (20)	Apresentar Plano de Comunicação buscando demonstrar as estratégias de captação e fidelização de público.	1	5	5
		Demonstrar através de croqui, imagens, simulações 3D, foto montagem ou qualquer ferramenta que auxilie na visualização do layout do projeto de ocupação.	1	8	8
					59,5


 Ricardo Augusto Lealheiro Marinho
 Gerente de Unidade
 Sesc Venda Nova
 Sesc em Minas


 Priscilla D'Agostini de Faria
 Gerente de Unidade
 Sesc em Minas




Critérios de Avaliação	Detalhamento	Peso	Joyce	Nota x Peso Joyce	
CONCEITO DO NEGÓCIO					
Mercado	Inovação e Criatividade (30)	Apresentar a proposta de valor. Entende-se como proposta de valor, os diferenciais da empresa que a fazem se destacar no mercado, posicionando-se para o seu público como melhor que a concorrência. A proposta de valor reforça a capacidade da empresa em resolver as dores do cliente, garantindo melhores resultados em vendas.	1,5	8	12
		Apresentar propostas autorais de produtos que tenham um vínculo cultural ou histórico com a cidade, o estado ou o Sesc Palladium. Entende-se como proposta autoral produtos que foram criados pelo proponente, que serão implementados ou que já estão disponíveis para venda.	1,5	6	9
	Diversidade de Público (20)	Enumerar quais segmentos de mercado se pretende atingir. Entende-se por segmentação de mercado a identificação de características, preferências, necessidades ou hábitos de consumo que apresentem pontos em comum, organizando-os em grupos a serem trabalhados (clusters). As bases de segmentação serão definidas e organizadas pelo proponente (geográfica e/ou comportamental e/ou demográfica, entre outros).	1	1	1
		Apresentar as estratégias e os diferenciais para proporcionar uma ótima experiência de consumo aos clientes. Apresentar as macro estratégias e os diferenciais, direcionados para cada segmento estabelecendo conexões com a proposta de valor.	1	6	6
	Diversidade de Produtos (10)	Apresentar cartela de produtos a serem comercializados na loja, bem como seus preços aproximados. A cartela deverá oferecer na Loja, produtos criativos que possam contemplar o tradicional e/ou o contemporâneo como por exemplo artigos de papelaria, livros, artigos de vestuário e acessórios, artesanato, artigos de viagem, artigos de decoração, preferencialmente com vínculo cultural e/ou histórico com a cidade e/ou estado.	1	8	8
Operação	Impacto Social (20)	Apresentar estratégias de mitigação de impactos ambientais. Entende-se por mitigação ações que visam reduzir, reutilizar, reciclar ou remediar impactos gerados pela atividade realizada na Loja.	1	7	7
		Apresentar a rede de fornecedores, considerando que demonstrar a valorização dos produtores locais (município ou estado) se dá a partir da inserção desses produtores na rede de fornecedores.	1	5	5
Comunicação	Divulgação das Ações de Ocupação (20)	Apresentar Plano de Comunicação buscando demonstrar as estratégias de captação e fidelização de público.	1	7	7
		Demonstrar através de croqui, imagens, simulações 3D, foto montagem ou qualquer ferramenta que auxilie na visualização do layout do projeto de ocupação.	1	8	8
				63,0	


 Ricardo Augusto Loureiro Martins
 Gerente de Unidade
 Sesc Venda Nova
 Sesc em Minas


 Priscilla D'Agostini de Lencastre
 Gerente de Unidade
 Sesc em Minas


 Joyce Alvim Camargo
 Coordenador Administrativo
 Sesc Palladium
 SESC - MG

Critérios de Avaliação		Detalhamento	Peso	Ricardo	Nota x Peso Ricardo
CONCEITO DO NEGÓCIO					
Mercado	Inovação e Criatividade (30)	Apresentar a proposta de valor. Entende-se como proposta de valor, os diferenciais da empresa que a fazem se destacar no mercado, posicionando-se para o seu público como melhor que a concorrência. A proposta de valor reforça a capacidade da empresa em resolver as dores do cliente, garantindo melhores resultados em vendas.	1,5	4	6
		Apresentar propostas autorais de produtos que tenham um vínculo cultural ou histórico com a cidade, o estado ou o Sesc Palladium. Entende-se como proposta autoral produtos que foram criados pelo proponente, que serão implementados ou que já estão disponíveis para venda.	1,5	5	7,5
	Diversidade de Público (20)	Enumerar quais segmentos de mercado se pretende atingir. Entende-se por segmentação de mercado a identificação de características, preferências, necessidades ou hábitos de consumo que apresentem pontos em comum, organizando-os em grupos a serem trabalhados (clusters). As bases de segmentação serão definidas e organizadas pelo proponente (geográfica e/ou comportamental e/ou demográfica, entre outros).	1	6	6
		Apresentar as estratégias e os diferenciais para proporcionar uma ótima experiência de consumo aos clientes. Apresentar as macro estratégias e os diferenciais, direcionados para cada segmento estabelecendo conexões com a proposta de valor.	1	7	7
	Diversidade de Produtos (10)	Apresentar cartela de produtos a serem comercializados na loja, bem como seus preços aproximados. A cartela deverá oferecer na Loja, produtos criativos que possam contemplar o tradicional e/ou o contemporâneo como por exemplo artigos de papeleria, livros, artigos de vestuário e acessórios, artesanato, artigos de viagem, artigos de decoração, preferencialmente com vínculo cultural e/ou histórico com a cidade e/ou estado.	1	7	7
Operação	Impacto Social (20)	Apresentar estratégias de mitigação de impactos ambientais. Entende-se por mitigação ações que visam reduzir, reutilizar, reciclar ou remediar impactos gerados pela atividade realizada na Loja.	1	8	8
		Apresentar a rede de fornecedores, considerando que demonstrar a valorização dos produtores locais (município ou estado) se dá a partir da inserção desses produtores na rede de fornecedores.	1	8	8
Comunicação	Divulgação das Ações de Ocupação (20)	Apresentar Plano de Comunicação buscando demonstrar as estratégias de captação e fidelização de público.	1	6	6
		Demonstrar através de croqui, imagens, simulações 3D, foto montagem ou qualquer ferramenta que auxilie na visualização do layout do projeto de ocupação.	1	9	9
					64,5


 Ricardo Augusto Loureiro
 Gerente de unidade
 Sesc Venda Nova
 Sesc em Minas





 Priscilla D'Agostini de Faria
 Gerente de Unidade
 Sesc em Minas

LOJA

Critérios de Avaliação		Detalhamento						MÉDIA CONSENSUAL	
		Peso	Priscilla	Nota x Peso Priscilla	Joyce	Nota x Peso Joyce	Ricardo	Nota x Peso Ricardo	
CONCEITO DO NEGÓCIO									
Inovação e Criatividade (30)	Apresentar a proposta de valor. Entende-se como proposta de valor, os diferenciais da empresa que a fazem se destacar no mercado, posicionando-se para o seu público como melhor que a concorrência. A proposta de valor reforça a capacidade da empresa em resolver as dores do cliente, garantindo melhores resultados em vendas. Apresentar propostas autorais de produtos que tenham um vínculo cultural ou histórico com a cidade, o estado ou o Sesc Palladium. Entende-se como proposta autoral produtos que foram criados pelo proponente, que serão implementados ou que já estão disponíveis para venda.	1,5	7	10,5	8	12	4	6	10
		1,5	6	9	6	9	7,5	5	9
Mercado	Enumerar quais segmentos de mercado se pretende atingir. Entende-se por segmentação de mercado a identificação de características, preferências, necessidades ou hábitos de consumo que apresentem pontos em comum, organizando-os em grupos a serem trabalhados (clusters). As bases de segmentação serão definidas e organizadas pelo proponente (geográfica e/ou comportamental e/ou demográfica, entre outros). Apresentar as estratégias e os diferenciais para proporcionar uma ótima experiência de consumo aos clientes. Apresentar as macro estratégias e os diferenciais, direcionados para cada segmento estabelecendo conexões com a proposta de valor.	1	4	4	1	1	6	6	4
		1	5	5	6	6	7	7	6
Operação	Apresentar cartela de produtos a serem comercializados na loja, bem como seus preços aproximados. A cartela deverá oferecer na Loja, produtos criativos que possam contemplar o tradicional e/ou o contemporâneo como por exemplo artigos de papelaria, livros, artigos de vestuário e acessórios, artesanato, artigos de viagem, artigos de decoração, preferencialmente com vínculo cultural e/ou histórico com a cidade e/ou estado. Apresentar estratégias de mitigação de impactos ambientais. Entende-se por mitigação ações que visam reduzir, reutilizar, reciclar ou remediar impactos gerados pela atividade realizada na Loja. Apresentar a rede de fornecedores, considerando que demonstrem a valorização dos produtores locais (município ou estado) se dá a partir da inserção desses produtores na rede de fornecedores. Apresentar Plano de Comunicação buscando demonstrar as estratégias de captação e fidelização de público.	1	5	5	7	7	8	8	7
		1	6	6	5	5	8	8	6
Comunicação	Demonstrar através de croqui, imagens, simulações 3D, foto montagem ou qualquer ferramenta que auxilie na visualização do layout do projeto de ocupação.	1	5	5	7	7	6	6	6
		1	8	8	8	8	9	9	8
				59,5		63,0		64,5	62


 Ricardo Augusto Loureiro Moreira
 Gerente de unidade
 Sesc Vereda Nova
 Sesc em Minas


 Joyce Alvim Lamargo
 Coordenador Administrativo
 Sesc Palladium
 SESC - MG


 Priscilla D'Agostini da Faria
 Gerente de Unidade
 Sesc em Minas



ATA DE JULGAMENTO DO PLANO DE NEGÓCIO

Local:	Sala da Gerência Sesc Palladium - 5º andar	Data:	07/12/2021
Elaborada por:	Joyce Alvim Camargo	Horário:	15:00
Assunto:	Avaliação da Proposta Técnica (Modelo de Negócio) - Loja Criativa		

Participantes

Joyce Alvim Camargo	Coordenadora Administrativa da Unidade do Sesc Palladium
Priscilla D'Agostini de Faria	Gerente da Unidade do Sesc Palladium
Ricardo Moreira	Gerente da Unidade do Sesc Venda Nova

Pauta

1. Julgamento da Proposta apresentada com base nos critérios descritos no anexo II - Proposta técnica e Proposta de Preço, da Concorrência nº 0008/2021

Item	Ação	Responsável	Data Limite	Observações
1	Análise dos quesitos da proposta técnica	Comissão Técnica	7/12/21	

Detalhamento dos Assuntos Discutidos

O plano de negócios entregue no envelope 01 da concorrência nº 0008/2021 foi lido individualmente por cada integrante da comissão técnica e, em seguida, lançaram-se as notas também de forma individual, baseado-se na tabela de pontuação do edital, conforme anexo II. Conforme item 3.12 do termo de referência, a licitante teria que atingir o mínimo de 60 pontos para classificação na proposta técnica. A avaliação da comissão resultou na seguinte pontuação: Priscilla D'Agostini 59,5 pontos, Joyce Alvim avaliou 63 pontos e Ricardo Moreira avaliou 64,5. Desta forma, a pontuação média alcançada pela proponente foi 62 pontos e, pelos critérios estabelecidos em edital, a empresa pode ser considerada apta tecnicamente. A saber, em um consenso destacamos que, a empresa proponente recebeu as seguintes notas, considerando a média:

- 1) Inovação e Criatividade: 19 pontos
- 2) Diversidade de Público: 10 pontos
- 3) Diversidade de Produto: 7 pontos
- 4) Impacto Social: 13 pontos
- 5) Divulgação das ações de ocupação: 14 pontos

Conforme direcionamento do Edital – Concorrência Sesc em Minas nº0008/2021, esta Ata segue para Comissão Permanente de Licitação para andamento conforme tramites do processo licitatório.


Sem mais nada a declarar pela Comissão, finalizamos a reunião.

Próxima reunião?

Sim
Não

Data:

Não se aplica


Ricardo Augusto Loureiro
Gerente de unidade
Sesc Venda Nova
Sesc em Minas


Priscilla D'Agostini de Faria
Gerente de Unidade
Sesc em Minas


Joyce Alvim Camargo
Coordenador Administrativo
Sesc Palladium
SESC - MG