ATA DE JULGAMENTO DO PLANO DE NEGÓCIO

Local:	Reunião realizada via teams	**Data:**	07/03/2022
Elaborada por:	Aline Cássia de Andrade Sayão	**Horário:**	11:00
Assunto:	Avaliação da Proposta Técnica (Modelo de Negocio)		

Participantes

Aline Cássia de Andrade Sayão	Analista de Nutrição
Joyce Alvim Camargo	Coordenadora Administrativa da Unidade do Sesc Palladium
Diogo Horta Miguel	Coordenador de Serviços Sociais
Priscilla D'Agostini de Faria	Gerente da unidade do Sesc Palladium
Ariana Kelly da Costa	Coordenador de Saude

Pauta

1. Julgamento da Proposta apresentada com base nos critérios descritos no anexo - Proposta Técnica e Proposta de Preço, da Concorrência nº 0001/2022

Item	Ação	Responsável	Data Limite	Observações
1	Analise dos quesitos da proposta técnica	Comissão Técnica Especial	7/3/22	

Detalhamento dos Assuntos Discutidos

Foi realizada no dia 07 de março de 2022, reunião da Comissão Técnica Especial, para tratar do julgamento do Plano de Negócio apresentado pela empresa participante do certame.
A proposta da análise da licitação é a técnica, elaborada no formato de Plano de Negócio, contemplando os itens mercado (inovação e criatividade; diversidade de público; gastronomia e diversidade de produtos); operação (impacto social) e comunicação (divulgação das ações de ocupação).
A avaliação da proposta técnica foi realizada pela Comissão, através do envelope não identificado.
O Plano de Negócio desenvolvido pela empresa para ser considerado validado, deveria alcançar uma pontuação mínima de 60 (sessenta) pontos da nota técnica em escala definida no quadro de níveis de proficiência pontuados junto aos critérios de avaliação.
Para atingir o mínimo necessário, a proponente deveria cumprir com cada um dos critérios, de acordo com a escala de proficiência.
Cada membro da comissão avaliou o plano de Negócio individualmente e em um consenso final analisada em conjunto, destacamos que a empresa proponente recebeu as seguintes notas, considerando a média:
1.Item Mercado – Inovação e Criatividade, a nota: 22,5
2.Item Mercado – Diversidade de público, a nota: 16,4
3.Item Mercado – Gastronomia e diversidade, a nota: 17,3
4.Item Operação – Impacto Social, considerando o impacto ambiental, a nota: 3,28
5.Item Operação – Impacto Social, considerando a rede de fornecedores, a nota: 3,36
6.Item Divulgação das Ações de Ocupação – considerando o plano de comunicação, a nota: 8
7.Item Divulgação das Ações de Ocupação – considerando a demonstração de uma ferramenta que auxilie na visualização do layout do projeto de ocupação, a nota: 3,5

Desta forma, a pontuação média alcançada pela proponente foi 74,34, atingindo a pontuação mínima exigida.

Conforme item 10.1.1.11 do Edital – Concorrência Sesc em Minas nº 0001/2022, esta Ata segue para a Comissão Permanente de Licitação para andamento conforme tramites do processo licitatório.

Próxima reunião? Sim ◌ Não ◉ **Data:**

Joyce Alvim Camargo
Coordenador Administrativo
Sesc Palladium
SESC - MG

Diogo Horta Miguel
Coordenador de Serviços Sociais
Sesc Palladium
Sesc em Minas

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

Aline Cassia de Andrade Sayão
Analista de Nutrição
Gerência de Saúde
Sesc em Minas

Ariana Kelly da Costa
Coordenador de Saúde
Gerência de Saúde
Sesc em Minas

EM BRANCO

CAFETERIA - COMISSÃO

Critérios de Avaliação		Detalhamento	Peso	Nota	Nota x Peso
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	7,4	11,1
		Apresentar propostas autorais de alimento ou bebida que valorizem a gastronomia regional. Entende-se como proposta autoral produtos que foram criados pelo proponente, que serão implementados ou que já estão disponíveis para venda.	1,5	7,6	11,4
	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).	1,5	8,4	12,6
		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.	0,5	7,6	3,8
	Gastronomia e Diversidade de Produtos (25)	Apresentar cartela de produtos a serem comercializados na cafeteria, bem como seus preços.	0,5	8,6	4,3
		Apresentar na cartela de produtos opções de alimentos que atendam à sazonalidade e diversidade gastronômica, com variedade de produtos considerando estações do ano.	0,5	6,2	3,1
		Apresentar na cartela de produtos opções de alimentos que atendam à diferentes horários do dia.	0,5	8,2	4,1
		Apresentar na cartela de produtos opções que contemplem pelo menos uma das restrições alimentares como intolerância à lactose, alergias alimentares entre outros, buscando diferencial.	0,5	3	1,5
		Conter na cartela de produtos opções e versões criativas e de valorização de alimentos regionais.	0,5	8,6	4,3
Operação	Impacto Social (10)	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 Cafeteria.	0,4	8,2	3,28
		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.	0,6	5,6	3,36
Comunicação	Divulgação das Ações de Ocupação (15)	Apresentar Plano de Comunicação buscando demonstrar as estratégias de captação e fidelização de público.	1	8	8
		Demonstrar através de croqui, imagens, simulações 3D, foto montagem ou qualquer ferramenta que auxilie na visualização do layout do projeto de ocupação.	0,5	7	3,5
					74,340

Aline Cassia de Andrade Sayão
Analista de Nutrição
Gerência de Saúde
Sesc em Minas

Diogo Horta Miguel
Coordenador de Serviços Jurídicos
Sesc Palladium
Sesc em Minas

Joyce Alvim Camargo
Coordenador Administrativo
Sesc Palladium
SESC - MG

Ariana Kelly da Costa
Coordenador de Saúde
Gerência de Saúde
Sesc em Minas

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

EM BRANCO

CAFETERIA - ALINE

Critérios de Avaliação		Detalhamento	Peso	Nota	Nota x Peso
		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	9	13,5
		Apresentar propostas autorais de alimento ou bebida que valorizem a gastronomia regional. 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).	1,5	9	13,5
		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.	0,5	8	4
	Gastronomia e Diversidade de Produtos (25)	Apresentar cartela de produtos a serem comercializados na cafeteria, bem como seus preços.	0,5	9	4,5
		Apresentar na cartela de produtos opções de alimentos que atendam à sazonalidade e diversidade gastronômica, com variedade de produtos considerando estações do ano.	0,5	5	2,5
		Apresentar na cartela de produtos opções de alimentos que atendam à diferentes horários do dia.	0,5	8	4
		Apresentar na cartela de produtos opções que contemplem pelo menos uma das restrições alimentares como intolerância à lactose, alergias alimentares entre outros, buscando diferencial.	0,5	1	0,5
		Conter na cartela de produtos opções e versões criativas e de valorização de alimentos regionais.	0,5	8	4
Operação	Impacto Social (10)	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 Cafeteria.	0,4	9	3,6
		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.	0,6	7	4,2
Comunicação	Divulgação das Ações de Ocupação (15)	Apresentar Plano de Comunicação buscando demonstrar as estratégias de captação e fidelização de público.	1	9	9
		Demonstrar através de croqui, imagens, simulações 3D, foto montagem ou qualquer ferramenta que auxilie na visualização do layout do projeto de ocupação.	0,5	9	4,5
					75,30

Aline Cassia de Andrade Sayão
Analista de Nutrição
Gerência de Saude
Sesc em Minas

EM BRANCO

CAFETERIA - ARIANA

Critérios de Avaliação		Detalhamento	Peso	Nota	Nota x Peso
		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 alimento ou bebida que valorizem a gastronomia regional. Entende-se como proposta autoral produtos que foram criados pelo proponente, que serão implementados ou que já estão disponíveis para venda.	1,5	8	12
	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).	1,5	6	9
		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.	0,5	8	4
	Gastronomia e Diversidade de Produtos (25)	Apresentar cartela de produtos a serem comercializados na cafeteria, bem como seus preços.	0,5	8	4
		Apresentar na cartela de produtos opções de alimentos que atendam à sazonalidade e diversidade gastronômica, com variedade de produtos considerando estações do ano.	0,5	8	4
		Apresentar na cartela de produtos opções de alimentos que atendam à diferentes horários do dia.	0,5	7	3,5
		Apresentar na cartela de produtos opções que contemplem pelo menos uma das restrições alimentares como intolerância à lactose, alergias alimentares entre outros, buscando diferencial.	0,5	2	1
		Conter na cartela de produtos opções e versões criativas e de valorização de alimentos regionais.	0,5	8	4
Operação	Impacto Social (10)	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 Cafeteria.	0,4	8	3,2
		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.	0,6	5	3
Comunicação	Divulgação das Ações de Ocupação (15)	Apresentar Plano de Comunicação buscando demonstrar as estratégias de captação e fidelização de público.	1	9	9
		Demonstrar através de croqui, imagens, simulações 3D, foto montagem ou qualquer ferramenta que auxilie na visualização do layout do projeto de ocupação.	0,5	7	3,5
					70,70

Ariana Kelly da Costa
Coordenador de Saúde
Gerência de Saúde
Sesc em Minas

EM BRANCO

CAFETERIA - DIOGO

Critérios de Avaliação		Detalhamento	Peso	Nota	Nota x Peso
		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 alimento ou bebida que valorizem a gastronomia regional. Entende-se como proposta autoral produtos que foram criados pelo proponente, que serão implementados ou que já estão disponíveis para venda.	1,5	9	13,5
	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).	1,5	9	13,5
		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.	0,5	6	3
	Gastronomia e Diversidade de Produtos (25)	Apresentar cartela de produtos a serem comercializados na cafeteria, bem como seus preços.	0,5	10	5
		Apresentar na cartela de produtos opções de alimentos que atendam à sazonalidade e diversidade gastronômica, com variedade de produtos considerando estações do ano.	0,5	4	2
		Apresentar na cartela de produtos opções de alimentos que atendam à diferentes horários do dia.	0,5	8	4
		Apresentar na cartela de produtos opções que contemplem pelo menos uma das restrições alimentares como intolerância à lactose, alergias alimentares entre outros, buscando diferencial.	0,5	2	1
		Conter na cartela de produtos opções e versões criativas e de valorização de alimentos regionais.	0,5	10	5
Operação	Impacto Social (10)	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 Cafeteria.	0,4	8	3,2
		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.	0,6	8	4,8
Comunicação	Divulgação das Ações de Ocupação (15)	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.	0,5	6	3
					75,50

Diogo Horta Miguel
Coordenador de Serviços Sociais
Sesc Palladium
Sesc em Minas

EM BRANCO

CAFETERIA - JOYCE

Critérios de Avaliação		Detalhamento	Peso	Nota	Nota x Peso
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 alimento ou bebida que valorizem a gastronomia regional. Entende-se como proposta autoral produtos que foram criados pelo proponente, que serão implementados ou que já estão disponíveis para venda.	1,5	8	12
	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).	1,5	10	15
		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.	0,5	8	4
	Gastronomia e Diversidade de Produtos (25)	Apresentar cartela de produtos a serem comercializados na cafeteria, bem como seus preços.	0,5	9	4,5
		Apresentar na cartela de produtos opções de alimentos que atendam à sazonalidade e diversidade gastronômica, com variedade de produtos considerando estações do ano.	0,5	9	4,5
		Apresentar na cartela de produtos opções de alimentos que atendam à diferentes horários do dia.	0,5	10	5
		Apresentar na cartela de produtos opções que contemplem pelo menos uma das restrições alimentares como intolerância à lactose, alergias alimentares entre outros, buscando diferencial.	0,5	5	2,5
		Conter na cartela de produtos opções e versões criativas e de valorização de alimentos regionais.	0,5	9	4,5
Operação	Impacto Social (10)	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 Cafeteria.	0,4	8	3,2
		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.	0,6	1	0,6
Comunicação	Divulgação das Ações de Ocupação (15)	Apresentar Plano de Comunicação buscando demonstrar as estratégias de captação e fidelização de público.	1	8	8
		Demonstrar através de croqui, imagens, simulações 3D, foto montagem ou qualquer ferramenta que auxilie na visualização do layout do projeto de ocupação.	0,5	6	3
					77,3

Joyce Alvim Camargo
Coordenador Administrativo
Sesc Palladium
SESC - MG

EM BRANCO

CAFETERIA - PRISCILLA

Critérios de Avaliação		Detalhamento	Peso	Nota	Nota x Peso
		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 alimento ou bebida que valorizem a gastronomia regional. Entende-se como proposta autoral produtos que foram criados pelo proponente, que serão implementados ou que já estão disponíveis para venda.	1,5	8	12
	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).	1,5	8	12
		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.	0,5	8	4
	Gastronomia e Diversidade de Produtos (25)	Apresentar cartela de produtos a serem comercializados na cafeteria, bem como seus preços.	0,5	7	3,5
		Apresentar na cartela de produtos opções de alimentos que atendam à sazonalidade e diversidade gastronômica, com variedade de produtos considerando estações do ano.	0,5	5	2,5
		Apresentar na cartela de produtos opções de alimentos que atendam à diferentes horários do dia.	0,5	8	4
		Apresentar na cartela de produtos opções que contemplem pelo menos uma das restrições alimentares como intolerância à lactose, alergias alimentares entre outros, buscando diferencial.	0,5	5	2,5
		Conter na cartela de produtos opções e versões criativas e de valorização de alimentos regionais.	0,5	8	4
Operação	Impacto Social (10)	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 Cafeteria.	0,4	8	3,2
		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.	0,6	7	4,2
Comunicação	Divulgação das Ações de Ocupação (15)	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.	0,5	7	3,5
					72,90

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

M BRANCO

Níveis de Proficiência		Evidências quanto ao conteúdo apresentado	Escala de pontuação
NA	Não Atende	• Não atende ou atende minimamente aos critérios;	0 a 1 ponto
		• Apresenta qualidade abaixo do esperado;	
		• O conceito não está claro, não está bem defendido;	
		• Apresenta informações imprecisas ou inconsistentes;	
AP	Atende Parcialmente	• Atende parcialmente;	2 a 5 pontos
		• Atende com padrão de qualidade regular;	
		• Sem inovação;	
AR	Atende	• O conceito apresentado expande as qualidades positivas da marca Sesc em Minas;	6 a 8 pontos
		• Apresenta evidências de inovação razoavelmente expressivas;	
AE	Atende com Excelência	• Atende plenamente aos critérios estabelecidos	9 a 10 pontos
		• Atende ao objetivo, superando o padrão estabelecido	
		• Apresenta análise além das informações	
		disponibilizadas pelo edital e seus anexos;	
		• Estabelece inovação efetiva para atendimento;	
		• A estratégia apresentada é ousada e supera as expectativas	
		• Apresenta dados relevantes inerentes ao Sesc em Minas e ao produto que será comercializado;	
		• Estabelece novos padrões de atuação e/ou desempenho	
		• Apresenta conceito inovador, que cria posição única.	

Ariana Kelly da Costa
Coordenador de Saúde
Gerência de Saúde
Sesc em Minas

Diogo Horta Miguel
Coordenador de Serviços Sociais
Sesc Palladium
Sesc em Minas

Joyce Alvim Camargo
Coordenador Administrativo
Sesc Palladium
SESC - MG

Aline Cássia de Andrade Sayão
Analista de Nutrição
Gerência de Saúde
Sesc em Minas

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

EM BRANCO