



Programa Específico de Apoio Financeiro para a Criatividade Cultural nos Bairros Comunitários do Ano de 2020 (Construção de Lojas Típicas de Gastronomia Comunitária pelas Acções Culturais e Criativas)

Boletim de Candidatura

1. Informações básicas da loja gastronómica

1.1 Designação da empresa Pastelaria XYZ

1.2 N.º do registo comercial 12XXX SO

1.3 Endereço de *email* inf@abc.com

1.4 N.º de telefone da empresa 28XXXXXX

1.5 Endereço da página electrónica www.abcXXX.com

1.6 Loja a ser melhorada (Própria propriedade Arrendada)

Endereço da loja Rua de XXX, n.º XXX, Bloco XXX, Edf. XXX de Macau

1.7 Endereço de correspondência Rua de XXX, n.º XXX, Bloco XXX, Edf. XXX de Macau
 (Idem)

1.8 Responsável

Nome Eric Chan

Cargo Chefe da loja

Telefone 6XXXXXX

Endereço de *email* XXX@abc.com.mo

1.9 Pessoa de contacto (Idem)

Nome Eric Chan

Cargo Chefe da loja

Telefone 6XXXXXX

Endereço de *email* XXX@abc.com.mo

2. Situação actual e plano do futuro da loja gastronómica

2.1 Situação de funcionamento da loja a ser melhorada

Volume de negócios do **ano anterior** (MOP): 3,000,000

Volume de negócios do **ano passado** (MOP): 3,500,000

N.º de clientes diário por média no ano passado: 150 pessoa(s)/dia

2.2 Licença administrativa ou documento comprovativo equivalente Não aplicável Portador

2.3 Ramo de actividades profissionais Fabricação e venda de alimentos

2.4 N.º de trabalhadores 7 pessoa(s)

2.5 Apresentação sobre a loja e descrição de produtos/serviços principais

A pastelaria XYZ, situada perto do "Grande Templo", tem a história mais de 50 anos, com as vendas principais de bolos chineses tradicionais, incluindo biscoitos de amêndoa, biscoitos de noz, bolos secos friáveis chineses, biscoitos de frango, etc. Há também bolos tradicionais, como bolo de ano novo chinês, bolos de arroz glutinosos tradicionais chineses, biscoitos de leitão, etc. A pastelaria tem vindo a insistir em usar matérias-primas, receitas e técnicas tradicionais por muitos anos para garantir o sabor de sempre. No 1.º e 15º dia de cada mês e nas festas, a pastelaria lança sempre o conjunto de bolos requintadamente embalado, que é a melhor oferta dos residentes do bairro ao "Grande Templo" para agradecer a Deus por gratidão.

Além dos bolos tradicionais, nos últimos anos, para atrair o consumo de turistas, a loja também tenta lançar produtos típicos com elementos chineses e portugueses, incluindo biscoitos de frango com sabor do bacalhau, bolos secos friáveis chineses com sabor de serradura, etc., mas as vendas de bolos tradicionais ainda representam mais de 80%.

Actualmente, os consumidores são principalmente os residentes do bairro. Como a pastelaria é estabelecida nesta zona há muitos anos, já se tornou um velho amigo familiar e amigável dos residentes do bairro. Portanto, o foco da pastelaria está sempre no controlo de qualidade e no desenvolvimento de produtos, mas não em marketing da marca. Nos últimos anos, o filho, Eric Chan, regressou a Macau para herdar os negócios do seu pai, pretendendo reforçar a divulgação e a promoção, bem como expandir o mercado a retalho de lembrança.

(Breve descrição sobre a história da criação da marca, o estilo e as características, o conceito de negócios, as características dos produtos/serviços, os preços e as informações da equipa, podendo ser usada folha adicional.)

2.6 Vantagens da loja (Seleccione, mais do que uma se precisar, e descreva-as.)

<input type="checkbox"/> Fundo e financiamento	
<input type="checkbox"/> Gestão	
<input checked="" type="checkbox"/> Produtos e serviços	Os bolos tradicionais mantêm o sabor original e os produtos novos têm sabor específico.
<input checked="" type="checkbox"/> História	A pastelaria têm mais de 50 anos de história
<input checked="" type="checkbox"/> Reputação	É o fornecedor de vários hotéis grandes, com uma boa reputação entre os residentes do bairro.
<input type="checkbox"/> Vias de venda	
<input type="checkbox"/> Outras	

2.7 Divulgação e promoção

Métodos de promoção mais utilizados actualmente:

Tomar raramente a iniciativa de realizar divulgação

Seleccione os métodos de promoção *online* utilizados actualmente (É possível optar mais do que um)

<input type="checkbox"/> Página electrónica oficial	<input checked="" type="checkbox"/> Rede social (como: Facebook, WeChat)
<input type="checkbox"/> Plataforma de comércio electrónico	<input type="checkbox"/> Publicidade na Internet
<input type="checkbox"/> Outras:	_____

Exemplo sobre o actual estado de utilização:

Actualizado por cada 2 semanas

Descrição adicional: Às vezes, distribuir panfletos e cupons

3. Solução de melhoramento da loja gastronómica

3.1 Qual é o motivo do melhoramento?

A pastelaria era principalmente fornecedor de grandes empresas do sector de restauração, cuja venda da loja física era principalmente para residentes do bairro, portanto, não prestava atenção à embalagem e marketing de produtos. A aparência actual da loja é antiga e a embalagem de produtos não muda há muitos anos, pelo que não se consegue atrair novos consumidores. Nos últimos anos, o filho assumiu o negócio e considerou que o mercado de bolos chineses tradicionais está diminuindo gradualmente, esperando que aproveite o turismo próspero de Macau para desenvolver um novo mercado de retalho de lembrança.

O dono novo trabalhava na área de publicidade por muitos anos e pretende adicionar, através de solução de melhoramento, criatividade à embalagem de bolos, a fim de aumentar a atratividade de produtos, permitindo que mais pessoas conheçam a história e as receitas tradicionais da pastelaria. Além disso, a loja tem vindo a desenvolver bolos com característica chinesa e portuguesa para expandir o mercado de turistas.

(Explique os motivos da candidatura a este Programa e as expectativas sobre o resultado do melhoramento. Pode-se fazer a descrição numa folha adicional.)

3.2 Percurso do desenvolvimento

A pastelaria XYZ foi criada em Macau na década de 1960. O fundador, Keith Chan, usou receitas secretas aprendidas em Guangzhou para vender bolos chineses na rua. Depois de mais de dez anos de experiência, a produção foi gradualmente reconhecida por residentes, por isso se abriu uma loja perto do "Grande Templo" e está em operação até agora.

A razão pela qual os bolos desta pastelaria se tornaram os bolos melhores para servir Deus no coração de residentes, é por causa de um conto antigo oral dos residentes: Muitos anos atrás, havia uma rapariga que não se encontrava o seu Senhor Certo. Ela insistia em visitar todos os templos conhecidos em Macau para fazer bênção, mas infelizmente não conseguiu. Um dia, a rapariga desanimada chegou ao "Grande Templo" e decidiu fazer a última bênção. Ela conhecia a produção da Pastelaria XYZ era o melhor através de testemunhos orais dos seus vizinhos, pelo que usou os bolos desta pastelaria para servir a Deus. Inesperadamente, no segundo dia, a rapariga encontrava-se o seu amigo de infância que não eram vistos por muitos anos. Depois, os dois apaixonaram-se e logo se casaram. Assim, os bolos da Pastelaria XYZ tornaram-se, no coração dos residentes, as ofertas melhores para servir Deus.

(Apresente brevemente o percurso do desenvolvimento e as características da loja gastronómica, em conjugação com a sua história. Pode-se fazer a descrição numa folha adicional.)

3.3 Design da imagem da marca, transformação de design de decoração interior e experiência relativa à criatividade cultural (Selecione uma, ou mais, devendo adicionar planta de design sobre cada item da solução de melhoramento)

Design da imagem da marca Design de logotipo Design de empacotamento Design de uniforme Design de listas de mercadorias/menu Outros: _____

Transformação de design de decoração interior Design de fachada Design de painéis de publicidade Design de imagem interna Planeamento de espaço (incluindo o planeamento da exposição de produtos e do procedimento) Outros: _____

Experiência relativa à criatividade cultural Gráfico Música Filmes Animação de banda desenhada Outras formas: Workshops de experiência

(Observação: Deve utilizar folha adicional para especificar cada item da solução de melhoramento, como plantas de design e ideias de design de logotipo, paredes da imagem interna, empacotamento, uniforme, listas de mercadorias/menu, produtos publicitários, ou conceitos e estruturação de música, filmes e animação, efectuando devida comparação antes de depois do melhoramento.)

Despesas de execução previstas: MOP 409 000

(Incluem-se os custos de materiais e de serviços profissionais na solução de melhoramento, devendo ser enumeradas no "6. Discriminação de Despesas de Execução Previstas", onde serão automaticamente calculadas)

3.4 Explicação sobre a solução de melhoramento

A fachada da loja não têm diferença com outras pastelarias tradicionais, além dos residentes antigos do bairro, outras pessoas não conhecem a estreita relação entre a loja, o "Grande Templo" e o costume de bênção de residentes do bairro; além disso, os produtos típicos com fusão chinesa e portuguesa não são destacados, assim, como criar uma imagem de marca clara e efectuar efetivamente divulgação e promoção, são os pontos principais da solução de melhoramento, o detalhe concreto é o seguinte:

Estabelecer uma imagem de marca unificada: criar novas marcas e logotipos, tendo como referência à arquitetura dos templos de Macau e extraíndo seus elementos visuais distintos para criar uniformes unificadas, listas de preços etc.. Para temas diferentes, nomeadamente, festivais, dia de Deus e vida quotidiana, lançam-se caixas de embalagem diárias, conjunto de presente para festivais, casamento e bênção. Os utensílios comuns nos templos são adicionados no design de interiores, tais como varas de fortuna, placa com bom significado, fotos históricas, estórias de marca etc. para destacar a imagem da marca.

Aperfeiçoar os métodos de exibição de produtos e a distribuição interna: Actualmente, a exibição de bolos do tipo tradicionais, chinês e português é misturada, pelo que em primeiro lugar, é necessário planejar a divisão do espaço actual, do qual, 80% é usado para a exibição de bolos tradicionais e 20% para a de bolos chineses e portugueses. O espaço de exibição e a parede de imagens dos bolos tradicionais são usados para apresentar as crenças populares locais, ofertas tradicionais e métodos de bênção, enquanto o espaço de bolos típicos sino-portugueses é usado para apresentar a gastronomia típica de Macau integrada nos produtos.

Usar métodos diversificados de divulgação: reforçar a promoção na Internet. Nesta fase, aumentar a frequência das actualizações do Facebook, publicar, regularmente no Facebook, conhecimentos sobre os costumes e as crenças de Macau, ligações de diferentes festivais e bolos, com apresentação da sua origem e processo de produção. Além disso, para aumentar o reconhecimento da marca por consumidores, realizará workshops de experiência, onde os consumidores poderão experimentar pessoalmente o divertimento de fazer bolos e também criar sabor exclusivo de bolos com diferentes especiarias e ingredientes chineses e portugueses.

(Apresente o conceito geral da solução de melhoramento. Pode-se fazer a descrição numa folha adicional.)

3.5 Conteúdo da explicação adicional

Vários prémios de melhor fornecedor atribuídos por diversos hotéis

Reportado por vários meios de comunicação social de Macau e das regiões vizinhas

Vide anexos

(Por exemplo: fotografias da fachada e do interior da loja, listas de mercadorias/menu, empacotamento dos produtos, reportagens da comunicação social, registo de prémios. Pode-se fazer a descrição numa folha adicional.)

3.6 Influência da solução de melhoramento aos bairros comunitários

Desde a criação da loja, gradualmente se tornou parte da memória colectiva do bairro comunitário. A pastelaria XYZ não apenas representa sua marca, mas também reflecte o desejo à vida melhor dos residentes de Macau no passado. Portanto, a solução de melhoramento faz uma ligação entre a pastelaria, o "Grande Templo", os contos históricos antigos, crenças populares locais de Macau e a gastronomia tradicional para festivais, usando a cultura tradicional para fazer embalagem do produto, a fim de permitir a geração mais jovem entender a história da gastronomia tradicional e ter vontade de experimentar, para além da sua preferência por bolos ocidentais, bolos tradicionais chineses.

Além disso, a solução produz, em combinação do conto da rapariga, um conjunto de presente de bolos, com bom significado para encontrar um amor de verdade, incluindo vários tipos de bolos e a apresentação sobre o templo visitado pela rapariga, o "Grande Templo" e alguns dos famosos pequenos templos e santuários localizados nos bairros de Macau, Deuses mais populares de Macau, os costumes e comida gradualmente esquecidos da cerimónia de bênção. Os consumidores podem levar os bolos, seguir os passos da rapariga e visitar as esquinas de Macau.

Portanto, em articulação com uma série de actividades offline, a solução de melhoramento pode ligar o "Grande Templo" e a pastelaria, para criar o "Grande Templo" como o símbolo característico deste bairro, com a interacção entre os dois, podendo impulsionar o fluxo de pessoas e também, por meio de costumes tradicionais, atrair turistas para fazer consumo em diversos bairros comunitários.

Vide a solução de melhoramento

(Explique a influência da solução de melhoramento aos bairros comunitários vizinhos, por exemplo, como pretende vitalizá-los. Pode-se fazer a descrição numa folha adicional.)

3.7 Situação de candidaturas de apoio financeiro em outras entidades públicas da Administração de Macau (as últimas três candidaturas)

Ano	Designação da entidade pública	Descrição detalhada
2019	DSE	Concessão de MOP 600 mil na modalidade de empréstimo sem juros pelo Plano de Apoio a PMEs

4. Informações básicas da empresa da criatividade cultural

4.1 Designação da empresa	Companhia DEF Limitada
4.2 N.º do registo comercial	54XXX SO
4.3 Endereço do <i>email</i>	inf@EDF.com
4.4 N.º de telefone da empresa	28XXXXXX
4.5 Página electrónica	www.edfXXX.com
4.6 Nome da Caixa Postal Electrónica Segura – SEPBox (se aplicável)	defcompany
4.6 Endereço da empresa	Rua de XXX, n.º XXX, Bloco XXX, Edf. XXX de Macau

5. Capacidade e experiência da empresa da criatividade cultural

5.1 Responsável

Nome	David Lei
Cargo	Director criativo
N.º de telefone	6XXXXXX
Endereço do <i>email</i>	XXX@edf.com.mo

5.2 Pessoa de contacto (Idem)

Nome	David Lei
Cargo	Director criativo
N.º de telefone	6XXXXXX
Endereço do <i>email</i>	XXX@edf.com.mo

5.3 Apresentação dos membros da equipa

Nome	David Lei
Cargo	Design da marca geral
Especialidade/Experiência profissional (Deve anexar o currículo)	Doutoramento de XXX na Universidade de XXX. Trabalhava na companhia listada XXX há mais de dez anos em design de marca e era responsável pelo desenvolvimento de sua marca XXX.
Nome	Peter Ng
Cargo	Responsável por projecto de divulgação e promoção
Especialidade/Experiência profissional (Deve anexar o currículo)	Licenciatura em Marketing na Universidade XXXX, envolvido na área de marketing por cinco anos e era responsável pelas actividades de marketing de XXX, XXX e XXX.

Chan

Lei

5.3 Apresentação dos membros da equipa (Continuação)

Nome	John Choi
Cargo	Responsável pela recolha de dados de crenças e costumes locais e desenvolvimento da criatividade cultural
Especialidade/Experiência profissional (Deve anexar o currículo)	Mestrado em Estudos Culturais na Universidade XXXX, envolvido nos projectos de construção de bairros comunitários há cinco anos e tinha participado nos trabalhos de planeamento sobre XXX, XXX e XXX.
Nome	
Cargo	
Especialidade/Experiência profissional (Deve anexar o currículo)	
Nome	
Cargo	
Especialidade/Experiência profissional (Deve anexar o currículo)	

5.4 Apresentação da empresa

A empresa está envolvida no design de imagem e na promoção geral da marca há quase dez anos, tendo fornecido anteriormente soluções de melhoramento gerais para várias lojas antigas em Macau e todas atingiram certos resultados, como XXX, XXX etc., podendo referir os detalhes nos anexos. Além de fornecer soluções de design, a empresa também dá recomendações, de acordo com a operação da loja antiga, sobre as actividades que possam destacar as características da loja antiga e realiza, ao mesmo tempo, uma avaliação de acompanhamento para quantificar o efeito de implementação da solução de melhoramento, efectuando assim aperfeiçoamentos e ajustamentos de acordo com a situação real, a fim de crescer juntamente com a loja antiga.

(Breve descrição sobre a equipa, nomeadamente, conceito, estilos e características, áreas de serviços e experiência respeitante, podendo ser usada folha adicional.)

Chan

Choi

6. Discriminação de Despesas de Execução Previstas

(Incluem-se os custos de materiais e de serviços profissionais na solução de melhoramento)

N.º	Classificação	Preço unitário (MOP)	Quantidade	Soma (MOP)
1	Renovação da fachada	20 000,00	1	20 000,00
2	Ornamento móvel - decorações	2 000,00	5	10 000,00
3	Ornamento móvel - mostruários	2 000,00	5	10 000,00
4	Ornamento móvel – parede de imagem	5 000,00	5	25 000,00
5	Saco de papel para embalagem	2,00	10 000	20 000,00
6	Uniforme da empresa	300,00	20	6 000,00
7	Despesas de impressão de materiais promocionais	10,00	5 000	50 000,00
8	Produção e emissão de vídeos promocionais	20 000,00	5	100 000,00
9	Caixa de embalagem	20,00	5 000	100 000,00
10	Workshops de experiência	1 000,00	8	8 000,00
11	Despesas em publicidade na Internet	20 000,00	3	60 000,00
12				
13				
14				
15				
16				
17				
18				
19				
20				
Total das despesas de execução:				409 000,00

Chan

Lin

Declaração

1. Esta loja e esta empresa da criatividade cultural declaram e garantem que irão cooperar no âmbito da solução de melhoramento, e apresentar conjuntamente candidatura de apoio financeiro ao Fundo das Indústrias Culturais (FIC), sendo verídico todo o conteúdo e informações constantes do presente Boletim de Candidatura, das folhas adicionais relevantes e demais documentos entregues. Qualquer alteração será sujeita ao consentimento prévio por escrito por parte do FIC.
2. Esta loja e esta empresa da criatividade cultural confirmam que leram, entendem e concordam com o conteúdo contido no Regulamento Administrativo n.º 26/2013 (Fundo das Indústrias Culturais), alterado pelo Regulamento Administrativo n.º 11/2019, no Despacho do Chefe do Executivo n.º 16/2018 (Regulamento da Concessão de Apoio Financeiro pelo Fundo das Indústrias Culturais), alterado pelo Despacho do Chefe do Executivo n.º 180/2019, e no Programa Específico de Apoio Financeiro para a Criatividade Cultural nos Bairros Comunitários (Construção de Lojas Típicas de Gastronomia Comunitária pelas Acções Culturais e Criativas) do Ano de 2020, confirmando que a presente candidatura fica vinculada aos respectivos termos.
3. Para determinar se os candidatos possuem qualificação adequada, esta loja e esta empresa da criatividade cultural concordam que o FIC possa, nos termos da Lei n.º 8/2005 (Lei da Protecção de Dados Pessoais), adoptar quaisquer meios, incluindo a interconexão de dados, a fim de verificar os dados pessoais que entenda necessários para efeitos de aprovação da solução de melhoramento e termos subsequentes nos procedimentos.
4. Esta loja e esta empresa da criatividade cultural tomaram conhecimento de que podem apresentar reclamação nos termos do disposto no Código do Procedimento Administrativo.
5. Esta empresa da criatividade cultural declara que, a solução de melhoramento possui a originalidade. No caso da solução de melhoramento obter a concessão de apoio financeiro do FIC, a respeitante loja típica tem o direito de utilização do resultado de design. Sem o prévio consentimento da loja gastronómica em causa, a empresa da criatividade cultural não deverá desviá-lo para outras finalidades.

Assinatura do empresário comercial, pessoa singular, ou dos representantes legais do empresário comercial, pessoa colectiva (É favor de assinar em conformidade com o documento de identificação e carimbar com o selo da empresa)

Para efeitos de aplicação dos termos do Despacho do Chefe do Executivo n.º 16/2018, alterado pelo Despacho do Chefe do Executivo n.º 180/2019, **concordamos**/ **não concordamos** que o FIC preste auxílio na obtenção de informações necessárias desta loja e desta empresa da criatividade cultural, junto da Direcção dos Serviços de Justiça e da Direcção dos Serviços de Finanças.

Loja gastronómica

1	Nome: Keith Chan	Assinatura: <i>Keith Chan</i>
	N.º do documento de identificação: 5XXXXXX(X)	
	Data: 2020-07-01	
2	Nome:	Assinatura:
	N.º do documento de identificação:	
	Data:	
3	Nome:	Assinatura:
	N.º do documento de identificação:	
	Data:	



Empresa cultural e criativa

1	Nome: David Lei	Assinatura: <i>David Lei</i>
	N.º do documento de identificação: 5XXXXXX(X)	
	Data: 2020-07-01	
2	Nome:	Assinatura:
	N.º do documento de identificação:	
	Data:	
3	Nome:	Assinatura:
	N.º do documento de identificação:	
	Data:	





澳門特別行政區政府
Governo da Região Administrativa Especial de Macau
文化產業基金
Fundo das Indústrias Culturais

Programa Específico de Apoio Financeiro para a Criatividade Cultural nos Bairros Comunitários do Ano de 2020 (Construção de lojas típicas de gastronomia comunitária pelas acções culturais e criativas)

Descrição panorâmica sobre a solução de melhoramento da lojas de gastronomia

Descrição panorâmica sobre a solução de melhoramento da lojas de gastronomia	
Designação da marca (Numa frase)	Bolos para amor de verdade (Indique o nome da marca da lojas de gastronomia, devendo reponderar se haja possibilidade de requerer o registo de marca comercial, se ele permita relacionar facilmente com as características das mercadorias; especificar a personalidade singular da marca, quer em termos da pronúncia fácil, quer em termos da formação de imagens na mente de clientes. Deverá evitar utilizar nomes vulgares que se encontram utilizados amplamente.)
Palavra de chave exclusiva (Numa frase)	Bolos dos namorados (Estruture uma palavra simples que seja lida de cor facilmente, e, apropriada para a citação da comunicação social, integrando as características da loja, fazendo com que os clientes potenciais relacionem a loja por uma palavra exclusiva. Pode-se concebê-la tendo em conta o espírito da marca, as características do procedimento de produção e das mercadorias, e, as personalidades da alma.)
Conceito da história da marca (Limite de 200 palavras)	Muitos anos atrás, havia uma rapariga que não se encontrava o seu Senhor Certo. Ela insistia em visitar todos os templos conhecidos em Macau para fazer bênção, mas infelizmente não conseguiu. Um dia, a rapariga desanimada chegou ao "Grande Templo" e decidiu fazer a última bênção. Ela conhecia a produção da Pastelaria XYZ era o melhor através de testemunhos orais dos seus vizinhos, pelo que usou os bolos desta pastelaria para servir a Deus. Inesperadamente, no segundo dia, a rapariga encontrava-se o seu amigo de infância que não eram vistos por muitos anos. Depois, os dois apaixonaram-se e logo se casaram. Assim, os bolos da Pastelaria XYZ tornaram-se, no coração dos residentes, as ofertas melhores para servir Deus.

	<p>(Conte concisamente a história da marca da loja, integrando as características da loja: utilizando 100 a 200 palavras para a versão curta da história da marca, que serão impressas nas caixas de empacotar e afixadas nas paredes de descrição da imagem na loja etc. Pode-se optar, ainda, por utilizar 1 000 a 1 500 palavras para a versão cumprida da história da marca, que sejam apropriadas para a publicação em <i>websites</i> e a citação da comunicação social etc.)</p>
<p><i>Slogan</i>/palavra de ordem na publicidade (Numa ou duas frases)</p>	<p>Bolos da sorte para encontrar um amor de verdade</p> <p>(Faça <i>slogan</i> e palavra de ordem de publicidade da marca, integrando as características da loja, no sentido de servir-se quer para o posicionamento da valorização da marca, quer para o resumo promocional do conceito da marca, especificando o que a marca interpreta, o que a marca poderá proporcionar experiências fora de vulgar aos clientes.)</p>
<p>Planta de design</p>	<p>No total de <u>10</u> folhas.</p>



Keith Chan

DEF
COMPANY

David Lei