

<b>Proposta:</b> 01	<b>Avaliador:</b> Claudia Midori Tanabe Galvão
<b>2.2.1. Quesito 1 – Plano de Comunicação Digital</b>	
<b>2.2.1.1. Subquesito 1 – Raciocínio Básico</b>	<b>Parciais (0-5)</b>
<b>a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades da CONTRATANTE e do contexto de sua atuação.</b> a proposta demonstrou razoável compreensão sobre a categoria da Enfermagem, com pouca imprecisão sobre sua condição atual. A compreensão sobre o Coren-SP teve pouca falha de clareza quanto as atribuições com os profissionais inscritos e essa relação com a sociedade.	4
<b>b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação digital identificadas.</b> adequada análise do histórico resumido e anseios da Enfermagem, bem como das características atuais de nossa comunicação institucional, mostrando coerência na identificação das necessidade e na proposição.	5
<b>c) a assertividade demonstrada na análise e compreensão do desafio de comunicação a ser superado pela CONTRATANTE e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.</b> a partir da boa análise das características de nossas redes sociais atuais, demonstrou compreender os desafios da instituição no âmbito da comunicação com proposições adequadas e claras.	5
(escala: nota $\leq 5 \times 2$ )	<b>Nota do subquesito 1 (0-10):</b> 9,333333
<b>2.2.1.2. Subquesito 2 – Estratégia de Comunicação Digital</b>	<b>Parciais (0-5)</b>
<b>a) a adequação da linha temática e conceitual que fundamenta a solução proposta à natureza e às atividades da CONTRATANTE, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação.</b> não tive clareza sobre qual a linha temática proposta para o todo.	3
<b>b) as possibilidades de interpretações positivas para a comunicação digital da CONTRATANTE no relacionamento com seus públicos.</b> boas propostas de trabalhar cada rede social segundo ferramentas e perfil de público, o que atende a uma limitação nossa, e sobre divulgação de eventos; apresentou algumas estratégias já existentes ou discutíveis: respostas padrão e tempo, revista, eleição e algumas ações.	4
<b>c) a consistência técnica da apresentação e defesa das fases e dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Digital pela licitante e sua capacidade de articular os conhecimentos sobre a CONTRATANTE, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.</b> não tive clareza dos objetivos específicos quanto a tudo que foi proposto e no que já citei acima; pouco detalhamento das ações.	3
<b>d) a pertinência das relações de causa e efeito entre a Estratégia de Comunicação Digital proposta e os efeitos e resultados esperados.</b> não tive clareza da relação "causa e efeito" entre as ações propostas, que foram pouco detalhadas, e dos resultados esperados repetem os objetivos. Faltou maior esclarecimento sobre como se relacionam.	3
<b>e) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Digital, considerada a verba referencial estabelecida no Briefing.</b> o Briefing não determina verba, de modo que o apresentado está de acordo.	5
(escala: nota $\leq 5 \times 4$ )	<b>Nota do subquesito 2 (0-20):</b> 14,4
<b>2.2.1.3. Subquesito 3 – Solução de Comunicação Digital</b>	<b>Parciais (0-5)</b>
<b>a) o alinhamento das ações e/ou peças de comunicação digital com a estratégia proposta.</b> apresentou propostas adequadas e alguns exemplos de peças para as principais redes sociais, porém as soluções contemplam demasiadamente serviços e ações que não estão previstas no contrato (Apêndice I) ou que não me parecem ser do âmbito da Comunicação Digital: webséries, cobertura de eventos, podcast/videocast, ações internas e ações sociais, etc., o que parece ter deixados as redes sociais, objeto principal da contratação, em segundo plano.	3

b) a pertinência da proposta com a natureza do CONTRATANTE e com o desafio e objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.			
foram apresentadas boas propostas de ações como todo, porém muitas não contempladas na contratação de Comunicação Digital. As ações para público interno soaram pouco confusas e não ficou claro o objetivo específico, considerando-se o Briefing.		3	
c) a adequação das ações e/ou peças de comunicação digital ao perfil dos segmentos de público-alvo.			
considerando o já exposto nos critérios acima avaliados, trouxe boas propostas de segmentação de assuntos nas redes sociais, deu muita atenção a serviços e ações não contemplados na contratação e alguns sem objetivo esclarecido.		3	
d) a compatibilidade das ações e/ou peças de comunicação digital com os recursos próprios, ambientes, plataformas ou ferramentas a que se destinam.			
somado ao já exposto nos critérios acima avaliados, propôs algumas ações que superam as ferramentas oferecidas em cada plataforma, demandando mais contratações não previstas.		3	
e) a originalidade da proposta e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta.			
as propostas de ações para as redes sociais foram adequadas, ainda que muitas daquelas executáveis já venham sendo aplicadas.		4	
f) a harmonia e o equilíbrio visual da solução proposta e a usabilidade, navegabilidade, acessibilidade e funcionalidade das ações.			
atendeu ao critério razoavelmente no que se pôde verificar nas peças apresentadas. É necessário apurar a revisão de textos (erros de digitação), o banco de imagens de pouca variedade e a coesão nos card entre imagem e assunto/tema.		3	
g) a exequibilidade das ações e/ou peças de comunicação digital, com base no investimento disponível.			
o Briefing não determina verba, no entanto, o Apêndice I indica valor e serviços a contratar, o que entendo que poderia ser considerado na formulação da solução com maior foco.		4	
(escala: nota ≤ 5 x 4)		Nota do subquesto 3 (0-20):	13,1
2.2.1.4. Subquesto 4 – Plano de Implementação		Parciais (0-5)	
a) a adequação do cronograma de implementação, ativação, continuidade, manutenção, conclusão das ações e/ou peças de comunicação digital, considerado o grau de complexidade de sua execução técnica e as especificidades do desafio e dos objetivos de comunicação apresentados no Briefing.			3
conforme já mencionado na análise de critérios anteriores, tendo sido pouco justificadas algumas das ações propostas, não se pôde verificar plenamente os requisitos desse item.			
b) o grau de eficiência, a economicidade e a otimização dos recursos na utilização da verba referencial estabelecida no Briefing, demonstrados no orçamento para desenvolvimento da proposta.			3
não houver verba estabelecida no briefing, no entanto, tendo sido pouco justificadas algumas das ações propostas, não se pôde verificar plenamente os requisitos desse item.			
c) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa do plano de mídia, se for o caso.			3
não houve adequada consistência técnica na proposição das ações de solução apresentadas e, portanto, no plano.			
d) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da solução de comunicação digital, se for o caso.			3
não ficou demonstrado pleno conhecimento sobre o público-alvo do Coren-SP, principalmente no que se propõe para as redes sociais, sendo o Instagram nossa principal rede.			
(escala: nota ≤ 5 x 4)		Nota do subquesto 4 (0-20):	12,0
Nota do Quesito 1 (0-70):		48,9	ou 69,8231 % do quesito
Assinatura do(a) responsável pela avaliação:		Data: 26/06/2023	

<b>Proposta:</b> 02	<b>Avaliador:</b> Claudia Midori Tanabe Galvão
<b>2.2.1. Quesito 1 – Plano de Comunicação Digital</b>	
<b>2.2.1.1. Subquesito 1 – Raciocínio Básico</b>	<b>Parciais (0-5)</b>
<b>a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades da CONTRATANTE e do contexto de sua atuação.</b> <i>a seção Raciocínio Básico é sucinta, porém não demonstrou ter captado as características e necessidades específicas do Coren-SP e seu público.</i>	3
<b>b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação digital identificadas.</b> <i>foi muito breve na avaliação de nossas redes sociais institucionais, apresentando propostas que soaram muito gerais.</i>	3
<b>c) a assertividade demonstrada na análise e compreensão do desafio de comunicação a ser superado pela CONTRATANTE e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.</b> <i>não citou os desafios de comunicação que o briefing traz, mantendo, como já mencionado, uma compreensão mais vaga sobre características específicas sobre nossas redes sociais e o perfil do público, bem como sobre a instituição.</i>	3
(escala: nota $\leq 5 \times 2$ )	<b>Nota do subquesito 1 (0-10):</b> 6
<b>2.2.1.2. Subquesito 2 – Estratégia de Comunicação Digital</b>	<b>Parciais (0-5)</b>
<b>a) a adequação da linha temática e conceitual que fundamenta a solução proposta à natureza e às atividades da CONTRATANTE, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação.</b> <i>apresentou linha temática e conceitual, porém as imprecisões na compreensão das atribuições e razão de ser do Coren-SP levaram a propostas equivocadas (ex.: focar em estimular cadastro de novos profissionais; não citar demais categorias da enfermagem) ou, ainda, ausência de proposta para alguns desafios (como falar sobre as obrigações profissionais, anuidades e processos éticos).</i>	2
<b>b) as possibilidades de interpretações positivas para a comunicação digital da CONTRATANTE no relacionamento com seus públicos.</b> <i>considerando o já citado no critério acima, faltou explorar temas trazidos no briefing, como o pagamento de taxas, obrigações profissionais, questões trabalhistas, etc.</i>	3
<b>c) a consistência técnica da apresentação e defesa das fases e dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Digital pela licitante e sua capacidade de articular os conhecimentos sobre a CONTRATANTE, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.</b> <i>houve falha na compreensão adequada sobre a instituição, de modo que, ainda que mantendo foco em estratégias (muito resumidas) para nossas principais redes sociais, não demonstrou consistência técnica satisfatória.</i>	2
<b>d) a pertinência das relações de causa e efeito entre a Estratégia de Comunicação Digital proposta e os efeitos e resultados esperados.</b> <i>não tive clareza da relação "causa e efeito" entre as ações propostas, que foram pouquíssimo detalhadas, e dos resultados esperados.</i>	2
<b>e) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Digital, considerada a verba referencial estabelecida no Briefing.</b> <i>o Briefing não determina verba, de modo que o apresentado está de acordo.</i>	5
(escala: nota $\leq 5 \times 4$ )	<b>Nota do subquesito 2 (0-20):</b> 11,2
<b>2.2.1.3. Subquesito 3 – Solução de Comunicação Digital</b>	<b>Parciais (0-5)</b>
<b>a) o alinhamento das ações e/ou peças de comunicação digital com a estratégia proposta.</b> <i>seguir a linha temática, que foi bem justificada, porém com poucas ações e peças apresentadas, e nenhuma proposta de melhor uso das ferramentas oferecidas em cada rede social. Não notei muito aperfeiçoamento na padronização e identidade visual proposta.</i>	3

b) a pertinência da proposta com a natureza do CONTRATANTE e com o desafio e objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.		3	
<i>foi mantido o foco em peças e ações voltadas à comunicação digital, porém se variedade. Ainda, considero que, dada a falha na adequada compreensão dos desafios, não demonstrou atendimento razoável ao quesito.</i>			
c) a adequação das ações e/ou peças de comunicação digital ao perfil dos segmentos de público-alvo.		2	
<i>a proposta apresenta pouca variação do que já é feito atualmente, não sendo possível identificar grande alteração no visual, padronização ou fortalecimento de identidade de marca.</i>			
d) a compatibilidade das ações e/ou peças de comunicação digital com os recursos próprios, ambientes, plataformas ou ferramentas a que se destinam.		3	
<i>atende ao quesito de forma básica, pois não explora nem propõe explorar os recursos e ferramentas disponíveis em cada plataforma/rede.</i>			
e) a originalidade da proposta e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta.		3	
<i>as propostas de ações para as redes sociais foram adequadas, ainda que muitas daquelas executáveis já venham sendo aplicadas.</i>			
f) a harmonia e o equilíbrio visual da solução proposta e a usabilidade, navegabilidade, acessibilidade e funcionalidade das ações.		2	
<i>não notei grande harmonia e equilíbrio visual nas peças apresentadas, e me pareceram não destacar adequadamente os programas/ serviços/benefícios.</i>			
g) a exequibilidade das ações e/ou peças de comunicação digital, com base no investimento disponível.		5	
<i>oferece pouca variedade de ações e propostas. Estão dentro do referencial de peças e valores contratados.</i>			
(escala: nota ≤ 5 x 4)		Nota do subquesto 3 (0-20):	
		12,0	
2.2.1.4. Subquesto 4 – Plano de Implementação			Parciais (0-5)
a) a adequação do cronograma de implementação, ativação, continuidade, manutenção, conclusão das ações e/ou peças de comunicação digital, considerado o grau de complexidade de sua execução técnica e as especificidades do desafio e dos objetivos de comunicação apresentados no Briefing.		5	
<i>apresentou cronograma e plano mais detalhados, compreensíveis e exequíveis.</i>			
b) o grau de eficiência, a economicidade e a otimização dos recursos na utilização da verba referencial estabelecida no Briefing, demonstrados no orçamento para desenvolvimento da proposta.		3	
<i>tendo apresentado poucas propostas e poucos detalhes sobre algumas delas, não foi possível determinar plenamente eficiência e otimização dos recursos.</i>			
c) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa do plano de mídia, se for o caso.		4	
<i>apresentou plano de mídia razoável com consideração adequada sobre os tipos de plataformas a utilizar.</i>			
d) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da solução de comunicação digital, se for o caso.		3	
<i>não ficou demonstrado pleno conhecimento sobre o público-alvo do Coren-SP, suas formações e faixas etárias.</i>			
(escala: nota ≤ 5 x 4)		Nota do subquesto 4 (0-20):	
		15,0	
Nota do Quesito 1 (0-70):		44,2	ou 63,1429 % do quesito
Assinatura do(a) responsável pela avaliação:		Data: 26/06/2023	

<b>Proposta:</b> 03	<b>Avaliador:</b> Claudia Midori Tanabe Galvão
<b>2.2.1. Quesito 1 – Plano de Comunicação Digital</b>	
<b>2.2.1.1. Subquesito 1 – Raciocínio Básico</b>	<b>Parciais (0-5)</b>
<b>a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades da CONTRATANTE e do contexto de sua atuação.</b> <i>avaliou o perfil geral dos inscritos, o site e as redes sociais, de modo que pôde criar uma compreensão abrangente e acertada das relações desse conjunto, e os potenciais de cada uma das redes sociais utilizadas atualmente. Pouquíssima imprecisão ou ausências.</i>	4
<b>b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação digital identificadas.</b> <i>fez boa avaliação das redes sociais e site, bem como do perfil do profissional e sua rotina, e da necessidade de apresentar os benefícios do Conselho.</i>	5
<b>c) a assertividade demonstrada na análise e compreensão do desafio de comunicação a ser superado pela CONTRATANTE e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.</b> <i>apresentou clareza na identificação de boa parte dos desafios de comunicação e na definição dos objetivos, o que resultada em proposições adequadas.</i>	5
(escala: nota $\leq 5 \times 2$ )	<b>Nota do subquesito 1 (0-10):</b> 9,3333333
<b>2.2.1.2. Subquesito 2 – Estratégia de Comunicação Digital</b>	<b>Parciais (0-5)</b>
<b>a) a adequação da linha temática e conceitual que fundamenta a solução proposta à natureza e às atividades da CONTRATANTE, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação.</b> <i>apresentou linha temática e conceitual atrativas, com criatividade ao relacionar termos do Conselho e do seu público.</i>	5
<b>b) as possibilidades de interpretações positivas para a comunicação digital da CONTRATANTE no relacionamento com seus públicos.</b> <i>a estratégia e soluções apresentada são atrativas e denotam identificação e aproximação entre instituição e público.</i>	5
<b>c) a consistência técnica da apresentação e defesa das fases e dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Digital pela licitante e sua capacidade de articular os conhecimentos sobre a CONTRATANTE, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.</b> <i>apresentou técnica e argumentação detalhada de todo o proposto sobre a identidade visual, linha temática, etc. Faltou proposta para apresentar os serviços e obrigações legais dos profissionais, temas esses de conteúdos mais duros.</i>	4
<b>d) a pertinência das relações de causa e efeito entre a Estratégia de Comunicação Digital proposta e os efeitos e resultados esperados.</b> <i>analisou os pontos fortes das redes sociais atuais do Coren-SP, mantendo foco naquelas consideradas principais para reforçar seus atrativos e potenciais. Relação causa e efeito foi sugerida.</i>	4
<b>e) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Digital, considerada a verba referencial estabelecida no Briefing.</b> <i>o Briefing não determina verba, de modo que o apresentado está de acordo.</i>	5
(escala: nota $\leq 5 \times 4$ )	<b>Nota do subquesito 2 (0-20):</b> 18,4
<b>2.2.1.3. Subquesito 3 – Solução de Comunicação Digital</b>	<b>Parciais (0-5)</b>
<b>a) o alinhamento das ações e/ou peças de comunicação digital com a estratégia proposta.</b> <i>seguir a linha temática, que foi bem justificada e elaborada, trouxe criatividade e atratividade. Propôs uso das ferramentas oferecidas em cada plataforma.</i>	5

b) a pertinência da proposta com a natureza do CONTRATANTE e com o desafio e objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.		4	
<i>apresentou soluções pertinentes e com detalhamento das escolhas. Faltou proposta sobre como tratar dos temas mais desafiadores: anuidades, taxas e obrigações legais.</i>			
c) a adequação das ações e/ou peças de comunicação digital ao perfil dos segmentos de público-alvo.		5	
<i>ações e peças propostas são adequadas.</i>			
d) a compatibilidade das ações e/ou peças de comunicação digital com os recursos próprios, ambientes, plataformas ou ferramentas a que se destinam.		4	
<i>ações e peças propostas são compatíveis com recursos, ambientes e plataformas. Demais ferramentas oferecidas pelas plataformas poderiam ser também consideradas.</i>			
e) a originalidade da proposta e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta.		5	
<i>apresentou ideia coerente e criativa, com opções de interpretações e desdobramentos favoráveis.</i>			
f) a harmonia e o equilíbrio visual da solução proposta e a usabilidade, navegabilidade, acessibilidade e funcionalidade das ações.		5	
<i>atendeu ao requisito, com harmonia e equilíbrio visual destacados.</i>			
g) a exequibilidade das ações e/ou peças de comunicação digital, com base no investimento disponível.		5	
<i>Estão dentro do referencial de peças e valores contratados.</i>			
(escala: nota $\leq 5 \times 4$ )		Nota do subquesto 3 (0-20):	18,9
2.2.1.4. Subquesto 4 – Plano de Implementação		Parciais (0-5)	
a) a adequação do cronograma de implementação, ativação, continuidade, manutenção, conclusão das ações e/ou peças de comunicação digital, considerado o grau de complexidade de sua execução técnica e as especificidades do desafio e dos objetivos de comunicação apresentados no Briefing.		3	
<i>apresentou cronograma e plano de implementação pouco detalhados em suas fases.</i>			
b) o grau de eficiência, a economicidade e a otimização dos recursos na utilização da verba referencial estabelecida no Briefing, demonstrados no orçamento para desenvolvimento da proposta.		4	
<i>orçamento sucinto, não foi possível determinar plena eficiência e otimização dos recursos.</i>			
c) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa do plano de mídia, se for o caso.		4	
<i>argumentação justificada sobre o plano de mídia.</i>			
d) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da solução de comunicação digital, se for o caso.		5	
<i>aspectos gerais e específicos do público-alvo foram considerados na seleção das redes.</i>			
(escala: nota $\leq 5 \times 4$ )		Nota do subquesto 4 (0-20):	16,0
Nota do Quesito 1 (0-70):	62,6	ou	89,415 % do quesito
Assinatura do(a) responsável pela avaliação:		Data: 26/06/2023	

<b>Proposta:</b> 04	<b>Avaliador:</b> Claudia Midori Tanabe Galvão
<b>2.2.1. Quesito 1 – Plano de Comunicação Digital</b>	
<b>2.2.1.1. Subquesito 1 – Raciocínio Básico</b>	<b>Parciais (0-5)</b>
<b>a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades da CONTRATANTE e do contexto de sua atuação.</b> <i>apresentou análise completa, coesa e coerente, com ótima capacidade de percepção das características da instituição e de nosso público.</i>	5
<b>b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação digital identificadas.</b> <i>apresentou aspectos relevantes sobre a comunicação insitucional, objetivos e dificuldades, e perfil do público.</i>	5
<b>c) a assertividade demonstrada na análise e compreensão do desafio de comunicação a ser superado pela CONTRATANTE e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.</b> <i>identificou os desafios da comunicação institucional, a importância e o papel das redes sociais atualmente para o Coren-SP, podendo definir uma meta norteadora adequada.</i>	5
(escala: nota $\leq 5 \times 2$ )	<b>Nota do subquesito 1 (0-10):</b> 10
<b>2.2.1.2. Subquesito 2 – Estratégia de Comunicação Digital</b>	<b>Parciais (0-5)</b>
<b>a) a adequação da linha temática e conceitual que fundamenta a solução proposta à natureza e às atividades da CONTRATANTE, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação.</b> <i>um ponto bastante positivo foi a realização de pesquisa junto a profissionais de enfermagem para formular percepções sólidas sobre o público, seus anseios e grau de informação e desinformação sobre o Coren-SP. Dessa maneira, criou uma linha temática conceitual pertinente e consistente.</i>	5
<b>b) as possibilidades de interpretações positivas para a comunicação digital da CONTRATANTE no relacionamento com seus públicos.</b> <i>a estratégia apresentada foi bastante detalhada e planejada, o que supõe assegurar interpretações também bastante positivas.</i>	5
<b>c) a consistência técnica da apresentação e defesa das fases e dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Digital pela licitante e sua capacidade de articular os conhecimentos sobre a CONTRATANTE, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.</b> <i>técnica e argumentação detalhadas de todas as proposições e fases. Manteve especial atenção aos itens relacionados no Apêndice I.</i>	5
<b>d) a pertinência das relações de causa e efeito entre a Estratégia de Comunicação Digital proposta e os efeitos e resultados esperados.</b> <i>avaliou o uso e impacto de cada plataforma porpondo ações segmentadas, adequadas e possíveis para os nossos maiores canais, relacionando as ações aos efeitos esperados, de modo pertinente e esclarecido.</i>	5
<b>e) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Digital, considerada a verba referencial estabelecida no Briefing.</b> <i>o Briefing não detemina verba, de modo que o apresentado está de acordo.</i>	5
(escala: nota $\leq 5 \times 4$ )	<b>Nota do subquesito 2 (0-20):</b> 20,0
<b>2.2.1.3. Subquesito 3 – Solução de Comunicação Digital</b>	<b>Parciais (0-5)</b>
<b>a) o alinhamento das ações e/ou peças de comunicação digital com a estratégia proposta.</b> <i>proposta de ações ficou bem alinhada à estratégia.</i>	5

b) a pertinência da proposta com a natureza do CONTRATANTE e com o desafio e objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing. <i>apresentou solução pertinente e utilizou bem as ferramentas de cada plataforma. Alguns termos utilizados podem gerar efeito de confusão ou entendimento dúbio, algo que me pareceu preocupante.</i>		4
c) a adequação das ações e/ou peças de comunicação digital ao perfil dos segmentos de público-alvo. <i>ações e peças propostas são adequadas.</i>		5
d) a compatibilidade das ações e/ou peças de comunicação digital com os recursos próprios, ambientes, plataformas ou ferramentas a que se destinam. <i>ações e peças propostas são compatíveis com recursos, ambientes e plataformas.</i>		5
e) a originalidade da proposta e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta. <i>apresentou ideia pertinente, de razoável criatividade, com opções de interpretações e desdobramentos favoráveis de um modo geral, com necessidade de acerto de apenas um ou outro termo utilizado. Alguns vídeos trouxeram um aspecto soturno indesejável.</i>		4
f) a harmonia e o equilíbrio visual da solução proposta e a usabilidade, navegabilidade, acessibilidade e funcionalidade das ações. <i>atendeu ao requisito plenamente.</i>		5
g) a exequibilidade das ações e/ou peças de comunicação digital, com base no investimento disponível. <i>Estão dentro do referencial de peças e valores contratados.</i>		5
(escala: nota ≤ 5 x 4)		Nota do subquesto 3 (0-20): 18,9
2.2.1.4. Subquesto 4 – Plano de Implementação		Parciais (0-5)
a) a adequação do cronograma de implementação, ativação, continuidade, manutenção, conclusão das ações e/ou peças de comunicação digital, considerado o grau de complexidade de sua execução técnica e as especificidades do desafio e dos objetivos de comunicação apresentados no Briefing. <i>apresentou cronograma e plano de implementação bastante detalhados em suas fases.</i>		5
b) o grau de eficiência, a economicidade e a otimização dos recursos na utilização da verba referencial estabelecida no Briefing, demonstrados no orçamento para desenvolvimento da proposta. <i>atende ao requisito de forma consciente e bem argumentadas.</i>		5
c) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa do plano de mídia, se for o caso. <i>argumentação justificada e consistente sobre todo projeto.</i>		5
d) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da solução de comunicação digital, se for o caso. <i>aspectos gerais e específicos do público-alvo foram considerados na seleção das redes.</i>		5
(escala: nota ≤ 5 x 4)		Nota do subquesto 4 (0-20): 20,0
Nota do Quesito 1 (0-70): 68,9		ou 98,3673 % do quesito
Assinatura do(a) responsável pela avaliação:		Data: 29/06/2023

<b>Proposta:</b> 05	<b>Avaliador:</b> Claudia Midori Tanabe Galvão
<b>2.2.1. Quesito 1 – Plano de Comunicação Digital</b>	
<b>2.2.1.1. Subquesito 1 – Raciocínio Básico</b>	<b>Parciais (0-5)</b>
<b>a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades da CONTRATANTE e do contexto de sua atuação.</b> <i>a análise apresentada no Raciocínio Básico possui algumas inconsistências que interferiram um pouco na compreensão sobre a instituição e, portanto, nas proposições.</i>	4
<b>b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação digital identificadas.</b> <i>os aspectos apresentados são relevantes, mas me parece ter faltado maior atenção ou consideração às nossas redes sociais atuais.</i>	4
<b>c) a assertividade demonstrada na análise e compreensão do desafio de comunicação a ser superado pela CONTRATANTE e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.</b> <i>devido ao já exposto nos requisitos anteriores, tenho dúvidas sobre a plena compreensão e clareza da empresa sobre os objetivos e necessidades de nossa instituição.</i>	4
(escala: nota $\leq 5 \times 2$ )	<b>Nota do subquesito 1 (0-10):</b> 8
<b>2.2.1.2. Subquesito 2 – Estratégia de Comunicação Digital</b>	<b>Parciais (0-5)</b>
<b>a) a adequação da linha temática e conceitual que fundamenta a solução proposta à natureza e às atividades da CONTRATANTE, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação.</b> <i>as linhas temáticas propostas, ainda que justificadas, trouxeram alguns clichês sobre a categoria (ex.: Anjos da Linha de Frente) que podem mascarar o caráter técnico e científico da profissão.</i>	4
<b>b) as possibilidades de interpretações positivas para a comunicação digital da CONTRATANTE no relacionamento com seus públicos.</b> <i>considerando o exposto acima, vejo possibilidade de interpretações positivas, mas, ao mesmo passo, também negativas (ex.: Anjos da Linha de frente, uso de Ana Neri), o que gera preocupação.</i>	3
<b>c) a consistência técnica da apresentação e defesa das fases e dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Digital pela licitante e sua capacidade de articular os conhecimentos sobre a CONTRATANTE, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.</b> <i>não tive plena clareza sobre a consistência técnica e as fases propostas. Ressalto ainda que faltou revisão textual do conjunto apresentado, pois há um excesso de erros de digitação e similares.</i>	3
<b>d) a pertinência das relações de causa e efeito entre a Estratégia de Comunicação Digital proposta e os efeitos e resultados esperados.</b> <i>entendo que faltou um maior e melhor detalhamento de como ocorrerá a relação "causa e efeito".</i>	3
<b>e) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Digital, considerada a verba referencial estabelecida no Briefing.</b> <i>o Briefing não determina verba, de modo que o apresentado está de acordo.</i>	5
(escala: nota $\leq 5 \times 4$ )	<b>Nota do subquesito 2 (0-20):</b> 14,4
<b>2.2.1.3. Subquesito 3 – Solução de Comunicação Digital</b>	<b>Parciais (0-5)</b>
<b>a) o alinhamento das ações e/ou peças de comunicação digital com a estratégia proposta.</b> <i>ações e peças estão alinhadas com a estratégia proposta, porém foram apresentadas poucas peças e formatos, o que impossibilitou visualizar um padrão de marca, e de pouca criatividade.</i>	3

b) a pertinência da proposta com a natureza do CONTRATANTE e com o desafio e objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.		3	
<i>conforme já exposto sobre os temas apresentados, muitas das proposta são pertinentes e foram justificadas, com exceção ao uso do WhatsApp e da animação neste, a qual carece de outros recursos para sua aplicabilidade.</i>			
c) a adequação das ações e/ou peças de comunicação digital ao perfil dos segmentos de público-alvo.		3	
<i>ações e peças propostas parecem ser adequadas, ainda que pouco criativas.</i>			
d) a compatibilidade das ações e/ou peças de comunicação digital com os recursos próprios, ambientes, plataformas ou ferramentas a que se destinam.		4	
<i>conforme mencionado, a proposta sobre implantar o WhatsApp como canal de comunicação e utilizar a animação de inteligência artificial não é viável no momento. As demais ferramentas das redes sociais principais não foram suficientemente exploradas.</i>			
e) a originalidade da proposta e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta.		3	
<i>a ideia não trouxe grande criatividade, ainda que as proposições tenham sido justificadas, e ainda há dúvidas sobre interpretações favoráveis de forma plena.</i>			
f) a harmonia e o equilíbrio visual da solução proposta e a usabilidade, navegabilidade, acessibilidade e funcionalidade das ações.		3	
<i>não foi possível notar uma identidade visual definida e houve pouco destaque ao nome Coren-SP e a categoria enfermagem.</i>			
g) a exequibilidade das ações e/ou peças de comunicação digital, com base no investimento disponível.		5	
<i>Estão dentro do referencial de peças e valores contratados.</i>			
(escala: nota ≤ 5 x 4)		Nota do subquesto 3 (0-20):	
		13,7	
2.2.1.4. Subquesto 4 – Plano de Implementação		Parciais (0-5)	
a) a adequação do cronograma de implementação, ativação, continuidade, manutenção, conclusão das ações e/ou peças de comunicação digital, considerado o grau de complexidade de sua execução técnica e as especificidades do desafio e dos objetivos de comunicação apresentados no Briefing.		3	
<i>apresentou cronograma e plano de implementação com visualização prejudicada pelo tamanho muito pequeno e formato, e de difícil interpretação.</i>			
b) o grau de eficiência, a economicidade e a otimização dos recursos na utilização da verba referencial estabelecida no Briefing, demonstrados no orçamento para desenvolvimento da proposta.		4	
<i>não tive plena clareza sobre eficiência e otimização dos recursos.</i>			
c) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa do plano de mídia, se for o caso.		3	
<i>não tive suficiente clareza sobre consistência técnica do plano de mídia.</i>			
d) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da solução de comunicação digital, se for o caso.		3	
<i>não foi esclarecida a opção pelo uso de WhatsApp para o público-alvo do Coren-SP.</i>			
(escala: nota ≤ 5 x 4)		Nota do subquesto 4 (0-20):	
		13,0	
Nota do Quesito 1 (0-70):		49,1	ou 70,1633 % do quesito
Assinatura do(a) responsável pela avaliação:		Data: 29/06/2023	