

Proposta: 01	Avaliador: Fábio Lopes Busian
2.2.1. Quesito 1 – Plano de Comunicação Digital	
2.2.1.1. Subquesito 1 – Raciocínio Básico	Parciais (0-5)
a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades da CONTRATANTE e do contexto de sua atuação. <i>Algumas mensagens muito me incomodaram, como no Dia Internacional da Enfermagem. "O cuidado também cura" me remeta à terapia ocupacional. Enfermagem não é cuidado, isso é algo que deve ser comum a todos os profissionais de saúde. Eles pegam no bsatente mesmo, até mais que os próprios médicos.</i>	3,50
b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação digital identificadas. <i>Duas camoanhas me incomodaram. A do Dia da Consciência Negra ficou vaga -- o que o COREN faz afinal pra mudar a realidade da parte preta da categoria? E devemos ter cuidado com o termo "negro". E a questão do "cuidado também cura" não caiu bem. Senti falta de um gatilho legal, uma chamada que norteasse a campanha.</i>	3,50
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. <i>Senti tudo muito genérico, faltou um foco maior da campanha. Uma mensagem de base. Além dos erros de mensagem citados acima.</i>	3,50
(escala: nota $\leq 5 \times 2$)	Nota do subquesito 1 (0-10): 7,00
2.2.1.2. Subquesito 2 – Estratégia de Comunicação Digital	Parciais (0-5)
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. <i>Senti falta de uma ideia central que baseasse na campanha. Interação com público nos stories foi uma boa ideia, mas não apresentou ineditismo ou novidade.</i>	3,75
b) as possibilidades de interpretações positivas para a comunicação digital da CONTRATANTE no relacionamento com seus públicos. <i>Repito o que foi dito no subquesito 1 A: "cuidado também cura" não foi uma boa opção.</i>	3,5
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 <i>Como dito nos dispostos acima, faltou uma ideia central.</i>	3,5
d) a pertinência das relações de causa e efeito entre a Estratégia de Comunicação Digital proposta e os efeitos e resultados esperados. <i>Senti uma campanha morna, genérica. Com muitas opções de artes e interação, mas pouca profundidade.</i>	3
e) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Digital, considerada a verba referencial estabelecida no Briefing. <i>Observando pragmativamente somente este quesito, as peças são totalmente executáveis. Sem objeção.</i>	5
(escala: nota $\leq 5 \times 4$)	Nota do subquesito 2 (0-20): 15,0
2.2.1.3. Subquesito 3 – Solução de Comunicação Digital	Parciais (0-5)
a) o alinhamento das ações e/ou peças de comunicação digital com a estratégia proposta. <i>Como dito nos dispostos acima, faltou uma ideia central.</i>	3,75
b) a pertinência da proposta com a natureza do CONTRATANTE e com o desafio e objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing. <i>Como dito nos dispostos acima, faltou uma ideia central. Além de mais dinamismo nas peças.</i>	3,5
c) a adequação das ações e/ou peças de comunicação digital ao perfil dos segmentos de público-alvo. <i>Apesar dos hiatos citas, falta do dinamismo e da ideia central, é bem multiplataforma. Atende bem esse quesito.</i>	4

d) a compatibilidade das ações e/ou peças de comunicação digital com os recursos próprios, ambientes, plataformas ou ferramentas a que se destinam.		5	
<i>Observando pragmaticamente somente este quesito, as peças são totalmente executáveis. Sem objeção.</i>			
e) a originalidade da proposta e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta.		3	
<i>Deixou a desejar em originalidade, exatamente por não estar ancorada numa ideia central.</i>			
f) a harmonia e o equilíbrio visual da solução proposta e a usabilidade, navegabilidade, acessibilidade e funcionalidade das ações.		4	
<i>Otimo diálogo entre as peças, mas sem força no conjunto da obra.</i>			
g) a exequibilidade das ações e/ou peças de comunicação digital, com base no investimento disponível.		5	
<i>Observando pragmaticamente somente este quesito, as peças são totalmente executáveis. Sem objeção.</i>			
(escala: nota $\leq 5 \times 4$)		Nota do subquesto 3 (0-20):	
		16,1	
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.		5	
<i>Observando pragmaticamente somente este quesito, as peças são totalmente executáveis. Sem objeção.</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.		5	
<i>Observando pragmaticamente somente este quesito, as peças são totalmente executáveis. Sem objeção.</i>			
c) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa do plano de mídia, se for o caso.		5	
<i>Observando pragmaticamente somente este quesito, as peças são totalmente executáveis. Sem objeção.</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.		4	
<i>A mensagem foi um pouco equivocada. faltou uma espinha dorsal que conduziu a campanha.</i>			
(escala: nota $\leq 5 \times 4$)		Nota do subquesto 4 (0-20):	
		19,0	
Nota do Quesito 1 (0-70):		57,1	ou 81,6327 % do quesito
Assinatura do(a) responsável pela avaliação:		Data: 26/06/2023	

Proposta: 02	Avaliador: Fábio Lopes Busian
2.2.1. Quesito 1 – Plano de Comunicação Digital	
2.2.1.1. Subquesito 1 – Raciocínio Básico	Parciais (0-5)
a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades da CONTRATANTE e do contexto de sua atuação. <i>As peças são parte essencial no entendimento do trabalho, das estratégias e de como aplicá-las. Tive a sensação de que tudo foi jogado no Canva e feito sem um padrão específico. Faltou mais carinho na apresentação visual da ideia.</i>	2
b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação digital identificadas. <i>Muito abaixo do esperado. Pouca vontade de apresentar o trabalho. Onde está a ideia central da campanha? Todas as peças parece que foram inseridas a esmo.</i>	2
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. <i>Faltou clareza em todas as análises. textos genéricos e subjetivos.</i>	2,5
(escala: nota $\leq 5 \times 2$)	Nota do subquesito 1 (0-10): 4,333333
2.2.1.2. Subquesito 2 – Estratégia de Comunicação Digital	Parciais (0-5)
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. <i>Não houve entrega de uma campanha contundente.</i>	2
b) as possibilidades de interpretações positivas para a comunicação digital da CONTRATANTE no relacionamento com seus públicos. <i>Mesma mensagem já existente, somente mudando o formato. Não trouxe uma novidade para o COREN-SP. Não identifica influenciadores, não exemplifica a campanha.</i>	2
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 <i>Como fazer? Explica o problema, mas sem dar a solução técnica específica. Tudo muito genérico. Precisa ser extremamente minucioso em como aplicar cada etapa da estratégia.</i>	2
d) a pertinência das relações de causa e efeito entre a Estratégia de Comunicação Digital proposta e os efeitos e resultados esperados. <i>Não surpreende em nenhum aspecto. Sentimento de reembalagem do mesmo produto.</i>	2
e) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Digital, considerada a verba referencial estabelecida no Briefing. <i>Observando pragmaticamente somente este quesito, as peças são totalmente executáveis. Sem objeção.</i>	5
(escala: nota $\leq 5 \times 4$)	Nota do subquesito 2 (0-20): 10,4
2.2.1.3. Subquesito 3 – Solução de Comunicação Digital	Parciais (0-5)
a) o alinhamento das ações e/ou peças de comunicação digital com a estratégia proposta. <i>Sem exemplificação da maioria da estratégia.</i>	2,5
b) a pertinência da proposta com a natureza do CONTRATANTE e com o desafio e objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing. <i>Repetindo alegações acima: faltou criatividade e estratégia específica.</i>	2
c) a adequação das ações e/ou peças de comunicação digital ao perfil dos segmentos de público-alvo. <i>Nenhum dinamismo nesse aspecto.</i>	3

d) a compatibilidade das ações e/ou peças de comunicação digital com os recursos próprios, ambientes, plataformas ou ferramentas a que se destinam.		5	
<i>Observando pragmaticamente somente este quesito, as peças são totalmente executáveis. Sem objeção.</i>			
e) a originalidade da proposta e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta.		5	
<i>Foram bem originais, com ótimas mensagens.</i>			
f) a harmonia e o equilíbrio visual da solução proposta e a usabilidade, navegabilidade, acessibilidade e funcionalidade das ações.		5	
<i>Peças dialogando bem, mensagens curtas e diretas. Ideias de fácil aplicação.</i>			
g) a exequibilidade das ações e/ou peças de comunicação digital, com base no investimento disponível.		5	
<i>Observando pragmaticamente somente este quesito, as peças são totalmente executáveis. Sem objeção.</i>			
<i>(escala: nota ≤ 5 x 4)</i>		Nota do subquesto 3 (0-20):	
		15,7	
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.		5	
<i>Observando pragmaticamente somente este quesito, as peças são totalmente executáveis. Sem objeção.</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.		5	
<i>Observando pragmaticamente somente este quesito, as peças são totalmente executáveis. Sem objeção.</i>			
c) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa do plano de mídia, se for o caso.		3,5	
<i>Não senti segurança nas explicações, muitas partes genéricas.</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.		4	
<i>Faltou uma espinha dorsal que conduziu a campanha.</i>			
<i>(escala: nota ≤ 5 x 4)</i>		Nota do subquesto 4 (0-20):	
		17,5	
Nota do Quesito 1 (0-70):		47,9	ou 68,4966 % do quesito
Assinatura do(a) responsável pela avaliação:		Data: 26/06/2023	

Proposta: 03	Avaliador: Fábio Lopes Busian
2.2.1. Quesito 1 – Plano de Comunicação Digital	
2.2.1.1. Subquesito 1 – Raciocínio Básico	Parciais (0-5)
a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades da CONTRATANTE e do contexto de sua atuação. <i>Comunicação direta, simples e eficiente. Gatilhos muitos bem utilizados, mas faltou mais dinamismo entre as peças.</i>	4
b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação digital identificadas. <i>Senti falta do dinamismo, mudança de cores para dinamizar mais os temas.</i>	3,75
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. <i>A mensagem foi muito bem explicada, apesar de insistir nas peças muito parecidas, com pouco dinamismo.</i>	4
(escala: nota $\leq 5 \times 2$)	Nota do subquesito 1 (0-10): 7,833333
2.2.1.2. Subquesito 2 – Estratégia de Comunicação Digital	Parciais (0-5)
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. <i>Ideia central bem interessante. A chamada, que variando sem perder a mensagem principal, foi uma ótima solução. Mas não gostei da interação visual.</i>	4
b) as possibilidades de interpretações positivas para a comunicação digital da CONTRATANTE no relacionamento com seus públicos. <i>Repito o que foi dito no subquesito 1 A: Ideia boa, mas mal aplicada. Faltou inteligência na apresentação das peças, muito comuns e frias, não passam de maneira plena o sentimento necessário que o COREN precisa enviar ao seu público alvo.</i>	4
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 <i>Agencia entregou o solicitado. Mas, como dito nos dispostos acima, faltou entregar um diálogo mais dinâmico com o público alvo.</i>	4
d) a pertinência das relações de causa e efeito entre a Estratégia de Comunicação Digital proposta e os efeitos e resultados esperados. <i>Acredito que a campanha está no tom certo, mas precisaria ter entrado em mais detalhes da profissão, puxado mais no sentimentalismo e, de novo, no diálogo com o público em geral. Por esse motivo, perde pontos.</i>	3,75
e) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Digital, considerada a verba referencial estabelecida no Briefing. <i>Observando pragmativamente somente este quesito, as peças são totalmente executáveis. Sem objeção.</i>	5
(escala: nota $\leq 5 \times 4$)	Nota do subquesito 2 (0-20): 16,6
2.2.1.3. Subquesito 3 – Solução de Comunicação Digital	Parciais (0-5)
a) o alinhamento das ações e/ou peças de comunicação digital com a estratégia proposta. <i>Repete-se aqui o que foi dito acima: otimas chamadas, mas faltou dinamismo nas artes.</i>	4,5
b) a pertinência da proposta com a natureza do CONTRATANTE e com o desafio e objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing. <i>Gostaria de uma solução menos sóbria. A campanha está muito bonita, mas muito formal pra linha atual do COREN.</i>	4
c) a adequação das ações e/ou peças de comunicação digital ao perfil dos segmentos de público-alvo. <i>Segue o que foi dito nos quesitos anteriores: queria mais dinamismo, para uma melhor ligação com o público representado pelo COREN.</i>	3,5

d) a compatibilidade das ações e/ou peças de comunicação digital com os recursos próprios, ambientes, plataformas ou ferramentas a que se destinam.		5
<i>Observando pragmaticamente somente este quesito, as peças são totalmente executáveis. Sem objeção.</i>		
e) a originalidade da proposta e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta.		5
<i>Neste quesito de mensagem e receptor, impecáveis.</i>		
f) a harmonia e o equilíbrio visual da solução proposta e a usabilidade, navegabilidade, acessibilidade e funcionalidade das ações.		4
<i>Faltou o dinamismo das artes dito acima.</i>		
g) a exequibilidade das ações e/ou peças de comunicação digital, com base no investimento disponível.		5
<i>Observando pragmaticamente somente este quesito, as peças são totalmente executáveis. Sem objeção.</i>		
(escala: nota $\leq 5 \times 4$)		Nota do subquesto 3 (0-20): 17,7
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.		5
<i>Observando pragmaticamente somente este quesito, as peças são totalmente executáveis. Sem objeção.</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.		5
<i>Observando pragmaticamente somente este quesito, as peças são totalmente executáveis. Sem objeção.</i>		
c) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa do plano de mídia, se for o caso.		5
<i>Observando pragmaticamente somente este quesito, as peças são totalmente executáveis. Sem objeção.</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>Observando pragmaticamente somente este quesito, as peças são totalmente executáveis. Sem objeção.</i>		
(escala: nota $\leq 5 \times 4$)		Nota do subquesto 4 (0-20): 20,0
Nota do Quesito 1 (0-70): 62,1		ou 88,7823 % do quesito
Assinatura do(a) responsável pela avaliação:		Data: 26/06/2023

Proposta: 04	Avaliador: Fábio Lopes Busian
2.2.1. Quesito 1 – Plano de Comunicação Digital	
2.2.1.1. Subquesito 1 – Raciocínio Básico	Parciais (0-5)
a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades da CONTRATANTE e do contexto de sua atuação. <i>Peças dinâmicas, com muito apelo visual (essencial para as redes sociais). Os vídeos curtos e assertivos me agradam. No autoplay, cai muito bem. Não gostei da fonte. Apesar de ser parecida com a do COREN, não dialoga com a arte. Muitas quinas no texto. Faltou leitura no fundo azul e fonte verde clara. Perde pontos nisso.</i>	4,25
b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação digital identificadas. <i>A mensagem é entendida com rapidez. "É com o COREN-SP" pega rápido, além de ter outra mensagem geral para o público alvo e para o público externo: "A Enfermagem é importante para todos".</i>	4,25
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. <i>Todo texto amarrado, peças bem elaboradas. Mas leitura é algo essencial, e faltou em algumas peças. Isso pesa demais.</i>	4
(escala: nota $\leq 5 \times 2$)	Nota do subquesito 1 (0-10): 8,3333333
2.2.1.2. Subquesito 2 – Estratégia de Comunicação Digital	Parciais (0-5)
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. <i>Faltou leitura em algumas peças, mas os vídeos curtos suprem essa carência. Perde pontos num aspecto, mas ganha em dinamismo.</i>	4,25
b) as possibilidades de interpretações positivas para a comunicação digital da CONTRATANTE no relacionamento com seus públicos. <i>Tirando a questão de dificuldade de leitura, a mensagem está bem clara.</i>	4,5
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 Ideias centrais bem explicadas, aplicação bem elaborada. Só alguns aspectos que tiram pontos (como descrito acima).	4,25
d) a pertinência das relações de causa e efeito entre a Estratégia de Comunicação Digital proposta e os efeitos e resultados esperados. <i>Se tivessem colocado um podcast, atingiria ainda mais público. Isso tira pontos.</i>	4,5
e) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Digital, considerada a verba referencial estabelecida no Briefing. <i>Observando pragmaticamente somente este quesito, as peças são totalmente executáveis. Sem objeção.</i>	5
(escala: nota $\leq 5 \times 4$)	Nota do subquesito 2 (0-20): 18,0
2.2.1.3. Subquesito 3 – Solução de Comunicação Digital	Parciais (0-5)
a) o alinhamento das ações e/ou peças de comunicação digital com a estratégia proposta. <i>Observando pragmaticamente somente este quesito, as peças são totalmente executáveis. Sem objeção.</i>	5
b) a pertinência da proposta com a natureza do CONTRATANTE e com o desafio e objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing. <i>Faltou um elemento, um podcast ou algo do tipo.</i>	4,25
c) a adequação das ações e/ou peças de comunicação digital ao perfil dos segmentos de público-alvo. <i>Observando pragmaticamente somente este quesito, as peças são totalmente executáveis. Sem objeção.</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.		5	
<i>Observando pragmaticamente somente este quesito, as peças são totalmente executáveis. Sem objeção.</i>			
e) a originalidade da proposta e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta.		5	
<i>Foram bem originais, com ótimas mensagens.</i>			
f) a harmonia e o equilíbrio visual da solução proposta e a usabilidade, navegabilidade, acessibilidade e funcionalidade das ações.		5	
<i>Peças dialogando bem, mensagens curtas e diretas. Ideias de fácil aplicação.</i>			
g) a exequibilidade das ações e/ou peças de comunicação digital, com base no investimento disponível.		5	
<i>Observando pragmaticamente somente este quesito, as peças são totalmente executáveis. Sem objeção.</i>			
<i>(escala: nota ≤ 5 x 4)</i>		Nota do subquesto 3 (0-20):	
		19,6	
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>Observando pragmaticamente somente este quesito, as peças são totalmente executáveis. Sem objeção.</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.		5	
<i>Observando pragmaticamente somente este quesito, as peças são totalmente executáveis. Sem objeção.</i>			
c) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa do plano de mídia, se for o caso.		5	
<i>Observando pragmaticamente somente este quesito, as peças são totalmente executáveis. Sem objeção.</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>Observando pragmaticamente somente este quesito, as peças são totalmente executáveis. Sem objeção.</i>			
<i>(escala: nota ≤ 5 x 4)</i>		Nota do subquesto 4 (0-20):	
		20,0	
Nota do Quesito 1 (0-70):		65,9	ou 94,1497 % do quesito
Assinatura do(a) responsável pela avaliação:		Data: 26/06/2023	

Proposta: 05	Avaliador: Fábio Lopes Busian
2.2.1. Quesito 1 – Plano de Comunicação Digital	
2.2.1.1. Subquesito 1 – Raciocínio Básico	Parciais (0-5)
a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades da CONTRATANTE e do contexto de sua atuação. <i>Textos confusos, com explicações extensas e que confundem o receptor. Ideia boa, mas mal aplicada. Faltou criatividade na apresentação das peças, muito comuns e frias, não passam de maneira plena o sentimento necessário que o COREN precisa enviar ao seu público alvo.</i>	3
b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação digital identificadas. <i>A IA foi uma boa ideia, mas mal aplicada -- nome COREN sendo dito com entonação errada "CÓREN", inadmissível. Pode fazer as pessoas começarem a chamar o COREN da forma errada. A persogagem da enfermagem me gerou estranheza, não parece segura da sua função. Enquadramento da persongaem de enfermagem estava irregular. Faltou cuidado no visual da enfermeira: gola amassada, blusa em tom muito marcante, muito brilho no rosto, microfone de lapela mal colocado. Sensação de vídeo caseiro. A edição está cumprindo seu papel, mas a mensagem ficou ruim por causa da personagem.</i>	3,5
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. <i>As peças estáticas ficaram aquém do esperado. Os vídeos foram uma boa iniciativa, mas mal aplicados. Senti que faltou maturidade na agência para tratar os temas do COREN, bem como não senti nenhuma novidade REAL nas artes.</i>	3,25
(escala: nota $\leq 5 \times 2$)	Nota do subquesito 1 (0-10): 6,5
2.2.1.2. Subquesito 2 – Estratégia de Comunicação Digital	Parciais (0-5)
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. <i>A ideia central é interessante, mas faltou mais inteligência na aplicação prática na mensagem que a agência se propôs.</i>	3,25
b) as possibilidades de interpretações positivas para a comunicação digital da CONTRATANTE no relacionamento com seus públicos. <i>Repito o que foi dito no subquesito 1 A: Ideia boa, mas mal aplicada. Faltou inteligência na apresentação das peças, muito comuns e frias, não passam de maneira plena o sentimento necessário que o COREN precisa enviar ao seu público alvo.</i>	3,25
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 <i>Agencia entregou o solicitado. Como dito nos dispostos acima, não achei interessante como foram aplicadas. Isso retira pontos deste concorrente.</i>	3,75
d) a pertinência das relações de causa e efeito entre a Estratégia de Comunicação Digital proposta e os efeitos e resultados esperados. <i>Causa e efeito entram nos aspectos mencionados em justificativas anteriores: a sensação ao receptor não foi a mais agradável. a escolha da arte e o formato do vídeo não foram satisfatórios. Não prendem a atenção. Num universo de muitas informações, é preciso se destacar, para não passar despercebido.</i>	3
e) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Digital, considerada a verba referencial estabelecida no Briefing. <i>Observando pragmativamente somente este quesito, as peças são totalmente executáveis. Sem objeção.</i>	5
(escala: nota $\leq 5 \times 4$)	Nota do subquesito 2 (0-20): 14,6
2.2.1.3. Subquesito 3 – Solução de Comunicação Digital	Parciais (0-5)
a) o alinhamento das ações e/ou peças de comunicação digital com a estratégia proposta. <i>Senti falta de capricho nos textos, para conectar estratégia proposta e artes. Exemplo: "Conheça a história de Maria. E veja como Bruna foi salva", muito amplo e vazio.</i>	3,25

b) a pertinência da proposta com a natureza do CONTRATANTE e com o desafio e objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing. <i>No contexto geral, queria uma solução mais inovadora. A IA foi uma boa sacada, por exemplo. Mas "Você sabia" é um artifício ultrapassado.</i>		3	
c) a adequação das ações e/ou peças de comunicação digital ao perfil dos segmentos de público-alvo. <i>Segue o que foi dito nos quesitos anteriores, faltou inovação. E não senti ligação entre público geral e representados pelo COREN. A estratégia de trabalhar de formas diferentes os dois públicos alvo causa distanciamento entre eles, o contrário do que um Conselho deve fazer.</i>		3	
d) a compatibilidade das ações e/ou peças de comunicação digital com os recursos próprios, ambientes, plataformas ou ferramentas a que se destinam. <i>Observando pragmaticamente somente este quesito, as peças são totalmente executáveis. Sem objeção.</i>		5	
e) a originalidade da proposta e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta. <i>Usar o "Você sabia" fez a agência perder muito pontos pela falta de originalidade. Diferir COREN de sindicato é interessante e necessário.</i>		3,5	
f) a harmonia e o equilíbrio visual da solução proposta e a usabilidade, navegabilidade, acessibilidade e funcionalidade das ações. <i>Entrega bem este quesito, somente aspectos de detalhes, como os erros na filmagem da enfermeira, coren com entonação errada de voz e falta de originalidade que fizeram a agência perder ponto.</i>		4	
g) a exequibilidade das ações e/ou peças de comunicação digital, com base no investimento disponível. <i>Observando pragmaticamente somente este quesito, as peças são totalmente executáveis. Sem objeção.</i>		5	
(escala: nota ≤ 5 x 4)		Nota do subquesto 3 (0-20):	15,3
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>Observando pragmaticamente somente este quesito, as peças são totalmente executáveis. Sem objeção.</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>Observando pragmaticamente somente este quesito, as peças são totalmente executáveis. Sem objeção.</i>		5	
c) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa do plano de mídia, se for o caso. <i>Observando pragmaticamente somente este quesito, as peças são totalmente executáveis. Sem objeção.</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>Observando pragmaticamente somente este quesito, as peças são totalmente executáveis. Sem objeção.</i>		5	
(escala: nota ≤ 5 x 4)		Nota do subquesto 4 (0-20):	20,0
Nota do Quesito 1 (0-70):		56,4	ou 80,551 % do quesito
Assinatura do(a) responsável pela avaliação:		Data: 26/06/2023	