

Proposta: 01	Avaliador: Julio Cesar Parmigiani Teixeira
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>Entendimento razoável das especificidades do COREN-SP</i>	4
b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação digital identificadas. <i>Mapeamento bem realizado sobre os canais digitais do COREN-SP</i>	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>Média compreensão dos objetivos e desafios do Briefing</i>	3
(escala: nota $\leq 5 \times 2$)	Nota do subquesito 1 (0-10): 8
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>Desconhecimento de especificidades, como identidade visual definida pelo Cofen</i>	3
b) as possibilidades de interpretações positivas para a comunicação digital da CONTRATANTE no relacionamento com seus públicos. <i>Muito enfoque no público interno, em desacordo com os objetivos do Briefing</i>	3
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>Desarticulação da estratégia com pontos do desafios de comunicação do Briefing, ao minimizar temas de relevância para a categoria, como questões trabalhistas</i>	2,5
d) a pertinência das relações de causa e efeito entre a Estratégia de Comunicação Digital proposta e os efeitos e resultados esperados.	4
e) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Digital, considerada a verba referencial estabelecida no Briefing.	5
(escala: nota $\leq 5 \times 4$)	Nota do subquesito 2 (0-20): 14,0
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>Replicando a falta de bom entendimento sobre o COREN-SP</i>	4
b) a pertinência da proposta com a natureza do CONTRATANTE e com o desafio e objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing. <i>Algumas propostas não pertinentes ao objetivos de comunicação do COREN-SP (conteúdo de entretenimento)</i>	2
c) a adequação das ações e/ou peças de comunicação digital ao perfil dos segmentos de público-alvo. <i>Muitas propostas de ações não adequadas ao público-alvo: questões de público interno</i>	2

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 incompatíveis com as atribuições da comunicação digital, como cobertura de eventos e ações sociais</i>	2
e) a originalidade da proposta e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta. <i>Pouca originalidade na proposta de soluções</i>	3
f) a harmonia e o equilíbrio visual da solução proposta e a usabilidade, navegabilidade, acessibilidade e funcionalidade das ações.	4
g) a exequibilidade das ações e/ou peças de comunicação digital, com base no investimento disponível. <i>Algumas propostas não exequíveis dentro do orçamento de comunicação digital, como ações sociais, as sugestões do público interno e a cobertura de eventos.</i>	2
<i>(escala: nota ≤ 5 x 4)</i> Nota do subquesto 3 (0-20): 10,9	
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>Cronograma inadequado, muitas atividades de alta complexidade concomitantes</i>	2
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>Orçamento não otimizado, itens como palestras internas com valores considerados exorbitantes</i>	2
c) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa do plano de mídia, se for o caso.	4
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>Falta de conhecimento sobre os hábitos do público-alvo (profissionais de enfermagem)</i>	3
<i>(escala: nota ≤ 5 x 4)</i> Nota do subquesto 4 (0-20): 11,0	
Nota do Quesito 1 (0-70): 43,9 ou 62,6531 % do quesito	
Assinatura do(a) responsável pela avaliação:	Data:

Proposta: 02	Avaliador: Julio Cesar Parmigiani Teixeira
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>Falhas de entendimento das características do COREN-SP</i>	3
b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação digital identificadas.	4
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.	5
(escala: nota $\leq 5 \times 2$)	Nota do subquesito 1 (0-10): 8
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>Disparidades com relação aos desafios e objetivos do Briefing</i>	3
b) as possibilidades de interpretações positivas para a comunicação digital da CONTRATANTE no relacionamento com seus públicos.	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	4
d) a pertinência das relações de causa e efeito entre a Estratégia de Comunicação Digital proposta e os efeitos e resultados esperados. <i>Efeitos esperados não condizentes com as ações propostas</i>	3
e) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Digital, considerada a verba referencial estabelecida no Briefing.	5
(escala: nota $\leq 5 \times 4$)	Nota do subquesito 2 (0-20): 16,0
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.	4
b) a pertinência da proposta com a natureza do CONTRATANTE e com o desafio e objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing. <i>Proposta minimiza os desafios apresentados no Briefing</i>	2
c) a adequação das ações e/ou peças de comunicação digital ao perfil dos segmentos de público-alvo.	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
e) a originalidade da proposta e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta. <i>Pouco alteração de algumas medidas já utilizadas</i>	3
f) a harmonia e o equilíbrio visual da solução proposta e a usabilidade, navegabilidade, acessibilidade e funcionalidade das ações. <i>Parte das propostas visuais ocasionam perda de funcionalidade (supressão de informações relevantes)</i>	3,5
g) a exequibilidade das ações e/ou peças de comunicação digital, com base no investimento disponível.	5
(escala: nota $\leq 5 \times 4$)	Nota do subquesto 3 (0-20): 15,1
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.	4
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
c) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa do plano de mídia, se for o caso.	4
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
(escala: nota $\leq 5 \times 4$)	Nota do subquesto 4 (0-20): 18,0
Nota do Quesito 1 (0-70): 57,1	ou 81,6327 % do quesito
Assinatura do(a) responsável pela avaliação:	Data:

Proposta: 03	Avaliador: Julio Cesar Parmigiani Teixeira
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>Falha de entendimento sobre o COREN-SP</i>	2,5
b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação digital identificadas.	4,5
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.	4
(escala: nota $\leq 5 \times 2$)	Nota do subquesito 1 (0-10): 7,333333
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.	4
b) as possibilidades de interpretações positivas para a comunicação digital da CONTRATANTE no relacionamento com seus públicos.	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>Faltou apresentação de fases e pontos centrais da estratégia</i>	3
d) a pertinência das relações de causa e efeito entre a Estratégia de Comunicação Digital proposta e os efeitos e resultados esperados. <i>Não indicou os efeitos e resultados esperados</i>	3
e) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Digital, considerada a verba referencial estabelecida no Briefing.	5
(escala: nota $\leq 5 \times 4$)	Nota do subquesito 2 (0-20): 15,2
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>Replicando falhas no entendimento sobre o COREN-SP</i>	3
b) a pertinência da proposta com a natureza do CONTRATANTE e com o desafio e objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing. <i>Alguns pontos não pertinentes com o COREN-SP e com os desafios de comunicação</i>	3
c) a adequação das ações e/ou peças de comunicação digital ao perfil dos segmentos de público-alvo.	5

d) a compatibilidade das ações e/ou peças de comunicação digital com os recursos próprios, ambientes, plataformas ou ferramentas a que se destinam.	4
e) a originalidade da proposta e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta.	5
f) a harmonia e o equilíbrio visual da solução proposta e a usabilidade, navegabilidade, acessibilidade e funcionalidade das ações.	5
g) a exequibilidade das ações e/ou peças de comunicação digital, com base no investimento disponível.	5
(escala: nota ≤ 5 x 4)	Nota do subquesto 3 (0-20): 17,1
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. <i>Não apresentou cronograma das ações</i>	1,5
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>Má utilização dos recursos, como por exemplo os valores de e-mail marketing</i>	3
c) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa do plano de mídia, se for o caso. <i>Não demonstrou consistência técnica na implementação do plano</i>	3
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>Conhecimento sobre o público-alvo inconsistentes</i>	2,5
(escala: nota ≤ 5 x 4)	Nota do subquesto 4 (0-20): 10,0
Nota do Quesito 1 (0-70):	49,7 ou 70,966 % do quesito
Assinatura do(a) responsável pela avaliação:	Data:

Proposta: 04	Avaliador: Julio Cesar Parmigiani Teixeira
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>Pequenas questões a serem melhor entendidas sobre o COREN-SP</i>	4
b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação digital identificadas.	4,5
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.	5
(escala: nota $\leq 5 \times 2$)	Nota do subquesito 1 (0-10): 9
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.	4
b) as possibilidades de interpretações positivas para a comunicação digital da CONTRATANTE no relacionamento com seus públicos. <i>Possibilidade negativa no uso da expressão 'Coren sempre de plantão', uma vez que o horário de atendimento já é motivo de reclamação e de comparação com a jornada dos profissionais</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	5
d) a pertinência das relações de causa e efeito entre a Estratégia de Comunicação Digital proposta e os efeitos e resultados esperados.	5
e) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Digital, considerada a verba referencial estabelecida no Briefing.	5
(escala: nota $\leq 5 \times 4$)	Nota do subquesito 2 (0-20): 16,8
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.	5
b) a pertinência da proposta com a natureza do CONTRATANTE e com o desafio e objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.	4,5
c) a adequação das ações e/ou peças de comunicação digital ao perfil dos segmentos de público-alvo. <i>Falhas no entendimento sobre o público-alvo</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
e) a originalidade da proposta e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta.	4,5
f) a harmonia e o equilíbrio visual da solução proposta e a usabilidade, navegabilidade, acessibilidade e funcionalidade das ações. <i>Algumas peças com leitura prejudicada por escolha de cores; alguns atores com expressões não conforme à mensagem</i>	3
g) a exequibilidade das ações e/ou peças de comunicação digital, com base no investimento disponível.	5
(escala: nota $\leq 5 \times 4$)	Nota do subquesto 3 (0-20): 17,1
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
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
c) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa do plano de mídia, se for o caso.	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.	5
(escala: nota $\leq 5 \times 4$)	Nota do subquesto 4 (0-20): 20,0
Nota do Quesito 1 (0-70):	62,9 ou 89,9184 % do quesito
Assinatura do(a) responsável pela avaliação:	Data:

Proposta: 05	Avaliador: Julio Cesar Parmigiani Teixeira
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>Baixo entendimento sobre características do COREN-SP e sua atuação</i>	3
b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação digital identificadas. <i>Falta de apontamentos sobre as necessidades de comunicação</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>Média compreensão dos desafios do Briefing</i>	3
(escala: nota $\leq 5 \times 2$)	Nota do subquesito 1 (0-10): 5,333333
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 esclarecida a linha conceitual</i>	3
b) as possibilidades de interpretações positivas para a comunicação digital da CONTRATANTE no relacionamento com seus públicos. <i>Potencial crise ao sugerir mover os benefícios apenas para área logada</i>	3
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	4
d) a pertinência das relações de causa e efeito entre a Estratégia de Comunicação Digital proposta e os efeitos e resultados esperados. <i>Não demonstrada a causalidade entre ações e efeitos</i>	4
e) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Digital, considerada a verba referencial estabelecida no Briefing. <i>Falta de fundamentação técnica para proposta de novo canal</i>	3
(escala: nota $\leq 5 \times 4$)	Nota do subquesito 2 (0-20): 13,6
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>Estratégia não está bem definida, logo não é possível bom alinhamento</i>	2
b) a pertinência da proposta com a natureza do CONTRATANTE e com o desafio e objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing. <i>Excesso de erros ortográficos, prejudicando alguns entendimentos</i>	2
c) a adequação das ações e/ou peças de comunicação digital ao perfil dos segmentos de público-alvo. <i>Propostas não adequadas ao público das redes do COREN-SP, com sugestões que abrem mais possibilidades de reclamações</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.	4
e) a originalidade da proposta e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta. <i>Propostas de ações que já são realizadas</i>	3,5
f) a harmonia e o equilíbrio visual da solução proposta e a usabilidade, navegabilidade, acessibilidade e funcionalidade das ações. <i>Propostas visuais destoantes, ausência de identidade visual; não ficou claro se outros itens teriam o mesmo layout</i>	3
g) a exequibilidade das ações e/ou peças de comunicação digital, com base no investimento disponível. <i>Produção de vídeo mal dimensionada</i>	3,5
(escala: nota $\leq 5 \times 4$)	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. <i>Considerando a complexidade da produção de vídeo e a quantidade proposta, o cronograma é inadequado para produção e publicação, ainda mais sendo concomitante às demais peças a serem produzidas</i>	2
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>Falta clareza de informações quanto ao uso dos recursos (especificamente o impulsionamento)</i>	3
c) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa do plano de mídia, se for o caso.	4
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>Não demonstra conhecimento dos hábitos de consumo do público-alvo, por exemplo pela quantidade proposta de postagem</i>	3
(escala: nota $\leq 5 \times 4$)	Nota do subquesto 4 (0-20): 12,0
Nota do Quesito 1 (0-70): 42,9	ou 61,3333 % do quesito
Assinatura do(a) responsável pela avaliação:	Data: