

Nome do Avaliador

Rodrigo Bauer

Nº	Conceito avaliado
1	Trabalho e cuidado pela Enfermagem Brasileira
2	Cofen em cada conquista
3	Se o conselho é de Enfermagem, a saúde é de ferro
4	Cofen conecta o Brasil da Enfermagem
5	Ninguém cuida sozinho
6	Cuidar é humao

AVALIADOR: Rodrigo Bauer

CONCEITO DA CAMPANHA: Trabalho e cuidado pela Enfermagem Brasileira

Nota Final - Invólucro 01

56,5

SUBQUESITO	Critério objetivo	Nota Máxima	Não Atende	Atende Parcialmente	Atende Satisfatoriamente	Atende Plenamente	Nota Atribuída	Justificativa:
RACIOCÍNIO BÁSICO	a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do CONTRATANTE e do contexto de sua atuação; b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação digital identificadas; c) a assertividade demonstrada na análise e compreensão do desafio de comunicação a ser superado pelo CONTRATANTE e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.	5	0,00	0,01 a 2,5	2,51 a 4,00	4,01 a 5,00	4,00	A licitante demonstra entendimento do papel do Cofen, do desafio de comunicação apresentado e das necessidades digitais indicadas no Briefing. No entanto, a proposta se limita a descrever o cenário, sem aprofundar de forma mais estratégica o problema de comunicação e os objetivos a serem alcançados, o que resulta em atendimento satisfatório ao subquesto.
ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO DIGITAL	a) a adequação da linha temática e conceitual que fundamenta a solução proposta à natureza e às atividades do CONTRATANTE, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação; b) as possibilidades de interpretações positivas para a comunicação digital do CONTRATANTE no relacionamento com seus públicos; 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 o CONTRATANTE, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing; d) a pertinência das relações de causa e efeito entre a Estratégia de Comunicação Digital proposta e os efeitos e resultados esperados; e) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Digital, considerada a verba referencial estabelecida no Briefing.	20	0,00	0,01 a 10	10,01 a 16,00	16,01 a 20,00	14,50	A proposta apresenta linha conceitual adequada ao Cofen e ao desafio do Briefing, com estrutura lógica básica e desdobramentos possíveis para a comunicação digital. Contudo, a estratégia carece de maior consistência técnica na articulação entre diagnóstico, objetivos, públicos, ações e resultados esperados, bem como de melhor demonstração de exequibilidade frente à verba referencial, caracterizando atendimento satisfatório ao subquesto.
SOLUÇÃO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL	a) o alinhamento das ações e/ou peças de comunicação digital com a estratégia proposta; b) a pertinência da proposta com a natureza do CONTRATANTE e com o desafio e objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing; c) a adequação das ações e/ou peças de comunicação digital ao perfil dos segmentos de público-alvo; d) a compatibilidade das ações e/ou peças de comunicação digital com os recursos próprios, ambientes, plataformas ou ferramentas a que se destinam; e) a originalidade da proposta e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta; f) a harmonia e o equilíbrio visual da solução proposta e a usabilidade, navegabilidade, acessibilidade e funcionalidade das ações; g) a exequibilidade das ações e/ou peças de comunicação digital, com base no investimento disponível.	30	0,00	0,01 a 15	15,01 a 24,00	24,01 a 30,00	24,00	A solução digital é coerente com o conceito e adequada aos canais propostos, apresentando peças e ações viáveis. Contudo, utiliza abordagens convencionais, com pouca inovação e articulação limitada com os objetivos estratégicos da comunicação, caracterizando atendimento satisfatório ao subquesto.
PLANO DE IMPLEMENTAÇÃO	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; 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; c) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa do plano de mídia, se for o caso; 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.	20	0,00	0,01 a 10	10,01 a 16,00	16,01 a 20,00	14,00	O plano apresenta etapas, prazos e responsabilidades compatíveis com a proposta, porém com detalhamento limitado quanto à priorização das ações, integração entre fases, acompanhamento de resultados e adequação à verba referencial, caracterizando atendimento satisfatório ao subquesto.
Total Permitido:		75	Nota total atribuída:					56,5

AVALIADOR: Rodrigo Bauer
CONCEITO DA CAMPANHA: Cofen em cada conquista

Nota Final - Invólucro 01
57,0

SUBQUESTITO	Critério objetivo	Nota Máxima	Não Atende	Atende Parcialmente	Atende Satisfatoriamente	Atende Plenamente	Nota Atribuída	Justificativa:
RACIOCÍNIO BÁSICO	a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do CONTRATANTE e do contexto de sua atuação; b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação digital identificadas; c) a assertividade demonstrada na análise e compreensão do desafio de comunicação a ser superado pelo CONTRATANTE e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.	5	0,00	0,01 a 2,5	2,51 a 4,00	4,01 a 5,00	5,00	Apresenta abordagem concisa e objetiva, reconhecendo a necessidade de utilização de múltiplos canais para ampliar o alcance da comunicação institucional do Cofen junto aos seus públicos. Demonstra compreensão adequada do briefing e do desafio de comunicação proposto.
ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO DIGITAL	a) a adequação da linha temática e conceitual que fundamenta a solução proposta à natureza e às atividades do CONTRATANTE, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação; b) as possibilidades de interpretações positivas para a comunicação digital do CONTRATANTE no relacionamento com seus públicos; 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 o CONTRATANTE, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing; d) a pertinência das relações de causa e efeito entre a Estratégia de Comunicação Digital proposta e os efeitos e resultados esperados; e) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Digital, considerada a verba referencial estabelecida no Briefing.	20	0,00	0,01 a 10	10,01 a 16,00	16,01 a 20,00	16,00	A licitante apresenta boa defesa da linha temática e coerência entre a estratégia proposta e a solução de comunicação digital. Contudo, a estratégia mostra limitações quanto à exequibilidade prática, com complexidade operacional elevada e insuficiente detalhamento da relação de causa e efeito entre ações, objetivos e resultados esperados. Porém a licitante erra ao confundir o papel do cofen com dos sindicatos.
SOLUÇÃO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL	a) o alinhamento das ações e/ou peças de comunicação digital com a estratégia proposta; b) a pertinência da proposta com a natureza do CONTRATANTE e com o desafio e objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing; c) a adequação das ações e/ou peças de comunicação digital ao perfil dos segmentos de público-alvo; d) a compatibilidade das ações e/ou peças de comunicação digital com os recursos próprios, ambientes, plataformas ou ferramentas a que se destinam; e) a originalidade da proposta e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta; f) a harmonia e o equilíbrio visual da solução proposta e a usabilidade, navegabilidade, acessibilidade e funcionalidade das ações; g) a exequibilidade das ações e/ou peças de comunicação digital, com base no investimento disponível.	30	0,00	0,01 a 15	15,01 a 24,00	24,01 a 30,00	20,00	A solução de comunicação digital apresenta elevado padrão estético, peças bem elaboradas e mensagens claras e diferenciadas, mas a maioria das peças estão em desacordo com o edital.
PLANO DE IMPLEMENTAÇÃO	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; 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; c) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa do plano de mídia, se for o caso; 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.	20	0,00	0,01 a 10	10,01 a 16,00	16,01 a 20,00	16,00	O plano é claro e coerente com a estratégia proposta, apresentando cronograma factível, boa organização das etapas e compatibilidade com o grau de complexidade das ações digitais. Demonstra atenção à eficiência operacional e ao uso racional dos recursos. Contudo, poderia aprofundar a priorização temporal das ações e os critérios de otimização da verba, caracterizando atendimento satisfatório ao subquestito.
Total Permitido:		75	Nota total atribuída:				57,0	

AVALIADOR: Rodrigo Bauer

CONCEITO DA CAMPANHA: Se o conselho é de Enfermagem, a saúde é de ferro

Nota Final - Invólucro 01
74,0

SUBQUESITO	Critério objetivo	Nota Máxima	Não Atende	Atende Parcialmente	Atende Satisfatoriamente	Atende Plenamente	Nota Atribuída	Justificativa:
RACIOCÍNIO BÁSICO	a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do CONTRATANTE e do contexto de sua atuação; b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação digital identificadas; c) a assertividade demonstrada na análise e compreensão do desafio de comunicação a ser superado pelo CONTRATANTE e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.	5	0,00	0,01 a 2,5	2,51 a 4,00	4,01 a 5,00	5,00	A licitante apresenta análise consistente e aprofundada do papel institucional do Cofen, com diagnóstico claro do cenário de comunicação, correta leitura do briefing e compreensão objetiva dos desafios e objetivos estabelecidos, atendendo integralmente aos critérios do subquestito.
ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO DIGITAL	a) a adequação da linha temática e conceitual que fundamenta a solução proposta à natureza e às atividades do CONTRATANTE, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação; b) as possibilidades de interpretações positivas para a comunicação digital do CONTRATANTE no relacionamento com seus públicos; 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 o CONTRATANTE, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing; d) a pertinência das relações de causa e efeito entre a Estratégia de Comunicação Digital proposta e os efeitos e resultados esperados; e) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Digital, considerada a verba referencial estabelecida no Briefing.	20	0,00	0,01 a 10	16,01 a 16,00	16,01 a 20,00	20,00	A estratégia apresenta defesa clara e consistente da linha temática e do conceito, com definição objetiva das fases da campanha, coerência entre diagnóstico, objetivos e ações propostas, e demonstração segura de como a execução será conduzida em cada etapa.
SOLUÇÃO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL	a) o alinhamento das ações e/ou peças de comunicação digital com a estratégia proposta; b) a pertinência da proposta com a natureza do CONTRATANTE e com o desafio e objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing; c) a adequação das ações e/ou peças de comunicação digital ao perfil dos segmentos de público-alvo; d) a compatibilidade das ações e/ou peças de comunicação digital com os recursos próprios, ambientes, plataformas ou ferramentas a que se destinam; e) a originalidade da proposta e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta; f) a harmonia e o equilíbrio visual da solução proposta e a usabilidade, navegabilidade, acessibilidade e funcionalidade das ações; g) a exequibilidade das ações e/ou peças de comunicação digital, com base no investimento disponível.	30	0,00	0,01 a 15	15,01 a 24,00	24,01 a 30,00	30,00	Solução gráfica consistente e plenamente alinhada à estratégia proposta, com peças bem elaboradas, linguagem clara e acabamento visual de alto nível, atendendo integralmente aos critérios do subquestito.
PLANO DE IMPLEMENTAÇÃO	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; 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; c) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa do plano de mídia, se for o caso; 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.	20	0,00	0,01 a 10	16,01 a 16,00	16,01 a 20,00	19,00	Plano claro e bem organizado, com cronograma adequado, etapas definidas e execução viável, em consonância com os objetivos e recursos previstos no briefing.
Total Permitido:		75	Nota total atribuída:				74,0	

AVALIADOR: Rodrigo Bauer
CONCEITO DA CAMPANHA: Cofen conecta o Brasil da Enfermagem

Nota Final - Invólucro 01
11,0

SUBQUÊSITO	Cr�terio objetivo	Nota Máxima	Não Atende	Atende Parcialmente	Atende Satisfatoriamente	Atende Plenamente	Nota Atribuída	Justificativa:
RACIOCÍNIO BÁSICO	a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do CONTRATANTE e do contexto de sua atuação; b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação digital identificadas; c) a assertividade demonstrada na análise e compreensão do desafio de comunicação a ser superado pelo CONTRATANTE e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.	5	0,00	0,01 a 2,5	2,51 a 4,00	4,01 a 5,00	2,00	A empresa trouxe uma Proposta extremamente resumida, com pouquíssima informação relevante e principalmente não aprofundou as ideias do briefing.
ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO DIGITAL	a) a adequação da linha temática e conceitual que fundamenta a solução proposta � natureza e às atividades do CONTRATANTE, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação; b) as possibilidades de interpretações positivas para a comunicação digital do CONTRATANTE no relacionamento com seus públicos; 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 o CONTRATANTE, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing; d) a pertinência das relações de causa e efeito entre a Estratégia de Comunicação Digital proposta e os efeitos e resultados esperados; e) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Digital, considerada a verba referencial estabelecida no Briefing.	20	0,00	0,01 a 10	16,01 a 16,00	16,01 a 20,00	5,00	O licitante revelou fragilidades na consistência técnica da estratégia, na articulação entre as ações propostas e os resultados esperados, bem como na exequibilidade em relação à verba referencial. Além disso, foram apresentadas informações insuficientes quanto à clareza das interpretações positivas para a comunicação digital e � adequação conceitual � natureza e aos objetivos do CONTRATANTE.
SOLUÇÃO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL	a) o alinhamento das ações e/ou peças de comunicação digital com a estratégia proposta; b) a pertinência da proposta com a natureza do CONTRATANTE e com o desafio e objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing; c) a adequação das ações e/ou peças de comunicação digital ao perfil dos segmentos de público-alvo; d) a compatibilidade das ações e/ou peças de comunicação digital com os recursos próprios, ambientes, plataformas ou ferramentas a que se destinam; e) a originalidade da proposta e a multiplicitude de interpretações favoráveis que comporta; f) a harmonia e o equilíbrio visual da solução proposta e a usabilidade, navegabilidade, acessibilidade e funcionalidade das ações; g) a exequibilidade das ações e/ou peças de comunicação digital, com base no investimento disponível.	30	0,00	0,01 a 15	15,01 a 24,00	24,01 a 30,00	0,00	O concorrente apresentou proposta de caráter resumido, sem a inclusão de peças exemplificativas, e portanto não atendeu aos cr�terios de alinhamento estratégico, aderência ao CONTRATANTE e ao desafio proposto no Briefing, adequação ao público-alvo, compatibilidade com os recursos e plataformas previstos, originalidade, equilíbrio visual e usabilidade, tampouco � viabilidade de execução das ações frente ao investimento disponível.
PLANO DE IMPLEMENTAÇÃO	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; 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; c) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa do plano de m�dia, se for o caso; 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.	20	0,00	0,01 a 10	16,01 a 16,00	16,01 a 20,00	4,00	O concorrente deixou de apresentar um cronograma de execução, o que prejudicou a verificação da compatibilidade entre as etapas de implantação, ativação, sustentação e encerramento das ações digitais e o nível de complexidade do desafio, bem como os objetivos estabelecidos no Briefing. Tal ausência também inviabilizou a análise da eficiência operacional, da racionalidade no uso dos recursos, da otimização orçamentária, da solidez técnica do plano de média e do domínio sobre os hábitos de consumo dos públicos-alvo.
Total Permitido:		75					Nota total atribuída:	11,0

AVALIADOR: Rodrigo Bauer
 CONCEITO DA CAMPANHA: Ninguém cuida sozinho

Nota Final - Invólucro 01
49,0

SUBQUESTO	Critério objetivo	Nota Máxima	Não Atende	Atende Parcialmente	Atende Satisfatoriamente	Atende Plenamente	Nota Atribuída	Justificativa:
RACIOCÍNIO BÁSICO	a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do CONTRATANTE e do contexto de sua atuação; b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação digital identificadas; c) a assertividade demonstrada na análise e compreensão do desafio de comunicação a ser superado pelo CONTRATANTE e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.	5	0,00	0,01 a 2,5	2,51 a 4,00	4,01 a 5,00	4,00	Evidenciou compreensão do desafio definido no briefing, assim como domínio sobre o papel institucional do COFEN, suas particularidades no cenário atual e os aspectos essenciais relacionados às demandas de comunicação.
ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO DIGITAL	a) a adequação da linha temática e conceitual que fundamenta a solução proposta à natureza e às atividades do CONTRATANTE, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação; b) as possibilidades de interpretações positivas para a comunicação digital do CONTRATANTE no relacionamento com seus públicos; 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 o CONTRATANTE, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing; d) a pertinência das relações de causa e efeito entre a Estratégia de Comunicação Digital proposta e os efeitos e resultados esperados; e) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Digital, considerada a verba referencial estabelecida no Briefing.	20	0,00	0,01 a 10	16,01 a 16,00	16,01 a 20,00	18,00	A estratégia demonstrou viabilidade de execução e coerência entre as ações propostas e os resultados pretendidos, evidenciando relação consistente de causa e efeito. A proposta, por sua vez, apresentou uma linha conceitual compatível com o COFEN e com o desafio estabelecido no Briefing, sustentada por uma estrutura lógica objetiva e por desdobramentos factíveis para a comunicação digital.
SOLUÇÃO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL	a) o alinhamento das ações e/ou peças de comunicação digital com a estratégia proposta; b) a pertinência da proposta com a natureza do CONTRATANTE e com o desafio e objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing; c) a adequação das ações e/ou peças de comunicação digital ao perfil dos segmentos de público-alvo; d) a compatibilidade das ações e/ou peças de comunicação digital com os recursos próprios, ambientes, plataformas ou ferramentas a que se destinam; e) a originalidade da proposta e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta; f) a harmonia e o equilíbrio visual da solução proposta e a usabilidade, navegabilidade, acessibilidade e funcionalidade das ações; g) a exequibilidade das ações e/ou peças de comunicação digital, com base no investimento disponível.	30	0,00	0,01 a 15	15,01 a 24,00	24,01 a 30,00	14,00	Embora a solução digital apresente aderência à estratégia delineada e esteja em consonância com a natureza e o desafio definidos no briefing, foram apresentadas 2 peças com problemas: 1) Vídeo em movimento (claramente não permitido no edita) e 2) Peça do tipo Carrossel (nao prevista no catálogo de peças do edital)
PLANO DE IMPLEMENTAÇÃO	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; 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; c) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa do plano de mídia, se for o caso; 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.	20	0,00	0,01 a 10	16,01 a 16,00	16,01 a 20,00	13,00	Na tabela de custos não apresentou informações sobre deslocamentos. Apesar de o plano evidenciar compatibilidade entre as fases previstas, os prazos estabelecidos e as responsabilidades atribuídas à proposta, sentimos que faltou domínio sobre os hábitos de consumo de
Total Permitido:		75					Nota total atribuída:	49,0

AVALIADOR: Rodrigo Bauer

CONCEITO DA CAMPANHA: Trabalho e cuidado pela Enfermagem Brasileira

Nota Final - Invólucro 01
53,0

SUBQUESITO	Critério objetivo	Nota Máxima	Não Atende	Atende Parcialmente	Atende Satisfatoriamente	Atende Plenamente	Nota Atribuída	Justificativa:
RACIOCÍNIO BÁSICO	a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do CONTRATANTE e do contexto de sua atuação; b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação digital identificadas; c) a assertividade demonstrada na análise e compreensão do desafio de comunicação a ser superado pelo CONTRATANTE e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.	5	0,00	0,01 a 2,5	2,51 a 4,00	4,01 a 5,00	4,00	A licitante demonstra entendimento do papel do Cofen, do desafio de comunicação apresentado e das necessidades digitais indicadas no Briefing. No entanto, a proposta se limita a descrever o cenário, sem aprofundar de forma mais estratégica o problema de comunicação e os objetivos a serem alcançados, o que resulta em atendimento satisfatório ao subquesto.
ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO DIGITAL	a) a adequação da linha temática e conceitual que fundamenta a solução proposta à natureza e às atividades do CONTRATANTE, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação; b) as possibilidades de interpretações positivas para a comunicação digital do CONTRATANTE no relacionamento com seus públicos; 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 o CONTRATANTE, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing; d) a pertinência das relações de causa e efeito entre a Estratégia de Comunicação Digital proposta e os efeitos e resultados esperados; e) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Digital, considerada a verba referencial estabelecida no Briefing.	20	0,00	0,01 a 10	10,01 a 16,00	16,01 a 20,00	16,00	A proposta apresenta linha conceitual adequada ao Cofen e ao desafio do Briefing, com estrutura lógica básica e desdobramentos possíveis para a comunicação digital. Contudo, a estratégia carece de maior consistência técnica na articulação entre diagnóstico, objetivos, públicos, ações e resultados esperados, bem como de melhor demonstração de exequibilidade frente à verba referencial, caracterizando atendimento satisfatório ao subquesto.
SOLUÇÃO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL	a) o alinhamento das ações e/ou peças de comunicação digital com a estratégia proposta; b) a pertinência da proposta com a natureza do CONTRATANTE e com o desafio e objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing; c) a adequação das ações e/ou peças de comunicação digital ao perfil dos segmentos de público-alvo; d) a compatibilidade das ações e/ou peças de comunicação digital com os recursos próprios, ambientes, plataformas ou ferramentas a que se destinam; e) a originalidade da proposta e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta; f) a harmonia e o equilíbrio visual da solução proposta e a usabilidade, navegabilidade, acessibilidade e funcionalidade das ações; g) a exequibilidade das ações e/ou peças de comunicação digital, com base no investimento disponível.	30	0,00	0,01 a 15	15,01 a 24,00	24,01 a 30,00	20,00	A solução digital é coerente com o conceito e adequada aos canais propostos, apresentando peças e ações viáveis. Contudo, utiliza abordagens convencionais, com pouca inovação e articulação limitada com os objetivos estratégicos da comunicação, caracterizando atendimento satisfatório ao subquesto.
PLANO DE IMPLEMENTAÇÃO	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; 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; c) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa do plano de mídia, se for o caso; 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.	20	0,00	0,01 a 10	10,01 a 16,00	16,01 a 20,00	13,00	O plano apresenta etapas, prazos e responsabilidades compatíveis com a proposta, porém com detalhamento limitado quanto à priorização das ações, integração entre fases, acompanhamento de resultados e adequação à verba referencial, caracterizando atendimento satisfatório ao subquesto.
Total Permitido:		75	Nota total atribuída:				53,0	

Rodrigo Bauer