

Nome do Avaliador

Sarah Ingrid

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: Sarah Ingrid

CONCEITO DA CAMPANHA: Trabalho e cuidado pela Enfermagem Brasileira

Nota Final - Invólucro 01

58,5

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 evidencia compreensão acerca das atribuições do Cofen, bem como do desafio comunicacional apresentado e das demandas digitais delineadas no Briefing. Todavia, a proposta restringe-se à exposição descritiva do contexto, carecendo de maior aprofundamento estratégico quanto ao problema de comunicação e aos objetivos a serem alcançados, o que culmina em um atendimento apenas 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	15,50	A proposta revela orientação conceitual condizente com o Cofen e em consonância com o desafio delineado no Briefing, amparada por uma estrutura lógica elementar e por desdobramentos passíveis de aplicação no âmbito da comunicação digital. Não obstante, a estratégia mostra-se carente de maior densidade e rigor técnico na articulação entre diagnóstico, objetivos, públicos, ações e resultados almejados, assim como de mais clara comprovação de sua viabilidade diante da verba referencial, configurando, assim, atendimento apenas 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	22,00	A solução digital revela coerência com o conceito central e adequada aos canais indicados, apresentando peças e iniciativas factíveis. Todavia, recorre a abordagens convencionais, evidenciando escassa inovação e articulação restrita com os objetivos estratégicos da comunicação, configurando, portanto, atendimento meramente 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	17,00	O plano expõe etapas, cronogramas e atribuições condizentes com a proposta, porém revela escasso aprofundamento no que tange à hierarquização das ações, à integração entre as fases, ao monitoramento dos resultados e à conformidade com a verba referencial, configurando, assim, atendimento apenas satisfatório ao subquesto.
Total Permitido:		75	Nota total atribuída:				58,5	

AVALIADOR: Sarah Ingrid
CONCEITO DA CAMPANHA: Cofen em cada conquista

Nota Final - Invólucro 01
49,0

SUBQUÊSITO	Cr�terio objetivo	Nota Máxima	Não Atende	Atende Parcialmente	Atende Satisfatoriamente	Atende Plenamente	Nota Atribuida	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 concorrente apresenta pleno conhecimento das características da contratante e do contexto no qual se insere, demonstra conhecimento sobre as necessidades de comunicação digital enfrentadas pelo �rg�o. Consegue estabelecer uma análise pertinente e correta sobre o problema de comunicação
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	10,01 a 16,00	16,01 a 20,00	14,00	A estratégia está acertiva e eficiente, porém apresenta um erro em que durante o texto a concorrente acaba por confundir o real papel do cofen atribuindo ao mesmo competências t�picas dos sindicatos dos enfermeiros. Esse direcionamento equivocado pode ser destrutivo em uma estratégia que corrobora negativamente sobre um problema que o COFEN enfrenta de educação dos profissionais de enfermagem ao real papel do Conselho.
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	A proposta da concorrente apresenta graves problemas de compatibilidade com o edital, pois na solução de comunicação digital apresenta 80% das peças em desconformidade com o edital no que tange a peças que não estão listadas no Anexo A como propostas de solução, e a apresentação de uma das peças que não possuem características visuais conforme comanda 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 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	10,01 a 16,00	16,01 a 20,00	16,00	O Plano de implementação apresentado possui boa adequação do cronograma, consistência técnica na proposição e defesa do plano mas apresenta um orçamento muito a baixo de estipulado em briefing afetando as possibilidades de execução da estratégia atraalhando a eficiência do plno. A concorrente também demonstra pouco conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação digital do público.
Total Permitido:		75	Nota total atribuida:				49,0	

AVALIADOR: Sarah Ingrid

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

Nota Final - Invólucro 01
70,0

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 demonstra domínio do papel órgão, com diagnóstico correto do cenário da comunicação digital, ótima compreensão do briefing e alinhamento aos objetivos e desafios propostos.
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	19,00	Apresenta consistência conceitual e temática, com estruturação lógica das fases, coerência entre diagnóstico, objetivos e ações, e viabilidade operacional da execução.
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	28,00	A solução de comunicação digital apresenta alinhamento estratégico, qualidade técnica e clareza de linguagem, com padrão visual compatível com os objetivos da campanha.
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	18,00	O plano de execução revela organização metodológica, cronograma compatível e adequação aos recursos próprios.

Total Permitido: 75

Nota total atribuída:

70,0

AVALIADOR: Sarah Ingrid
 CONCEITO DA CAMPANHA: Cofen conecta o Brasil da Enfermagem

Nota Final - Invólucro 01
12,5

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	2,50	A proposta apresentada mostrou-se excessivamente rasa, com baixo nível de aprofundamento em relação às diretrizes do briefing, papel do Cofen e desafios 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	5,00	Observam-se fragilidades na formulação estratégica, na coerência entre iniciativas e resultados pretendidos, bem como na viabilidade financeira frente ao orçamento de referência, além de lacunas conceituais quanto à adequação ao escopo 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 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	0,00	A ausência de peças demonstrativas e de planejamento temporal foi falha grave de cumprimento do edital, não possibilitando análise desse 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	16,01 a 16,00	16,01 a 20,00	5,00	A ausência de cronograma de execução comprometeu a avaliação da coerência entre as etapas do projeto, sua complexidade, os objetivos do briefing e a eficiência operacional, incluindo o uso de recursos, a viabilidade orçamentária e a consistência do plano
Total Permitido:		75	Nota total atribuída:					12,5

AVALIADOR: Sarah Ingrid
CONCEITO DA CAMPANHA: Ninguém cuida sozinho

Nota Final - Invólucro 01
50,5

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	5,00	Demonstrou boa acurácia no entendimento do desafio delineado no briefing, bem como proficiência quanto às atribuições institucionais do COFEN, suas especificidades no contexto contemporâneo.
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 16	16,01 a 16,00	16,01 a 20,00	15,00	A estratégia revelou exequibilidade operacional e consonância entre as ações sugeridas e os resultados almejados e relação consistente de causa e efeito. No entanto, o conceito "Ninguém cuida sozinho" transmite negação e pessimismo, gera ambiguidade e limita os desdobramentos criativos da comunicação e impacta engajamento.
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	15,00	A solução digital apresenta aderência à estratégia delineada e está em consonância com a natureza e o desafio definidos no briefing, foram apresentadas, no entanto, foi apresentado um Carrossel de redes sociais que não está previsto na lista de produtos e um Vídeo com imagens em movimento - o qual somente poderia ter sido apresentado de forma estática.
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 16	16,01 a 16,00	16,01 a 20,00	15,50	O plano não se aprofunda nos hábitos dos públicos-alvo, mas demonstra coerência entre as etapas previstas, os prazos estipulados e as responsabilidades atribuídas à proposta, mas faltou considerar os custos de deslocamentos
Total Permitido:		75	Nota total atribuída:					50,5

AVALIADOR: Sarah Ingrid

CONCEITO DA CAMPANHA: Trabalho e cuidado pela Enfermagem Brasileira

Nota Final - Invólucro 01
48,0

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	5,00	A concorrente atende plenamente os critérios do subquestio raciocínio básico.
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 esta adequada a linha temática, pertinencia das relações de causa e efeito , exequibilidade. Porém erra quando da a diretriz que o cofen abandona a lógica da difusão para focar na interação, já que a difusão sempre foi estratégia marcante do órgão e um dos pilares da comunicação.
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	Das 5 peças propostas 3 estão em desacordo com o edital por não apresentar características visuais ou por não estar listada no Anexo A. Isso compromete a avaliação da solução de comunicação visual em todos os critérios objetivos.
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	A proposta organiza etapas, prazos e responsabilidades de forma coerente com o que é apresentado. No entanto, carece de maior clareza quanto à hierarquização das ações, à articulação entre as fases do plano, aos mecanismos de monitoramento de resultados e à compatibilidade com a verba referencial, o que limita o aprofundamento da análise
Total Permitido:		75	Nota total atribuída:				48,0	

48,0

Sarah Ingrid