COFEN/CPL
Fls. 1260
Servidor

Cofen
Conselho Federal de Enfermagem

ATA DE REUNIÃO DE TRABALHO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA DE JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS DA CONCORRÊNCIA PÚBLICA nº. 02/2016, JULGAMENTO DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA, INVÓLUCRO 1, VIA NÃO IDENTIFICADA.

Aos **30 dias** do mês de janeiro de 2017, foram iniciados os trabalhos da Subcomissão Técnica de Julgamento, definida por meio de sorteio público, conforme determina a Lei nº 12.232/2010, instituída por meio da Portaria Cofen nº. 20/2017. Às 9h do dia 30/01, a Comissão Especial de Licitação entregou dez invólucros não identificados, contendo os Planos de Comunicação Publicitária das licitantes, para análise e julgamento. Os membros desta Subcomissão iniciaram de imediato os entendimentos acerca da formulação de critérios e da elaboração da agenda de atuação, sob a égide da Lei nº 12.232/10, da Lei nº 8.666/93 e da IN SECOM nº 04/2010. A comissão decidiu, inicialmente, pelo nivelamento de informações acerca do Edital publicado, por meio do estudo do mesmo e discursão da agenda inicial de trabalho. Após, iniciou-se nivelamento dos membros desta comissão, com vistas à preparação para o julgamento, a partir do estudo, compreensão e domínio do objeto, critérios e metodologia definidas no edital, à luz da legislação que rege o certame, mais precisamente quanto aos seguintes itens, por ordem de prioridade: 1 – Briefing; 2 - Apresentação e Elaboração da Proposta Técnica; 3 – Julgamento das Propostas Técnicas, notadamente, da metodologia de apuração da Nota da Proposta Técnica; 4 - Procedimentos Licitatórios. Após foi elaborado as Planilhas de Julgamento, a contemplar a análise, por esta Subcomissão Técnica, das propostas apresentadas pelas licitantes, quanto ao atendimento das condições legais estabelecidas no edital e em seus anexos, levando em conta como critério de julgamento técnico os seguintes atributos, em cada quesito (e seus respectivos Subquesitos), com a seguinte pontuação: Plano de Comunicação Publicitária: 65 pontos - Raciocínio Básico: 10 pontos; Estratégia de

COFEN/CPL
Fls. 1261
Servidor

Cofen
Conselho Federal de Enfermagem

Comunicação publicitária: 25 pontos; Ideia Criativa: 20 pontos; Estratégia de Mídia e Não Mídia: 10 pontos. A comissão reconheceu a necessidade de elaboração de formulários para o julgamento individual dos membros, a serem integralizados na planilha que definirá a Nota Final do Plano de Comunicação Publicitária. Em seguida, a Subcomissão procedeu à análise dos aspectos formais dos cadernos únicos, vias não identificadas, das dez participantes do certame, levando-se em conta que, da pluralidade de propostas advém a mais vantajosa para a administração pública, o que constitui o objetivo da licitação, regida pela Lei nº 8.666/93, considerando-se também que os aspectos formais objetivam principalmente a organização da apresentação de propostas, em que a diferença de milímetros em medidas de margens e um item de informação contido fora do limite de 8 (oito páginas) recomendado, ao ter sido apresentado final caderno único, não maculam o conteúdo das propostas apresentadas, constituindo, pois, falhas inessenciais, sem prejuízo do objeto em licitação, esta Subcomissão Técnica, amparada pelo princípio da razoabilidade, próprio do Direito Administrativo, prosseguirá os trabalhos de análise e julgamento de todas as propostas técnicas do certame. Em seguida os membros iniciaram a análise individual das propostas técnicas, forma julgadas os planos de 05 (cinco) proponentes. Executada a pauta, a comissão encerrou os trabalhos às 18h, mantendo a agenda proposta, de retomada dos mesmos no dia seguinte, a partir das 9h, na sede do Cofen. No dia 31/01, no horário acordado, a subcomissão deu continuidade ao julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, com base nos Subquesitos e notas estabelecidas em edital. Os membros julgaram os planos de outras cinco (5) proponentes, até 16h da tarde de terça-feira. Após, foi realizado o processo de conferência e ajuste dos conteúdos das planilhas de julgamento do Plano de Comunicação Publicitária e preenchimento das planilhas em Excel, para totalização dos resultados. Na sequência a conclusão da ata,

Cofen
Conselho Federal de Enfermagem

impressão e assinatura dos documentos referentes ao julgamento do Plano de Comunicação Publicitária para serem entregues à Comissão Permanente de Licitação, e recebimento dos invólucros nº 3. Assim, a Subcomissão Técnica de Julgamento das Propostas Técnicas da Concorrência nº 02/2016, encerrou os trabalhos relacionados ao julgamento do Plano de Comunicação Publicitária às 17h, deste dia 31 de janeiro de 2017, redigiu a presente ata, assinada a seguir por todos:

Kelly Cristina Rodrigues Ferreira – Membro sem vínculo ----------

Helton Verão Lopes – Membro com vínculo ----------

Flávio Ferreira Lima – Membro com vínculo ----------

Concorrência nº. 02/2016 – COFEN

MAPA DE AVALIAÇÃO - PROPOSTA TÉCNICA – INVOLUCRO 1

	NOTAS			
	Avaliador I Kelly	Avaliador II Flávio	Avaliador III Helton	Média das Notas
Proponente 1	51,75	48,8	50	50,18333333
Proponente 2	62,5	61,4	62,65	62,18333333
Proponente 3	44,5	43,9	45,5	44,63333333
Proponente 4	40	41,3	42,5	41,26666667
Proponente 5	49,25	48	51,45	49,56666667
Proponente 6	54,7	54,3	55,8	54,93333333
Proponente 7	42,7	41,7	43,8	42,73333333
Proponente 8	49	48	52,35	49,78333333
Proponente 9	49,5	50,9	50,7	50,36666667
Proponente 10	46,25	45	47,6	46,28333333

COFEN/CPL
Fls. 326
Rubr.

Concorrência nº. 02/2016 - COFEN
Invólucro nº. 01 – Plano de Comunicação Publicitária – Via Não identificada

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO/PROPOSTA TÉCNICA

Proponente: 1
Conceito: Reconhecimento. A dose certa para mais saúde.

QUESITO	SUBQUESITOS	NOTA MÁXIMA DO SUBQUESITO		NOTA OBTIDA	JUSTIFICATIVA	NOTA TOTAL
	RACIOCÍNIO BÁSICO (10 pontos)	A	2	1,5	Compreendeu rasoavelmente as funções do Cofen e da natureza da licitação, bem como o contexto social, político e econômico. Não fica tão claro o entendimento sobre o cenário atual no qual se insere o Cofen e o papel da comunicação para atender os desafios. Identificou acertadamente os públicos, bem como a mensagem a ser transmitida. Compreensão clara a respeito das nescessidades do Cofen	8,5
		B	2	1,75		
		C	1	0,75		
		D	1	0,75		
		E	2	1,75		
		F	2	2		
	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (25 pontos)	A	4	4	Bom partido temático, adequação às necessidades do Cofen, boa consistência lógica e pertinência com o briefing. O conceito apresentado, "A dose certa para mais saúde" permite desdobramentos e atende as necessidades de comunicação. A estratégia para a criação das hitórias reais é boa, entretanto o uso do emal Mkt como unica ferramenta para motivar as pessoas é arriscada. A agência não deixa clara a estratégia para alcançar estes resultados. Não fica clara a execução da estratégia o que coloca em cheque sua exequibilidade. A agência não posiciona quanto a prazos de execução da estratégia demosntrando uma carência no planejamento.	16
		B	4	4		
		C	4	2		
		D	4	2		
		E	4	2		
		F	5	2		

CONFIDENCIAL
Fls. 1964

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (65 PONTOS)	**IDÉIA CRIATIVA (20 pontos)**	A	3	3	Boa ideia, entretanto o planejamento apresenta algumas inconsistências e não deixa muito claro os prazos de execusão. Os Layouts, atraente e harmônicos agradam bastante. A chamada é criativa e de fácil compreensão. A opção por utilizar pessoas reais é boa. Peças exequíveis, compatíveis com a liguagem ao público proposto. Propós uma estratégia com formato transmidiático, entretanto a forma escolhida e apresentada utilizando o email marketing para divulgação da estratégia é ineficiente. A coleta de depoimentos via hotsite é arriscada, pois deixa exposto a criticas a instituição ou com viés político, principalmente pelo contexto político em que vive o pais. O uso de links patrcinados não é interessante tendo em vista que é mais importante buscar visitantes a partir de estratégias de engajamento, pela natureza da instituição.	17,5
		B	3	3		
		C	1,5	1		
		D	1,5	1		
		E	1,5	1,5		
		F	1,5	1,5		
		G	1,5	1		
		H	3	2,5		
		I	1,5	1		
		J	2	2		
	ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA (10 pontos)	A	1	0,75	Regular capacidade de análise. Apresentou razoável conhecimento dos hábitos de consumo e do público alvo. Boa distribuição das peças e com bom mix de mídia. Mídia Online é superficial. Boa economicidade e boa otimização da verba.	9,75
		B	1	1		
		C	2	2		
		D	1,5	1,5		
		E	2	2		
		F	2,5	2,5		
					TOTAL	**51,75**

Avaliador: KELLY CRISTINA RODRIGUES FERREIRA

Rubrica: _____

COPERNICOL
Fls. 126

Concorrência nº. 02/2016 - COFEN
Invólucro nº. 01 – Plano de Comunicação Publicitária – Via Não identificada

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO/PROPOSTA TÉCNICA

Proponente: 1
Conceito: Reconhecimento. A dose certa para mais saúde.

QUESITO	SUBQUESITOS	NOTA MÁXIMA DO SUBQUESITO		NOTA OBTIDA	JUSTIFICATIVA	NOTA TOTAL
	RACIOCÍNIO BÁSICO (10 pontos)	A	2	1,4	Apresenta uma boa compreensão a respeito das necessidades do Cofen, seu público e a mensagem a ser transmitida, mas não apresentou de forma suficiente as funções do Cofen e seus contextos.	7,9
		B	2	1,5		
		C	1	0,6		
		D	1	1		
		E	2	1,5		
		F	2	1,9		
	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (25 pontos)	A	4	3,8	Apresenta um bom conceito que permite desdobramentos. A estratégia de criação de histórias reais é boa mas tendo o e-mail mkt como única ferramenta de promoção deixa dúvidas quanto à sua eficácia. A estratégia não está tão clara e o planejamento está carente.	16,5
		B	4	3,9		
		C	4	2,2		
		D	4	2,3		
		E	4	2,3		
		F	5	2		

COFEN/CPL
Fls. 266

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (65 PONTOS)	**IDÉIA CRIATIVA (20 pontos)**	A	3	2,7	A idéia é interessante, mas quanto ao planejamento os prazos de execução não estão claros. O layout é agradável e a chamada criativa. A estratégia é transmídia mas a utilização de e-mail marketing não é adequada pela insuficiencia do mesmo e google por não ser adequado ao perfil da instituição e o "serviço" que presta.	16,4
		B	3	2,8		
		C	1,5	0,8		
		D	1,5	0,8		
		E	1,5	1,4		
		F	1,5	1,3		
		G	1,5	1		
		H	3	2,5		
		I	1,5	1,2		
		J	2	1,9		
	ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA (10 pontos)	A	1	0,9	Capacidade de análise regular, apresentou hábitos de consumo do público alvo, possui um bom mix de mídia. A mídia online é limitada.	8
		B	1	0,9		
		C	2	1,8		
		D	1,5	1,4		
		E	2	0,8		
		F	2,5	2,2		
					TOTAL	**48,8**

Avaliador: FLAVIO FERREIRA LIMA

Rubrica: _____

CORPENDL
Fls. 2267

Concorrência nº. 02/2016 - COFEN
Invólucro nº. 01 – Plano de Comunicação Publicitária – Via Não identificada

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO/PROPOSTA TÉCNICA

Proponente: 1
Conceito: Reconhecimento. A dose certa para mais saúde.

QUESITO	SUBQUESITOS	NOTA MÁXIMA DO SUBQUESITO		NOTA OBTIDA	JUSTIFICATIVA	NOTA TOTAL
	RACIOCÍNIO BÁSICO (10 pontos)	A	2	1,7	Razoável compreensão das funções do Cofen e da natureza da licitação. Pouco explorado o entendimento sobre o cenário atual no qual se insere o Cofen e o papel da comunicação para atender os desafios. Acerto dos públicos.Acerto da mensagem a ser transmitida. Compreensão clara a respeito das nescessidades do Cofen	8,7
		B	2	1,75		
		C	1	0,75		
		D	1	0,75		
		E	2	1,75		
		F	2	2		
	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (25 pontos)	A	4	4	Bom partido temático. O conceito apresentado, "A dose certa para mais saúde" permite desdobramentos. Ouso somente do e.mail amrketing para mobilização é fraco. A estratégia não fica clara. A exequilibilidade fica comprometida.	15,7
		B	4	4		
		C	4	2		
		D	4	2		
		E	4	1,7		
		F	5	2		

COFEN/GERAL
Fls. 1268

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (65 PONTOS)	**IDÉIA CRIATIVA (20 pontos)**	A	3	2,5	Bom layout e partido temático. A utlização de pessoas reais é boa. Atende em parte o caráter transmidiático, porém somente o uso do email marketing nos parece pouco. A utilização do HOT SITE aberto a críticas é perigoso. A estratégia on line não foi a mais adequada.	16,6
		B	3	2,5		
		C	1,5	0,7		
		D	1,5	1,2		
		E	1,5	1,5		
		F	1,5	1,5		
		G	1,5	1		
		H	3	2,5		
		I	1,5	1,2		
		J	2	2		
	ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA (10 pontos)	A	1	1	Boa capacidade de análise. Apresentou dados importantes. A mídia online é limitada.	9
		B	1	1		
		C	2	2		
		D	1,5	1		
		E	2	2		
		F	2,5	2		
					TOTAL	**50**

Avaliador: HELTON VERÃO LOPES

Rubrica: _____

COPENGOL
Fls. 267

Concorrência nº. 02/2016 - COFEN
Invólucro nº. 01 – Plano de Comunicação Publicitária – Via Não identificada

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO/PROPOSTA TÉCNICA

Proponente: 2
Conceito: Quando você apoia o profissional de enfermagem você ajuda quem precisa dele

QUESITO	SUBQUESITOS	NOTA MÁXIMA DO SUBQUESITO		NOTA OBTIDA	JUSTIFICATIVA	NOTA TOTAL
	RACIOCÍNIO BÁSICO (10 pontos)	A	2	2	Compreendeu bem as funções do Cofen e da natureza da licitação, bem como o contexto social, político e econômico. Entendimento também sobre o cenário atual no qual se insere o Cofen e o papel da comunicação para atender os desafios. Identificou acertadamente os públicos, bem como a mensagem a ser transmitida e os resultados que se busca obter com a comunicação. Boa análise dos desafios e das necessidades de comunicação.	10
		B	2	2		
		C	1	1		
		D	1	1		
		E	2	2		
		F	2	2		
	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (25 pontos)	A	4	4	Bom partido temático e adequação às necessidades do Cofen, boa consistência lógica e pertinência com o briefing. O conceito apresentado, "Quando você apoia o profissional de enfermagem você ajuda quem precisa dele" permite desdobramentos e atende as necessidades de comunicação. A estratégia com o ator e a forma utilizada é inovadora e com muito potencial de viralização. Usou muito bem e de forma criativa e incomum o digital integrado com o offline. Apresentou um slogan forte e conectado com os objetivos gerais. Defesa pertinente das estratégias On e offline que ocorrem de forma integrada mas com distinções quanto a estratégia. A exequibilidade da proposta é boa assim como a consistência lógica. Defesa pertinente da estratégia proposta, assim como do conceito apresentado, tanto em relação ao público quanto ao potencial de comunicação do Cofen. Não indica endereço e as formas de promoção do Hotsite. A utilização do teaser, o ator relacionado com a causa, a forte presença digital incluindo o youtuber renomado e o potencial de viralização são os grandes diferenciais da proposta.	24
		B	4	4		
		C	4	4		
		D	4	3		
		E	4	4		
		F	5	5		

COFEN/CPL
Fls. 3270

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (65 PONTOS)	**IDÉIA CRIATIVA (20 pontos)**	A	3	3	Boa ideia criativa, com consistência em relação ao planejamento. Layout atraente e harmônico constituidos a partir de uma estética clean, muito propícia para o tipo de campanha. A chamada é criativa e cumpre os desafios de comunicação A opção por utilizar uma personalidade famosa e com credibilidade enriqueceu a campanha em um contexto geral, assim como a personalidade da internet. As Ideias e as peças são diferenciadas, surpreendem saindo do tradicional e são adequadas ao problema de comunicação. Peças exequíveis, compatíveis com a linguagem ao público proposto. Usou o digital de forma criativa e adequada, integrada com o offline. Não menciona o endereço do hotsite da campanha.	19,5
		B	3	3		
		C	1,5	1,5		
		D	1,5	1,5		
		E	1,5	1,5		
		F	1,5	1,5		
		G	1,5	1,5		
		H	3	3		
		I	1,5	1		
		J	2	2		
	ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA (10 pontos)	A	1	0,75	Boa capacidade de análise. Apresentou razoavel conhecimento dos hábitos de consumo, não enriquecendo com dados estatisticos e de frequencia. Notável proposta Não Mídia sendo esta inovadora, com capacidade de viralização e ligada a uma importante luta da categoria citada no briefing. Boa distribuição das peças e com bom mix de mídia. Boa economicidade utilizando muito bem os recursos internos e boa otimização da verba. O uso de famoso como não mídia foi adequado e muito criativo assim como a personalidade da internet.	9
		B	1	0,75		
		C	2	1,5		
		D	1,5	1,5		
		E	2	2		
		F	2,5	2,5		
					TOTAL	**62,5**

Avaliador: KELLY CRISTINA RODRIGUES FERREIRA

Rubrica: _____

COFEM/DPL
Fls.

Concorrência nº. 02/2016 - COFEN
Invólucro nº. 01 – Plano de Comunicação Publicitária – Via Não identificada

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO/PROPOSTA TÉCNICA

Proponente: 2
Conceito: Quando você apoia o profissional de enfermagem você ajuda quem precisa dele

QUESITO	SUBQUESITOS	NOTA MÁXIMA DO SUBQUESITO		NOTA OBTIDA	JUSTIFICATIVA	NOTA TOTAL
	RACIOCÍNIO BÁSICO (10 pontos)	A	2	1,9	Demonstrou bom conhecimento sobre o Cofen e sua natureza nos diversos contextos. Apresentou bom conhecimento sobre as necessidades de comunicação. Entretanto apresentou todos os tópicos de forma muito sucinta.	8,9
		B	2	1,9		
		C	1	0,8		
		D	1	1		
		E	2	1,7		
		F	2	1,6		
	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (25 pontos)	A	4	3,8	A proposta é inovadora e criativa. Utiliza bem o que o briefing diz sobre transmídia. O uso da personalidade é estratégicamente bom e consegue conectar muito bem o on e o offline.	23,9
		B	4	3,8		
		C	4	3,8		
		D	4	3,5		
		E	4	4		
		F	5	5		
		A	3	2,9		

COFEN/CPL
Fls. 1272

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (65 PONTOS)	**IDÉIA CRIATIVA (20 pontos)**	B	3	2,9	Um bom conceito, bem alinhado com o que o briefing pede, layout bonito e harmonioso. O uso da personalidade é muito interessante e o youtuber no início da campanha consegue potencializar seu alcance.	19,8
		C	1,5	1,5		
		D	1,5	1,5		
		E	1,5	1,5		
		F	1,5	1,5		
		G	1,5	1,5		
		H	3	3		
		I	1,5	1,5		
		J	2	2		
	ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA (10 pontos)	A	1	0,5	O planejamento apresenta boas análises e estratégicamente alinhado com a estratégia de comunicação. Apresenta boa economicidade utilizando bem recursos internos, porém não apresentou alguns dados como por exemplo os de frequencia.	8,8
		B	1	0,5		
		C	2	2		
		D	1,5	1,5		
		E	2	2		
		F	2,5	2,3		
					TOTAL	**61,4**

Avaliador: FLAVIO FERREIRA LIMA

Rubrica: _____

CONFERE COM O ORIGINAL
Fls. 223

Concorrência nº. 02/2016 - COFEN
Invólucro nº. 01 – Plano de Comunicação Publicitária – Via Não identificada

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO/PROPOSTA TÉCNICA

Proponente: 2
Conceito: Quando você apoia o profissional de enfermagem você ajuda quem precisa dele

QUESITO	SUBQUESITOS	NOTA MÁXIMA DO SUBQUESITO		NOTA OBTIDA	JUSTIFICATIVA	NOTA TOTAL
	RACIOCÍNIO BÁSICO (10 pontos)	A	2	2	Compreensão das funções do Cofen e da natureza da licitação. Entendimento também sobre o cenário atual do Cofen e o papel da comunicação. Acertou os públicos e a mensagem a ser transmitida. Boa análise dos desafios e das necessidades de comunicação.	10
		B	2	2		
		C	1	1		
		D	1	1		
		E	2	2		
		F	2	2		
	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (25 pontos)	A	4	4	Bom partido temático, adequado às necessidades do Cofen. O conceito permite desdobramentos e atende as necessidades de comunicação. A estratégia de utilização do ator surpreende e tem bom potencial de viralização. A utilização do youtuber traz visibilidade à campanha e a conexão entre on e OFF é boa e traz a questão da transmídia à proposta. Bom partido temático. Boa defesa das estratégias On e offline. Boa exequibilidade. Não indica endereço e as formas de promoção do Hotsite.	23,7
		B	4	4		
		C	4	3,8		
		D	4	3,2		
		E	4	4		
		F	5	4,7		

COFEN/CPL
Fls. 1274

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (65 PONTOS)	**IDÉIA CRIATIVA (20 pontos)**	A	3	3	Boa ideia criativa, com consistência em relação ao planejamento. Bom layout, utilizando um caminho limpo, adequado ao tema. Bom partido temático. A evidência no layout doator valioriza a ideia criativa. Peças exequíveis, compatíveis com a liguagem ao público proposto. A utilização doON e OFF foi muito feliz, assim como a ideia do TEASER e do YOUTUBER. Não menciona o endereço do hotsite da campanha.	19,7
		B	3	3		
		C	1,5	1,5		
		D	1,5	1,5		
		E	1,5	1,5		
		F	1,5	1,5		
		G	1,5	1,5		
		H	3	3		
		I	1,5	1,2		
		J	2	2		
	ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA (10 pontos)	A	1	0,75	Boa análise. Bom conhecimento dos hábitos de consumo. Faltaram dados estatísticos. Boa proposta Não Mídia atendendo ao briefing. Boa distribuição das peças. Bom mix de mídia. Bom uso dos recursos próprios de comunicação, trazendo economicidade. Transmídia bem atendida na estratégia.	9,25
		B	1	1		
		C	2	1,5		
		D	1,5	1,5		
		E	2	2		
		F	2,5	2,5		
					TOTAL	**62,65**

Avaliador: HELTON VERÃO LOPES

Rubrica:

COPEMUSPL
Fls. 224

Concorrência nº. 02/2016 - COFEN
Invólucro nº. 01 – Plano de Comunicação Publicitária – Via Não identificada

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO/PROPOSTA TÉCNICA

Proponente: 3
Conceito: Profissional de enfermagem, vital para a saúde essencial para o Brasil

QUESITO	SUBQUESITOS	NOTA MÁXIMA DO SUBQUESITO		NOTA OBTIDA	JUSTIFICATIVA	NOTA TOTAL
	RACIOCÍNIO BÁSICO (10 pontos)	A	2	2	Compreendeu bem as funções do Cofen e da natureza da licitação, bem como o contexto social, político e econômico. Apresentou entendimento sobre o cenário atual no qual se insere o Cofen e o papel da comunicação para atender os desafios. Identificou acertadamente os públicos, bem como a mensagem a ser transmitida e o resultado que se busca obter com a comunicação. Boa análise dos desafios e das necessidades de comunicação.	10
		B	2	2		
		C	1	1		
		D	1	1		
		E	2	2		
		F	2	2		
	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (25 pontos)	A	4	2,5	Regular partido temático. A mensagem não é perceptivel no primeiro momento e exige certa analise, o que torna arriscado a sua implementação tendo em vista que o público é muito diverso e abrangente. Usa bom slogan "Voz forte na valorização da enfermagem brasileira" e cumprindo um objetivo geral do Cofen de posicioná-lo como representante da maior categoria da saúde. Apresenta uma estratégia digital pobre e sem novidades.	15,5
		B	4	2,5		
		C	4	3		
		D	4	2		
		E	4	2,5		
		F	5	3		

COFEN
Fls. 1275

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (65 PONTOS)	**IDÉIA CRIATIVA (20 pontos)**	A	3	1,5	A ídeia criativa é razoável, com consistência razoável em relação ao planejamento, com layout e acabamentos medianos. Não apresenta soluções diferienciadas para o ambiente digital. Peças exequíveis, mas pouco compatíveis com a linguagem do público externo. A forma que se apresenta é complexa e exige interpretação. A pertinência às atividades é razóavel. Possui pouca compatibilidade com o público em relação a linguagem utilizada.	10,5
		B	3	1,5		
		C	1,5	1		
		D	1,5	1		
		E	1,5	1		
		F	1,5	1		
		G	1,5	1		
		H	3	1		
		I	1,5	0,5		
		J	2	1		
	ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA (10 pontos)	A	1	1	Boa capacidade de análise. Apresentou razoavel conhecimento dos hábitos de consumo e do público alvo. Boa distribuição das peças e com bom mix de mídia. Mídia Online é ruim e pouco explorada. Boa economicidade e razoável otimização da verba.	8,5
		B	1	1		
		C	2	1,5		
		D	1,5	1,5		
		E	2	2		
		F	2,5	1,5		
					TOTAL	**44,5**

Avaliador: KELLY CRISTINA RODRIGUES FERREIRA

Rubrica: _____

COFEM/CORI
Fls. 127

Concorrência nº. 02/2016 - COFEN
Invólucro nº. 01 – Plano de Comunicação Publicitária – Via Não identificada

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO/PROPOSTA TÉCNICA

Proponente: 3
Conceito: Profissional de enfermagem, vital para a saúde essencial para o Brasil

QUESITO	SUBQUESITOS	NOTA MÁXIMA DO SUBQUESITO		NOTA OBTIDA	JUSTIFICATIVA	NOTA TOTAL
	RACIOCÍNIO BÁSICO (10 pontos)	A	2	1,9	Atendeu bem esse item pois demonstrou compreensão sobre o Cofen e as necessidades da instituição.	9
		B	2	1,7		
		C	1	0,8		
		D	1	1		
		E	2	1,9		
		F	2	1,7		
	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (25 pontos)	A	4	2,7	Por ter um público muito abrangente a mensagem se torna um pouco difícil de ser entendida em um primeiro momento. O Slogan é interessante e a parte digital não está tão bem trabalhada.	15,2
		B	4	2,3		
		C	4	2,8		
		D	4	1,9		
		E	4	2,5		
		F	5	3		

COFEN/CPL
Fls. 228

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (65 PONTOS)	**IDÉIA CRIATIVA (20 pontos)**	A	3	1,3	No geral a criação está média e a mensagem um pouco difícil de se entender dada a abrangencia do público.	12,3
		B	3	1,3		
		C	1,5	1,2		
		D	1,5	1,2		
		E	1,5	1,2		
		F	1,5	1,2		
		G	1,5	1,2		
		H	3	1,2		
		I	1,5	0,7		
		J	2	1,8		
	ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA (10 pontos)	A	1	0,7	Um bom uso da verba, resultando em uma boa distribuição e economicidade, mas o online não está tão interessante.	7,4
		B	1	0,7		
		C	2	1,4		
		D	1,5	1,4		
		E	2	1,8		
		F	2,5	1,4		
					TOTAL	**43,9**

Avaliador: FLAVIO FERREIRA LIMA

Rubrica: _____

CORREIO POSTAL
Fls. 3279

Concorrência nº. 02/2016 - COFEN
Invólucro nº. 01 – Plano de Comunicação Publicitária – Via Não identificada

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO/PROPOSTA TÉCNICA

Proponente: 3
Conceito: Profissional de enfermagem, vital para a saúde essencial para o Brasil

QUESITO	SUBQUESITOS	NOTA MÁXIMA DO SUBQUESITO		NOTA OBTIDA	JUSTIFICATIVA	NOTA TOTAL
	RACIOCÍNIO BÁSICO (10 pontos)	A	2	1,9	Conseguiu expressar compreensão sobre o Cofen, seu contexto e as necessidades da instituição.	8,9
		B	2	1,7		
		C	1	0,7		
		D	1	1		
		E	2	1,9		
		F	2	1,7		
	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (25 pontos)	A	4	2,5	Regular partido temático. Comete o erro de restringir a categoria ao enfermeiro. Usa bem o slogan "Voz forte na valorização da enfermagem brasileira". Estratégia digital pouco explorada sem transmídia.	16,3
		B	4	2,5		
		C	4	2,5		
		D	4	2,5		
		E	4	2,5		
		F	5	3,8		

COFEN GERAL
Fls. 1280

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (65 PONTOS)	**IDÉIA CRIATIVA (20 pontos)**	A	3	1,5	Layout razoável. Linguagem pouco adequada ao público. Estratégia online fraca, sem transmídia. O tema restringe a categoria apenas ao profissional enfermeiro.	12,4
		B	3	1,5		
		C	1,5	1,2		
		D	1,5	1,2		
		E	1,5	1		
		F	1,5	1,2		
		G	1,5	1		
		H	3	1,8		
		I	1,5	0,8		
		J	2	1,2		
	ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA (10 pontos)	A	1	0,7	Apesar do online não estar tão interessante fez um bom uso da verba dando economicidade ao plano.	8,9
		B	1	0,7		
		C	2	1,5		
		D	1,5	1,5		
		E	2	2		
		F	2,5	2,5		
					TOTAL	**46,5**

Avaliador: HELTON VERÃO LOPES

Rubrica: _____

COFEN/CPL
Fls. 180

Concorrência nº. 02/2016 - COFEN
Invólucro nº. 01 – Plano de Comunicação Publicitária – Via Não identificada

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO/PROPOSTA TÉCNICA

Proponente: 4
Conceito: Profissional de enfermagem. Quem reconhece seu trabalho enxerga seu valor.

QUESITO	SUBQUESITOS	NOTA MÁXIMA DO SUBQUESITO		NOTA OBTIDA	JUSTIFICATIVA	NOTA TOTAL
	RACIOCÍNIO BÁSICO (10 pontos)	A	2	1,5	Apresentou de forma pouco aprofundada as funções do Cofen nos contextos social, político e econômico, bem como as caracteristicas do Cofen e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação. Não deixa claro os desafios e as nescessidades. Não fica claro no texto a natureza e a extensão do objeto da licitação.	5,5
		B	2	1		
		C	1	0,5		
		D	1	0,5		
		E	2	1		
		F	2	1		
	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (25 pontos)	A	4	2	Partido tematico regular. Adequação as necessidades do Cofen regular. O conceito é simples é claro, entratanto a estratégia apresenta poucos desdobrametos e não sai do convencional. Consistência lógica e exequibilidade deixam a desejar. Explora pouco o digital.	12,5
		B	4	2		
		C	4	2		
		D	4	2		
		E	4	2		
		F	5	2,5		

COFEN/CPL
Fls. 1282

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (65 PONTOS)	**IDÉIA CRIATIVA (20 pontos)**	A	3	1,5	Fraca ideia criativa, com razoável consistência em relação ao planejamento. Os layouts e acabamentos são bons. Não apresenta de forma clara a linha editorial do facebook. Peças exequiveis. O digital é muito simples e não promove interação trasmidiática.	13,5
		B	3	1,5		
		C	1,5	1		
		D	1,5	1		
		E	1,5	1,5		
		F	1,5	1		
		G	1,5	1		
		H	3	2		
		I	1,5	1,5		
		J	2	1,5		
	ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA (10 pontos)	A	1	1	Boa capacidade de análise. Apresentou razoavel conhecimento dos hábitos de consumo e do público alvo. Boa distribuição das peças e com bom mix de mídia. Mídia Online é superficial. Boa economicidade e razoável otimização da verba.	8,5
		B	1	1		
		C	2	2		
		D	1,5	1		
		E	2	1,5		
		F	2,5	2		
					TOTAL	**40**

Avaliador: KELLY CRISTINA RODRIGUES FERREIRA

Rubrica: _____

COPENGEL
Fls. 287

Concorrência nº. 02/2016 - COFEN
Invólucro nº. 01 – Plano de Comunicação Publicitária – Via Não identificada

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO/PROPOSTA TÉCNICA

Proponente: 4
Conceito: Profissional de enfermagem. Quem reconhece seu trabalho enxerga seu valor.

QUESITO	SUBQUESITOS	NOTA MÁXIMA DO SUBQUESITO		NOTA OBTIDA	JUSTIFICATIVA	NOTA TOTAL
	RACIOCÍNIO BÁSICO (10 pontos)	A	2	1,4	Apresentou de forma rasa as funções do Cofen e não deixa claro seus desafios.	5,7
		B	2	0,9		
		C	1	0,6		
		D	1	0,5		
		E	2	1,5		
		F	2	0,8		
	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (25 pontos)	A	4	2,2	Explora pouco o digital e a estratégia muito convencional. Apresenta certa adequação às necessidades do Cofen.	14,1
		B	4	2,1		
		C	4	2,1		
		D	4	2,2		
		E	4	3		
		F	5	2,5		

COFEN/DAL
Fls. 2384

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (65 PONTOS)	**IDÉIA CRIATIVA (20 pontos)**	A	3	1,4	A idéia criativa é ruim mas com um bom layout. Explora a parte digital de maneira rasa.	13,1
		B	3	1,4		
		C	1,5	0,8		
		D	1,5	0,8		
		E	1,5	1,4		
		F	1,5	1,5		
		G	1,5	0,8		
		H	3	1,9		
		I	1,5	1,5		
		J	2	1,6		
	ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA (10 pontos)	A	1	0,9	Utilizou bem a verba resultando em um bom mix de mídia e boa economicidade mas o online está superficial.	8,4
		B	1	0,9		
		C	2	1,7		
		D	1,5	1		
		E	2	1,9		
		F	2,5	2		
					TOTAL	**41,3**

Avaliador: FLAVIO FERREIRA LIMA

Rubrica: _____

COFEM/OPL
Fls. 2885

Concorrência nº. 02/2016 - COFEN
Invólucro nº. 01 – Plano de Comunicação Publicitária – Via Não identificada

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO/PROPOSTA TÉCNICA

Proponente: 4
Conceito: Profissional de enfermagem. Quem reconhece seu trabalho enxerga seu valor.

QUESITO	SUBQUESITOS	NOTA MÁXIMA DO SUBQUESITO		NOTA OBTIDA	JUSTIFICATIVA	NOTA TOTAL
	RACIOCÍNIO BÁSICO (10 pontos)	A	2	1,8	Não trabalhou as funções do Cofen e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação. Não deixa claro os desafios e nescessidades. Pouca compreensão do objeto da licitação.	7
		B	2	1,2		
		C	1	0,7		
		D	1	0,8		
		E	2	1,2		
		F	2	1,3		
	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (25 pontos)	A	4	2,8	Partido tematico regular. Estratégia boa. Explora pouco o digital. Não atende o briefing na questão transmídia.	14,4
		B	4	2,4		
		C	4	2,2		
		D	4	2,3		
		E	4	2,2		
		F	5	2,5		

COFEN/CPL
Fls. 228

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (65 PONTOS)	**IDÉIA CRIATIVA (20 pontos)**	A	3	1,5	Fraca ideia criativa, com razoável consistência em relação ao planejamento. Bom layout. Peças exequiveis. O digital não atende a linha trasmidiática.	13,5
		B	3	1,5		
		C	1,5	1		
		D	1,5	1,2		
		E	1,5	1,3		
		F	1,5	1,2		
		G	1,5	1		
		H	3	2,1		
		I	1,5	1,2		
		J	2	1,5		
	ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA (10 pontos)	A	1	0,8	O online está superficial mas a verba foi bem utilizada resultando em um bom mix de mídia.	7,6
		B	1	0,8		
		C	2	1,5		
		D	1,5	1		
		E	2	1,5		
		F	2,5	2		
					TOTAL	**42,5**

Avaliador: HELTON VERÃO LOPES

Rubrica:

CORRENTOL
Fls. 1287

Concorrência nº. 02/2016 - COFEN
Invólucro nº. 01 – Plano de Comunicação Publicitária – Via Não identificada

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO/PROPOSTA TÉCNICA

Proponente: 5
Conceito: Isso é ser enfermeiro

QUESITO	SUBQUESITOS	NOTA MÁXIMA DO SUBQUESITO		NOTA OBTIDA	JUSTIFICATIVA	NOTA TOTAL
	RACIOCÍNIO BÁSICO (10 pontos)	A	2	2	Compreendeu as funções do Cofen e a natureza da licitação, bem como o contexto social, político e econômico. Não fica tão claro o entendimento sobre o cenário atual no qual se insere o Cofen e o papel da comunicação para atender os desafios. Não menciona sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação. O Texto não deixa muito claro sobre as necessidades do Cofen	8,25
		B	2	2		
		C	1	1		
		D	1	0,5		
		E	2	1,75		
		F	2	1		
	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (25 pontos)	A	4	2,5	Errou no partido temático ao entitular a categoria como enfermeiro, tendo em vista que ela é mais abrangente. Regular adequação às necessidades do Cofen, regular consistência lógica e pertinência com o briefing também está regular. A agência inova no online e apresenta boa estratégia, entretanto dá uma característica de assessoria de imprensa na ação do twitter. Apresenta uma boa solução de mídia no Youtube. Não fica clara a estratégia de promoção do hot site.	18
		B	4	2,5		
		C	4	3		
		D	4	2,5		
		E	4	3,5		
		F	5	4		

Fls. 5383

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (65 PONTOS)	**IDÉIA CRIATIVA (20 pontos)**	A	3	2	Boa ideia criativa, com bom conceito. A gência não demonstra muito cuidado estético nas peças, apresentando composições fracas. Boas ideias apresentadas no digital, com ótima integração com o Ofline. Defesa pertinente da estratégia, assim como do conceito apresentado. Erra na redação ao entitular toda a categoria como enfermeiros e não profissionais de enfermagem.	13,5
		B	3	2		
		C	1,5	1		
		D	1,5	1		
		E	1,5	0,5		
		F	1,5	1,5		
		G	1,5	1		
		H	3	2		
		I	1,5	1		
		J	2	1,5		
	ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA (10 pontos)	A	1	1	Boa capacidade de análise. Bom conhecimento dos hábitos de consumo e do público alvo. Boa distribuição das peças e com bom mix de mídia. Mídia Online é superficial. Boa economicidade e razoável otimização da verba.	9,5
		B	1	1		
		C	2	2		
		D	1,5	1,5		
		E	2	2		
		F	2,5	2		
					TOTAL	**49,25**

Avaliador: KELLY CRISTINA RODRIGUES FERREIRA

Rubrica: _____

COFEN/CPL
Fls. 289

Concorrência nº. 02/2016 - COFEN
Invólucro nº. 01 – Plano de Comunicação Publicitária – Via Não identificada

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO/PROPOSTA TÉCNICA

Proponente: 5
Conceito: Isso é ser enfermeiro

QUESITO	SUBQUESITOS	NOTA MÁXIMA DO SUBQUESITO		NOTA OBTIDA	JUSTIFICATIVA	NOTA TOTAL
	RACIOCÍNIO BÁSICO (10 pontos)	A	2	1,9	Compreendeu bem o contexto do Cofen, mas não é claro quanto às necessidades do mesmo.	7,5
		B	2	1,9		
		C	1	0,7		
		D	1	0,7		
		E	2	1,5		
		F	2	0,8		
	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (25 pontos)	A	4	2,3	Tem uma boa presença no online e uma estratégia pertinente mas erra ao dirigir a campanha apenas aos enfermeiros.	17,7
		B	4	2,4		
		C	4	3,2		
		D	4	2,3		
		E	4	3,5		
		F	5	4		

COFEN/CPL
Fls. 228

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (65 PONTOS)	**IDÉIA CRIATIVA (20 pontos)**	A	3	1,9	Boa presença no digital, um bom conceito mas com uma arte que deixa a desejar além de errar dirigindo a campanha apenas aos enfermeiros, deixando de lado os técnicos e auxiliares de Enfermagem.	13,6
		B	3	1,9		
		C	1,5	0,8		
		D	1,5	0,7		
		E	1,5	0,7		
		F	1,5	1,5		
		G	1,5	0,9		
		H	3	2,1		
		I	1,5	1,3		
		J	2	1,8		
	ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA (10 pontos)	A	1	1	Boa capacidade de análise e de conhecimento dos hábitos do público bem como uma boa utilização da verba.	9,2
		B	1	1		
		C	2	2		
		D	1,5	1,5		
		E	2	1,8		
		F	2,5	1,9		
					TOTAL	**48**

Avaliador: FLAVIO FERREIRA LIMA

Rubrica: _____

Concorrência nº. 02/2016 - COFEN
Invólucro nº. 01 – Plano de Comunicação Publicitária – Via Não identificada

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO/PROPOSTA TÉCNICA

Proponente: 5
Conceito: Isso é ser enfermeiro

QUESITO	SUBQUESITOS	NOTA MÁXIMA DO SUBQUESITO		NOTA OBTIDA	JUSTIFICATIVA	NOTA TOTAL
	RACIOCÍNIO BÁSICO (10 pontos)	A	2	2	Compreendeu as funções do Cofen e da natureza da licitação. Cenário atual e o papel da comunicação para atender os desafios não ficou claro.	8,25
		B	2	2		
		C	1	1		
		D	1	0,5		
		E	2	1,75		
		F	2	1		
	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (25 pontos)	A	4	2,8	Bom partido temático pertinente ao briefing. O conceito apresentado, "Isso é ser enfermeiro" comete o erro grave de restringir a categoria somente ao enfermeiro, excluindo o técnico e o auxiliar de enfermagem. Boa estratégia on line. Não deixa claro a função e a forma de visibilidade do HotSite.	18,3
		B	4	2,8		
		C	4	3		
		D	4	2,7		
		E	4	3,5		
		F	5	3,5		

COFEN/CPL
Fls. 292

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (65 PONTOS)	**IDÉIA CRIATIVA (20 pontos)**	A	3	2,5	Com o erro da definição da categoria, a boa ideia criativa e o conceito que são bons, perdem em acertividade. Boas ideias no Digital. Boa defesa da estratégia, mas o conceito apresentado tem o erro da categoria.	15,6
		B	3	2,5		
		C	1,5	1		
		D	1,5	1		
		E	1,5	1		
		F	1,5	1,5		
		G	1,5	1		
		H	3	2,1		
		I	1,5	1,2		
		J	2	1,8		
	ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA (10 pontos)	A	1	1	Capacidade de análise e de conhecimento dos hábitos do público além de uma boa utilização da verba.	9,3
		B	1	1		
		C	2	2		
		D	1,5	1,5		
		E	2	1,9		
		F	2,5	1,9		
					TOTAL	**51,45**

Avaliador: HELTON VERÃO LOPES

Rubrica:

COPENOPL
Fls. 52
Rubr.

Concorrência nº. 02/2016 - COFEN
Invólucro nº. 01 – Plano de Comunicação Publicitária – Via Não identificada

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO/PROPOSTA TÉCNICA

Proponente: 6
Conceito: Cuidar. Valorize quem transformou este gesto em profissão.

QUESITO	SUBQUESITOS	NOTA MÁXIMA DO SUBQUESITO		NOTA OBTIDA	JUSTIFICATIVA	NOTA TOTAL
	RACIOCÍNIO BÁSICO (10 pontos)	A	2	2	Compreendeu bem as funções do Cofen nos contextos sociais, políticos e econômicos, bem como a natureza da licitação, utilizando argumentos claros. Entendimento também sobre o cenário atual no qual se insere o Cofen, entretanto aborda de forma muito rasa os desafios do Cofen. As necessidades do Cofen não estão claras no texto apresentado.	8,7
		B	2	2		
		C	1	1		
		D	1	1		
		E	2	1,7		
		F	2	1		
	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (25 pontos)	A	4	4	Bom partido temático. Regular adequação às necessidades do Cofen tendo em vista que não explora as potencialidades do digital, apenas fazendo uma replicação do proposto no offline. O conceito, "cuidar. Valorize que transformou este gesto em profissão" é bom e permite desdobramentos, possui boa consistência lógica e pertinência apesar de explorar muito pouco o ambiente digital onde não usou estrégias pouco efetivas e com baixo poder de engajamento. As estratégias Não mídia também foram pouco exploradas.	20,5
		B	4	4		
		C	4	2,5		
		D	4	3		
		E	4	3		
		F	5	4		

COFEN/CPL
Fls.:

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (65 PONTOS)	**IDÉIA CRIATIVA (20 pontos)**	A	3	3	Boa ideia criativa, com consistência em relação ao planejamento. Esteticamente, a peça não apresenta novidades. Boa redação entretanto o layout não agrada tendo em vista que a escolha das cores das fontes e fundos desprilegia a leitura, principalmente em pessoas idosas, fator que prejudicou a peça em um contexto geral. A chamada é criativa e cumpre os desafios de comunicação. Explora de maneira pobre digital, o colocando apenas como extensão do offline. A proposta não mídia também é pobre, sendo apenas uma reprodução do conceito.	17,5
		B	3	3		
		C	1,5	1		
		D	1,5	1,5		
		E	1,5	1		
		F	1,5	1,5		
		G	1,5	1,5		
		H	3	2		
		I	1,5	1		
		J	2	2		
	ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA (10 pontos)	A	1	1	Boa capacidade de análise. Apresentou razoavel conhecimento dos hábitos de consumo e do público alvo. Boa distribuição das peças e com bom mix de mídia. Mídia Online é superficial. Boa economicidade e razoável otimização da verba.	8
		B	1	0,5		
		C	2	1		
		D	1,5	1,5		
		E	2	2		
		F	2,5	2		
					TOTAL	**54,7**

Avaliador: KELLY CRISTINA RODRIGUES FERREIRA

Rubrica: _____

COFEN/CPL
Fls. 228

Concorrência nº. 02/2016 - COFEN
Invólucro nº. 01 – Plano de Comunicação Publicitária – Via Não identificada

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO/PROPOSTA TÉCNICA

Proponente: 6
Conceito: Cuidar. Valorize quem transformou este gesto em profissão.

QUESITO	SUBQUESITOS	NOTA MÁXIMA DO SUBQUESITO		NOTA OBTIDA	JUSTIFICATIVA	NOTA TOTAL
	RACIOCÍNIO BÁSICO (10 pontos)	A	2	1,9	As funções do Cofen estão claras asssim como seu contexto econômico, social e político. Porém no que diz respeito aos desafios e necessidades deixa a desejar.	7,2
		B	2	1,9		
		C	1	0,9		
		D	1	0,5		
		E	2	1,5		
		F	2	0,5		
	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (25 pontos)	A	4	3,8	O conceito está bom e apresenta pertinência quanto ao Cofen, porém o digital não foi bem explorado.	21
		B	4	3,8		
		C	4	3		
		D	4	3,5		
		E	4	3,1		
		F	5	3,8		

COFEN/CPL
Fls. 1296

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (65 PONTOS)	**IDÉIA CRIATIVA (20 pontos)**	A	3	3,1	O conceito e redação está bom, porém a arte não agrada. A exploração da parte digital não tem tanta profundidade.	17,1
		B	3	3,5		
		C	1,5	1		
		D	1,5	1		
		E	1,5	1		
		F	1,5	1		
		G	1,5	1,5		
		H	3	1,5		
		I	1,5	1,5		
		J	2	2		
	ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA (10 pontos)	A	1	0,9	Boa utlização da verba. Boa capacidade analítica com um bom conhecimento dos hábitos de consumo do público, mas não explorou tão bem o digital.	9
		B	1	0,8		
		C	2	1,5		
		D	1,5	1,5		
		E	2	1,8		
		F	2,5	2,5		
					TOTAL	**54,3**

Avaliador: FLAVIO FERREIRA LIMA

Rubrica: _____

COPENHOPL
Fls. 5267

Concorrência nº. 02/2016 - COFEN
Invólucro nº. 01 – Plano de Comunicação Publicitária – Via Não identificada

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO/PROPOSTA TÉCNICA

Proponente: 6
Conceito: Cuidar. Valorize quem transformou este gesto em profissão.

QUESITO	SUBQUESITOS	NOTA MÁXIMA DO SUBQUESITO		NOTA OBTIDA	JUSTIFICATIVA	NOTA TOTAL
	RACIOCÍNIO BÁSICO (10 pontos)	A	2	2	Boa argumentação e compreensão sobre as funções do Cofen. Porém, as necessidades e desafios da Autarquia foram pouco abordados.	9,2
		B	2	1,7		
		C	1	1		
		D	1	1		
		E	2	2		
		F	2	1,5		
	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (25 pontos)	A	4	3,5	Bom partido temático com adequação às necessidades do Cofen. Fraca ação digital. O conceito é bom e permite desdobramentos. Estratégia Não mídia também foi fraca.	20,5
		B	4	4		
		C	4	2,5		
		D	4	3,5		
		E	4	3,5		
		F	5	3,5		

COFEN/CEL
Fls. 5298

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (65 PONTOS)	**IDÉIA CRIATIVA (20 pontos)**	A	3	3	Boa ideia criativa. Layout deixou um pouco difícil a leitura. A chamada é criativa. Digital é extensão do offline. Proposta não mídia pobre.	18,2
		B	3	3		
		C	1,5	1		
		D	1,5	1,5		
		E	1,5	1,2		
		F	1,5	1,5		
		G	1,5	1,5		
		H	3	2,5		
		I	1,5	1		
		J	2	2		
	ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA (10 pontos)	A	1	0,7	Boa análise e conhecimento dos hábitos de consumo e do público alvo. Bom mix de mídia. Mídia Online é superficial. Boa economicidade com boa otimização da verba.	7,9
		B	1	0,7		
		C	2	1,5		
		D	1,5	1,5		
		E	2	1,5		
		F	2,5	2		
					TOTAL	**55,8**

Avaliador: HELTON VERÃO LOPES

Rubrica: _____

CONFERE COM O ORIGINAL
Fls. 9289

Concorrência nº. 02/2016 - COFEN
Invólucro nº. 01 – Plano de Comunicação Publicitária – Via Não identificada

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO/PROPOSTA TÉCNICA

Proponente: 7
Conceito: Por trás de todo cuidade, existe um enfermeiro que também tem coração.

QUESITO	SUBQUESITOS	NOTA MÁXIMA DO SUBQUESITO		NOTA OBTIDA	JUSTIFICATIVA	NOTA TOTAL
	RACIOCÍNIO BÁSICO (10 pontos)	A	2	2	Compreendeu bem as funções do Cofen nos contextos sociais, políticos e econômicos, bem como a natureza da licitação, utilizando argumentos claros. Entendimento também sobre o cenário atual no qual se insere o Cofen, entretanto aborda de forma muito rasa os desafios do Cofen. As necessidades do Cofen não estão claras no texto apresentado.	8,7
		B	2	2		
		C	1	1		
		D	1	1		
		E	2	1,7		
		F	2	1		
	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (25 pontos)	A	4	2	Bom partido temático. Regular adequação às necessidades do Cofen tendo em vista que não explora as potencialidades do digital, apenas fazendo uma replicação do proposto no offline. O conceito, "Por trás de todo cuidado, existe um enfermeiro que também tem coração." é fraco e não permite bons desdobramentos além de generalizar a categoria colocando apenas o termo enfermeiro para denominá-los. Possui boa consistência lógica e pertinência apesar de explorar muito pouco o ambiente digital.	12,5
		B	4	2		
		C	4	2,5		
		D	4	2		
		E	4	2		
		F	5	2		

COFEN JURÍDICO FLS.

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (65 PONTOS)	**IDÉIA CRIATIVA (20 pontos)**	A	3	2	lideia criativa fraca, com pouca consistência em relação ao planejamento. Esteticamente, a peça não apresenta novidades. O layout é regular. A chamada é pouco criativa e explora de maneira pobre digital, o colocando apenas como extensão do offline. A proposta não mídia também é pobre, sendo apenas uma reprodução do conceito.	13
		B	3	2		
		C	1,5	1		
		D	1,5	1		
		E	1,5	1		
		F	1,5	1		
		G	1,5	1		
		H	3	2		
		I	1,5	1		
		J	2	1		
	ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA (10 pontos)	A	1	1	Boa capacidade de análise. Apresentou razoavel conhecimento dos hábitos de consumo, inovadora, com capacidade de viralização e ligada a uma importante luta da categoria. Boa distribuição das peças e com bom mix de mídia. A estratégia digital é pobre. Boa economicidade e razoável otimização da verba.	8,5
		B	1	0,5		
		C	2	1,5		
		D	1,5	1,5		
		E	2	2		
		F	2,5	2		
					TOTAL	**42,7**

Avaliador: KELLY CRISTINA RODRIGUES FERREIRA

Rubrica: _____

FIS. 130

Concorrência nº. 02/2016 - COFEN
Invólucro nº. 01 – Plano de Comunicação Publicitária – Via Não identificada

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO/PROPOSTA TÉCNICA

Proponente: 7
Conceito: Por trás de todo cuidade, existe um enfermeiro que também tem coração.

QUESITO	SUBQUESITOS	NOTA MÁXIMA DO SUBQUESITO		NOTA OBTIDA	JUSTIFICATIVA	NOTA TOTAL
	RACIOCÍNIO BÁSICO (10 pontos)	A	2	1,9	Compreendeu o contexto do Cofen porém não deixou claro os seus desafios.	7,8
		B	2	1,8		
		C	1	0,8		
		D	1	0,9		
		E	2	1,5		
		F	2	0,9		
	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (25 pontos)	A	4	2,1	Dirige a campanha apenas ao enfermeiro, deixando de lado o técnico e o auxiliar de enfermagem, explora pouco o digital e o conceito é fraco.	12,3
		B	4	1,8		
		C	4	2,6		
		D	4	1,8		
		E	4	2		
		F	5	2		

COFEN/CPL
Fls. 302

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (65 PONTOS)	**IDÉIA CRIATIVA (20 pontos)**	A	3	1,8	Não explora tanto o digital, a arte é regular.	13
		B	3	1,8		
		C	1,5	0,8		
		D	1,5	0,8		
		E	1,5	0,8		
		F	1,5	0,8		
		G	1,5	0,8		
		H	3	2,4		
		I	1,5	1,5		
		J	2	1,5		
	ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA (10 pontos)	A	1	0,8	Bom mix de mídia, boa economicidade, conhece os hábitos de consumo mas não é tão rica no digital.	8,6
		B	1	0,8		
		C	2	1,5		
		D	1,5	1,5		
		E	2	2,1		
		F	2,5	1,9		
					TOTAL	**41,7**

Avaliador: FLAVIO FERREIRA LIMA

Rubrica: _____

COPENHOL
Pl 3/03

Concorrência nº. 02/2016 - COFEN
Invólucro nº. 01 – Plano de Comunicação Publicitária – Via Não identificada

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO/PROPOSTA TÉCNICA

Proponente: 7
Conceito: Por trás de todo cuidado, existe um enfermeiro que também tem coração.

QUESITO	SUBQUESITOS	NOTA MÁXIMA DO SUBQUESITO		NOTA OBTIDA	JUSTIFICATIVA	NOTA TOTAL
	RACIOCÍNIO BÁSICO (10 pontos)	A	2	2	Boa compreensão sobre a função do Cofen e das suas necessidades. Porém aborda pouco os desafios da entidade.	9
		B	2	2		
		C	1	1		
		D	1	1		
		E	2	1,5		
		F	2	1,5		
	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (25 pontos)	A	4	2,2	O partido temático comete o erro de retringir a categoria somente ao enfermeiro, eliminando o técnico e o auxiliar de enfermagem, cometendo um erro grave. A estratégia on line é fraca, somente com uma adequação do filme.	12,7
		B	4	2,2		
		C	4	2,2		
		D	4	2,2		
		E	4	2,2		
		F	5	1,7		

Fls. 233
COFEN

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (65 PONTOS)	**IDÉIA CRIATIVA (20 pontos)**	A	3	2	lideia criativa fraca sem consistência com o planejamento. Layout é regular. A chamada é pouco criativa e comete o erro de restringir a categoria ao profissional enfermeiro. Estratégia digital fraca, não atendendendo o transmídia solicitado no briefing. A proposta não mídia é pobre.	13,5
		B	3	2		
		C	1,5	1		
		D	1,5	1		
		E	1,5	1		
		F	1,5	1		
		G	1,5	1		
		H	3	2		
		I	1,5	1		
		J	2	1,5		
	ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA (10 pontos)	A	1	1	Conhecimento dos hábitos de consumo com estratégia inovadora. Boa distribuição e bom mix de mídia. Boa economicidade e razoável otimização da verba.	8,6
		B	1	0,7		
		C	2	1,8		
		D	1,5	1,3		
		E	2	1,8		
		F	2,5	2		
					TOTAL	**43,8**

Avaliador: HELTON VERÃO LOPES

Rubrica:

Fls. 309
COMPROBL

Concorrência nº. 02/2016 - COFEN
Invólucro nº. 01 – Plano de Comunicação Publicitária – Via Não identificada

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO/PROPOSTA TÉCNICA

Proponente: 8
Conceito: Quem nunca precisou de um profissional de enfermagem

QUESITO	SUBQUESITOS	NOTA MÁXIMA DO SUBQUESITO		NOTA OBTIDA	JUSTIFICATIVA	NOTA TOTAL
	RACIOCÍNIO BÁSICO (10 pontos)	A	2	2	Compreendeu bem as funções do Cofen e da natureza da licitação, bem como o contexto social, político e econômico. Entendimento também sobre o cenário atual no qual se insere o Cofen e o papel da comunicação para atender os desafios. Sobre a natureza e extensão do objeto, a agência de equivoca ao falar de uma comunicação mercadologica, tendo em vista que está não é pertinente ao Cofen. Identificou acertadamente os públicos, bem como a mensagem a ser transmitida e o resultados que se busca obter com a comunicação. Otima análise dos desafios e das necessidades de comunicação.	9,5
		B	2	2		
		C	1	1		
		D	1	0,5		
		E	2	2		
		F	2	2		
	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (25 pontos)	A	4	3	Bom partido temático, adequação às necessidades do Cofen e boa consistência lógica e pertinência em relação ao briefing. O conceito apresentado, "Quem nunca precisou de um profissional de enfermagem" atende as necessidades de comunicação, entretanto os desdobramentos são medianos. O digital é usado como copia da aplicação Offline e não apresenta diferencial assim como estratégia Não Mídia, que também não sai do lugar comum. Pela importância apresentada, o hotsite precisaria de estratégias para sua promoção, o que não fica claro na estratégia apresentada. A exequibilidade da proposta é boa assim como a consistência lógica.	17
		B	4	3		
		C	4	2,5		
		D	4	2,5		
		E	4	3		
		F	5	3		

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (65 PONTOS)	**IDÉIA CRIATIVA (20 pontos)**	A	3	1,75	Razoavel ideia craiativa, com consitencia razoável em relação ao planejamento. O acabamento é bom assim como o layout. As estratégias de No mídia são simples representando apenas reproduções do conceito. O digital possui como principal ferramenta o hotsite, cujo o egajamento e a integração são medianos em outras midias, configura-se apenas como a reprodução do conceito usado no offline.	14
		B	3	2		
		C	1,5	1,5		
		D	1,5	0,75		
		E	1,5	0,75		
		F	1,5	1,5		
		G	1,5	1		
		H	3	1,75		
		I	1,5	1		
		J	2	2		
	ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA (10 pontos)	A	1	1	Boa capacidade de análise. Apresentou razoavel conhecimento dos hábitos de consumo e do público alvo. Boa distribuição das peças e com bom mix de mídia. Mídia Online é uma repetição do Offline Boa economicidade e razoável otimização da verba.	8,5
		B	1	1		
		C	2	1,5		
		D	1,5	1,5		
		E	2	1,5		
		F	2,5	2		
					TOTAL	**49**

Avaliador: KELLY CRISTINA RODRIGUES FERREIRA

Rubrica: _____

COFEMUL
Fls. 202

Concorrência nº. 02/2016 - COFEN
Invólucro nº. 01 – Plano de Comunicação Publicitária – Via Não identificada

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO/PROPOSTA TÉCNICA

Proponente: 8
Conceito: Quem nunca precisou de um profissional de enfermagem

QUESITO	SUBQUESITOS	NOTA MÁXIMA DO SUBQUESITO		NOTA OBTIDA	JUSTIFICATIVA	NOTA TOTAL
	RACIOCÍNIO BÁSICO (10 pontos)	A	2	1,8	Tem uma compreenção correta sobre o Cofen e seus contextos social, político e econômico. Entende os desafios e necessidades do orgão, mas está equivocado ao falar de comunicação mercadologica.	8,4
		B	2	1,8		
		C	1	0,8		
		D	1	0,7		
		E	2	1,5		
		F	2	1,8		
	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (25 pontos)	A	4	3,2	Boa adequação às necessidades do Cofen. O conceito "Quem nunca precisou de um profissional de enfermagem" é bom. O problema é que o digital é uma copia do offline. O hotsite é interessante mas precisaria de estratégias para divulgação.	18,2
		B	4	3,7		
		C	4	2,6		
		D	4	2,9		
		E	4	2,8		
		F	5	3		

CONFERE COM O ORIGINAL
Fls. 38

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (65 PONTOS)	**IDÉIA CRIATIVA (20 pontos)**	A	3	1,9	A idéia é razoavel e o acabamento do layout é bom. O não-midia acaba sendo apenas uma replicação da mídia offline.	13,4
		B	3	1,5		
		C	1,5	1,3		
		D	1,5	0,5		
		E	1,5	0,9		
		F	1,5	1,7		
		G	1,5	0,7		
		H	3	2		
		I	1,5	1,2		
		J	2	1,7		
	ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA (10 pontos)	A	1	1	Análises interessantes e pertinentes e bom conhecimento dos hábitos de consumo. A mídia online é uma reprodução da mídia offline.	8
		B	1	1		
		C	2	1,2		
		D	1,5	1,3		
		E	2	1,6		
		F	2,5	1,9		
					TOTAL	**48**

Avaliador: FLAVIO FERREIRA LIMA

Rubrica: _____

CONFERE COM O ORIGINAL
Fls. 5308

Concorrência nº. 02/2016 - COFEN
Invólucro nº. 01 – Plano de Comunicação Publicitária – Via Não identificada

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO/PROPOSTA TÉCNICA

Proponente: 8
Conceito: Quem nunca precisou de um profissional de enfermagem

QUESITO	SUBQUESITOS	NOTA MÁXIMA DO SUBQUESITO		NOTA OBTIDA	JUSTIFICATIVA	NOTA TOTAL
	RACIOCÍNIO BÁSICO (10 pontos)	A	2	1,8	Compreendeu bem as funções do Cofen e da natureza da licitação. Boa compreensão do cenário atual do Cofen e o papel da comunicação para atender os desafios. A comunicação mercadologica é um erro, pois não se adequa ao Cofen. Identificou acertadamente os públicos. Boa análise dos desafios e das necessidades de comunicação.	9
		B	2	1,8		
		C	1	1		
		D	1	1		
		E	2	1,7		
		F	2	1,7		
	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (25 pontos)	A	4	3,2	Bom partido temático, adequação às necessidades do Cofen e boa consistência lógica e pertinência em relação ao briefing. O conceito atende as necessidades de comunicação. Desdobramentos são poucos. Boa consistência de apresentação. A estratégia de transmídia não foi bem atendda.	18,6
		B	4	3,2		
		C	4	3		
		D	4	2,9		
		E	4	3,1		
		F	5	3,2		

COFEN/CPL
Fls. 5300

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (65 PONTOS)	**IDÉIA CRIATIVA (20 pontos)**	A	3	1,9	Boa relação da ideia criativa ao planejamento. Bom layout e texto. Estratégia não mídia fraca, não atendendo o transmídia. O destaque para o HOTSITE não éideal e não possui boas ferramentas para dar tráfego ao HOTSITE.	15,55
		B	3	2,8		
		C	1,5	1,5		
		D	1,5	0,9		
		E	1,5	1		
		F	1,5	1,5		
		G	1,5	1		
		H	3	1,75		
		I	1,5	1,2		
		J	2	2		
	ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA (10 pontos)	A	1	1	Fez uma boa análise, possui bom conhecimento dos hábitos de consumo porém o online é apenas uma continuação do offline.	9,2
		B	1	1		
		C	2	1,7		
		D	1,5	1,5		
		E	2	2		
		F	2,5	2		
					TOTAL	**52,35**

Avaliador: HELTON VERÃO LOPES

Rubrica:

CO-PARTIDA
Fls. 122

Concorrência nº. 02/2016 - COFEN
Invólucro nº. 01 – Plano de Comunicação Publicitária – Via Não identificada

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO/PROPOSTA TÉCNICA

Proponente: 9
Conceito: Profissional de enfermagem. Orgulho da gente.

QUESITO	SUBQUESITOS	NOTA MÁXIMA DO SUBQUESITO		NOTA OBTIDA	JUSTIFICATIVA	NOTA TOTAL
	RACIOCÍNIO BÁSICO (10 pontos)	A	2	2	Compreendeu bem as funções do Cofen e da natureza da licitação, bem como o contexto social, político e econômico. Entendimento também sobre o cenário atual no qual se insere o Cofen e o papel da comunicação para atender os desafios. Identificou acertadamente os públicos, bem como a mensagem a ser transmitida. Não fica muito clara a compreensão das nescessidades do Cofen. O uso da estrátégia.	9
		B	2	2		
		C	1	1		
		D	1	1		
		E	2	2		
		F	2	1		
	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (25 pontos)	A	4	3	Bom partido temático, com boa adequação as necessidades do Cofen. O conceito "Profissional de enfermagem. Orgulho da gente." é razoavel, porém permite bons desdobrametos. A consistência lógica e a exequibilidade são razoáveis, principalmente no que diz respeito ao aplicativo onde a licitante não apresenta bons argumentos para o seu desenvolvimento, tendo em vista que suas funcionalidades já existem em outras plataformas e não leva em conta aspectos como custo de manutenção da plataforma e segurança, que são processos caros e continuados. A iniciativa do hotsite é arriscada tendo em vista que pode se transformar em um campo de reivindicações e insatisfações promovendo um efeito reverso do proposto.	16
		B	4	2,5		
		C	4	2,5		
		D	4	2,5		
		E	4	2,5		
		F	5	3		

COFEN
Fls. 131

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (65 PONTOS)	**IDÉIA CRIATIVA (20 pontos)**	A	3	2,5	A Ideia criativa é regular, com consistência em relação ao planejamento. Os layouts possuem uma estética poluída e com muitos elementos resultando em uma peça confusa e com leitura prejudicada devida a escolha de uma fonte rebuscada. A chamada cumpre os desafios de comunicação. As estratégia on e off são integradas e seguem a recomendação do briefing visando um resultado transmidiático. O formato de depoimentos reais é arriscado, tendo em vista que podem surgir reivindicações e comentarios negativos e de ordem política contra a própria instituição. Não fica claro a função do aplicativo e a sua real necessidade. Esta iniciativa requer pesquisa e estudos específicos para sua implementação. Um aplicativo também necessita de uma estrutura contínua e permanente para controle, manutenção e suporte, bem como segurança de informações e armasenagem de arquivos, sendo um organismo complexo, na ideia ele é apresentado de forma simplista.	15,5
		B	3	2		
		C	1,5	1,5		
		D	1,5	1,5		
		E	1,5	1		
		F	1,5	1		
		G	1,5	1		
		H	3	2		
		I	1,5	1		
		J	2	2		
	ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA (10 pontos)	A	1	1	Boa capacidade de análise. Apresentou bom conhecimento dos hábitos de consumo. Boa proposta digital. Boa distribuição das peças e com bom mix de mídia. Média economicidade.	9
		B	1	1		
		C	2	1,5		
		D	1,5	1,5		
		E	2	2		
		F	2,5	2		
					TOTAL	**49,5**

Avaliador: KELLY CRISTINA RODRIGUES FERREIRA

Rubrica: _____

Concorrência nº. 02/2016 - COFEN
Invólucro nº. 01 – Plano de Comunicação Publicitária – Via Não identificada

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO/PROPOSTA TÉCNICA

Proponente: 9
Conceito: Profissional de enfermagem. Orgulho da gente.

QUESITO	SUBQUESITOS	NOTA MÁXIMA DO SUBQUESITO		NOTA OBTIDA	JUSTIFICATIVA	NOTA TOTAL
	RACIOCÍNIO BÁSICO (10 pontos)	A	2	1,9	Bom entendimento sobre o orgão, sobre o contexto social, político e econômico mas não deixa tão claro as necessidades do Cofen.	9,2
		B	2	1,9		
		C	1	0,9		
		D	1	1		
		E	2	2		
		F	2	1,5		
	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (25 pontos)	A	4	3,2	Boa criação e bom conceito, porém o uso do aplicativo é questionável partindo do pensamento que já existem recursos disponíveis que atendem as mesmas funcionalidades, isso prejudica a economicidade do projeto. O hotsite, da maneira como foi pensado, deixa o orgão vunerável.	17,2
		B	4	2,5		
		C	4	3		
		D	4	2,5		
		E	4	2,5		
		F	5	3,5		

COFEN
Fls. 1343

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (65 PONTOS)	**IDÉIA CRIATIVA (20 pontos)**	A	3	2,6	A idéia criativa é regular mas os layouts possuem muitos elementos, o que atrapalha um pouco a leitura. A campanha segue o que o briefing sugere sobre transmídia. Estratégicamente os depoimentos podem seguir um rumo não interessante e o aplicativo é questionável do ponto de vista de sua economicidade e operacionalidade técnica.	15,5
		B	3	1,9		
		C	1,5	1,3		
		D	1,5	1,3		
		E	1,5	0,9		
		F	1,5	0,9		
		G	1,5	0,9		
		H	3	2,5		
		I	1,5	1,2		
		J	2	2		
	ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA (10 pontos)	A	1	1	O planejamento está bom em geral, apresentando boas análises.	9
		B	1	1		
		C	2	1,5		
		D	1,5	1,5		
		E	2	2		
		F	2,5	2		
					TOTAL	**50,9**

Avaliador: FLAVIO FERREIRA LIMA

Rubrica: _____

COPEMECI
Fls. 5354

Concorrência nº. 02/2016 - COFEN
Invólucro nº. 01 – Plano de Comunicação Publicitária – Via Não identificada

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO/PROPOSTA TÉCNICA

Proponente: 9
Conceito: Profissional de enfermagem. Orgulho da gente.

QUESITO	SUBQUESITOS	NOTA MÁXIMA DO SUBQUESITO		NOTA OBTIDA	JUSTIFICATIVA	NOTA TOTAL
	RACIOCÍNIO BÁSICO (10 pontos)	A	2	2	Boa compreensão das funções do Cofen e da natureza da licitação. Entendimento do cenário atual e do papel da comunicação. Acertou os públicos. Faltou apontar os desafios do Cofen.	8,5
		B	2	2		
		C	1	1		
		D	1	1		
		E	2	1,5		
		F	2	1		
	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (25 pontos)	A	4	3,2	Bom partido temático. O conceito "Profissional de enfermagem. Orgulho da gente." é razoavel. O aplicativo não apresenta bons argumentos para o seu desenvolvimento e sua manutenção tendo em vista que já existem aplicativos com essa finalidade.	16,6
		B	4	2,9		
		C	4	3		
		D	4	2,5		
		E	4	2,5		
		F	5	2,5		

Fls. 315

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (65 PONTOS)	**IDÉIA CRIATIVA (20 pontos)**	A	3	2,5	A Ideia criativa é regular com consistência ao planejamento. As estratégia on e off são integradas e é transmidiático. O formato de depoimentos reais é arriscado. Não fica claro a função do aplicativo e a sua real necessidade.	16,1
		B	3	2		
		C	1,5	1,5		
		D	1,5	1,5		
		E	1,5	1,2		
		F	1,5	1		
		G	1,5	1		
		H	3	2,2		
		I	1,5	1,2		
		J	2	2		
	ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA (10 pontos)	A	1	1	Boa capacidade de análise com conhecimento dos hábitos de consumo. Boa propostal proposta digital. Bom mix de mídia. Média economicidade.	9,5
		B	1	1		
		C	2	1,5		
		D	1,5	1,5		
		E	2	2		
		F	2,5	2,5		
					TOTAL	**50,7**

Avaliador: HELTON VERÃO LOPES

Rubrica:

Concorrência nº. 02/2016 - COFEN
Invólucro nº. 01 – Plano de Comunicação Publicitária – Via Não identificada

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO/PROPOSTA TÉCNICA

Proponente: 10
Conceito: Cuidar. Além de tantas virtudes, é o conhecimento Técnico do profissional de Enfermagem que faz a diferença.

QUESITO	SUBQUESITOS	NOTA MÁXIMA DO SUBQUESITO		NOTA OBTIDA	JUSTIFICATIVA	NOTA TOTAL
	RACIOCÍNIO BÁSICO (10 pontos)	A	2	2	Compreendeu bem as funções do Cofen nos contextos sociais, políticos e econômicos, bem como a natureza da licitação, utilizando argumentos claros. Entendimento também sobre o cenário atual no qual se insere o Cofen, entretanto não fica claro no texto os desafios e as nescessidades do Cofen.	8
		B	2	2		
		C	1	1		
		D	1	1		
		E	2	1		
		F	2	1		
	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (25 pontos)	A	4	2,75	Regular partido temático. A proposta foca no conhecimento e no processo preparatório do profissional, fazendo com que a exposição seja pouco humanizada. fraca adequação às necessidades do Cofen tendo em vista que não explora as potencialidades do digital, apenas faz uma replicação do proposto no offline. O conceito, "Além de tantas virtudes, é o conhecimento Técnico do profissional de Enfermagem que faz a diferença." é fraco tendo em vista que não permite uma riqueza de desdobramentos. Baixa pertinência aos objetivos e as necessidades.	16,25
		B	4	2,75		
		C	4	2,75		
		D	4	3		
		E	4	2,5		
		F	5	2,5		

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (65 PONTOS)	**IDÉIA CRIATIVA (20 pontos)**	A	3	2	Ideia criativa ruim, com pouca consistência em relação ao planejamento. Esteticamente o layout da peça é bem trabalhado, entretanto a redação não é boa, fator determinate na campanha. Explora de maneira pobre o digital, o colocando apenas como extensão do offline. A ação não midia é atrativa e criativa, mas não representa muito no universo avaliado.	14
		B	3	2		
		C	1,5	1		
		D	1,5	1		
		E	1,5	1		
		F	1,5	1,5		
		G	1,5	1		
		H	3	2		
		I	1,5	1		
		J	2	1,5		
	ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA (10 pontos)	A	1	1	Boa capacidade de análise. Apresentou razoavel conhecimento dos hábitos de consumo e do público alvo. Boa distribuição das peças e com bom mix de mídia. Mídia Online é superficial. Boa economicidade e razoável otimização da verba.	8
		B	1	0,5		
		C	2	1		
		D	1,5	1,5		
		E	2	2		
		F	2,5	2		
					TOTAL	**46,25**

Avaliador: KELLY CRISTINA RODRIGUES FERREIRA

Rubrica: _____

Concorrência nº. 02/2016 - COFEN
Invólucro nº. 01 – Plano de Comunicação Publicitária – Via Não identificada

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO/PROPOSTA TÉCNICA

Proponente: 10
Conceito: Cuidar. Além de tantas virtudes, é o conhecimento Técnico do profissional de Enfermagem que faz a diferença.

QUESITO	SUBQUESITOS	NOTA MÁXIMA DO SUBQUESITO		NOTA OBTIDA	JUSTIFICATIVA	NOTA TOTAL
	RACIOCÍNIO BÁSICO (10 pontos)	A	2	1,8	Compreende bem o Cofen e a natureza da licitação mas deixou a desejar quanto aos desafios.	7,1
		B	2	1,8		
		C	1	0,8		
		D	1	0,8		
		E	2	0,9		
		F	2	1		
	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (25 pontos)	A	4	2,5	Muito foco no conhecimento e pouco na prática humana da profissão além de um desdobramento raso no digital.	15,9
		B	4	2,5		
		C	4	3		
		D	4	2,9		
		E	4	2,4		
		F	5	2,6		

COFEN/CPL
Fls. 1369

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (65 PONTOS)	**IDÉIA CRIATIVA (20 pontos)**	A	3	2,2	Uma boa arte mas uma redação média, ainda deixando o digital muito de lado.	15,1
		B	3	3		
		C	1,5	0,8		
		D	1,5	0,8		
		E	1,5	0,8		
		F	1,5	1,3		
		G	1,5	0,8		
		H	3	2,3		
		I	1,5	1,3		
		J	2	1,8		
	ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA (10 pontos)	A	1	0,9	Quanto ao quesito economicidade atende à expectativa e no geral apresenta um bom planejamento porém deixando o digital de lado.	6,9
		B	1	0,7		
		C	2	0,5		
		D	1,5	1		
		E	2	1,5		
		F	2,5	2,3		
					TOTAL	**45**

Avaliador: FLAVIO FERREIRA LIMA

Rubrica: _____

COENSPL
Fls.

Concorrência nº. 02/2016 - COFEN
Invólucro nº. 01 – Plano de Comunicação Publicitária – Via Não identificada

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO/PROPOSTA TÉCNICA

Proponente: 10
Conceito: Cuidar. Além de tantas virtudes, é o conhecimento Técnico do profissional de Enfermagem que faz a diferença.

QUESITO	SUBQUESITOS	NOTA MÁXIMA DO SUBQUESITO		NOTA OBTIDA	JUSTIFICATIVA	NOTA TOTAL
	RACIOCÍNIO BÁSICO (10 pontos)	A	2	1,9	Compreensão das funções do Cofen e da natureza da licitação e também do cenário atual. Desafios e nescessidades do Cofen não foram expressos na proposta.	8,6
		B	2	2		
		C	1	1		
		D	1	1		
		E	2	1,4		
		F	2	1,3		
	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (25 pontos)	A	4	2,5	Partido temático simples e muito extenso, o que permite poucos desdobramentos. A proposta foca no conhecimento e é pouco humanizado. Fraca adequação às necessidades do Cofen e pouca utilização do digital,como pedido no briefing.	16,95
		B	4	2,75		
		C	4	3		
		D	4	3,2		
		E	4	2,75		
		F	5	2,75		

Fls. 327

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (65 PONTOS)	**IDÉIA CRIATIVA (20 pontos)**	A	3	2	Bom layout. Porém, sem adequação ao próprio planejamento. Não explora bem o digital. Boa ação não midia.	15,15
		B	3	2,3		
		C	1,5	1		
		D	1,5	1,3		
		E	1,5	1		
		F	1,5	1,5		
		G	1,5	0,8		
		H	3	2,5		
		I	1,5	1,25		
		J	2	1,5		
	ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA (10 pontos)	A	1	0,9	Boa estratégia, mas peca na mídia online. Bom mix de veículos. Boa ecomicidade.	6,9
		B	1	0,5		
		C	2	0,5		
		D	1,5	1,5		
		E	2	1,5		
		F	2,5	2		
					TOTAL	**47,6**

Avaliador: HELTON VERÃO LOPES

Rubrica:

COGERIOPL
Fls. 322