

Criterio a Calificar	Descripción de los ítems a Calificar	Puntaje a asignar		Suma máxima de puntaje a obtener
		(0) cero es el menor valor, el número relacionado es el valor máximo	Valor otorgado al oferente	
Desarrollar el plan estratégico de marca	La estrategia presentada cumple con los objetivos de comunicación establecidos en el brief	17		92
	La propuesta conceptual es creativa	15		
	El tono de comunicación utilizado para la campaña es adecuado para Previsora Seguros	15		
	la estrategia propuesta es sostenible a largo plazo y esta alineado al Plan Estratégica de Previsora Seguros	15		
	El mensaje utilizado para transmitir el concepto es claro y efectivo	15		
	La estrategia muestra un conocimiento de la categoría de seguros	15		
Desarrollar el concepto creativo, propuesta de campaña de marca, concepto visual (KV)	La línea gráfica es visualmente atractiva y se ajusta a la forma de comunicación de la marca	30		91
	Los elementos de la imagen corporativa están aplicados adecuadamente	30		
	La línea gráfica es relevante de cara al mercado asegurador con el fin de generar un impacto sobresaliente en los potenciales clientes	31		
Desarrollar un video manifiesto con el fin de conceptualizar la campaña de marca	El video logra narrar (por denotación y connotación) el objetivo y necesidades que se desarrollaron en el brief	91		91
Proponer un plan de comunicación orgánico en los activos digitales para las diferentes audiencias de la compañía: intranet y yammer (interno) SMS, mail, Redes Sociales, y website.	La estrategia planteada se ejecuta en cada uno de los canales externos e internos	46		91
	La implementación de la forma y tono de comunicación es el adecuado	45		
Proponer un plan de medios de tres (3) meses para el desarrollo estratégico de marca. Inversión de CIENTO MILLONES DE PESOS sin IVA (\$100.000.000)	La estrategia está planteada de acuerdo con los segmentos foco de la compañía.	31		91
	Los medios propuestos son acordes con lo propuesto en la campaña de marca.	30		
	Los medios propuestos se complementan de forma adecuada para comunicar el mensaje y lograr los objetivos.	30		
Piezas de la campaña (referencias visuales)	1 mail para intermediarios de seguros / la pieza adaptada al kv propuesto está de acuerdo al concepto visual propuesto y al tono y forma.	19		91
	1 mail para funcionarios / la pieza adaptada al kv propuesto está de acuerdo al concepto visual propuesto y al tono y forma.	18		
	1 mail para clientes / la pieza adaptada al kv propuesto está de acuerdo al concepto visual propuesto y al tono y forma.	18		
	1 post para redes sociales / la pieza adaptada al kv propuesto está de acuerdo al concepto visual propuesto y al tono y forma.	18		
	1 Cuña radial producida / la pieza adaptada al kv propuesto está de acuerdo al concepto visual propuesto y al tono y forma.	18		
TOTAL		547	0	547