

PLANILHA GERAL DE AVALIAÇÃO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: Santa Luzia x Distrito

QUESITO	AVALIADOR 01	AVALIADOR 02	AVALIADOR 03
Raciocínio Básico (Máximo 20 pontos)			
a) Acuidade de compreensão das funções e do papel do Município nos contextos social, político e econômico; (máximo de 5 pontos).	3	3	15
b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Prefeitura Municipal de Santa Luzia com seus públicos; (máximo de 5 pontos)	3	2	2
c) Das características da Prefeitura e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária; (máximo de 5 pontos)	3	2	15
d) O entendimento do problema e dos objetivos de comunicação estabelecidos pelo briefing. (máximo de 5 pontos).	3	3	3
TOTAL DO QUESITO	12	10	8
NOTA MÉDIA DO QUESITO	10		

QUESITO	AVALIADOR 01	AVALIADOR 02	AVALIADOR 03
Estratégia de Comunicação Publicitária (Máximo 20 pontos)			
a) O entendimento das questões apresentadas e o grau em que a campanha apresentada atende ao briefing; (máximo de 5 pontos)	3	3	2
b) A adequação dos conceitos e das linhas de comunicação propostos e as possibilidades de desdobramentos positivos para a comunicação da Prefeitura com seus diversos públicos; (máximo de 7 pontos)	2	3	5
c) A consistência lógica e a clareza na argumentação. (máximo de 8 pontos)	2	3	3
TOTAL DO QUESITO	11	9	10
NOTA MÉDIA DO QUESITO	10		

QUESITO	AVALIADOR 01	AVALIADOR 02	AVALIADOR 03
Ideia Criativa (Máximo 20 pontos)			
a) A relação de coerência e consequência com o que estiver proposto na Estratégia de Comunicação; (máximo de 5 pontos)	2	3	3
b) Sua pertinência às atividades do Governo Municipal e à sua inserção na sociedade; (máximo de 5 pontos)	2	3	2
c) A qualidade criativa das peças publicitárias apresentadas; (máximo de 5 pontos)	2	2	1
d) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos; (máximo de 5 pontos)	2	2	1
PONTUAÇÃO DO QUESITO	8	10	7
NOTA MÉDIA DO QUESITO	8,33		

QUESITO	AVALIADOR 01	AVALIADOR 02	AVALIADOR 03
Estratégia de Mídia e Não-mídia (Máximo 10 pontos)			
d) A criatividade e o conhecimento demonstrados na definição da estratégia e na escolha dos meios; (máximo de 3 pontos)	1	2	1
e) O conhecimento dos hábitos de consumo de meios dos diversos públicos e a capacidade analítica demonstrada no exame desses hábitos; (máximo de 3 pontos)	1	1	1
f) A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças. (máximo de 4 pontos)	1	2	1
PONTUAÇÃO DO QUESITO	3	5	3
NOTA MÉDIA DO QUESITO	3,66		

PONTUAÇÃO TOTAL PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA
--

Observações:

- 1) Intervalos de Notas: Os avaliadores devem atribuir notas com intervalos de 0,5 ponto.
- 2) A subcomissão técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação atribuída a este for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, conforme inc. VII, art. 6º da Lei 12.232/2010, caso não seja possível, será lavrada ata com as justificativas.
- 3) A nota média de cada quesito corresponderá à soma das notas atribuídas pelos avaliadores dividindo pelo número de avaliadores, com no máximo duas casas decimais, desprezando-se as demais, sem qualquer arredondamento.
- 4) A nota total da campanha – A nota do Plano de Comunicação Publicitária corresponderá à soma das notas médias dos quesitos.

PLANILHA GERAL DE AVALIAÇÃO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: A Cidade por um melhor cidadão, cidadão do governo

QUESITO	AVALIADOR 01	AVALIADOR 02	AVALIADOR 03
Raciocínio Básico (Máximo 20 pontos)			
a) Acuidade de compreensão das funções e do papel do Município nos contextos social, político e econômico; (máximo de 5 pontos).	2	3	2
b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Prefeitura Municipal de Santa Luzia com seus públicos; (máximo de 5 pontos)	2	3	3
c) Das características da Prefeitura e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária; (máximo de 5 pontos)	2	2	1
d) O entendimento do problema e dos objetivos de comunicação estabelecidos pelo briefing. (máximo de 5 pontos).	2	2	2
TOTAL DO QUESITO	8	10	8
NOTA MÉDIA DO QUESITO	8,66		

QUESITO	AVALIADOR 01	AVALIADOR 02	AVALIADOR 03
Estratégia de Comunicação Publicitária (Máximo 20 pontos)			
a) O entendimento das questões apresentadas e o grau em que a campanha apresentada atende ao briefing; (máximo de 5 pontos)	2	3	3,5
b) A adequação dos conceitos e das linhas de comunicação propostos e as possibilidades de desdobramentos positivos para a comunicação da Prefeitura com seus diversos públicos; (máximo de 7 pontos)	4	4	5
c) A consistência lógica e a clareza na argumentação. (máximo de 8 pontos)	4	4	5
TOTAL DO QUESITO	10	11	13,5
NOTA MÉDIA DO QUESITO	11,5		

QUESITO	AVALIADOR 01	AVALIADOR 02	AVALIADOR 03
Ideia Criativa (Máximo 20 pontos)			
a) A relação de coerência e consequência com o que estiver proposto na Estratégia de Comunicação; (máximo de 5 pontos)	3	4	3
b) Sua pertinência às atividades do Governo Municipal e à sua inserção na sociedade; (máximo de 5 pontos)	3	3	2
c) A qualidade criativa das peças publicitárias apresentadas; (máximo de 5 pontos)	2	3	3,5
d) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos; (máximo de 5 pontos)	2	2	2
PONTUAÇÃO DO QUESITO	10	12	10,5
NOTA MÉDIA DO QUESITO	10,83		

QUESTO	AVALIADOR 01	AVALIADOR 02	AVALIADOR 03
Estratégia de Mídia e Não-mídia (Máximo 10 pontos)			
d) A criatividade e o conhecimento demonstrados na definição da estratégia e na escolha dos meios; (máximo de 3 pontos)	2	3	3
e) O conhecimento dos hábitos de consumo de meios dos diversos públicos e a capacidade analítica demonstrada no exame desses hábitos; (máximo de 3 pontos)	2	3	1
f) A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças. (máximo de 4 pontos)	1	2	1
PONTUAÇÃO DO QUESITO	5	8	5
NOTA MÉDIA DO QUESITO		6	

PONTUAÇÃO TOTAL PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA
--

Observações:

- 1) Intervalos de Notas: Os avaliadores devem atribuir notas com intervalos de 0,5 ponto.
- 2) A subcomissão técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação atribuída a este for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, conforme inc. VI, art. 6º da Lei 12.232/2010, caso não seja possível, será lavrada ata com as justificativas.
- 3) A nota média de cada quesito corresponderá à soma das notas atribuídas pelos avaliadores dividido pelo número de avaliadores, com no máximo duas casas decimais, desprezando-se as demais, sem qualquer arredondamento.
- 4) A nota total da campanha – A nota do Plano de Comunicação Publicitária corresponderá à soma das notas médias dos quesitos.

PLANILHA GERAL DE AVALIAÇÃO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: Dieta no Jurgão City Santa Luzia Design

QUESTO	AVALIADOR 01	AVALIADOR 02	AVALIADOR 03
Raciocínio Básico (Máximo 20 pontos)			
a) Acuidade de compreensão das funções e do papel do Município nos contextos social, político e econômico; (máximo de 5 pontos).	5	5	4
b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Prefeitura Municipal de Santa Luzia com seus públicos; (máximo de 5 pontos)	5	5	4
c) Das características da Prefeitura e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária; (máximo de 5 pontos)	4	5	3,5
d) O entendimento do problema e dos objetivos de comunicação estabelecidos pelo briefing. (máximo de 5 pontos).	4	4	5
TOTAL DO QUESTO	18	19	16,5
NOTA MÉDIA DO QUESTO	17,83		

QUESITO	AVALIADOR 01	AVALIADOR 02	AVALIADOR 03
Estratégia de Comunicação Publicitária (Máximo 20 pontos)			
a) O entendimento das questões apresentadas e o grau em que a campanha apresentada atende ao briefing; (máximo de 5 pontos)	3	5	4
b) A adequação dos conceitos e das linhas de comunicação propostos e as possibilidades de desdobramentos positivos para a comunicação da Prefeitura com seus diversos públicos; (máximo de 7 pontos)	7	4	4,5
c) A consistência lógica e a clareza na argumentação. (máximo de 8 pontos)	7	6	6
TOTAL DO QUESITO	19	15	14,5
NOTA MÉDIA DO QUESITO	16,17		

QUESITO	AVALIADOR 01	AVALIADOR 02	AVALIADOR 03
Ideia Criativa (Máximo 20 pontos)			
a) A relação de coerência e consequência com o que estiver proposto na Estratégia de Comunicação; (máximo de 5 pontos)	5	5	4
b) Sua pertinência às atividades do Governo Municipal e à sua inserção na sociedade; (máximo de 5 pontos)	5	5	4
c) A qualidade criativa das peças publicitárias apresentadas; (máximo de 5 pontos)	5	5	5
d) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos; (máximo de 5 pontos)	5	4	5
PONTUAÇÃO DO QUESITO	20	19	18
NOTA MÉDIA DO QUESITO		19	

QUESITO	AVALIADOR 01	AVALIADOR 02	AVALIADOR 03
Estratégia de Mídia e Não-mídia (Máximo 10 pontos)			
d) A criatividade e o conhecimento demonstrados na definição da estratégia e na escolha dos meios; (máximo de 3 pontos)	3	2	3
e) O conhecimento dos hábitos de consumo de meios dos diversos públicos e a capacidade analítica demonstrada no exame desses hábitos; (máximo de 3 pontos)	3	2	2,5
f) A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças. (máximo de 4 pontos)	2	3	3
PONTUAÇÃO DO QUESITO	8	7	8,5
NOTA MÉDIA DO QUESITO	7,83		

PONTUAÇÃO TOTAL PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA
--

Observações:

- 1) Intervalos de Notas: Os avaliadores devem atribuir notas com intervalos de 0,5 ponto.
- 2) A subcomissão técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação atribuída a este for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, conforme inc. VII, art. 6º da Lei 12.232/2010, caso não seja possível, será lavrada ata com as justificativas.
- 3) A nota média de cada quesito corresponderá à soma das notas atribuídas pelos avaliadores dividindo pelo número de avaliadores, com no máximo duas casas decimais, desprezando-se as demais, sem qualquer arredondamento.
- 4) A nota total da campanha – A nota do Plano de Comunicação Publicitária corresponderá à soma das notas médias dos quesitos.

PLANILHA GERAL DE AVALIAÇÃO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: Eleições Municipais 2016

QUESITO	AVALIADOR 01	AVALIADOR 02	AVALIADOR 03
Raciocínio Básico (Máximo 20 pontos)			
a) Acuidade de compreensão das funções e do papel do Município nos contextos social, político e econômico; (máximo de 5 pontos).	4	4	2,5
b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Prefeitura Municipal de Santa Luzia com seus públicos; (máximo de 5 pontos)	4	5	3
c) Das características da Prefeitura e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária; (máximo de 5 pontos)	4	4	3
d) O entendimento do problema e dos objetivos de comunicação estabelecidos pelo briefing. (máximo de 5 pontos).	4	5	3,5
TOTAL DO QUESITO	16	18	14
NOTA MÉDIA DO QUESITO	16		

QUESITO	AVALIADOR 01	AVALIADOR 02	AVALIADOR 03
Estratégia de Comunicação Publicitária (Máximo 20 pontos)			
a) O entendimento das questões apresentadas e o grau em que a campanha apresentada atende ao briefing; (máximo de 5 pontos)	4	3	3
b) A adequação dos conceitos e das linhas de comunicação propostos e as possibilidades de descobrimentos positivos para a comunicação da Prefeitura com seus diversos públicos; (máximo de 7 pontos)	3	3	3
c) A consistência lógica e a clareza na argumentação. (máximo de 8 pontos)	4	4	4
TOTAL DO QUESITO	11	12	10
NOTA MÉDIA DO QUESITO	11		

QUESITO	AVALIADOR 01	AVALIADOR 02	AVALIADOR 03
Ideia Criativa (Máximo 20 pontos)			
a) A relação de coerência e consequência com o que estiver proposto na Estratégia de Comunicação; (máximo de 5 pontos)	3	4	3
b) Sua pertinência às atividades do Governo Municipal e à sua inserção na sociedade; (máximo de 5 pontos)	2	3	3
c) A qualidade criativa das peças publicitárias apresentadas; (máximo de 5 pontos)	2	3	4
d) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos; (máximo de 5 pontos)	3	3	4
PONTUAÇÃO DO QUESITO	10	13	14
NOTA MÉDIA DO QUESITO	12,33		

QUESITO	AVALIADOR 01	AVALIADOR 02	AVALIADOR 03
Estratégia de Mídia e Não-mídia (Máximo 10 pontos)			
d) A criatividade e o conhecimento demonstrados na definição da estratégia e na escolha dos meios; (máximo de 3 pontos)	2	2	2
e) O conhecimento dos hábitos de consumo de meios dos diversos públicos e a capacidade analítica demonstrada no exame desses hábitos; (máximo de 3 pontos)	2	2	1
f) A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças. (máximo de 4 pontos)	1	2	1
PONTUAÇÃO DO QUESITO	5	6	4
NOTA MÉDIA DO QUESITO	5		

PONTUAÇÃO TOTAL PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA
--

Observações:

- 1) Intervalos de Notas: Os avaliadores devem atribuir notas com intervalos de 0,5 ponto.
- 2) A submissão técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação atribuída a este for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, conforme inc. VII, art. 6º da Lei 12.232/2010, caso não seja possível, será lavrada ata com as justificativas.
- 3) A nota média de cada quesito corresponderá à soma das notas atribuídas pelos avaliadores dividindo pelo número de avaliadores, com no máximo duas casas decimais, desprezando-se as demais, sem qualquer arredondamento.
- 4) A nota total da campanha – A nota do Plano de Comunicação Publicitária corresponderá à soma das notas médias dos quesitos.

PLANILHA GERAL DE AVALIAÇÃO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: Santa Luzia 50 anos

QUESITO	AVALIADOR 01	AVALIADOR 02	AVALIADOR 03
Raciocínio Básico (Máximo 20 pontos)			
a) Acuidade de compreensão das funções e do papel do Município nos contextos social, político e econômico; (máximo de 5 pontos).	4	4	3,5
b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Prefeitura Municipal de Santa Luzia com seus públicos; (máximo de 5 pontos)	4	4	4
c) Das características da Prefeitura e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária; (máximo de 5 pontos)	4	3	2,5
d) O entendimento do problema e dos objetivos de comunicação estabelecidos pelo briefing. (máximo de 5 pontos).	3	2	2,5
TOTAL DO QUESITO	15	13	12,5
NOTA MÉDIA DO QUESITO	13,5		

QUESITO	AVALIADOR 01	AVALIADOR 02	AVALIADOR 03
Estratégia de Comunicação Publicitária (Máximo 20 pontos)			
a) O entendimento das questões apresentadas e o grau em que a campanha apresentada atende ao briefing; (máximo de 5 pontos)	4	3	3
b) A adequação dos conceitos e das linhas de comunicação propostos e as possibilidades de desdobramentos positivos para a comunicação da Prefeitura com seus diversos públicos; (máximo de 7 pontos)	4	3	3
c) A consistência lógica e a clareza na argumentação. (máximo de 8 pontos)	4	2	3,5
TOTAL DO QUESITO	12	8	9,5
NOTA MÉDIA DO QUESITO	9,83		

QUESITO	AVALIADOR 01	AVALIADOR 02	AVALIADOR 03
Ideia Criativa (Máximo 20 pontos)			
a) A relação de coerência e consequência com o que estiver proposto na Estratégia de Comunicação; (máximo de 5 pontos)	4	3	3
b) Sua pertinência às atividades do Governo Municipal e à sua inserção na sociedade; (máximo de 5 pontos)	3	3	3
c) A qualidade criativa das peças publicitárias apresentadas; (máximo de 5 pontos)	2	2	3
d) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos; (máximo de 5 pontos)	2	2	2,5
PONTUAÇÃO DO QUESITO	11	10	11,5
NOTA MÉDIA DO QUESITO	10,83		

QUESTO	AVALIADOR 01	AVALIADOR 02	AVALIADOR 03
Estratégia de Mídia e Não-mídia (Máximo 10 pontos)			
d) A criatividade e o conhecimento demonstrados na definição da estratégia e na escolha dos meios; (máximo de 3 pontos)	2	3	1
e) O conhecimento dos hábitos de consumo de meios dos diversos públicos e a capacidade analítica demonstrada no exame desses hábitos; (máximo de 3 pontos)	3	3	2,5
f) A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças. (máximo de 4 pontos)	1	2	2,5
PONTUAÇÃO DO QUESTO	6	8	6
NOTA MÉDIA DO QUESTO	6,66		
PONTUAÇÃO TOTAL PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA			

Observações:

- 1) Intervalos de Notas: Os avaliadores devem atribuir notas com intervalos de 0,5 ponto.
- 2) A subcomissão técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação atribuída a este for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, conforme inc. VII, art. 6º da Lei 12.232/2010, caso não seja possível, será lavrada ata com as justificativas.
- 3) A nota média de cada quesito corresponderá à soma das notas atribuídas pelos avaliadores dividido pelo número de avaliadores, com no máximo duas casas decimais, desprezando-se as demais, sem qualquer arredondamento.
- 4) A nota total da campanha – A nota do Plano de Comunicação Publicitária corresponderá à soma das notas médias dos quesitos.

PLANILHA GERAL DE AVALIAÇÃO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: Jogo limpo com Santo André

QUESITO	AVALIADOR 01	AVALIADOR 02	AVALIADOR 03
Raciocínio Básico (Máximo 20 pontos)			
a) Acuidade de compreensão das funções e do papel do Município nos contextos social, político e econômico; (máximo de 5 pontos).	3	2,5	2,5
b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Prefeitura Municipal de Santa Luzia com seus públicos; (máximo de 5 pontos)	3	2,5	2,5
c) Das características da Prefeitura e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária; (máximo de 5 pontos)	3	2,5	2,5
d) O entendimento do problema e dos objetivos de comunicação estabelecidos pelo briefing. (máximo de 5 pontos).	3	3	2,5
TOTAL DO QUESITO	12	10,5	10
NOTA MÉDIA DO QUESITO	10,83		

10,83

QUESITO	AVALIADOR 01	AVALIADOR 02	AVALIADOR 03
Estratégia de Comunicação Publicitária (Máximo 20 pontos)			
a) O entendimento das questões apresentadas e o grau em que a campanha apresentada atende ao briefing; (máximo de 5 pontos)	3	3	2
b) A adequação dos conceitos e das linhas de comunicação propostos e as possibilidades de desdobramentos positivos para a comunicação da Prefeitura com seus diversos públicos; (máximo de 7 pontos)	4	4	5,5
c) A consistência lógica e a clareza na argumentação. (máximo de 8 pontos)	4	4	4
TOTAL DO QUESITO	11	11	11,5
NOTA MÉDIA DO QUESITO	11,16		

QUESITO	AVALIADOR 01	AVALIADOR 02	AVALIADOR 03
Ideia Criativa (Máximo 20 pontos)			
a) A relação de coerência e consequência com o que estiver proposto na Estratégia de Comunicação; (máximo de 5 pontos)	3	2	2
b) Sua pertinência às atividades do Governo Municipal e à sua inserção na sociedade; (máximo de 5 pontos)	3	3	2
c) A qualidade criativa das peças publicitárias apresentadas; (máximo de 5 pontos)	3	3	2
d) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos; (máximo de 5 pontos)	3	2	2
PONTUAÇÃO DO QUESITO	12	10	8
NOTA MÉDIA DO QUESITO		10	

QUESITO	AVALIADOR 01	AVALIADOR 02	AVALIADOR 03
Estratégia de Mídia e Não-mídia (Máximo 10 pontos)			
d) A criatividade e o conhecimento demonstrados na definição da estratégia e na escolha dos meios; (máximo de 3 pontos)	1	2	1
e) O conhecimento dos hábitos de consumo de meios dos diversos públicos e a capacidade analítica demonstrada no exame desses hábitos; (máximo de 3 pontos)	1	2	1
f) A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças. (máximo de 4 pontos)	1	3	1
PONTUAÇÃO DO QUESITO	3	7	3
NOTA MÉDIA DO QUESITO	4,33		

PONTUAÇÃO TOTAL PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA
--

Observações:

- 1) Intervalos de Notas: Os avaliadores devem atribuir notas com intervalos de 0,5 ponto.
- 2) A subcomissão técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação atribuída a este for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, conforme inc. VII, art. 6º da Lei 12.232/2010, caso não seja possível, será lavrada ata com as justificativas.
- 3) A nota média de cada quesito corresponderá à soma das notas atribuídas pelos avaliadores dividindo pelo número de avaliadores, com no máximo duas casas decimais, desprezando-se as demais, sem qualquer arredondamento.
- 4) A nota total da campanha – A nota do Plano de Comunicação Publicitária corresponderá à soma das notas médias dos quesitos.

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 027/2025

JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

QUESITO / CAMPANHA → ↓	SANTA LUZIA DR. LIXÃO	CIDADE QUE A GENTE CUIDA	LIXO NO LUGAR FAZ SANTA LUZIA BRILHAR	QUEM DESCARTA CERTO	SANTA LUZIA É A NOSSA CASA	JOGUE LIMPO COM SANTA LUZIA
Raciocínio Básico	10,00	8,67	17,83	16,00	13,50	10,83
Estratégia de Comunicação Publicitária	10,00	11,50	16,17	11,00	9,83	11,17
Ideia Criativa	8,33	10,83	19,00	12,33	10,83	10,00
Estratégia de Mídia e Não Mídia	3,67	6,00	7,83	5,00	6,67	4,33
PONTUAÇÃO TOTAL	32,00	37,00	60,83	44,33	40,83	36,33