

PARECER TÉCNICO INDIVIDUAL – SUBCOMISSÃO TÉCNICA DE COMUNICAÇÃO

Concorrência Presencial nº 90.010/2025 Município de Nova Friburgo – RJ

O presente parecer técnico tem por finalidade registrar a avaliação individual desta integrante da Subcomissão Técnica acerca da Proposta Técnica apresentada pela agência licitante no âmbito da Concorrência Presencial nº 90.010/2025, destinada à contratação de serviços de publicidade institucional para o Município de Nova Friburgo, pelo período de 12 (doze) meses, podendo ser prorrogado nos termos legais.

* Plano de Comunicação Publicitária, composto por: – Raciocínio Básico; – Estratégia de Comunicação Publicitária; – Ideia Criativa; – Estratégia de Mídia e Não Mídia; • Capacidade de Atendimento; • Repertório; • Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (Cases).

Foram observados, de forma criteriosa, a aderência ao briefing institucional, a clareza estratégica, a consistência conceitual, a exequibilidade das propostas, bem como a compatibilidade com os princípios da comunicação pública, notadamente o interesse coletivo, a transparência, a acessibilidade da informação e a responsabilidade social.

- Raciocínio Básico: apresentado demonstra compreensão adequada do contexto institucional do Município de Nova Friburgo, de sua trajetória histórica, características socioculturais, desafios estruturais e, sobretudo, do papel estratégico da comunicação pública na promoção da cidadania, da prevenção de riscos e da transparência administrativa.

Observa-se alinhamento conceitual com os objetivos do briefing, especialmente no que se refere à necessidade de informar, conscientizar e engajar a população local, sem prejuízo da comunicação voltada ao fortalecimento da imagem turística do município.

- Estratégia de Comunicação Publicitária: apresenta coerência geral entre diagnóstico, objetivos e soluções propostas. O partido temático e o conceito adotados demonstram consistência e viabilidade técnica.

Entretanto, nota-se que alguns pontos poderiam ser mais aprofundados, especialmente no detalhamento dos objetivos específicos de comunicação, na segmentação dos públicos estratégicos e na explicitação mais clara do equilíbrio entre a comunicação voltada aos moradores e aquela direcionada ao público externo e turístico, conforme orientações do briefing.

Ainda assim, tais limitações não comprometem a aplicabilidade da estratégia, que se mostra tecnicamente adequada ao objeto da contratação.

- Ideia Criativa: revela bom nível de originalidade, clareza de linguagem e viabilidade de execução. As peças apresentadas demonstram domínio técnico e capacidade criativa compatíveis com campanhas institucionais de interesse público.

Por outro lado, identifica-se certa fragilidade na aderência integral ao briefing, sobretudo no que diz respeito à priorização da comunicação preventiva, educativa e informativa para a população residente, em detrimento de uma abordagem mais promocional voltada ao turismo.

Trata-se, contudo, de ajuste conceitual possível de ser realizado no decorrer da execução contratual, não configurando impedimento técnico relevante.

- Estratégia de Mídia e Não Mídia: apresentada demonstra conhecimento consistente dos hábitos de consumo de informação dos públicos-alvo, propondo uma distribuição equilibrada entre mídia de massa, mídia segmentada e ações de não mídia.

O planejamento revela racionalidade econômica, integração entre os meios e compatibilidade com a verba referencial indicada no briefing, atendendo aos critérios técnicos exigidos pelo edital.

A licitante demonstra elevada capacidade de atendimento, com estrutura operacional compatível, equipe técnica qualificada e experiência comprovada no atendimento a demandas complexas, inclusive no setor público.

A sistemática de atendimento apresentada é clara, objetiva e compatível com as necessidades institucionais da Administração Municipal, atendendo plenamente aos requisitos estabelecidos no Termo de Referência.

O repertório apresentado evidencia qualidade técnica elevada, com peças bem executadas, conceitualmente consistentes e alinhadas à resolução de problemas de comunicação.

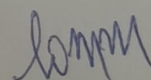
Os trabalhos demonstram domínio dos processos de planejamento, criação e produção publicitária, bem como experiência relevante em campanhas institucionais e de interesse coletivo.

Os cases apresentados estão bem estruturados, com clara relação entre problema identificado, estratégia adotada, soluções implementadas e resultados alcançados.

Observa-se consistência metodológica, fundamentação técnica e capacidade analítica na exposição dos relatos, atendendo integralmente aos critérios estabelecidos no edital.

A atribuição de notas foi realizada com base nos critérios e pesos definidos no Termo de Referência, considerando a pontuação máxima de 1.000 (mil) pontos, distribuídos entre os quesitos e subquesitos previstos no Edital.

Critério Avaliado	Pontuação Máxima	Nota Atribuída
Raciocínio Básico	100	100
Estratégia de Comunicação Publicitária	250	190
Ideia Criativa	200	140
Estratégia de Mídia e Não Mídia	100	95



Capacidade de Atendimento	150	150
Repertório	100	100
Cases	100	100

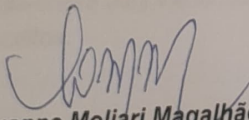
NOTA FINAL: 875 / 1000 (87,5%)

De modo geral, a Proposta Técnica analisada apresenta desempenho muito bom, alcançando 87,5% da pontuação máxima prevista no edital, enquadrando-se no conceito "MUITO BOM", nos termos do Termo de Referência.

As fragilidades observadas concentram-se, principalmente, em aspectos de aprofundamento estratégico e de maior aderência conceitual a determinados pontos do briefing, especialmente no equilíbrio entre comunicação institucional voltada à população local e comunicação de promoção turística. Tais aspectos, contudo, não comprometem a capacidade técnica da licitante, configurando-se como ajustes pontuais passíveis de aprimoramento durante a execução contratual.

Destaca-se o desempenho pleno nos quesitos Raciocínio Básico, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (Cases), nos quais a proposta demonstrou elevado grau de atendimento às exigências técnicas, consistência conceitual, experiência comprovada e adequada estrutura operacional.

Diante do exposto, este parecer é favorável à habilitação técnica da agência avaliada, reconhecendo sua aptidão para executar os serviços de publicidade institucional do Município de Nova Friburgo, em conformidade com a legislação vigente, com o edital e com os princípios que regem a comunicação pública.


Luanne Moliari Magalhães

Vice-Presidente da Comissão / Subcomissão Técnica de Comunicação