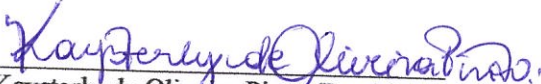
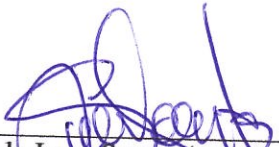


SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA – CONFEA
CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DO MARANHÃO – CREA

1 **ATA DE REUNIÃO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA Nº 001/2026.** Aos vinte dias do mês
2 de julho de 2026, às dez horas da manhã, foi realizada reunião nas dependências da Comissão
3 Permanente de Licitação, cito à Av. Dos Holandeses, Quadra 35, Lote 08, Calhau, São Luís,
4 Maranhão, para avaliar os documentos relativos ao certame do Edital de Licitação Pública Nº
5 001/2026 – CPL, Processo Administrativo Nº 2948617/2026, especificamente o Envelope nº 01
6 e o Envelope nº 03, PROPOSTA TÉCNICA. A reunião contou com a presença dos seguintes
7 membros julgadores desta Subcomissão Técnica: a Srª. Kaysterly de Oliveira Pinto, presidente,
8 a Srª. Yasmin Vasconcelos Costa e o Sr. Salomão de Jesus Santos. Ao iniciar os trabalhos,
9 procedeu-se a abertura dos envelopes da Licitante para conferência dos documentos exigidos
10 no referido edital de concorrência pública. Deste modo, conferida a documentação da empresa
11 concorrente, encaminhou-se o acesso aos respectivos documentos, que atendiam aos requisitos
12 previstos no Edital em questão. A seguir, cada membro avaliou os quesitos e os demais
13 subquesitos do processo de julgamento da proposta técnica, tais como Plano de Comunicação
14 Publicitária Via Não Identificada, com a pontuação máxima de 60 pontos; o quesito Capacidade
15 de atendimento, com pontuação máxima de 20 pontos; o quesito Repertório, com pontuação
16 máxima de 10 pontos e o quesito Relatos de Solução de Problemas de Comunicação, com
17 pontuação máxima de 10 pontos, perfazendo um total de 100 pontos. Diante de tal
18 procedimento, cada membro lançou as notas para cada quesito e subquesito acima descrito e,
19 ao final, após a somatória das três avaliações, seguiu-se a pontuação da média geral, obtendo o
20 seguinte resultado: a Campanha de título “CREA-MA: ao lado de quem constrói o Maranhão”
21 obteve a média de 53 pontos no Plano de Comunicação Publicitária Via Não Identificada. E no
22 Envelope 03 a licitante Canal Comunicação Ltda obteve, nos documentos Capacidade de
23 Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas em Comunicação, a média de 36
24 pontos, resultando no total de 89 pontos no somatório geral. Nada mais a declarar, eu Kaysterly
25 de Oliveira Pinto, Presidente da Subcomissão Técnica, lavrei esta ata que será lida e assinada
26 pelos demais membros.


Kaysterly de Oliveira Pinto (Presidente)
CPF: 02396620320


Yasmin Vasconcelos Costa (membro)
CPF: 09668910311


Salomão de Jesus Santos (membro)
CPF: 35216174320



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA – CONFEA
CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DO MARANHÃO – CREA-

ANEXO IX

ANEXO X – PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA SUBCOMISSÃO

TÉCNICA CONCORRÊNCIA Nº 001/2026 – CREA-MA

LICITANTE: CREA-MA: ao lado de quem constrói o Maranhão

AVALIADORA: Kaysterly de Oliveira Pinto

1. PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

QUESITOS	CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PONTUAÇÃO ATRIBUÍDA
Raciocínio Básico	Compreensão do problema de comunicação e adequação ao briefing	10	8,0
Estratégia de Comunicação	Coerência e consistência da estratégia proposta	20	18
Ideia Criativa	Originalidade, inovação e adequação da proposta criativa	20	18
Estratégia de Mídia e Não Mídia	Adequação dos meios, racionalidade e alcance	10	9,0
Subtotal (Plano de Comunicação): 60/57			

2. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO PONTUAÇÃO MÁXIMA 20 PONTOS

CRITÉRIOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PONTUAÇÃO ATRIBUÍDA
Estrutura operacional e equipe técnica	—	—
Qualificação dos profissionais	—	—
Infraestrutura disponível	—	—
Sistemática de atendimento	—	—
Subtotal (Capacidade de Atendimento): 20/18		

3. REPERTÓRIO



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA – CONFEA

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DO MARANHÃO – CREA-

CRITÉRIOS

PONTUAÇÃO MÁXIMA PONTUAÇÃO ATRIBUÍDA
10 PONTOS

Qualidade técnica das peças apresentadas

Diversidade e relevância dos trabalhos

Adequação ao objeto da licitação

Subtotal (Repertório): 10/ 9,0

4. RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

CRITÉRIOS

PONTUAÇÃO MÁXIMA PONTUAÇÃO ATRIBUÍDA
10 PONTOS

Clareza na descrição do problema

Eficácia da solução apresentada

Resultados obtidos

Subtotal (Relatos): 10/9,0

RESULTADO FINAL

ITEM

PONTUAÇÃO

Plano de Comunicação 52

Capacidade de Atendimento 18

Repertório 9,0

Relatos de Soluções 9,0

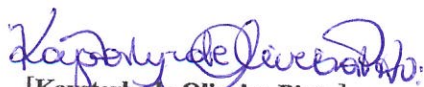
PONTUAÇÃO TOTAL: 100/ 88

OBSERVAÇÕES DO AVALIADOR

De acordo com a documentação contida no Envelope Nº 01, bem como as peças que exemplificam a Campanha Publicitária intitulada “CREA-MA: ao lado de quem constrói o Maranhão”, seguindo as exigências do Edital Concorrência Pública Nº 001/2026 e seus anexos, a Licitante atende aos requisitos do Edital e, ainda, considerando os documentos acostados no Envelope N. 03 Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, a Licitante está aprovada com a nota total de 88 PONTOS.

Declaro que a avaliação foi realizada de forma técnica, objetiva e em conformidade com os critérios estabelecidos no Edital e na legislação aplicável.

São Luís, MA, 17 de julho de 2026.


[Kaysterly de Oliveira Pinto]

Membro da Subcomissão Técnica



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA – CONFEA
CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DO MARANHÃO – CREA-MA
CONCORRÊNCIA Nº 001/2026 - PROCESSO Nº 2948617/2026
SUBCOMISSÃO TÉCNICA

AVALIAÇÃO ENVELOPE Nº 03 – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

Quesito	Subquesito	Critério de Avaliação	Pts
Quesito 2 Capacidade de Atendimento (máximo 20 pontos)		a) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária do CREA-MA (até 03 pontos)	3
		b) A correlação entre a qualificação técnica da licitante e a estratégia de comunicação publicitária proposta, sendo levada em conta a quantificação dos quadros correspondentes (até 03 pontos)	3
		c) A qualificação dos profissionais a serem disponibilizados para o atendimento do órgão da Administração (até 03 pontos)	3
		d) A operacionalidade do relacionamento entre CREA-MA e a agência de propaganda, traduzida através de esquema apresentado na proposta pela licitante (até 03 pontos)	2
		e) A segurança técnica e operacional constatada através dos procedimentos especificados (até 03 pontos)	2
		f) As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais disponíveis para a execução do contrato (até 03 pontos)	3
		g) A funcionalidade do relacionamento operacional entre o ANUNCIANTE e a licitante (até 02 pontos)	2
		Subtotal	18
Quesito 3 Repertório (máximo 10 pontos)		a) Sua concepção (até 2,5 pontos)	2,5
		b) Sua pertinência (até 2,5 pontos)	2
		c) A clareza de exposição (até 2,5 pontos)	2
		d) A qualidade de execução e acabamento do texto (até 2,5 pontos)	2,5
		Subtotal	9,0
Quesito 4 Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (máximo 10 pontos)		a) A originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação (até 02 pontos)	2
		b) A clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo (até 02 pontos)	2
		c) A qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças (até 02 pontos)	1
		d) De evidência de planejamento publicitário (até 02 pontos)	2
		e) De consistência das relações de causa e efeito (até 01 ponto)	1
		f) De mensuração dos resultados apresentados (até 01 ponto)	1
		Subtotal	9,0
TOTAL (MÁXIMO DE 40 PONTOS)			36

De acordo com a documentação contida no Envelope Nº 03, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, seguindo as exigências do Edital Concorrência Pública Nº 001/2026 e seus anexos, destaco que a Licitante Canal

Comunicação cumpriu os requisitos do Edital, obtendo a seguinte pontuação:

2 Capacidade de atendimento, com o total de (a+b) = 18

3 Repertório, com o total de (a+b+c) = 9,0

4 Relatos de soluções de problemas de comunicação, com o total de (a+b+c+d) = 9,0

Total: (2, 3 e 4) = 36 pontos

São Luís/MA, 17 de julho de 2026.

Kaysterly de Oliveira Pinto
CPF: 02396620320



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA – CONFEA
CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DO MARANHÃO – CREA-

ANEXO IX

ANEXO X – PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA SUBCOMISSÃO
TÉCNICA CONCORRÊNCIA Nº 001/2026 – CREA-MA

LICITANTE: CREA-MA: ao lado de quem constrói o Maranhão

AVALIADORA: Yasmin Vasconcelos Costa

1. PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

QUESITOS	CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PONTUAÇÃO ATRIBUÍDA
Raciocínio Básico	Compreensão do problema de comunicação e adequação ao briefing	10	9,0
Estratégia de Comunicação	Coerência e consistência da estratégia proposta	20	19
Ideia Criativa	Originalidade, inovação e adequação da proposta criativa	20	20
Estratégia de Mídia e Não Mídia	Adequação dos meios, racionalidade e alcance	10	9,0

Subtotal (Plano de Comunicação): 60/57

2. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO PONTUAÇÃO MÁXIMA 20 PONTOS

CRITÉRIOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PONTUAÇÃO ATRIBUÍDA
Estrutura operacional e equipe técnica	—	—
Qualificação dos profissionais	—	—
Infraestrutura disponível	—	—
Sistemática de atendimento	—	—

Subtotal (Capacidade de Atendimento): 20/19

3. REPERTÓRIO



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA – CONFEA

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DO MARANHÃO – CREA-

CRITÉRIOS

PONTUAÇÃO MÁXIMA PONTUAÇÃO ATRIBUÍDA
10 PONTOS

Qualidade técnica das peças apresentadas	—
Diversidade e relevância dos trabalhos	—
Adequação ao objeto da licitação	—
Subtotal (Repertório): 10/ 10	

4. RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

CRITÉRIOS

PONTUAÇÃO MÁXIMA PONTUAÇÃO ATRIBUÍDA
10 PONTOS

Clareza na descrição do problema	—
Eficácia da solução apresentada	—
Resultados obtidos	—
Subtotal (Relatos): 10/9,0	

RESULTADO FINAL

ITEM	PONTUAÇÃO
Plano de Comunicação	<u>57</u>
Capacidade de Atendimento	<u>19</u>
Repertório	<u>10</u>
Relatos de Soluções	<u>9,0</u>

PONTUAÇÃO TOTAL: **100/ 95**

OBSERVAÇÕES DO AVALIADOR

De acordo com a documentação contida no Envelope Nº 01, bem como as peças que exemplificam a Campanha Publicitária intitulada “CREA-MA: ao lado de quem constrói o Maranhão”, seguindo as exigências do Edital Concorrência Pública Nº 001/2026 e seus anexos, a Licitante atende aos requisitos do Edital e, ainda, considerando os documentos acostados no Envelope N. 03 Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, a Licitante está aprovada com a nota total de 95 PONTOS.

Declaro que a avaliação foi realizada de forma técnica, objetiva e em conformidade com os critérios estabelecidos no Edital e na legislação aplicável.

São Luís, MA, 17 de julho de 2026.

Yasmin Vasconcelos Costa

[Yasmin Vasconcelos Costa]

Membro da Subcomissão Técnica



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA – CONFEA
CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DO MARANHÃO – CREA-MA
CONCORRÊNCIA Nº 001/2026
PROCESSO Nº 2948617/2026
AValiação Técnica

Quesito	Subquesito	Critério de Avaliação	Pts
Quesito Plano de Comunicação Publicitária (60 pontos)	Subquesito 1 Raciocínio Básico (máximo 10 pontos)	a) As características da função do CREA-MA, com suas especificações e contexto de sua atuação, relevantes para a comunicação (até 2,5 pontos)	2
		b) A pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas à natureza, extensão e qualidades das relações do CREA-MA com o seu público referencial (até 2,5 pontos)	2,5
		c) A pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas (até 2,5 pontos)	2
		d) A assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado pelo CREA e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing (até 2,5 pontos)	2,5
		Subtotal	9,0
	Subquesito 2 Estratégia de Comunicação Publicitária (máximo 20 pontos)	a) Adequação do conceito proposto ao CREA-MA, considerando as questões dispostas no Briefing (até 05 pontos)	5
		b) Riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto que viabilizem a comunicação do CREA-MA com seu público, levando em consideração a missão do Conselho e os desafios anunciados no Briefing (até 05 pontos)	5
		c) A consistência e a pertinência da argumentação formulada pela licitante em defesa de sua proposição (até 05 pontos)	4
		d) A exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial (até 05 pontos)	5
		Subtotal	19
	Subquesito 3 Ideia Criativa (máximo 20 pontos)	a) Sua adequação ao objetivo final dos desafios enunciados e aos objetivos estratégicos de comunicação do CREA-MA, tendo por base as questões dispostas no Briefing (até 02 pontos)	2
		b) A multiplicidade de leituras que comporta relativamente aos objetivos e fins do CREA-MA (até 02 pontos)	2
		c) A cobertura dos segmentos de público contemplados pela multiplicidade de leituras (até 02 pontos)	2
		d) A originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta (até 02 pontos)	2
		e) A simplicidade da forma de sua apresentação (até 02 pontos)	2
		f) Sua pertinência às atividades do CREA-MA e sua inserção na sociedade (até 02 pontos)	2
		g) Os desdobramentos de comunicação que oferece (até 02 pontos)	2
		h) A exequibilidade das peças publicitárias (até 02 pontos)	2
		i) A adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo (até 02 pontos)	2
		j) A clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo (até 02 pontos)	2
		Subtotal	20
	Subquesito 4 Estratégia de Mídia e Não Mídia (máximo 10 pontos)	a) Conhecimento e análise dos meios de comunicação e hábitos dos diversos segmentos de público prioritários (até 02 pontos)	2
		b) Capacidade analítica determinada pela análise desses hábitos (até 02 pontos)	2
		c) Consistência do plano simulado de distribuição de verba publicitária, contemplados os itens antecedentes (até 01 ponto)	1
		d) A economicidade na aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano de	1

Quesito	Subquesito	Critério de Avaliação	Pts
		distribuição de peças, segundo critérios técnicos de mídia (até 02 pontos)	
		e) A adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento e com o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing (até 02 pontos)	2
		f) A consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos- alvo da campanha publicitária (até 01 ponto)	1
		Subtotal	
TOTAL			9
			57

De acordo com a documentação contida no Envelope N° 01, bem como as peças que exemplificam a Campanha Publicitária intitulada "CREA-MA: ao lado de quem constrói o Maranhão", seguindo as exigências do Edital Concorrência Pública N° 001/2026 e seus anexos, destaco que a Campanha acima referida, apresentada pela Licitante, cumpre aos requisitos do Edital.

- Raciocínio Básico, com o total $(a+b+c+d) = 9,0$
- Estratégia de Comunicação Publicitária, com o Total de $(a+b+c+d) = 19$.
- Ideia criativa, com o total de $(a+b+c+d+e+f+g+h+i+j) = 20$
- Estratégia de mídia e não mídia, com o total de $(a+b+c+d+e+f) = 9,0$

Total: (1, 2, 3 e 4) = 57

Yasmin Vasconcelos Costa
Yasmin Vasconcelos Costa
CPF: 09668910311

São Luís/MA, 17 de julho de 2026.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA – CONFEA
CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DO MARANHÃO – CREA-MA
CONCORRÊNCIA Nº 001/2026 - PROCESSO Nº 2948617/2026
SUBCOMISSÃO TÉCNICA

AValiação Envelope Nº 03 – Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Problemas de Comunicação

Quesito	Subquesito	Critério de Avaliação	Pts
Quesito 2 Capacidade de Atendimento (máximo 20 pontos)		a) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária do CREA-MA (até 03 pontos)	3
		b) A correlação entre a qualificação técnica da licitante e a estratégia de comunicação publicitária proposta, sendo levada em conta a quantificação dos quadros correspondentes (até 03 pontos)	3
		c) A qualificação dos profissionais a serem disponibilizados para o atendimento do órgão da Administração (até 03 pontos)	3
		d) A operacionalidade do relacionamento entre CREA-MA e a agência de propaganda, traduzida através de esquema apresentado na proposta pela licitante (até 03 pontos)	3
		e) A segurança técnica e operacional constatada através dos procedimentos especificados (até 03 pontos)	2
		f) As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais disponíveis para a execução do contrato (até 03 pontos)	3
		g) A funcionalidade do relacionamento operacional entre o ANUNCIANTE e a licitante (até 02 pontos)	2
		Subtotal	19
Quesito 3 Repertório (máximo 10 pontos)		a) Sua concepção (até 2,5 pontos)	2,5
		b) Sua pertinência (até 2,5 pontos)	2,5
		c) A clareza de exposição (até 2,5 pontos)	2,5
		d) A qualidade de execução e acabamento do texto (até 2,5 pontos)	2,5
		Subtotal	10
Quesito 4 Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (máximo 10 pontos)		a) A originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação (até 02 pontos)	2
		b) A clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo (até 02 pontos)	1
		c) A qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças (até 02 pontos)	2
		d) De evidência de planejamento publicitário (até 02 pontos)	2
		e) De consistência das relações de causa e efeito (até 01 ponto)	1
		f) De mensuração dos resultados apresentados (até 01 ponto)	1
		Subtotal	9,0
TOTAL (MÁXIMO DE 40 PONTOS)			38

De acordo com a documentação contida no Envelope Nº 03, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, seguindo as exigências do Edital Concorrência Pública Nº 001/2026 e seus anexos, destaco que a Licitante Canal Comunicação cumpriu os requisitos do Edital, obtendo a seguinte pontuação:

2 Capacidade de atendimento, com o total de (a+b) = 19

3 Repertório, com o total de (a+b+c) = 10

4 Relatos de soluções de problemas de comunicação, com o total de (a+b+c+d) = 9,0

Total: (2, 3 e 4) = 38 pontos

São Luís/MA, 17 de julho de 2026.

Yasmin Vasconcelos Costa

Yasmin Vasconcelos Costa
CPF: 09668910311



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA – CONFEA
CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DO MARANHÃO – CREA-MA
CONCORRÊNCIA Nº 001/2026
PROCESSO Nº 2948617/2026
AValiação Técnica

Quesito	Subquesito	Critério de Avaliação	Pts
Quesito Plano de Comunicação Publicitária (60 pontos)	Subquesito 1 Raciocínio Básico (máximo 10 pontos)	a) Às características da função do CREA-MA, com suas especificações e contexto de sua atuação, relevantes para a comunicação (até 2,5 pontos)	2
		b) A pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas à natureza, extensão e qualidades das relações do CREA-MA com o seu público referencial (até 2,5 pontos)	2
		c) A pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas (até 2,5 pontos)	2
		d) A assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado pelo CREA e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing (até 2,5 pontos)	2
		Subtotal	8
	Subquesito 2 Estratégia de Comunicação Publicitária (máximo 20 pontos)	a) Adequação do conceito proposto ao CREA-MA, considerando as questões dispostas no Briefing (até 05 pontos)	4
		b) Riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto que viabilizem a comunicação do CREA-MA com seu público, levando em consideração a missão do Conselho e os desafios anunciados no Briefing (até 05 pontos)	4
		c) A consistência e a pertinência da argumentação formulada pela licitante em defesa de sua proposição (até 05 pontos)	5
		d) A exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial (até 05 pontos)	5
		Subtotal	18
	Subquesito 3 Ideia Criativa (máximo 20 pontos)	a) Sua adequação ao objetivo final dos desafios enunciados e aos objetivos estratégicos de comunicação do CREA-MA, tendo por base as questões dispostas no Briefing (até 02 pontos)	2
		b) A multiplicidade de leituras que comporta relativamente aos objetivos e fins do CREA-MA (até 02 pontos)	2
		c) A cobertura dos segmentos de público contemplados pela multiplicidade de leituras (até 02 pontos)	2
		d) A originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta (até 02 pontos)	2
		e) A simplicidade da forma de sua apresentação (até 02 pontos)	1
		f) Sua pertinência às atividades do CREA-MA e sua inserção na sociedade (até 02 pontos)	1
		g) Os desdobramentos de comunicação que oferece (até 02 pontos)	2
		h) A exequibilidade das peças publicitárias (até 02 pontos)	2
		i) A adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo (até 02 pontos)	2
		j) A clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo (até 02 pontos)	2
		Subtotal	18
	Subquesito 4 Estratégia de Mídia e Não Mídia (máximo 10 pontos)	a) Conhecimento e análise dos meios de comunicação e hábitos dos diversos segmentos de público prioritários (até 02 pontos)	2
		b) Capacidade analítica determinada pela análise desses hábitos (até 02 pontos)	2
		c) Consistência do plano simulado de distribuição de verba publicitária,	1

Handwritten signature

Quesito	Subquesito	Critério de Avaliação	Pts
		contemplados os itens antecedentes (até 01 ponto)	
		d) A economicidade na aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano de distribuição de peças, segundo critérios técnicos de mídia (até 02 pontos)	1
		e) A adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento e com o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing (até 02 pontos)	1
		f) A consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos- alvo da campanha publicitária (até 01 ponto)	1
		Subtotal	8
TOTAL			52

De acordo com a documentação contida no Envelope Nº 01, bem como as peças que exemplificam a Campanha Publicitária intitulada "CREA-MA: ao lado de quem constrói o Maranhão", seguindo as exigências do Edital Concorrência Pública Nº 001/2026 e seus anexos, destaco que a Campanha acima referida, apresentada pela Licitante, cumpre aos requisitos do Edital.

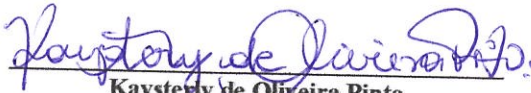
- Raciocínio Básico, com o total $(a+b+c+d) = 8,0$

- Estratégia de Comunicação Publicitária, com o Total de $(a+b+c+d) = 18$

- Ideia criativa, com o total de $(a+b+c+d+e+f+g+h+i+j) = 18$

- Estratégia de mídia e não mídia, com o total de $(a+b+c+d+e+f) = 8,0$

Total: (1, 2, 3 e 4) = 52


Kaysterly de Oliveira Pinto
CPF: 02396620320

São Luís/MA, 17 de julho de 2026.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA – CONFEA
CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DO MARANHÃO – CREA-

ANEXO IX

ANEXO X – PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA SUBCOMISSÃO
TÉCNICA CONCORRÊNCIA Nº 001/2026 – CREA-MA

LICITANTE: CREA-MA: ao lado de quem constrói o Maranhão

AVALIADORA: Salomão Jesus Santos

1. PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

QUESITOS	CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PONTUAÇÃO ATRIBUÍDA
Raciocínio Básico	Compreensão do problema de comunicação e adequação ao briefing	10	9,0
Estratégia de Comunicação	Coerência e consistência da estratégia proposta	20	17
Ideia Criativa	Originalidade, inovação e adequação da proposta criativa	20	16
Estratégia de Mídia e Não Mídia	Adequação dos meios, racionalidade e alcance	10	8,0
Subtotal (Plano de Comunicação): 60/50			

2. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO PONTUAÇÃO MÁXIMA 20 PONTOS

CRITÉRIOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PONTUAÇÃO ATRIBUÍDA
Estrutura operacional e equipe técnica	—	—
Qualificação dos profissionais	—	—
Infraestrutura disponível	—	—
Sistemática de atendimento	—	—
Subtotal (Capacidade de Atendimento): 20/18		

3. REPERTÓRIO



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA – CONFEA

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DO MARANHÃO – CREA-

CRITÉRIOS

PONTUAÇÃO MÁXIMA PONTUAÇÃO ATRIBUÍDA
10 PONTOS

Qualidade técnica das peças apresentadas

Diversidade e relevância dos trabalhos

Adequação ao objeto da licitação

Subtotal (Repertório): 10/ 8,0

4. RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

CRITÉRIOS

PONTUAÇÃO MÁXIMA PONTUAÇÃO ATRIBUÍDA
10 PONTOS

Clareza na descrição do problema

Eficácia da solução apresentada

Resultados obtidos

Subtotal (Relatos): 10/8,0

RESULTADO FINAL

ITEM

PONTUAÇÃO

Plano de Comunicação 50

Capacidade de Atendimento 18

Repertório 8,0

Relatos de Soluções 8,0

PONTUAÇÃO TOTAL: 100/ 84

OBSERVAÇÕES DO AVALIADOR

De acordo com a documentação contida no Envelope Nº 01, bem como as peças que exemplificam a Campanha Publicitária intitulada “CREA-MA: ao lado de quem constrói o Maranhão”, seguindo as exigências do Edital Concorrência Pública Nº 001/2026 e seus anexos, a Licitante atende aos requisitos do Edital e, ainda, considerando os documentos acostados no Envelope N. 03 Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, a Licitante está aprovada com a nota total de 84 PONTOS.

Declaro que a avaliação foi realizada de forma técnica, objetiva e em conformidade com os critérios estabelecidos no Edital e na legislação aplicável.

São Luís, MA, 17 de julho de 2026.

[Salomão Jesus Santos]

Membro da Subcomissão Técnica



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA – CONFEA
CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DO MARANHÃO – CREA-MA
CONCORRÊNCIA Nº 001/2026 - PROCESSO Nº 2948617/2026
SUBCOMISSÃO TÉCNICA

AVALIAÇÃO ENVELOPE Nº 03 – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

Quesito	Subquesito	Critério de Avaliação	Pts
Quesito 2 Capacidade de Atendimento (máximo 20 pontos)		a) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária do CREA-MA (até 03 pontos)	3
		b) A correlação entre a qualificação técnica da licitante e a estratégia de comunicação publicitária proposta, sendo levada em conta a quantificação dos quadros correspondentes (até 03 pontos)	3
		c) A qualificação dos profissionais a serem disponibilizados para o atendimento do órgão da Administração (até 03 pontos)	3
		d) A operacionalidade do relacionamento entre CREA-MA e a agência de propaganda, traduzida através de esquema apresentado na proposta pela licitante (até 03 pontos)	2
		e) A segurança técnica e operacional constatada através dos procedimentos especificados (até 03 pontos)	3
		f) As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais disponíveis para a execução do contrato (até 03 pontos)	2
		g) A funcionalidade do relacionamento operacional entre o ANUNCIANTE e a licitante (até 02 pontos)	2
		Subtotal	18
Quesito 3 Repertório (máximo 10 pontos)		a) Sua concepção (até 2,5 pontos)	2
		b) Sua pertinência (até 2,5 pontos)	2
		c) A clareza de exposição (até 2,5 pontos)	2
		d) A qualidade de execução e acabamento do texto (até 2,5 pontos)	2
		Subtotal	8
Quesito 4 Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (máximo 10 pontos)		a) A originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação (até 02 pontos)	2
		b) A clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo (até 02 pontos)	2
		c) A qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças (até 02 pontos)	1
		d) De evidência de planejamento publicitário (até 02 pontos)	1
		e) De consistência das relações de causa e efeito (até 01 ponto)	1
		f) De mensuração dos resultados apresentados (até 01 ponto)	1
		Subtotal	8
TOTAL (MAXIMO DE 40 PONTOS)			34

De acordo com a documentação contida no Envelope Nº 03, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, seguindo as exigências do Edital Concorrência Pública Nº 001/2026 e seus anexos, destaco que a Licitante Canal Comunicação cumpriu os requisitos do Edital, obtendo a seguinte pontuação:

2 Capacidade de atendimento, com o total de (a+b) = 18

3 Repertório, com o total de (a+b+c) = 8,0

4 Relatos de soluções de problemas de comunicação, com o total de (a+b+c+d) = 8,0

Total: (2, 3 e 4) = 34 pontos

São Luís/MA, 17 de julho de 2026.

Salomão Jesus Santos
CPF: 35216174320



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA – CONFEA
CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DO MARANHÃO – CREA-MA
CONCORRÊNCIA Nº 001/2026
PROCESSO Nº 2948617/2026
AValiação Técnica

Quesito	Subquesito	Critério de Avaliação	Pts
Quesito Plano de Comunicação Publicitária (60 pontos)	Subquesito 1 Raciocínio Básico (máximo 10 pontos)	a) As características da função do CREA-MA, com suas especificações e contexto de sua atuação, relevantes para a comunicação (até 2,5 pontos)	2,5
		b) A pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas à natureza, extensão e qualidades das relações do CREA-MA com o seu público referencial (até 2,5 pontos)	2,5
		c) A pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas (até 2,5 pontos)	2
		d) A assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado pelo CREA e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing (até 2,5 pontos)	2
		Subtotal	9
	Subquesito 2 Estratégia de Comunicação Publicitária (máximo 20 pontos)	a) Adequação do conceito proposto ao CREA-MA, considerando as questões dispostas no Briefing (até 05 pontos)	4
		b) Riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto que viabilizem a comunicação do CREA-MA com seu público, levando em consideração a missão do Conselho e os desafios anunciados no Briefing (até 05 pontos)	5
		c) A consistência e a pertinência da argumentação formulada pela licitante em defesa de sua proposição (até 05 pontos)	4
		d) A exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial (até 05 pontos)	4
		Subtotal	17
	Subquesito 3 Ideia Criativa (máximo 20 pontos)	a) Sua adequação ao objetivo final dos desafios enunciados e aos objetivos estratégicos de comunicação do CREA-MA, tendo por base as questões dispostas no Briefing (até 02 pontos)	2
		b) A multiplicidade de leituras que comporta relativamente aos objetivos e fins do CREA-MA (até 02 pontos)	1
		c) A cobertura dos segmentos de público contemplados pela multiplicidade de leituras (até 02 pontos)	1
		d) A originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta (até 02 pontos)	2
		e) A simplicidade da forma de sua apresentação (até 02 pontos)	1
		f) Sua pertinência às atividades do CREA-MA e sua inserção na sociedade (até 02 pontos)	2
		g) Os desdobramentos de comunicação que oferece (até 02 pontos)	1
		h) A exequibilidade das peças publicitárias (até 02 pontos)	2
		i) A adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo (até 02 pontos)	2
		j) A clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo (até 02 pontos)	2
		Subtotal	16
	Subquesito 4 Estratégia de Mídia e Não Mídia (máximo 10 pontos)	a) Conhecimento e análise dos meios de comunicação e hábitos dos diversos segmentos de público prioritários (até 02 pontos)	1
		b) Capacidade analítica determinada pela análise desses hábitos (até 02 pontos)	1
		c) Consistência do plano simulado de distribuição de verba publicitária, contemplados os itens antecedentes (até 01 ponto)	1
		d) A economicidade na aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano de distribuição de peças, segundo critérios técnicos de mídia (até 02 pontos)	2
		e) A adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento e com o desafio e os	2

Quesito	Subquesito	Critério de Avaliação	Pts
		objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing (até 02 pontos)	
		f) A consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos- alvo da campanha publicitária (até 01 ponto)	1
		Subtotal	8
TOTAL			50

De acordo com a documentação contida no Envelope Nº 01, bem como as peças que exemplificam a Campanha Publicitária intitulada "CREA-MA: ao lado de quem constrói o Maranhão", seguindo as exigências do Edital Concorrência Pública Nº 001/2026 e seus anexos, destaco que a Campanha acima referida, apresentada pela Licitante, cumpre aos requisitos do Edital.

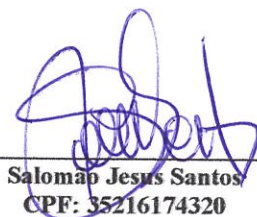
- Raciocínio Básico, com o total $(a+b+c+d) = 9,0$

- Estratégia de Comunicação Publicitária, com o Total de $(a+b+c+d) = 17$

- Ideia criativa, com o total de $(a+b+c+d+e+f+g+h+i+j) = 16$

- Estratégia de mídia e não mídia, com o total de $(a+b+c+d+e+f) = 8,0$

Total: (1, 2, 3 e 4) = 50



Salomão Jesus Santos
CPF: 35216174320

São Luís/MA, 17 de julho de 2026.