



TERMO DE REFERÊNCIA
MODALIDADE PRODUTO– 008/FunBEA/2020
Contrato Fehidro 063-2020

I. IDENTIFICAÇÃO DO PROJETO

A prestação de serviços de COMUNICADOR - AGENTE DE MÍDIA DIAGRAMADOR, enquadra-se no Projeto denominado “USO RACIONAL DA ÁGUA: CAMPANHA EDUCADORA DO CBH-BAIXADA SANTISTA 2019-2020”.

II - UNIDADE DEMANDANTE

FunBEA - Fundo Brasileiro de Educação Ambiental.

III. ENQUADRAMENTO DA CONTRATAÇÃO

O Projeto tem como objetivo promover a Campanha educadora de Uso Racional da Água junto ao território da Baixada Santista, contribuindo com a ampliação do conhecimento e melhora da corresponsabilidade social frente aos problemas atuais e futuros relacionados à quantidade e qualidade de água. Seus objetivos específicos são: 1. Ampliar o nível de conhecimento pela população da importância do uso sustentável dos recursos hídricos, da importância de políticas públicas para o gerenciamento desse recurso, objetivando a melhoria da qualidade e quantidade das águas e dos seus ecossistemas associados, por meio da criação e produção de materiais audiovisuais; 2. Divulgar e circular os materiais audiovisuais produzidos em diferentes formatos e canais de comunicação.

IV. OBJETIVO DA CONTRATAÇÃO

Realizar e executar plano de comunicação e marketing social para divulgação ampla da Campanha Uso Racional da Água na Baixada Santista, contendo os seguintes produtos: conteúdo para mídia social (Instagram, Facebook, Whatsapp); material de comunicação para website e e-mail marketing; gerenciamento de mídia para inserção da campanha em canais populares do Youtube, bem como rede de influencers digitais locais.

V – JUSTIFICATIVA DA CONTRATAÇÃO

A compreensão da crise hídrica que o Brasil tem enfrentado nos últimos anos, a valorização do recurso hídrico como bem público finito e a conscientização da necessidade de um uso mais sustentável, são essenciais para que se tenha maior garantia da oferta de água para os diferentes usos. Além das ações de instituições que atuam na gestão da água,



uma série de iniciativas devem ser estimuladas para que população desenvolva atitudes para racionalizar o uso da água, prevenindo assim os efeitos de sua escassez.

Considerando o atual cenário da situação dos recursos hídricos na região, caracterizados em disponibilidade x demanda hídrica registrados em documentos técnicos como Relatório da Situação dos Recursos Hídricos 2018 (abrangência regional) e Relatório da Agência Nacional de Águas 2017, (abrangência nacional) e Plano de Bacias 2016-2027 (abrangência regional).

Bem como um prognóstico de significativo crescimento populacional fixo e, principalmente flutuante, para a região, demonstrado no Plano Metropolitano de Desenvolvimento Estratégico para a Baixada Santista 2014- 2030. A tomada de medidas visando a conservação e recuperação das matas ciliares, o combate à poluição difusa que contaminam os mananciais, campanhas de conscientização do uso racional da água e o uso de tecnologias que favoreçam um menor consumo de água de uso urbano, são práticas essenciais para a sustentabilidade dos recursos hídricos na Bacia Hidrográfica da Baixada Santista.

Nas estratégias apontadas para as questões que contemplam como resultado o envolvimento da sociedade na preservação dos recursos hídricos, temos o Plano Estadual de Recursos Hídricos Lei 16337/2016 e no âmbito local, diretamente ligado ao Comitê de Bacias Hidrográficas da Baixada Santista temos também o Documento Base do Programa de Comunicação Social do CBH-BS 2018.

Em 2018 o FunBEA – Fundo Brasileiro de Educação Ambiental, proponente deste projeto construiu para o Comitê de Bacias Hidrográficas da Baixada Santista por meio do Termo de Referência contrato Fehidro 117/2017 o Programa de Comunicação Social do CBH –BS pautados por 3 diretrizes Articulação; Formação e Mobilização; Comunicação e Divulgação. Durante o processo de elaboração do Programa foram realizadas entrevistas individuais com membros do CBH BS, questionários on line com instituições da região, processos formativos e ações de comunicação que resultaram em um Documento Base construído de forma compartilhada, que descreve as ações que devem ser executadas visando fortalecer a Comunicação e a Educação Socioambiental sobre a gestão dos recursos hídricos e o fortalecimento da imagem institucional do Comitê de Bacias da Baixada Santista.

De acordo com o último Relatório Final de Pesquisa Brasileira de Mídia - PBM (2016), da Secretaria de Comunicação do Governo Federal, a TV aberta é ainda o meio de mídia massivo mais impactante ao público brasileiro. Baseando-se neste dado, bem como inúmeras pesquisas de audiência, credibilidade e impacto de comunicação massiva, a TV foi a mídia escolhida para o maior investimento de divulgação desta campanha, visando o maior alcance e impacto das peças produzidas, seguida pela internet - mídias sociais e rádio (os valores de mercado para veiculação nas TVs de maior audiência foram exemplificados via orçamento solicitado e anexado à este projeto como base de cálculo).

Levando em consideração essa premissa, identificamos ainda a emissora TV Tribuna (afiliada da Rede Globo de Comunicação), como a emissora mais impactante na Baixada Santista no que diz respeito audiência e market share para a veiculação da campanha. Essa identificação, está baseada somente nos números de audiência (espectadores



atingidos) que essa empresa aponta na região, não levando em consideração a sua linha editorial na sua própria produção de conteúdo, seja jornalístico ou de entretenimento (Anexo). Dentro ainda da concepção de transformação que uma campanha social deve/pode atingir, seja qual for o formato escolhido, esse projeto tem o objetivo de que a mensagem que iremos galgar no desempenho desta campanha, seja absorvido pelo maior número possível de indivíduos na Baixada Santista. Além da TV, da internet, rádio (como parceiros institucionais), ainda apostamos na divulgação corpo a corpo, baseada nos alicerces de uma educação ambiental crítica e transformadora.

Neste projeto Uso Racional da Água: Campanha educadora do CBH-BS 2019/2020, selecionamos as demandas que agregam e cumprem com diretrizes do Programa como monitoramento dos projetos financiados, assessoria de imprensa, fomento a contatos com mídias e instituições, fomento do uso dos materiais produzidos pelo CBH BS e realização de campanha visando fortalecer e realizar as suas ações, contribuindo efetivamente para a implantação e a permanência de uma cultura comunicacional do Comitê de Bacias Hidrográficas da Baixada Santista.

Faz-se, assim, necessária a contratação de um comunicador - agente de mídia diagramador para fazer realizar as atividades descritas ao longo deste documento.

VI – VAGAS

Será contratada uma pessoa jurídica para exercer função de comunicador - agente de mídia diagramador, que exercerá suas atividades nos nove municípios da Bacia Hidrográfica da Baixada Santista.

VII – ATIVIDADES DE CARÁTER GERAL A SEREM DESENVOLVIDAS PELA EMPRESA CONTRATADA

Conteúdo para mídia social (Instagram, Facebook, Whatsapp); material de comunicação para website e e-mail marketing; gerenciamento de mídia para inserção da campanha em canais populares do Youtube, bem como gerenciamento de mídia para rede de influencers digitais locais.

VIII – ETAPAS E ATIVIDADES DE ÂMBITO GERAL DO PROJETO

Atividade 1.1: Elaboração plot criativo da campanha baseado no briefing inicial do projeto: "Corresponsabilidade sobre o uso racional da água na região da Baixada Santista".

Descrição: Elaborar o plot criativo da peça audiovisual e radiofônica da campanha educadora a partir do conhecimento e identificação de temáticas, instituições, iniciativas, atores sociais e microbacias relacionadas à gestão e proteção dos recursos hídricos no território da UGRHI 7, a partir dos materiais/documentos base do CBH-BS (Plano de Bacias e Relatório de situação), agregado a um processo de diálogo e articulação junto às entidades parceiras e atuantes no CBH-BS. O processo criativo se dará em 2 etapas: 1. "Chuva de ideia" para desenvolvimento do argumento das peças



de campanha; Neste momento a ação será construída em parceria com a CTEAD; 2. Elaboração do roteiro e "bíblia conceitual" para referências criativas audiovisuais.

Meios de verificação: roteiro pronto e lista de presença reunião CTEAD.

Atividade 1.2: Produção das peças de campanha educadora (1 peça audiovisual e 1 spot radiofônico).

Descrição: A partir dos roteiros criativos e a bíblia conceitual, as peças de TV e rádio serão produzidas dentro das seguintes etapas: 1. Pré-produção: identificação de locações, cases e personagens reais ligados à problemática do uso racional da água na Baixada Santista; Preparação da logística de filmagem com as devidas autorizações de imagens pelos órgãos responsáveis e competentes. 2. Produção: filmagens, gravação de locuções necessárias para compor as peças de campanha educadora. 3. Finalização: edição das peças, criação de trilha sonora, gráficos ou motion graphics necessários, bem como a master de exibição para rádios e TVs comerciais, internet e outros meios de divulgação da campanha.

Meios de verificação: campanha educadora pronta (vídeo e spot de rádio).

Atividade 2.1 Levantamento das mídias de TVs e rádios da região e suas características comerciais para a veiculação das peças.

Responsável: Produtora audiovisual contratada junto da equipe proponente do projeto (coordenação) e Agência de comunicação (comunicadora e agente de mídia digital).

Descrição: Serão levantados dados como quais localidades, classes sociais, gênero e idade os veículos de comunicação locais (TV Aberta, TV Paga e rádios) atingem. Além disso serão levantados os valores que poderão ser investidos nos veículos x tempo de duração da campanha x quantidade de inserções durante o período. Para a realização deste levantamento serão realizados contatos telefônicos e/ou presenciais com as TVs e rádios da região solicitando o mídia kit (história da empresa ou do veículo; justificativas com “Por que anunciar”; diferenciais da mídia, da empresa, do atendimento; estatísticas referentes ao alcance do veículo, número de espectadores, leitores, ouvintes, etc, perfil do público em tabelas com indicações de faixas etárias, divisão de sexo, entre outros, cases de sucesso, prêmios recebidos, formatos de comercialização, tabelas de veiculação com valores, datas de fechamento e dados de contato).

Meios de verificação: planejamento de veiculação paga.

Atividade 3.1: Montar um roteiro de exibições ao longo dos 9 municípios da Baixada Santista.

Responsável: Educador Ambiental, Agência de comunicação (comunicador) e equipe proponente do projeto (coordenação).

Descrição: Com a itinerância do cinema será possível alcançar inclusive comunidades mais isoladas do território. Para identificação de tais locais é necessário realizar um diagnóstico do território com este objetivo. Articulações com



Instituições parceiras e com os próprios membros do CBH-BS são fundamentais para identificação e priorização dessas comunidades. Além das comunidades isoladas, outro público importante a ser alcançado com a itinerância do cinema é a população flutuante que frequenta a Baixada Santista. Para tal, serão identificados feriados e/ou datas picos de temporada bem como locais e horários específicos e estratégicos para a realização das exhibições. Estes dados serão levantados por meio de articulações, contatos telefônicos e pesquisa via formulário on line para os membros do CBH-BS e outras Instituições parceiras contidas no mailing construído em 2018 pelo projeto do Programa de Comunicação Social do CBH- BS.

Meios de verificação: formulários on line, fotografias, mailing das instituições, imagens da visita aos locais de apresentação.

Atividade 3.2: Promover exhibições de curtas-metragens e peças de campanha educadora nos 9 municípios da Baixada Santista seguidos por debates guiados.

Responsável: educador ambiental, agência de comunicação (comunicador) e equipe proponente do projeto (coordenação).

Descrição: serão realizadas 18 exhibições itinerantes, sendo 2 exhibições em cada um dos 9 municípios que integram a região da Baixada Santista seguindo o roteiro de exhibições elaborado na atividade anterior. Os filmes exibidos serão os curtas-metragens produzidos pelos atores sociais participantes do curso de educomunicação socioambiental e conservação dos recursos hídricos e pela equipe de produção audiovisual durante a construção do Programa de Comunicação Social do CBH- BS em 2018, fortalecendo assim o fomento à divulgação dos materiais produzidos pelo CBH -BS conforme determina o seu documento base do Programa de Comunicação Social bem como a peça audiovisual de campanha criada no presente projeto. Os debates possuem o objetivo de apropriar, sensibilizar e consequentemente incentivar a mobilização comunitária local para a sua corresponsabilidade em relação aos recursos hídricos e seguirão a metodologia do diálogo crítico e da troca de saberes em grande roda. A possibilidade do diálogo e da troca de saberes por meio de uma comunicação de mão-dupla e participativa, que valoriza as subjetividades dos indivíduos num contexto de coletividade, permite a construção de informações que compactuam com a realidade e a formação de cidadãos críticos e atuantes. Nesta concepção horizontal, a participação dos indivíduos como sujeitos e protagonistas da comunicação favorece o exercício da cidadania na busca coletiva por seus direitos. No caso de exhibições com mais de 50 espectadores os debates seguirão a metodologia do Café ComPartilha (OCA-ESALQ/USP, 2014) que é uma técnica de diálogo para maximizar a eficácia de conversas significativas onde os participantes são divididos em grupos menores de diálogo, porém a dinâmica proporciona a troca de pessoas para o diálogo, assim é possível o diálogo com diferentes participantes.

Meios de verificação: fotos, matérias veiculadas, lista de presença dos encontros.



Atividade 4.1: Divulgar as atividades do Projeto nos meios de comunicação da região e das mídias das Instituições governamentais e não governamentais, incluindo mídias impressa e eletrônica, alternativa e popular.

Responsável: equipe proponente do projeto (coordenação), Agência de comunicação (comunicador, diagramador e agente de mídia digital).

Descrição: As atividades de divulgação da Campanha contemplam assessoria de imprensa, articulação com as mídias das instituições governamentais e não governamentais membros do CBH BS, que serão realizadas durante os 12 meses de implantação do Projeto com a produção de conteúdos especializados para cada uma das diversas mídias que comporão a campanha educadora. Os produtos serão releases impressos e eletrônico, layout de materiais de comunicação, envio de mailing dos jornalistas e veículos da região, agendamento e acompanhamento de entrevistas e produção de conteúdo. Estas ações terão a cobertura de um jornalista da equipe do Projeto que produzirá as matérias e fará a articulação para a divulgação entrando em contato com as mídias e também com as instituições membros do CBH BS. Também serão utilizados os canais de parceria do FunBEA e CBH-BS, para ampliar a divulgação e o alcance do projeto. Serão também realizadas articulações com as mídias para veiculação da campanha de maneira gratuita, visando a disseminação da informação por meio de utilidade pública. O diagramador será responsável por desenvolver peças de comunicação visando promover uma identidade visual da campanha educadora para as inserções em mídias sociais, convites e outras formas de sensibilização dos públicos-alvo. O agente de mídia será responsável pela construção de relacionamento com os públicos alvos, dando atenção àquilo que o público tem a dizer, não deixando ninguém sem resposta. Deverá utilizar as plataformas Youtube, Facebook e Instagram. Avaliação de resultados e monitoramento concorrentes e palavras-chaves. Utilizará a plataforma mLabs para otimização dos perfis nas redes sociais, agendando posts, respondendo direct e inbox; acompanhará o feed e a timeline, analisará métricas e gerará relatórios. Criará postagens orgânicas e patrocinadas.

Meios de verificação: matérias publicadas, relatórios de publicação nas redes sociais, peças de comunicação.

Atividade 4.2: Inserção nas mídias televisiva, digital

Responsável: equipe proponente do projeto (coordenação), produtora, agência de comunicação.

Descrição: A peça audiovisual produzida será divulgada e veiculada em televisão e marketing digital tanto no site do CBH-BS como em redes sociais (youtube, facebook e outros), além disso também será disponibilizada para livre acesso aos membros do CBH BS divulgarem nas mídias de suas instituições como por exemplo sites, boletins, assessorias de comunicação. Para a veiculação comercial (mídia paga) será realizada em emissora de TV conforme descrito no Plano de Mídia realizado na meta 3 deste projeto. Haverá controle da programação contratada e seus resultados monitorados por meio de relatórios de mídias apresentados.

Período de execução: 3 a 12

Meios de verificação: matérias publicadas sobre e com os vídeos, clipeing da veiculação comercial.



IX – PERFIL PROFISSIONAL

O Comunicador - agente de mídia diagramador a ser contratado deverá ter disponibilidade para viagens, além de possuir e apresentar documentação, comprovando os seguintes requisitos necessários à realização das atividades presentes neste Termo:

- (i) Graduação de nível superior;
- (ii) Experiência de atuação em projetos no Terceiro Setor em uma ou mais das temáticas: educação ambiental, planejamento e metodologias participativas, recursos hídricos;
- (iii) Domínio em digitação, internet, mídias sociais, pacote Office/Libre Office;
- (iv) Disponibilidade para contratação imediata;
- (v) Disponibilidade para viajar;
- (vi) Residir no litoral paulista

X – PRAZO E DURAÇÃO DO CONTRATO

A vigência do contrato será de 12 meses, a contar da data de sua assinatura. Havendo necessidade, será realizada uma revisão de prazos e a devida prorrogação do contrato com ajustes no cronograma de entrega dos produtos.

XI – VALOR TOTAL DO CONTRATO

O valor da contratação, objeto deste termo de referência, corresponde à um total de R\$49.300,00 (quarenta e nove mil e trezentos reais).

XII – CRONOGRAMA DE ENTREGA DOS PRODUTOS

• Produto 1

Planejamento de Mídias sociais para a veiculação da campanha, e demais materiais de mídia digitais, visando o levantamento dos meios de comunicação e seus respectivos público-alvo, horários que esse consumidor mais utiliza e os formatos; inclui contratação de mídia online paga.

• Produto 2

Cobertura da Campanha (peça audiovisual veiculada em mídia televisiva), contendo 2 email marketing; 24 postagens em mídias sociais (Instagram e Facebook); 4 posts via Whatsapp; inserções digitais em canais de youtube e influencers digitais de acordo com as articulações, parcerias e mobilizações realizadas no período.



- **Produto 3**

Cobertura das exposições dos cine-debates, contendo: 2 email marketing; 24 postagens em mídias sociais (Instagram e Facebook); 4 posts via Whatsapp; inserções digitais em canais de youtube e influencers digitais de acordo com as articulações, parcerias e mobilizações realizadas no período. As informações correspondentes aos meses 03, 4, 5 e 6 devem ser apresentadas de forma sistematizada.

- **Produto 4**

Cobertura das exposições dos cine-debates, contendo: 2 email marketing; 24 postagens em mídias sociais (insta e FB); 4 posts via Whatsapp; inserções digitais em canais de youtube e influencers digitais de acordo com as articulações, parcerias e mobilizações realizadas no período. As informações correspondentes aos meses 7, 8, 9, 10, 11 e 12 devem ser apresentadas de forma sistematizada.

XIII – LOCAL DE TRABALHO

O contratado deverá residir no litoral paulista.

XIV – INSUMOS

Os insumos, tais como hospedagem, deslocamentos locais e despesas com alimentação e materiais, para o desenvolvimento das atividades previstas no presente Termo de Referência serão por conta do contratado.

XV – RESPONSÁVEL TÉCNICO PARA O ACOMPANHAMENTO DAS ATIVIDADES E CUMPRIMENTO DO CRONOGRAMA DE ENTREGA DOS PRODUTOS

Semíramis Biasoli – Secretária Geral do FunBEA.

XVI – PROCEDIMENTOS PARA PARTICIPAR DA CONCORRÊNCIA PÚBLICA

PROCEDIMENTOS:

1. O candidato deverá manifestar interesse no email:contato@funbea.org.br
2. O candidato deverá encaminhar no mesmo endereço eletrônico acima, os seguintes documentos: ***Curriculum Vitae*; documentos e comprovantes curriculares; tabela de documentação preenchida (Anexo II).**
3. Deverá constar, no assunto do e-mail, o seguinte título: Termo de Referência/modalidade produto 004/FunBEA/2020 – “USO RACIONAL DA ÁGUA: CAMPANHA EDUCADORA DO CBH-BAIXADA SANTISTA 2019-2020”.
4. A Instituição deste Edital nomeará um Comitê de Seleção para julgar as propostas/candidaturas recebidas de acordo com os critérios de avaliação apontados no **Anexo I** deste Termo de Referência.



5. Somente serão avaliadas as propostas habilitadas, de acordo com os critérios de avaliação apontados no Anexo I deste Termo de Referência.
6. O prazo para a realização da inscrição por meio do e-mail informado no item “XVII - 1” é até dia 27 de maio de 2020, 18 horas.
7. O candidato selecionado deverá encaminhar duas cópias físicas de cada documento enviado anteriormente por e-mail.
8. Os proponentes deste Edital não se responsabilizam por extravios ou danos causados aos documentos enviados ocorridos no sistema de correios, nem por falhas de envio de informações por meio da rede mundial de computadores.
9. Os documentos encaminhados para este processo de seleção não serão devolvidos.

ANEXO I – CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO E QUALIFICAÇÃO DOS CANDIDATOS

1. ETAPA ELIMINATÓRIA

1.1. Habilitação da proposta

Somente as propostas habilitadas serão avaliadas na etapa classificatória. Serão considerados habilitados os proponentes que:

- a) Tenham o perfil profissional estipulado neste TR, de acordo com o tópico **IX. PERFIL PROFISSIONAL**, itens (i) ao (vi).
- b) Enviem os documentos comprobatórios dos itens informados no currículo.

Serão aceitos os seguintes documentos comprobatórios (enviar cópias):

- c) Diploma de nível superior e pós-graduação reconhecidos pelo MEC;
- d) Comprovantes de experiência profissional tais como: carteira de trabalho; ficha catalográfica de livros, certificados, documentos de pesquisa e artigos que constem o ano, nome e função do candidato, declarações assinadas pelo empregador onde conste o período de trabalho (ano de início e fim), nome e função do candidato.

2. ETAPA CLASSIFICATÓRIA

2.1. Análise do *Curriculum Vitae*

Nesta etapa classificatória será realizada a verificação, no currículo do profissional, da existência dos fatores (atributos) exigidos neste TdR para a realização dos trabalhos, assim como serão pontuados os requisitos profissionais comprovados pelos candidatos, de acordo com a tabela abaixo.

Tabela 1. Critérios de análise de currículo

Fator	Requisitos	Pontuação
(i) Graduação em nível superior	Bacharel e Licenciatura	5
	Sem Graduação	Eliminatório
(ii) Experiência de atuação em projetos no Terceiro Setor em uma ou mais das temáticas: educação ambiental, planejamento e metodologias participativas, recursos hídricos	Dois ou mais documentos comprobatórios	5
	Possuir experiência de atuação	3
	Não possui experiência de atuação	Eliminatório
(iii) Domínio em digitação, internet, mídias sociais, pacote Office/Libre Office	Dois ou mais documentos comprobatórios	5
	Um documento comprobatório	3
	Nenhum documento comprobatório	Eliminatório
(iv) Disponibilidade para contratação imediata	Ter disponibilidade	5
	Não ter disponibilidade	Eliminatório
(v) Disponibilidade para viajar	Ter disponibilidade	5
	Não ter disponibilidade	Eliminatório
(vi) Residir no litoral paulista	Residir	5
	Não residir	Eliminatório
TOTAL MÁXIMO		30

COMPROVAÇÃO DOS REQUISITOS:

Só serão pontuadas as experiências profissionais compatíveis com as atividades elencadas neste Termo de Referência que estiverem **devidamente comprovadas** por meio de cópia de documentos, tais como: certificados, declarações, atestados, publicações impressas ou em meio digital, etc. Conforme especificado no tópico “**XVII – PROCEDIMENTOS PARA PARTICIPAR DA CONCORRÊNCIA PÚBLICA**”, todos os documentos enviados devem ser listados na Tabela do ANEXO II, com o respectivo período das experiências profissionais e o(s) item(ens) do perfil profissional ao qual estão relacionados.



2.2. Entrevista

Para avaliação dos conhecimentos e complementação das informações, poderá ser realizada entrevista.

As entrevistas deverão ser realizadas em horário comercial, preferencialmente por meio de reunião presencial na sede do FunBEA, ou via vídeo/áudio conferência.

As propostas/candidaturas serão julgadas por um Comitê de Seleção nomeado pela respectiva Instituição Executora. Somente serão avaliadas propostas apresentadas por candidatos(as) que sejam considerados(as) habilitados(as), isto é, que atendam aos requisitos mínimos estipulados e que suas propostas apresentem coerência com o objeto solicitado no Termo de Referência.

A Pontuação Técnica Final (Pt) dos candidatos será calculada pela soma da Pontuação da Análise Curricular (AC) multiplicada pelo fator 0,6 e caso haja necessidade de entrevista, esta terá pontuação (En) multiplicada pelo fator 0,4.

$$\text{Pt} = (\text{AC}) \times 0,6 + (\text{En}) \times 0,4$$

ANEXO II – TABELA DE DOCUMENTAÇÃO

Tabela 1. Documentação

Nº	DOCUMENTO	PERÍODO DE EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL (mês/ano)	ITEM DO PERFIL PROFISSIONAL A COMPROVAR (i a vi)*

*Para documentos correspondentes ao item (ii) do perfil profissional, o candidato deve também apontar qual a temática do Termo de Referência relacionada ao documento comprobatório.

Observação: Mesmo que o documento apresentado seja de experiências pontuais e não possua detalhamento de início e fim da atividade, sua descrição deve constar na tabela, identificando qual o item do perfil profissional ao qual se relaciona.