

## TERMO DE REFERÊNCIA

### CESSÃO DE USO DE ESPAÇOS FÍSICOS NA FROTA DE ÔNIBUS DA METROBUS, TERMINAIS E ESTAÇÕES DO EIXO ANHANGUERA

#### 1. DO OBJETO

**1.1.** Contratação de empresa especializada em comunicação visual, para a cessão de uso, gerenciamento, e manutenção do uso dos espaços dos ônibus da Metrobus Transporte Coletivo S/A, Terminais e Estações ao longo do Eixo Anhanguera, com vigência para 30 (trinta) meses.

**1.2.** O presente Termo de Referência tem por objetivo definir os elementos que norteiam os procedimentos visando a cessão de uso de espaços internos e externos em até 60 (sessenta) ônibus da frota Operacional da METROBUS, 05 Terminais de Integração de Passageiros e 19 Estações de Embarque e Desembarque localizados ao longo do Eixo Anhanguera, para a veiculação de informações, através de mídias visuais, peças institucionais, campanhas educativas, de comunicação social, utilidade pública e de publicidade e propaganda.

**1.3.** A METROBUS poderá a seu critério, aumentar a quantidade de ônibus da frota operacional para a cessão de uso de espaços internos e externos, até o limite de 80 (oitenta) ônibus.

#### 2. DA JUSTIFICATIVA

**2.1.** As frotas de ônibus de todo o país vêm sendo utilizadas como eficientes ferramentas de publicidade e propaganda. Elas se destacam por diversos motivos, dentre os quais se pode citar a facilidade para ser vista, pois é quase impositiva a sua visualização, principalmente na parte interna dos veículos sendo vistas pelos passageiros durante todo o percurso das viagens, que nos dias de hoje, não são curtos. A visão da publicidade instalada em ônibus (externas), que por estarem expostas ao fluxo do trânsito diário, são vistas sem qualquer esforço pelos transeuntes nas ruas/calçadas, pelos motoristas que transitam logo atrás e ao lado, bem como nas paradas obrigatórias dos semáforos e cruzamentos de rua.

**2.2.** As 19 estações de embarque e desembarque ao longo do Eixo Anhanguera, da mesma forma da frota de ônibus, se destacam por diversos motivos, dentre os quais podemos citar a facilidade para ser vista, pois é quase impositiva a visão da publicidade / propagandas instaladas nas estações, que por estarem expostas ao fluxo do trânsito diário, são vistas sem qualquer esforço pelos transeuntes nas ruas/calçadas.

**2.3.** As propagandas fixadas nos 5 terminais ao longo do Eixo Anhanguera em locais privilegiados possibilitam um excelente ângulo de visão, que associado ao tempo que permanecem forçosamente sob a exposição do olhar humano junto aos passageiros, não permitem facilmente desviar a atenção à mensagem, causando assim, impacto no consciente de massa, e permanecem sendo vistas pelos passageiros durante todo o tempo em que aguardam o seu ônibus.

**2.4.** Dentre as diversas alternativas, a METROBUS ofertará, através de processo licitatório independente, espaços para publicidade/propaganda, por meio de cessão de uso, tendo em vista as seguintes vantagens em se optar por essa modalidade:

**2.4.1.** O projeto visa incrementar a receita da Metrobus Transporte Coletivo S/A por meio de um modelo de parceria com empresas privadas, tendo em vista a visibilidade que alcançarão as propagandas com os mais de milhares de usuários/dia atendidos pela METROBUS.

#### 3. DO VALOR ESTIMADO

**3.1.** Pela comercialização dos espaços que compõe o objeto desta licitação, a cedente estima receber da CESSIONÁRIA o valor mensal mínimo de R\$ 21.000,00 (vinte e um mil reais) mensais a partir do sétimo mês, e R\$ 42.000,00 (quarenta e dois mil reais) mensais a partir do décimo-terceiro mês.

**3.2.** O percentual mínimo estimado de referência para pagamento à METROBUS sobre o total bruto comercializado mensalmente é de 25% (valor "X") ou o valor mensal mínimo estipulado no item 3.1, caso o valor total bruto comercializado

naquele mês seja inferior ao valor mínimo.

**3.3.** Nos primeiros 6 meses não haverá taxa mínima a ser paga a METROBUS, somente o percentual ajustado quando da licitação.

**3.4.** Do 7 mês ao 12 mês, a taxa mínima será de R\$ 21.000,00 mensais ou percentual "X" sobre o total bruto ajustado quando da licitação, o que for maior.

**3.5.** A partir do 13 mês a taxa mínima será de R\$ 42.000,00 mensais ou o percentual "X" sobre o total ajustado quando da licitação, o que for maior.

**3.6.** Além das peças constantes do Anexo I e II, facultar-se-á a empresa CEDENTE a aprovação de outras peças de mídia a serem propostas pela CESSIONÁRIA, tais como splashes, pirulitos, etc.... a título de incrementos de receita, mediante aprovação prévia da METROBUS.

**3.7.** O Pagamento será sempre feito no 10 (décimo) dia útil do mês subsequente da prestação dos serviços, e, comprovado através de relatório dos espaços comercializados pela CESSIONÁRIA no mês anterior.

**3.8.** A referência para o valor mínimo mensal estipulado no item 3.1 e o percentual mínimo estimado de referência para pagamento à METROBUS sobre o total bruto comercializado mensalmente caso o valor total bruto comercializado naquele mês seja inferior ao valor mínimo, definido no item 3.2, foram definidos baseados em Preço de Referência médio de Mercado. (Anexo IV).

#### 4. OS ÔNIBUS METROBUS COMO VEÍCULO DE MÍDIA

**4.1.** A METROBUS TRANSPORTE COLETIVO S/A, sociedade de economia mista, localizada na Rua Patriarca, n.º 299, Setor Vila Regina, Goiânia - GO, CEP 74.453-610, conta com uma frota de 91 (noventa e um) veículos tipo ônibus, sendo 63 articulados e 28 bi articulados, dos quais serão disponibilizados até 60 (sessenta) ônibus para veiculação de mídia.

**4.2.** Os ônibus coletivos da METROBUSs transitam por um trecho de 70 Km, sendo 14 Km em Eixo que corta Goiânia de Leste a Oeste, cobrindo os pontos de maior adensamento populacional, e 56 Km abrangendo quatro trechos de Extensões ao Eixo principal, com linhas indo até as regiões centrais das cidades de *Trindade, Vera Cruz, Goianira e Senador Canedo*.

**4.3.** Atualmente a empresa opera em 9 Terminais (*05 no Eixo Anhanguera e 04 nas Extensões*), 19 estações de embarque e desembarque, e 134 pontos de embarque e desembarque de passageiros nos bairros ao longo da Rodovias GO 060, 070 e 403 dos 56 Km de rodovias de ligações às Extensões (*Trindade, Vera Cruz, Goianira e Senador Canedo*).

#### 5. DESCRIÇÃO DO PROJETO

**5.1.** Os espaços disponíveis para veiculação de mídias visuais a serem utilizados nos ônibus, são os chamados Backbus; Busdoor Externo; Busdoor Interno; Painel do motorista; Sanca; Gabinete da porta de entrada/saída e faixas laterais (busdoor sidebus).

**5.1.1. BACKBUS** - Refere-se ao uso de todo o espaço disponível na traseira do ônibus para aplicação de adesivo de publicidade. Aliado a todas as vantagens de mídia exterior, o BACKBUS é uma das mídias mais eficientes, devido ao grande impacto visual que causa no trânsito, além de possibilitar uma flexibilidade criativa na arte aplicada na traseira do ônibus. Esse adesivo é produzido em impressão digital o que possibilita uma rica variedade de estampas, além de possuir uma durabilidade aproximada de 06 meses.

**5.1.2. BUSDOOR EXTERNO** - Trata-se do uso para publicidade no vidro superior traseiro do ônibus, através da aplicação de um adesivo apresenta uma excelente relação custo/benefício entre as mídias externas, pois o investimento é diluído pelo período de veiculação e é menor do que o de qualquer outra mídia exterior.

O adesivo possui uma durabilidade aproximada de 06 meses e é produzido em impressão digital.

a) Pesquisas comprovam que o Busdoor constitui uma das mídias mais eficientes entre as existentes no mercado publicitário, oferecendo índices de lembrança superiores até mesmo aos da TV, a um custo infinitamente menor.

**5.1.3. BUSDOOR INTERNO** - É também um painel adesivado no vidro traseiro, a diferença, é que fica na parte interna do ônibus. Visa atingir a todos os passageiros que estão dentro dos coletivos.

**5.1.4. PAINEL DO MOTORISTA** - Painel em vidro que fica atrás do motorista, é de fácil visualização dos passageiros que estão sentados ou em pé. Neste espaço podem ser utilizados tanto cartazes de papel quanto películas adesivas.

a) São (3) três painéis distribuídos estrategicamente dentro dos ônibus. Um atrás do motorista, outro ao lado da catraca e o último no final do ônibus.

b) O adesivo também é feito em impressão digital, o que

possibilita uma variedade de layout's sem custo adicional por arte.

c) As linhas são escolhidas de acordo com a região que atende o público-alvo da campanha (os passageiros);

**5.1.5. SANCA** - Espaço situado na parte superior das janelas internas dos ônibus. É uma publicidade de alta memorização porque fica em frente aos olhos de quem está em pé e é também de fácil visualização para quem está sentado. As pessoas ficam lendo essas publicidades que acabam tendo um forte efeito emocional sobre os passageiros, dando tempo para que eles anotem o telefone, e-mail, etc., para um contato posterior.

**5.1.6. GABINETE DA PORTA DE SAÍDA** - Espaço para publicidade acima da porta de entrada e/ou saída, na parte interna, no sentido longitudinal.

**5.1.7. FAIXAS LATERAIS (BUSDOOR SIDEBUS)** - Espaço para publicidade na lateral do ônibus. Através da aplicação de um adesivo apresenta uma excelente relação custo/benefício entre as mídias externas, pois o investimento é diluído pelo período de veiculação, é a publicidade veiculada na lateral entre eixos dos ônibus do transporte urbano.

**5.2.** Os espaços disponíveis para veiculação de mídias visuais a serem utilizados nos terminais e plataformas, são os chamados Painel Testeira Externo; Painel Testeira Interno; Painel Aéreo Externo; Painel Interno Parede; Painel Gradil Externo; Painel, Gradil Interno; Colunas Terminais / Estações; Painel em Bancos; Balcão Promocional e Painel em Led.

## 6. Descrição dos espaços para veiculação de publicidade

### 6.1. Na frota de ônibus

Local de fixação dos painéis		Tipo de ônibus	Quantidade de ônibus	Dimensões da Frota 2011 Largura x Altura	Dimensões da Frota 2014 Largura x Altura
<u>BackBus</u>	Uso de todo espaço da traseira	Articulado	40	2,09x2,20	2,09x2,20
		<u>Bi-Articulado</u>	20	<u>mts</u>	<u>mts</u>
<u>Busdoor</u> externo	Uso para publicidade no vidro superior traseiro	Articulado	40	2,09x0,80	2,09x0,80
		<u>Bi-Articulado</u>	20	<u>mts</u>	<u>mts</u>
<u>Busdoor</u> interno	Uso para publicidade no vidro superior traseiro	Articulado	40	2,09x0,80	2,09x0,80
		<u>Bi-Articulado</u>	20	<u>mts</u>	<u>mts</u>
Painel do motorista	Painel localizado atrás do motorista	Articulado	40	0,53x0,75	0,52x0,64
		<u>Bi-Articulado</u>	20	<u>mts</u>	<u>mts</u>
Sanca	Espaço situado na parte superior das janelas internas	Articulado	40	1,34x0,35	1,30x0,27
		<u>Bi-Articulado</u>	20	<u>mts</u>	<u>mts</u>
Gabinete da Porta de Saída	Uso para publicidade no vidro superior traseiro	Articulado	40	0,25x0,75	0,25x0,75
		<u>Bi-Articulado</u>	20	<u>mts</u>	<u>mts</u>
<u>Faixas laterais (Busdoor Sidebus)</u>	Uso publicidade no vidro superior traseiro	Articulado	40	4,20x1,40	4,20x1,40
		<u>Bi-Articulado</u>	20	<u>mts</u>	<u>mts</u>

**6.1.1.** A METROBUS, a seu critério poderá utilizar até 10% da frota operacional disponibilizada para propaganda institucional

**6.2** Os adesivos para este tipo de mídia, podem ser afixados estrategicamente nos carros, adesivos de alta visibilidade e impacto com as seguintes características:

**6.2.1. Regionalização:** Determinar junto ao anunciante ou agência de publicidade os melhores trajetos para atender suas necessidades e superar suas expectativas;

**6.2.2. Alta Frequência:** O número de viagens que um ônibus realiza durante um dia varia conforme a quilometragem do trajeto que ele percorre;

**6.2.3. Exposição:** Neste item existe uma característica interessante, pois a intensidade da exposição do Busdoor e backbus são proporcionais ao trânsito da região, ou seja, quanto maior o congestionamento maior a intensidade da exposição;

**6.2.4. Amplitude de Cobertura:** por menor que seja o trajeto de um coletivo, de sua partida ao seu destino ele percorrerá, no mínimo, 10 (dez) bairros de interesse estratégico do anunciante;

**6.2.5. Adequação à verba:** Esta, sem dúvida, é uma das características mais fortes de mídia, pois o investimento de nosso anunciante é proporcional a área que ele pretende atingir, ou seja, totalmente flexível.

**6.3** As linhas são escolhidas de acordo com a região que atende o público-alvo da campanha (os passageiros) e como os ônibus estão próximos ou a caminho do ponto de venda, suas mensagens muitas vezes servem como estímulo de última hora.

## 7. Descrição dos espaços para veiculação de publicidade Nos terminais e plataformas

Local de fixação dos painéis Terminais / Plataformas	Qdte de Terminais/ Plataformas	Dimensões
Painel Testeira Externo	05 Terminais 19 Plataformas	6,00x3,00 mts
Painel Testeira Interno	05 Terminais 19 Plataformas	6,00x3,00 mts
Painel Aéreo Externo	05 Terminais 19 Plataformas	2,00x0,44 mts
Painel Interno Parede	05 Terminais 19 Plataformas	15,00x2,50 mts
Painel Gradil Externo	05 Terminais 19 Plataformas	10,0x1,70 mts
Painel Gradil Interno	05 Terminais 19 Plataformas	6,50x0,90 mts
Colunas Terminais / Estações	05 Terminais 19 Plataformas	1,00x2,00 mts
Painel em Bancos	05 Terminais	2,20x1,10 mts
Balcão Promocional	05 Terminais	1,00 x 1,00 mts
Painel em LED	05 Terminais 19 Plataformas	2,00 x 3,00 mts

\* A METROBUS, a seu critério, poderá utilizar até 10% dos espaços disponíveis das estações e terminais para propaganda institucional

## 8. VEICULAÇÃO

8.1. O valor de veiculação é bastante atraente do ponto de vista custo por mil, pois circulam em média 2.200.000 usuários/mês nas regiões de onde trafegam os ônibus da METROBUS.

8.2. A Comunicação proposta deverá ser veiculada durante todo o horário de operação da METROBUS, durante todos os dias da semana, contendo:

**8.2.1.** Peças publicitárias e de propaganda através de mídias visuais, que poderão ser transmitidas de modo geral em qualquer localização em que se encontrar o veículo e também as específicas que serão veiculadas nos locais definidos, com a utilização do sistema de georreferenciamento. Esta possibilidade criará condições para que as mídias sejam regionalizadas, favorecendo ao usuário pelo conhecimento do comércio local, do seu bairro ou setor e também proporcionará o fortalecimento da atividade comercial local.

**8.2.2.** A CESSIONÁRIA deverá, por sua conta e responsabilidade promover a comercialização dos espaços das mídias pagas.

## 9. RESTRIÇÕES DE CONTEÚDO

**9.1.** Os anúncios a serem veiculados nos espaços publicitários deverão estar em conformidade com o Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária. Ficando proibida a veiculação de mensagens de produtos nocivos à saúde como cigarros e bebidas alcoólicas, publicidade abusiva, de cunho religioso, enganosa, imagens ou Ações que atentem à moral e aos bons costumes, ou, ainda, que comprometam a imagem ou o serviço prestado pela METROBUS.

**9.2.** Fica proibida a veiculação de informações com teor notoriamente político-partidário, ou seja, que tenha o objetivo de promover ou denegrir a imagem de ocupantes de cargos político-partidários.

**9.3.** O conteúdo da programação poderá ser vetado pela METROBUS, caso seja considerado impróprio para o público usuário.

## 10. DAS OBRIGAÇÕES E RESPONSABILIDADES DA CESSIONÁRIA

**10.1.** Cumprir todos os termos, prazos, pagamentos e condições cumpridos no contrato.

**10.2.** Efetuar o pagamento do valor mensal devido, assegurando a manutenção da regularidade financeira do contrato.

**10.3.** Manter, durante toda a execução do contrato, em compatibilidade com as obrigações assumidas, todas as condições exigidas para seu credenciamento e contratação,

inclusive no que se refere ao pagamento de taxas e tributos municipais, estaduais e federais.

**10.4.** Observar e cumprir os termos, prazos e condições de procedimentos pertinentes à publicidade.

**10.5.** Responsabilizar-se pelo pagamento de taxas e outras atribuições relacionadas às licenças exigidas pelo poder público.

**10.6.** Responsabilizar-se por todas as informações e solicitações encaminhadas a cedente.

**10.7.** Realizar a fixação, manutenção e retirada dos anúncios publicitários no horário das 0:00 às 4:00 horas, ou em horários que não prejudiquem os serviços aos usuários do transporte e previamente acertados com a METROBUS, responsabilizando-se por todas as despesas respectivas e por quaisquer danos causados por seus funcionários ou propostos, à CEDENTE e/ou terceiros.

**10.7.1.** Para realização de fixação de publicidade (adesivos, cartazes, banners) nos terminais e plataformas, evitar os horários de pico, compreendido entre as 06hs e às 09 hs e das 17 às 20 hs, a fim de que não hajam bloqueios e/ou transtornos aos usuários, bem como impedir que o serviço seja danificado.

**10.8.** Manter os anúncios afixados em perfeito estado de conservação.

**10.9.** Assumir inteira responsabilidade civil e administrativa pelos danos causados e prejuízos que causar a CEDENTE, ou a terceiros em virtude da execução do referido projeto.

**10.10.** Responsabilizar-se por todas as normas da legislação específica.

**10.11.** Permitir livre acesso de profissionais designados pela CEDENTE aos documentos, processos e bens pertinentes ao contrato, para a fiscalização de seu fiel cumprimento.

**10.12.** Não transferir ou ceder o contrato a terceiros

**10.13.** Providenciar a retirada dos anúncios dos respectivos veículos no prazo máximo de até 05 (cinco) dias úteis, após o término do período de veiculação autorizado ou da vigência do contrato, caso não haja pedido de prorrogação, independentemente de qualquer notificação da CEDENTE.

**10.14.** Reconhecer os direitos da CEDENTE em casos de rescisão administrativa.

**10.15.** Fornecer à cedente cópia de cada contrato firmado com empresas de Publicidades e/ou anunciantes que adquirirem direito de utilização dos espaços nos ônibus cedidos à CESSIONÁRIA.

**10.16.** A CESSIONÁRIA deverá apresentar à METROBUS até o dia 10 (dez) de cada mês, o Relatório de Faturamento Mensal da(s) cessão de uso de forma detalhada (quantidade, tipo/modelo de cessão de uso, valor contratado), relativo ao mês anterior.

**10.17.** Mensalmente, até o 10º (décimo) dia útil do mês subsequente, realizar o repasse do resultado obtido com a publicidade para a Concessionária, conforme percentuais estabelecidos no item 3.

**10.18.** Providenciar, junto aos órgãos competentes, todas as autorizações que se fizerem necessárias à execução do objeto.

**10.19.** Informar e justificar, por escrito, eventuais problemas que resultem em mudanças ou atrasos no desenvolvimento das atividades.

**10.20.** Manter-se durante toda a execução do objeto, compatível com as obrigações assumidas, mantendo as condições de habilitação e qualificação exigidas.

**10.21.** Apresentar documentos, quando solicitado, e arcar com todas as despesas com mão de obra, transporte, seguros obrigatórios, encargos de qualquer natureza, inclusive trabalhistas, previdenciários e sociais, bem como com tributos federais, estaduais e municipais, incidentes ou que venham a incidir sobre os serviços autorizados.

**10.22.** Não estragar, amassar, riscar ou danificar qualquer parte do ônibus quando da retirada ou inserção do material de publicidade.

**10.23.** Não utilizar funcionários da empresa CONCESSIONÁRIA de exploração do transporte coletivo municipal para retirar ou inserir material de publicidade nos ônibus.

## **11. DAS OBRIGAÇÕES DA CEDENTE**

**11.1.** Cumprir e fiscalizar o cumprimento de todos os termos, prazos e condições especificados em contrato.

**11.2.** Permitir livre acesso de representantes designados pela CESSIONÁRIA aos locais do objeto de cessão.

**11.3.** Prestar quaisquer esclarecimentos que venham a ser formalmente solicitados pela CESSIONÁRIA, pertinentes ao objeto do contrato;

**11.4.** Zelar pelo bom andamento do contrato, dirimindo dúvidas porventura existentes, através de funcionários designados Gestor e Fiscal do Contrato;

**11.5.** Relacionar-se com a CESSIONÁRIA através de funcionário designado pela CEDENTE, Fiscal do Contrato, o qual acompanhará e fiscalizará a execução do Objeto contratado,

verificando os aspectos quantitativos e qualitativos, anotando em registro próprio as falhas porventura detectadas, comunicando à CESSIONÁRIA as ocorrências de quaisquer fatos que, a seu critério, exijam medidas saneadoras;

**11.6.** A ação ou omissão, total ou parcial, de fiscalização por parte da CEDENTE, não fará cessar nem diminuir a responsabilidade da CESSIONÁRIA.

## **12. DA GESTÃO E FISCALIZAÇÃO**

**12.1.** A gestão e fiscalização do contrato de **CESSÃO DE USO DE ESPAÇOS FÍSICOS NA FROTA DE ÔNIBUS DA METROBUS, TERMINAIS E ESTAÇÕES DO EIXO ANHANGUERA** será executada por setor da METROBUS a ser nomeado quando da assinatura do contrato administrativo que detalhará junto à cessionária as modificações, alterações e vigências da operação comercial.

**12.2** Em circunstâncias excepcionais de sinistro, tumultos, casos fortuitos ou de força maior, limpeza do ônibus, manutenção ou ocorrências que o deixem inoperante, não caberá à CESSIONÁRIA nem aos anunciantes nenhum tipo de indenização, conforme o caso, podendo ser transferido os anúncios para outro veículo.

## **13. DA ALTERAÇÃO DO CONTRATO**

**13.1.** Este contrato pode ser alterado, com as devidas justificativas, nos casos previstos nos arts. 165 a 176, do Regulamento Interno de Licitações e Contratos da METROBUS, sempre por meio de termos aditivos.

**13.2.** No caso de rescisão provocada por inadimplemento, da CESSIONÁRIA, o CEDENTE, poderá adotar, motivadamente, providências acauteladoras, para reaver os créditos decorrentes do contrato até o valor dos prejuízos causados, já calculados ou estimados.

## **14. DA RESCISÃO**

**14.1.** A contratação poderá ser rescindida pela empresa CEDENTE, independentemente de notificação ou interpelação judicial, de acordo com as hipóteses previstas no RILC – Regulamento Interno de Licitações e Contratos da METROBUS, sem prejuízo das penalidades e sanções previstas no Contrato, Edital e seus Anexos, bem como das medidas legais cabíveis.

**14.2.** O procedimento que visa a rescisão do contrato, será assegurado o contraditório e a ampla defesa, sendo que, depois de encerrada a instrução inicial, a CESSIONÁRIA terá o prazo de 05 (cinco) dias úteis para se manifestar e produzir provas, sem prejuízos da possibilidade de a CEDENTE adotar, motivadamente, providências ACAUTELADORAS.

## **15. FORMA DE PAGAMENTO**

**15.1.** Os pagamentos deverão ser efetuados pela CESSIONÁRIA à CEDENTE, conforme o item 10.17, observando-se os valores apresentados na proposta vencedora e após as devidas conferências e Medições.

**15.2.** Caso ocorra atraso no pagamento de qualquer parcela por parte da CESSIONÁRIA, serão acrescidas das devidas multas e atualização monetária.

## **16. DA VIGÊNCIA DO CONTRATO**

**16.1.** O Prazo de vigência do contrato será de 30 (trinta) meses, contados da data de assinatura com eficácia após a publicação de seu extrato no Diário Oficial do Estado de Goiás.

**16.2** A critério da CEDENTE e com a anuência da CESSIONÁRIA, o contrato poderá ser prorrogado por iguais e sucessivos períodos, mediante termo aditivo, limitado a 60 (sessenta) meses, observando-se:

- a)** Autorizado formalmente pela autoridade competente.
- b)** Os serviços foram prestados regularmente.
- c)** A CESSIONÁRIA não tenha sofrido qualquer punição de natureza pecuniária.
- d)** A administração ainda tenha interesse na realização dos serviços.
- e)** O contrato for igual ou inferior ao estimado pela administração para a realização de nova licitação.
- f)** A CESSIONÁRIA concorde com a prorrogação.

## **17. VISITA TÉCNICA**

**17.1.** Para efeito de conhecimento e execução do objeto, as proponentes deverão, obrigatoriamente, participar de Visita

Técnica, a ser promovida pela METROBUS, aos veículos de transporte coletivo da frota, terminais e plataformas, onde será feita a avaliação dos espaços e suas dimensões conforme os Anexos I e II.

**17.2.** A finalidade da visita técnica é o conhecimento de nossa frota, terminais e plataformas por parte das empresas licitantes, das condições locais, dos espaços e suas dimensões nos quais os espaços poderão ser locados e à futura execução do objeto.

**17.3.** Para cumprimento do Anexo I, a METROBUS disponibilizará um ônibus articulado e um ônibus biarticulado, para avaliação e medições das áreas a serem usadas pela empresa cessionária, já que os materiais instalados são padronizados em formato para os ônibus disponibilizados.

**17.3.1.** Para cumprimento do Anexo II, a METROBUS disponibilizará um funcionário para acompanhar os interessados nos terminais e plataformas, para avaliação e medições das áreas a serem usadas pela empresa cessionária.

**17.4.** Funcionário da Gerência de Transporte, será responsável pelo acompanhamento dos visitantes, com a emissão do Atestado de Visita pela Gerência de Transporte.

**17.5.** Cada interessado deverá fazer a visita técnica para a frota de ônibus, terminais e plataformas para tanto o(s) representante(s) do(s) interessado(s) deverá(ão) agendar com a Gerência de Transporte através do telefone (62) 3230-7500, Ramal 7555 ou direto 3230-7555 entre os dias segunda e sexta-feira, no horário compreendido entre 09h00m e 14h30m. A visita poderá ser realizada até a véspera da sessão do pregão.

**17.6.** A visita técnica será realizada obrigatoriamente por responsável legal da Licitante ou por seu responsável técnico, ambos devidamente credenciados para esse fim.

**17.7.** Este representante deverá participar do acompanhamento da execução do contrato, no caso da licitante ser a vencedora do processo licitatório, podendo ser substituído no decorrer da execução dos serviços por outro profissional, com experiência equivalente em supervisão de serviços e seja empregado ou sócio da licitante, com anuência da METROBUS.

**17.8.** Todas as visitas técnicas deverão ser prévia e obrigatoriamente programadas com a Gerência de Transporte.

## 18. CERTIFICADO DE CAPACITAÇÃO TÉCNICA

**18.1.** A licitante vencedora do certame, deverá apresentar com a documentação de habilitação, **Atestado(s) de Capacidade Técnica**, fornecido(s) por Empresa(s), nas quais esse serviço, é ou tenha sido prestado pela licitante.

**18.2.** A licitante que não atender as exigências do item anterior (18.1), será inabilitada.

## 19. ASPECTO COMERCIAL

**19.1.** A remuneração a ser paga a METROBUS, em decorrência da exploração comercial da cessão de uso internos e externos dos ônibus, terminais e plataformas, será proveniente do valor resultante na maior oferta, observando o mínimo de 25% (vinte e cinco por cento).

## 20. COMPROVAÇÃO NA COMERCIALIZAÇÃO DE CESSÃO DE USO PARA PROPAGANDAS

**20.1.** A mesma deverá apresentar atestado(s) fornecido por pessoa jurídica de direito público ou privado, emitido em nome da empresa licitante, comprovando a prestação de serviço de divulgação de propagandas.

**20.2.** Os anúncios de propaganda e publicidade, corresponderão aos anúncios veiculados e terão que estar com suas características ajustadas ao formato estabelecido pela empresa gestora da comunicação, que manterá planos de mídia visuais definidos em formatos, tempo de exposição e preços.

**20.3.** As condições propostas pela licitante serão consideradas completas e suficientes para quitarem e cobrirem todas as etapas e despesas do futuro contrato, que se fizerem necessários e que garantam a exequibilidade da solução proposta em acordo aos requisitos funcionais e técnicos do presente Termo de referência.

## 21. AUTORIZAÇÃO DE USO

**21.1.** Somente será permitido a fixação de publicidade (adesivos, cartazes, banners) nos ônibus, terminais e plataformas, mediante a apresentação da Autorização de Uso do referido espaço, emitido pela CEDENTE.

**21.2.** Para cada espaço negociado a CESSIONÁRIA deverá solicitar a CEDENTE a Autorização de Uso para fixação de publicidade (adesivos, cartazes, banners) nos ônibus, terminais e plataformas.

## 22. PROIBIÇÕES

22.1. Fica proibido o uso da logomarca da METROBUS e da sua imagem para fins de publicidade, exceto quando solicitado e autorizado pela METROBUS.

22.2. Fica proibida a exploração comercial de bens ou atividades diferentemente do objeto.

22.3. Fica proibido o descumprimento do DECRETO Nº 1.347, DE 31 DE MAIO DE 2004 – Prefeitura de Goiânia, que trata da exploração de publicidade.

## 23. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

Conforme ordenamento jurídico definido no RILC – Regulamento Interno de Licitações e Contratos da METROBUS.

## 24. ASSINATURAS

Elaboração do termo de Referência em 30 de novembro de 2021

JOÃO DE CASTRO TORRES  
Gerente de Transporte

De Acordo:

MIGUEL ELIAS HANNA  
Diretor Financeiro



Documento assinado eletronicamente por **JOAO DE CASTRO TORRES, Gerente**, em 10/12/2021, às 16:43, conforme art. 2º, § 2º, III, "b", da Lei 17.039/2010 e art. 3ºB, I, do Decreto nº 8.808/2016.



Documento assinado eletronicamente por **MIGUEL ELIAS HANNA, Diretor (a) Financeiro (a)**, em 13/12/2021, às 11:06, conforme art. 2º, § 2º, III, "b", da Lei 17.039/2010 e art. 3ºB, I, do Decreto nº 8.808/2016.



A autenticidade do documento pode ser conferida no site [http://sei.go.gov.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=1](http://sei.go.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=1) informando o código verificador **000025775229** e o código CRC **B69264AA**.

GERÊNCIA DE TRANSPORTE  
RUA PATRIARCA 299, S/C - Bairro VILA REGINA - GOIANIA - GO -  
CEP 74453-610 - (62)3230-7529.



Referência: Processo nº 202100053000360



SEI 000025775229