

PLANO ESTRATÉGICO
DE MÍDIAS METROFOR

DIAGNÓSTICO TÉCNICO-OPERACIONAL E PROPOSIÇÃO DE SOLUÇÃO

SUMÁRIO

06	<u>1. INTRODUÇÃO</u>	41	3.6. Modelos de Aplicação por Tipo de Mídia
08	1.1. Objetivo da Modelagem Técnica	76	3.7. Prazos Máximos de Implantação por Tipo de Mídia
09	1.2. Justificativa do Projeto	77	3.8. Encargos de Infraestrutura de Implantação por Tipo de Mídia
10	<u>2. DIAGNÓSTICO TÉCNICO DA SITUAÇÃO ATUAL</u>	78	3.9. Encargos Ambientais de Implantação por Tipo de Mídia
12	2.1. Condições Estruturais Atuais de Infraestrutura	79	3.10. Encargos Sociais de Implantação por Tipo de Mídia
13	2.2. Demanda de Passageiros por Linha Operacional	80	3.11. Encargos Operacionais de Manutenção por Tipo de Mídia
14	2.3. Mapeamento de Operação Metroviária Atual	81	<u>4. DIRETRIZES DE OPERAÇÃO E MANUTENÇÃO DO PROJETO</u>
19	2.4. Condições Atuais de Mídias	82	4.1. Diretrizes de Divulgação, Operação e Manutenção Mídia Comercial Estática
21	<u>3. PROPOSIÇÃO DE SOLUÇÃO TÉCNICA</u>	89	4.2. Diretrizes de Divulgação, Operação e Manutenção Mídia Comercial Digital
22	3.1. Apresentação do Projeto	93	4.3. Diretrizes de Divulgação, Operação e Manutenção Mídia Comercial Naming Rights
24	3.2. Infraestrutura Técnica para Criação de Circuitos	96	4.4. Diretrizes de Divulgação, Operação e Manutenção Mídia Sonora
25	3.2.1. Caracterização do Projeto	97	4.5. Diretrizes de Divulgação, Operação e Manutenção Mídia Institucional
25	3.3. Escopo do Projeto – Plano de Modernização		
27	3.4. Tipos e Quantitativos de Mídias por Localização		
29	3.5. Infraestrutura Tecnológica de Mídia Distribuída por Circuitos de Comercialização		

SUMÁRIO

98	<u>5. DIMENSIONAMENTO DE EQUIPES</u>
98	5.1. Proposta de Estruturação de Recursos Humanos
99	<u>6. SISTEMA DE GESTÃO</u>
99	6.1. Rotinas de Gestão, Administração e Relatórios
100	6.2. Tecnologia Aplicada à Concessão
101	<u>7. DESCARTE DE RESÍDUOS GERADOS</u>
101	7.1. Limpeza, Coleta, Descarte e Destinação Final dos Resíduos Gerados
102	<u>8. CONCLUSÃO</u>
102	8.1. Síntese da Solução Proposta
102	8.2. Ganhos Qualitativos da Solução Proposta
103	<u>9. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</u>

ÍNDICE DE IMAGENS

Imagem 01: METROFOR, Linha Sul Estação José de Alencar
Imagem 02: METROFOR, Linha Sul Estação José de Alencar
Imagem 03: Centro de Operações METROFOR na sede da empresa, em Fortaleza, Ceará.
Imagem 04: Estação Chico da Silva Linha Sul METROFOR
Imagem 05: Estação Chico da Silva Linha Sul METROFOR
Imagem 06: Estação José de Alencar Linha Sul METROFOR
Imagem 07: Estação José de Alencar Linha Sul METROFOR
Imagem 08: Estação Iate Linha Nordeste METROFOR
Imagem 09: Estação Iate Linha Nordeste METROFOR
Imagem 10: VLT Parangaba – Mucuripe Linha Nordeste METROFOR
Imagem 11: Estação Papicu Linha Nordeste METROFOR
Imagem 12: VLT Linha Oeste METROFOR
Imagem 13: Estação Antônio Bezerra Linha Oeste METROFOR
Imagem 14: Estação Moura Brasil Linha Oeste METROFOR
Imagem 15: Estação Conjunto Ceará Linha Oeste METROFOR
Imagem 16: Estação Grendene VLT Sobral Linha Norte METROFOR
Imagem 17: Integração Campos dos Velhos VLT Sobral METROFOR
Imagem 18: Estação Dom José VLT Sobral Linha Sul METROFOR
Imagem 19: Estação José Euclides VLT Sobral Linha Norte METROFOR
Imagem 20 : Estação Crato VLT Cariri METROFOR
Imagem 21: Estação Padre Cícero VLT Cariri METROFOR
Imagem 22: Estação Muirtil VLT Cariri METROFOR
Imagem 23: Estação São José VLT Cariri METROFOR
Imagens 24, 25 e 26: Painéis estáticos Estação José de Alencar Linha Sul METROFOR
Imagens 27, 28, 29, 30, 31 e 32: Modelos de mídias OOH e DOOH utilizadas em sistemas metroviários

Imagem 33: Estação José de Alencar Linha Sul METROFOR
Imagem 34: Mega Painel LED, Aeroporto de Lisboa (Portugal) – Dezembro 2023
Imagem 35: Túnel LED Digital Vertical Aeroporto de Congonhas – São Paulo
Imagens 36 e 37: MUBs Digitais Verticais Aeroporto de Lisboa (Portugal) – Dezembro 2023
Imagens 38, 39, 40, 41 e 42: Operação do METROFOR em diversas estações
Imagens 43, 44, 45, 46 e 47: Operação do METROFOR em diversas estações
Imagem 48: Jardim externo Estação Chico da Silva Linha Sul METROFOR
Imagem 49: Jardim interno Estação Chico da Silva Linha Sul METROFOR
Imagem 50: Fachada verde instalações Parque Madureira, Rio de Janeiro (RJ)
Imagem 51: Paisagismo externo Estação Clínicas. Metrô São Paulo
Imagem 52: Capacitação profissional promovida pelo METROFOR em bairro de Fortaleza – CE
Imagem 53: Centro de Operações METROFOR – Fortaleza (CE)
Imagem 54: Mega Painel LED. Aeroporto de Lisboa (Portugal) – Dezembro 2023
Imagem 55: Estação Expedicionários Linha Nordeste METROFOR
Imagem 56: Estação METROFOR
Imagem 57: Centro de Operações METROFOR

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Etapas de desenvolvimento do trabalho

Figura 02: Diagrama de ícones representativos de espaços para exploração de mídia no METROFOR.

Figura 03: Reprodução do Mapa das linhas do METROFOR na Região Metropolitana de Fortaleza

Figura 04: Denominação das linhas operadas pelo METROFOR nas Regiões Metropolitanas de Fortaleza, Sobral e Cariri.

Figura 05: Grandes números operacionais METROFOR nas Regiões Metropolitanas de Fortaleza, Sobral e Cariri.

Figura 06: Reprodução rota estações Linha Sul METROFOR

Figura 07: Reprodução combo Trens de Unidades Elétricas (TUEs) Linha Sul METROFOR

Figura 08: Reprodução rota estações Linha Nordeste METROFOR

Figura 09: Reprodução combo Trens de Unidades Elétricas (TUEs) Linha Nordeste - VLT Parangaba - Mucuripe METROFOR

Figura 10: Reprodução rota estações Linha Oeste METROFOR

Figura 11: Reprodução comboio Trens de Unidades Elétricas (TUEs) Linha Oeste METROFOR

Figura 12: Reprodução rota VLT Sobral METROFOR

Figura 13: Reprodução comboio Trens de Unidades Elétricas (TUEs) VLT Sobral METROFOR

Figura 14: Reprodução rota VLT Cariri METROFOR

Figura 15:: Reprodução comboio Trens de Unidades Elétricas (TUEs) VLT Cariri METROFOR

Figura 16: Diagrama Diretrizes transversais do projeto de aperfeiçoamento do Plano Estratégico de Mídias

Figura 17: Diagrama de mídias no Circuito Referência

Figura 18: Diagrama de mídias no Circuito Padrão

Figura 19: Diagrama ícones Infraestrutura Tecnológica Circuito Referência Linha Sul

Figura 20: Diagrama ícones Infraestrutura Tecnológica Circuito Referência distribuídos por estações da Linha Sul

Figura 21: Infraestrutura Tecnológica Circuito Referência Linha Nordeste

Figura 22: Diagrama ícones Infraestrutura Tecnológica Circuito Referência distribuídos por estações da Linha Nordeste

Figura 23: Infraestrutura Tecnológica Circuito Padrão Linhas Oeste, Sobral e Cariri

Figura 24: Diagrama ícones Infraestrutura Tecnológica Circuito Referência distribuídos por estações das Linhas Oeste, Sobral e Cariri

Figura 25: Simulação Totem Identificador de Estação com Naming Rights

Figuras 26, 27 e 28: Reproduções das telas com funcionalidades dos aplicativos dos metrô de Madrid e Paris

Figura 29: Simulação Aplicação Painel Mega Estático em estação do METROFOR

Figura 30: Simulação de envelopamento de comboio de metrô composto por trem TUE

Figura 31: Simulação Aplicação Mega Painel LED em estação do METROFOR

Figura 32: Simulação aplicação de mídia digital Linha Nordeste - VLT Parangaba

Figura 33: Simulação aplicação de mídia passarela de pedestres

Figura 34: Diagrama Arquitetura Operacional Sistema de Software e Hardware para gestão da distribuição e exibição digital multitelas e multiformatos

Figura 35: Ilustração de descarte sustentável

DIAGRAMA: ETAPAS DESENVOLVIMENTO DO TRABALHO

A ESTRUTURAÇÃO DO PLANO ESTRATÉGICO DE MÍDIAS DA COMPANHIA CEARENSE DE TRANSPORTE METROPOLITANO (METROFOR) É REALIZADA EM ETAPAS, CONFORME DEMONSTRADO NO DIAGRAMA:

FASE 1	PLANO DE TRABALHO	PT
	PLANO DE COMUNICAÇÃO	PC
	DIAGNÓSTICO JURÍDICO	DJ
	DIAGNÓSTICO TÉCNICO OPERACIONAL E PROPOSIÇÃO DE SOLUÇÕES	DTO
	PLANO DE NEGÓCIOS E AVALIAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA	PNAF
	AVALIAÇÃO DE MERCADO E INTERAÇÃO COM POTENCIAIS INTERESSADOS	AMIPI
FASE 2	MINUTAS DE EDITAL, DE CONTRATO, ANEXOS E PARECER JURÍDICO	MECAPJ
	ROADSHOWS	RS
	CONSULTA PÚBLICA	CP
	AUDIÊNCIA PÚBLICA	AP
	APOIO À LICITAÇÃO	AL

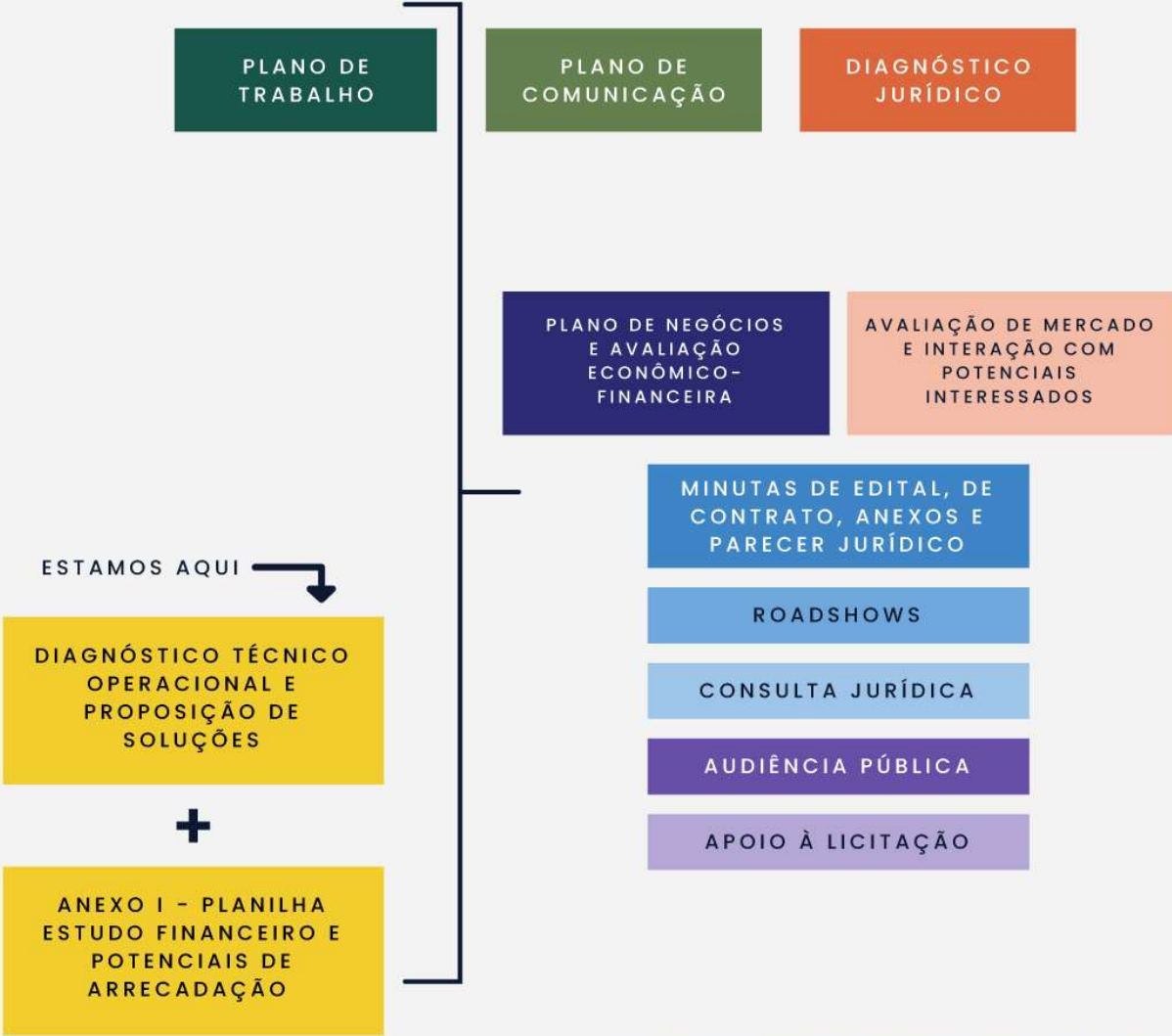


Figura 01: Etapas de desenvolvimento do trabalho

INTRODUÇÃO



PLANO ESTRATÉGICO
DE MÍDIAS METROFOR

1. INTRODUÇÃO

Fontes alternativas para geração de recursos na Companhia Cearense de Transporte Metropolitano - METROFOR

O levantamento de oportunidades para ganhos adicionais de receita em sistemas metroferroviários vem sendo prospectado ao longo dos últimos anos. Os metrô do Brasil não foram pensados com esse viés financeiro por serem, quase em sua totalidade, operados com suporte de investimentos governamentais. Por isso, o objetivo principal orçamentário era mais focado no bilhete do passageiro.

Porém, receitas não tarifárias são uma alternativa de diversificação de fontes de ganhos e criação de valor para as empresas de transportes sobre trilhos em todas as partes do mundo. Além do potencial para desenvolvimento do negócio, esses serviços e produtos podem minimizar problemas de alocação de recursos, reduzir custos e mitigar riscos.

Para não desperdiçar as possibilidades de alavancamento de geração de receitas acessórias, a Companhia Cearense de Transporte Metropolitano - METROFOR - coloca em prática o projeto de aprimoramento do Plano Estratégico de Mídias, uma proposta que busca alternativas para a ampliação de recursos para a operação da Companhia e melhoria na prestação de serviços aos usuários. O METROFOR é uma empresa de economia mista com controle majoritário do Governo do Estado do Ceará. Realiza o transporte de passageiros sobre trilhos no estado por meio da operação de cinco linhas metroferroviárias.

Buscando trabalhar continuamente para garantir a perenidade da empresa e do futuro da mobilidade do transporte público no Ceará, o METROFOR tem como meta concender à iniciativa privada a exploração dos espaços publicitários das suas unidades na Região Metropolitana de Fortaleza, Sobral e Cariri.

A adoção de diretrizes de modernização da rede de veiculação publicitária seguirá os pilares ASG do METROFOR nas fases de planejamento, desenvolvimento do projeto, implantação e operação, fortalecendo o papel estratégico de estruturador do transporte urbano na região, qualificando a prestação de serviço ao passageiro e proporcionando retornos à sociedade, sejam econômicos, sociais ou ambientais.



Imagem 01: METROFOR, Linha Sul, Estação José de Alencar

1.1. OBJETIVO DA MODELAGEM TÉCNICA

O presente DIAGNÓSTICO TÉCNICO-OPERACIONAL E PROPOSIÇÃO DE SOLUÇÕES tem como finalidade estabelecer objetivos, diretrizes e critérios para o desenvolvimento do PLANO ESTRATÉGICO DE MÍDIAS DO METROFOR, que busca a requalificação da exploração de espaços publicitários nas unidades de operação da empresa por meio de concessão da atividade à iniciativa privada, englobando os equipamentos já instalados, que deverão ser recepcionados pela concessionária, nos termos, quantidades e prazos estipulados neste estudo.

O principal objetivo deste documento é estabelecer as premissas de um novo padrão de gestão, operação e manutenção de infraestruturas que promovam a integração entre os meios físico e digital da exploração das mídias no METROFOR, ampliando as possibilidades de geração de receitas não tarifárias. Para isso, este estudo investiga as alternativas para criação de circuitos inteligentes de veiculação publicitária localizados em pontos estratégicos das estações, trens, bilheterias, catracas, corredores, escadas fixas/rolantes, elevadores e túneis com o objetivo de possibilitar ao mercado publicitário soluções criativas e experiências em um espaço com grande audiência concentrada e possibilidade de exposição de marca.



Figura 02: Diagrama de ícones representativos de espaços para exploração de mídia no METROFOR

Estações, trens, bilheterias, escadas, tuneis, catracas e outros espaços do METROFOR são potenciais geradores de receitas acessórias por meio de concessão de exploração de mídia publicitária.

Imagem 02: METROFOR, Linha Sul, Estação José de Alencar



1.2. JUSTIFICATIVA

O uso de veiculação de publicidade e propaganda como fonte de recursos que auxiliam a sustentabilidade financeira da empresa é uma das claras diretrizes do METROFOR, conforme determina a Lei 13.410 de 15/12/2003, que estabelece que, além da sua atividade principal como responsável por transporte de passageiros sobre trilhos, a empresa está autorizada a realizar atividades correlatas, tais como:

EXECUÇÃO DE OBRAS E EXPLORAÇÃO DE SERVIÇOS COMPLEMENTARES E CORRELATOS, NECESSÁRIOS A INTEGRAÇÃO DO SISTEMA POR ELA OPERADO, AO COMPLEXO URBANÍSTICO E AOS SISTEMAS DE TRANSPORTES DAS CIDADES DO ESTADO DO CEARÁ;

EXPLORAÇÃO E OPERAÇÃO DE CONEXÕES INTERMODAIS DE TRANSPORTE DE PASSAGEIROS E/OU CARGAS NO SISTEMA OPERADO PELA COMPANHIA, COMO TERMINAIS, ESTACIONAMENTOS E OUTROS CORRELATOS;

COMERCIALIZAÇÃO DE MARCA, PATENTE, NOME E INSÍGNIA

COMERCIALIZAÇÃO DE ÁREAS E ESPAÇOS DE PROPAGANDA

PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS COMPLEMENTARES DE SUPORTE AO USUÁRIO POR SI OU POR TERCEIROS

COMERCIALIZAÇÃO DE TECNOLOGIA, DIRETA OU INDIRETAMENTE E PRESTAÇÃO DE SERVIÇO DE CONSULTORIA, GERENCIAMENTO E APOIO TÉCNICO EM MATÉRIA DE SUA ESPECIALIDADE

PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE MANUTENÇÃO DE MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS

EXPLORAÇÃO ECONÔMICA, SOB QUALQUER FORMA, DE SEU PATRIMÔNIO IMOBILIÁRIO

As duas premissas acima destacadas são condizentes com estratégias largamente implantadas em vários sistemas metroviários brasileiros que encontram, na exploração de mídias publicitárias, fontes de receitas para compensar a restrição de recursos que possibilitem o equilíbrio econômico das suas respectivas empresas. Exemplo maior vem dos metrô dos estados de São Paulo e Rio de Janeiro ou de cidades como Brasília, Belo Horizonte e Salvador. Todos concederam os espaços publicitários das suas dependências como forma de atrair investimento da iniciativa privada para potencializar a arrecadação de receitas não operacionais.

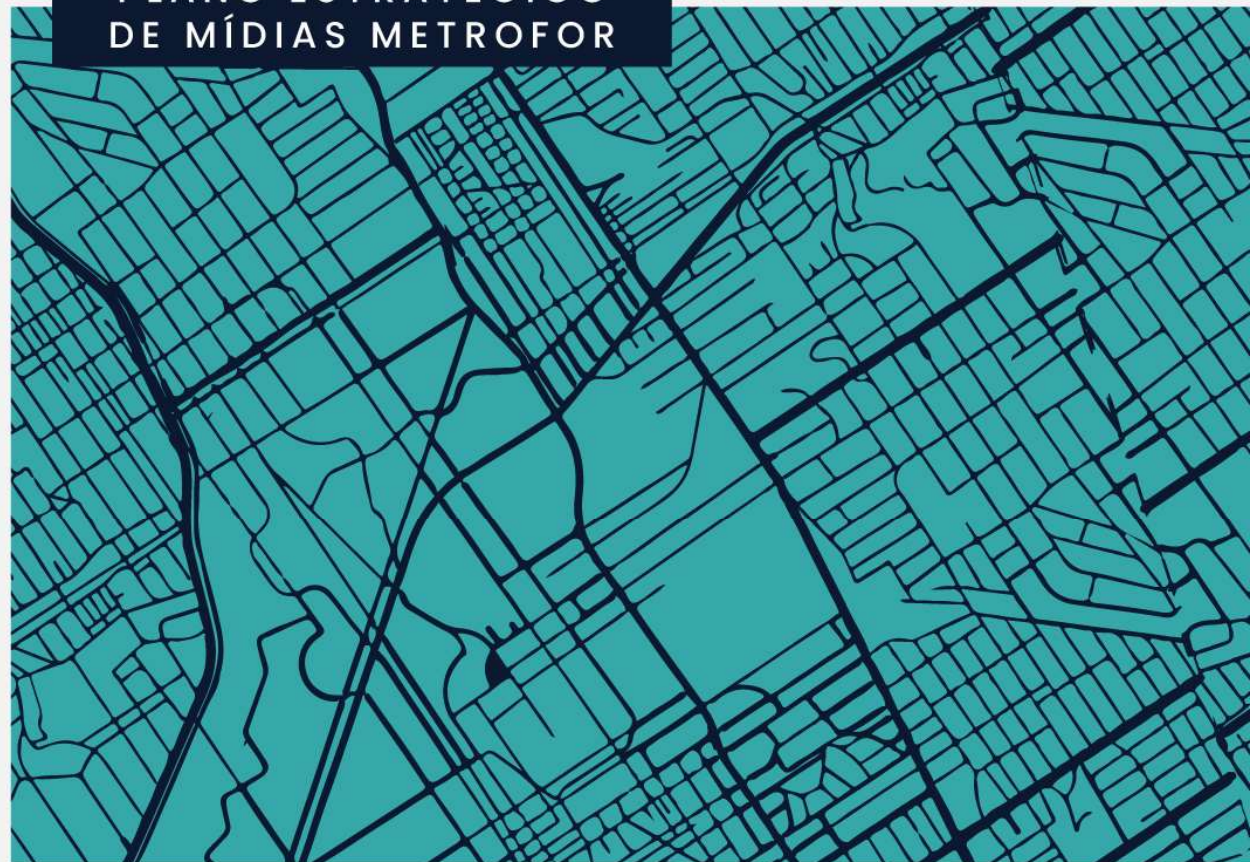
ESTRATÉGIA DIGITAL

Para aprimorar as redes de exibição de propaganda nos sistemas metroviários, em diversos lugares do país e do mundo, as empresas privadas que assumiram concessões para exploração de mídias nos sistemas metroviários priorizaram a instalação de infraestrutura com tecnologia que viabilizasse a veiculação publicitária em formatos digitais. Super telas multimídias, MUBs digitais, totens, painéis em LED, big banners digitais, são, atualmente, os dispositivos de distribuição que mais impactam os consumidores, atendendo às exigências dos anunciantes e permitindo uma maior rentabilidade para concessionárias e poderes concedentes.

Pelo exposto, o Plano Estratégico de Mídias do METROFOR tem como meta aprimorar sua rede tecnológica de distribuição de conteúdo publicitário permitindo que os players do mercado de Mídia Fora de Casa, os conhecidos operadores de Out of Home (OOH) e Digital Out of Home (DOOH), como são denominadas as empresas especializadas na área, possam implantar, gerir e operar, por meio de concessão com outorga onerosa, um parque tecnológico que adeque as instalações do METROFOR às necessidades do mercado publicitário, montando redes de infraestrutura e equipamentos, sem qualquer desembolso do erário, cuja remuneração do concessionário será garantido pela concessão da exploração de publicidade e propaganda nos próprios espaços objeto da concessão. Desta forma, o METROFOR aprimora sua infraestrutura voltada para mídia e ampliação das receitas acessórias, sem onerar o poder público.

PLANO ESTRATÉGICO
DE MÍDIAS METROFOR

DIAGNÓSTICO TÉCNICO DA SITUAÇÃO ATUAL



LINHA OESTE

LINHA OESTE

18 BAIRROS
atendidos.

19,5Km
QUILÔMETROS
de extensão de linhas em operação.

LINHA NORDESTE

LINHA NORDESTE

22 BAIRROS
atendidos.

13,4 Km
QUILÔMETROS
de extensão de linhas em operação.

LINHA SUL

LINHA SUL

38 BAIRROS
atendidos.

24,1Km
QUILÔMETROS
de extensão de linhas em operação.

Nota: A estação Aeroporto (Ramal Aeroporto) e as estações da Linha Leste não foram estudadas, pois encontram-se em obras.

2. DIAGNÓSTICO TÉCNICO DA SITUAÇÃO ATUAL

De modo a facilitar o mapeamento da infraestrutura do METROFOR, é necessário esclarecer que a atual operação da Companhia Cearense de Transporte Metropolitano está composta por cinco linhas, distribuídas da seguinte forma:



Figura 04: Denominação das linhas operadas pelo METROFOR nas Regiões Metropolitanas de Fortaleza, Sobral e Cariri.



84,3 Km de trilhos



16 milhões passageiros/ano



07 municípios



62 estações



**12 trens operacionais do tipo
Trens de Unidades Elétricas
(TUEs)**



**15 Veículos Leves sobre
Trilhos (VLTs)**



**Média de 300 viagens
diárias**

Figura 05: Grandes números operacionais METROFOR nas Regiões Metropolitanas de Fortaleza, Sobral e Cariri.

2.1. CONDIÇÕES ATUAIS DE INFRAESTRUTURA

O levantamento da infraestrutura da Companhia Cearense de Transporte Metropolitano teve como base a análise dos documentos recebidos por esta consultoria, sobretudo no fornecimento de dados, plantas e mapas. Além disso, foram realizadas visitas de campo, registro fotográfico e busca de informações secundárias por meio das quais foram feitas a verificação / inspeção estrutural e técnica das unidades operacionais, observando a disponibilidade de espaços para exploração publicitária e veiculação de propaganda e também das oportunidades para reestruturação e aprimoramento tecnológico que possibilitem novos usos e adequações aos padrões de exigência do setor de Mídia Fora de Casa (Out of Home e Digital Out of Home).

Foto: José Anchieta da Cunha Neto.

Os dias de vistoria, realizada em novembro de 2023, foram importantes para fazer um mapeamento de novas possibilidades de comercialização publicitária nas unidades operadas pelo METROFOR. Foram consideradas e analisadas, de forma preliminar, estruturas como estações, trens, tuneis, corredores, escadas rolantes e fixas, plataformas, bilheterias, catacras, fachadas e passarelas das unidades do METROFOR nas Regiões Metropolitanas de Fortaleza, Sobral e Cariri.

Sendo assim, a partir da observação em campo pela equipe técnica, com suporte dos especialistas do METROFOR, foram avaliadas as oportunidades de ampliação de receitas não operacionais.



Imagem 03: Centro de Operações METROFOR na sede da empresa, em Fortaleza, Ceará.

De modo geral, todas as unidades operacionais do METROFOR precisam de algum tipo de intervenção, visando a requalificação tecnológica para operação de novos circuitos de exploração de mídia publicitária, que atendam às exigências dos anunciantes, principalmente no aspecto de disponibilidade de displays digitais que permitam a veiculação de propaganda em formatos de imagens, videográficos e sonoros.

2.1.1. DEMANDA PASSAGEIROS METROFOR POR LINHA OPERACIONAL

LINHA	REALIZADO					
	2019	2020*	2021	2022	2023	2024
LINHA SUL	9.985.391	5.810.580	6.936.629	8.990.789	9.905.682	9.544.077
LINHA OESTE	2.396.784	1.339.663	1.736.812	1.932.049	1.907.678	1.703.235
VLT CARIRI	466.915	163.985	337.602	515.088	557.894	484.745
VLT SOBRAL	1.637.099	594.658	609.377	1.057.364	1.127.430	1.100.819
VLT NORDESTE	2.253.662	1.644.769	2.659.157	3.235.411	3.750.911	3.845.424
TOTAL	16.739.851	9.553.655	12.279.577	15.730.701	16.849.595	16.678.300
MÉDIA PASSAGEIROS/DIA	58.124	33.172	42.637	54.620	58. 506	57.911
CRESCIMENTO	27%	-43%	29%	28%	7%	-1,02%

Fonte: Dados METROFOR, Janeiro de 2024

*Devido ao impacto da Pandemia, houve um decréscimo de fluxo.

2.1.2. MAPEAMENTO DA INFRAESTRUTURA METROVIÁRIA

O sistema metroferroviário de Fortaleza e Região Metropolitana é composto pelas Linhas Sul, Oeste e Nordeste. Além destas, está em fase de implantação a Linha Leste e o Ramal Aeroporto. Esta rede foi projetada para desempenhar papel fundamental na mobilidade, no desenvolvimento econômico e no bem-estar da população da Grande Fortaleza.

2.1.2.1. LINHAS DE FORTALEZA E REGIÃO METROPOLITANA

2.1.2.1.1. LINHA SUL METROFOR (24,1 KM – 20 ESTAÇÕES)



Figura 06: Reprodução rota estações Linha Sul METROFOR.
Fonte: Dados fornecidos pelo METROFOR em Novembro de 2023.

A Linha Sul do Metrô de Fortaleza é atualmente a maior via de transporte de passageiros sobre trilhos em operação no Ceará. Essa linha tem extensão de 24,1 km, 20 estações e transporta cerca de 34 mil passageiros por dia útil. O funcionamento atual da Linha Sul é das 5h30 às 23h14, de segunda a sábado. Cada composição de trens em operação nessa linha tem capacidade de transporte de 890 pessoas. São programadas, em média, 134 viagens diárias interligando Fortaleza, Maracanaú e Pacatuba. A frota operacional da Linha Sul é formada por Trens de Unidades Elétricas (TUEs), que circulam agrupados em 2.



Figura 07: Reprodução comboio Trens de Unidades Elétricas (TUEs), Linha Sul METROFOR.
Fonte: METROFOR.



Imagem 04: Estação Chico da Silva, Linha Sul METROFOR



Imagem 05: Estação Chico da Silva, Linha Sul METROFOR



Imagem 06: Estação José de Alencar, Linha Sul METROFOR



Imagem 07: Estação José de Alencar, Linha Sul METROFOR

2.1.2. MAPEAMENTO DA INFRAESTRUTURA METROVIÁRIA

2.1.2.1. LINHAS DE FORTALEZA E REGIÃO METROPOLITANA

2.1.2.1.2. LINHA NORDESTE METROFOR (13,2 KM – 11 ESTAÇÕES) VEÍCULOS LEVES SOBRE TRILHOS – VLTs



Figura 08: Reprodução rota estações Linha Nordeste METROFOR.
Fonte: Dados fornecidos pelo METROFOR em Dezembro de 2023.

A Linha Nordeste, possui 13,2 km de extensão com 11 estações, funcionando de segunda a sábado, das 5h30 às 22h35. Os trens dessa linha também são VLTs, com mesma capacidade e quantidade da Linha Oeste. Por dia, são programadas, em média, 54 viagens ligando Parangaba a Mucuriipe. A implantação do VLT incluiu, além de toda infraestrutura de via e estações, a urbanização de inúmeras áreas de 22 bairros da capital cearense. A partir dessa linha, está sendo construído o Ramal Aeroporto, com 2,5km e 2 estações, interligando o Aeroporto Internacional de Fortaleza à rede hoteleira da capital cearense. As estações Parangaba e Papicu encontram-se localizadas ao lado de Terminais de ônibus da Prefeitura de Fortaleza, permitindo assim uma integração física entre os modos de transporte. Na estação Parangaba realiza-se ainda a integração com a Linha Sul.



Figura 09: Reprodução comboio Trens de Unidades Elétricas (TUEs) Linha Nordeste: VLT Parangaba – Mucuriipe METROFOR.
Fonte: METROFOR.



Imagem 08: Estação Iate, Linha Nordeste METROFOR



Imagem 09: Estação Iate, Linha Nordeste METROFOR



Imagem 10: VLT Parangaba – Mucuriipe, Linha Nordeste METROFOR



Imagem 11: Estação Papicu, Linha Nordeste METROFOR

2.1.2. MAPEAMENTO DA INFRAESTRUTURA METROVIÁRIA

2.1.2.1. LINHAS DE FORTALEZA E REGIÃO METROPOLITANA

2.1.2.1.3. LINHA OESTE METROFOR (19,5 KM – 10 ESTAÇÕES) VEÍCULOS LEVES SOBRE TRILHOS – VLTs

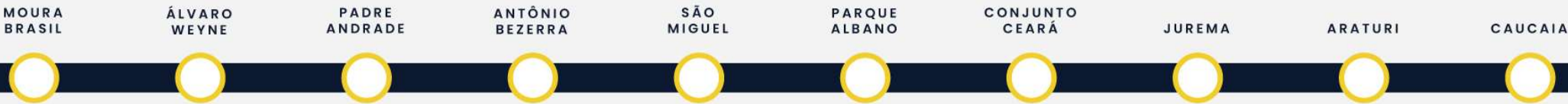


Figura 10: Reprodução rota estações Linha Oeste METROFOR.
Fonte: Dados fornecidos pelo METROFOR em Novembro de 2023.

A Linha Oeste tem extensão de 19,5 km e 10 estações. Seu funcionamento é de segunda a sábado, das 5h30 às 19h55. Os trens da Linha Oeste são Veículos Leves sobre Trilhos (VLTs) e cada composição tem capacidade para transportar 756 pessoas. Por dia, são programadas, em média, 29 viagens interligando Fortaleza e Caucaia. A frota operacional atualmente é composta por VLTs, que circulam agrupados em 4 carros cada.



Figura 11: Reprodução comboio Trens de Unidades Elétricas (TUEs) Linha Oeste METROFOR.
Fonte: METROFOR.



Imagem 08: Estação Iate, Linha Nordeste METROFOR



Imagem 09: Estação Iate, Linha Nordeste METROFOR



Imagem 10: VLT Parangaba - Mucuripe, Linha Nordeste METROFOR



Imagem 11: Estação Papicu, Linha Nordeste METROFOR

2.1.2. MAPEAMENTO DA INFRAESTRUTURA METROVIÁRIA

2.1.2.2. LINHAS REGIONAIS

O Metrofor opera dois sistemas no interior do Ceará: VLT de Sobral e o VLT do Cariri, transportando mais de um milhão e meio de passageiros por ano nos polos com maior representatividade socioeconômica regional.

2.1.2.2.1. VLT SOBRAL METROFOR (13,9 KM – 12 ESTAÇÕES)

VEÍCULOS LEVES SOBRE TRILHOS – VLTs



Figura 12: Reprodução rota VLT Sobral METROFOR.
Fonte: Dados fornecidos pelo METROFOR.

Em Sobral, o sistema é composto por 2 linhas (Norte e Sul). Juntas, elas possuem 12 estações, ao longo de 13,9 km de via férrea, com funcionamento de segunda a sábado, entre 5h30 às 23h00. A composição do VLT de Sobral é a mesma do Cariri, operando com duas composições. Atualmente, são programadas, em média, 85 viagens por dia útil.



Figura 13: Reprodução comboio Trens de Unidades Elétricas (TUEs) VLT Sobral METROFOR.
Fonte: METROFOR.



Imagem 08: Estação late, Linha Nordeste METROFOR



Imagem 09: Estação late, Linha Nordeste METROFOR



Imagem 10: VLT Parangaba - Mucuripe, Linha Nordeste METROFOR



Imagem 11: Estação Papicu, Linha Nordeste METROFOR

2.1.2. MAPEAMENTO DA INFRAESTRUTURA METROVIÁRIA

2.1.2.2.2. VLT CARIRI METROFOR (13,6 KM – 9 ESTAÇÕES)

VEÍCULOS LEVES SOBRE TRILHOS – VLTs



Figura 14: Reprodução rota VLT Cariri METROFOR.
Fonte: Dados fornecidos pelo METROFOR.

O VLT Cariri interliga as cidades de Juazeiro do Norte e Crato, possui 9 estações em 13,6 km de extensão, funcionando de segunda a sexta, das 6h às 19h, e aos sábados, das 6h às 13h30. Os trens dessa linha também são VLTs operando com uma composição de dois carros (modelo Mobile 2), tendo a capacidade para transportar 378 pessoas. Atualmente, são programadas, em média, 24 viagens por dia útil.



Figura 15: Reprodução comboio Trens de Unidades Elétricas (TUEs) VLT Cariri METROFOR.
Fonte: METROFOR.



Imagem 20: Estação Crato VLT Cariri, METROFOR



Imagem 21: Estação Padre Cícero, VLT Cariri METROFOR



Imagem 22: Estação Muriti VLT Cariri, METROFOR



Imagem 23: Estação São José VLT Cariri, METROFOR

2.2. CONDIÇÕES ESTRUTURAIS ATUAIS DE MÍDIA

Atualmente, anunciantes locais e nacionais utilizam o METROFOR para propagação de suas campanhas publicitárias. No conjunto das 62 estações e trens, uma média 4 mil m² foram utilizados para veiculação de mídia nos seguintes formatos:

Clássico, mega, super, gradil, painel de escada, banner, totens de mídias, painel tipo ad, projeto especial, painel tipo mupi, painel retroiluminado, lixeiras de coleta seletiva com mídia e totens com carregadores de celular. No casos dos trens, utilizam o envelopamento com área lateral externa completa, e também há envelopamento interno.



Imagem 24: Painel estático Estação José de Alencar, Linha Sul METROFOR



Imagem 25: Painel estático Estação José de Alencar, Linha Sul METROFOR



Imagem 26: Painel estático Estação José de Alencar, Linha Sul METROFOR

2.2.1. PAINÉIS ESTÁTICOS ATUAIS POR TIPOS

Fonte: Dados METROFOR, Novembro de 2023.

PAINEL CLÁSSICO

- Localizado nos acessos, mezaninos e plataformas das estações;
- Dimensão para impressão: 0,80 m x 1,20 m;
- Impressão digital em vinil adesivo aplicado sobre placa de material tipo PVC branca fosca.

PAINEL MEGA

- Localizado nos acessos, mezaninos e plataformas das estações;
- Dimensão para impressão: 1,00 m x 1,50 m;
- Impressão digital em vinil adesivo aplicado sobre placa de material tipo PVC, branca fosca.

PAINEL SUPER

- Localizado nos acessos, mezaninos e plataformas das estações;
- Dimensão para impressão: 2,00 m x 1,00 m;
- Impressão digital em vinil adesivo aplicado sobre placa de material PVC, branca fosca.

PAINEL DE GRADIL

- Localizado na plataforma das estações;
- Dimensão para impressão: 2,00 m x 0,80 m;
- Impressão digital em vinil adesivo aplicado sobre placa de material tipo PVC, branca fosca.

PAINEL DE ESCADA

- Localizado ao longo das escadas das estações;
- Dimensão para impressão: 0,40 m x 0,60 m;
- Offset com laminação (papel duplex 250 g) ou Impressão digital com laminação (vinil adesivo). - Material: Papel ou Vinil.

PAINEL TIPO AD

- Painel de dimensão de acordo com o espaço com instalação em perfil de alumínio e lona fixada com arrebite, localizado nos acessos, mezaninos e plataformas das estações. Período mínimo de 90 dias.

PAINEL TIPO MUPI

- Expositores de publicidade em estrutura fixa, com dimensões padrões de cartazes, protegido por vidro e iluminado internamente, podendo ser usado tecnologia interativa; - Fixado no piso ou parede; - Localizado em espaços de alto fluxo, como próximo aos bloqueios, mezaninos e plataformas.

PAINEL RETROILUMINADO

- Painéis com estrutura em alumínio e tecido especial, com publicidade feita em impressão digital de alta resolução, iluminação por módulos de LED; - Localizado em lugares de passagem e alta concentração e fixado na parede, como entradas de estações, mezaninos e plataformas;

2.2. CONDIÇÕES ESTRUTURAIS ATUAIS DE MÍDIA

2.2.2. INVENTÁRIO ATUAL DE MÍDIA ESTÁTICA ESTAÇÕES

PAINEL ESTÁTICO

	ESCADAS		MEGA		SUPER		CLÁSSICO		GRADIL		ADS		ESPECIAIS		DUPLOS		JANELA	
	0,40 x 0,60 m		1,00 x 1,50 m		2,00 x 1,00 m		0,80 x 1,20 m		2,00 x 0,80 m		Medidas Variadas		Medidas Variadas		0,80 x 1,20 m		1,22 x 0,35 m	
	QNTD.	TOTAL m²	QNTD.	TOTAL m²	QNTD.	TOTAL m²	QNTD.	TOTAL m²	QNTD.	TOTAL m²	QNTD.	TOTAL m²	QNTD.	TOTAL m²	QNTD.	TOTAL m²	QNTD.	TOTAL m²
LINHA SUL	818	196,32	212	318,00	132	264,00	47	45,2	43	68,8	155	1.373,20	6	48,35	0	0,00	N/A	N/A
LINHA NORDESTE	32	0,78	5	7,5	4	8,0	5	4,8	N/A	N/A	32	547,89	N/A	N/A	19	36,48	N/A	N/A
VLT SOBRAL	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	108	46,116

ENVELOPAMENTO TREM

LINHAS	COMPOSIÇÕES	ADESIVO JANELA m²	ADESIVO LATERAL m²	TOTAL m²
SUL	1	48,48	101,70	150,18
NORDESTE	1	160,96	118,28	279,24
OESTE	1	160,96	118,28	279,24
SOBRAL	1	65,42	48,86	114,28
CARIRI	1	65,42	48,86	114,28

*Áreas internas dos trens não estão catalogadas, pois são tratadas como projetos especiais;

**As medidas referentes ao envelopamento externo do material rodante são estimadas pelo AutoCad

Fonte: Dados METROFOR, Dezembro de 2023.

ADESIVAÇÃO DE CATRACA

LINHAS	m²	QUANTIDADE	ÁREA
SUL	3,59m²	200	718,00
NORDESTE	3,59m²	45	161,55
OESTE	N/A	N/A	N/A
SOBRAL	3,59m²	24	86,16
CARIRI	N/A	N/A	N/A

Fonte: Dados METROFOR, Novembro de 2023.

3. PROPOSIÇÃO DE SOLUÇÃO TÉCNICA

A publicidade fora de casa, também conhecida como OOH (Out of Home) e DOOH (Digital Out of Home), tem evoluído ao longo dos anos por meio de telas e dispositivos digitais, permitindo a integração de novas tecnologias. O segmento de Digital Out of Home (DOOH) deve movimentar, no mundo, a quantia de US\$ 54,83 bilhões em 2030, de acordo com relatório de 2022 da Research and Markets. Esse número sinaliza a importância que essa mídia deve alcançar nas estratégias dos anunciantes e como o mercado precisa estar preparado para acompanhar a digitalização desse meio.

É por motivos como o exposto que o METROFOR busca aprimorar seu potencial de veiculador de mídia para alavancar receitas não operacionais concedendo, de forma onerosa, seus espaços de exploração publicitária. Anualmente, nas cinco linhas em operação da empresa, circulam mais de 16 milhões de passageiros com diferentes perfis que trabalham, estudam, consomem, vivem e se mexem nas cidades onde a Companhia opera.

As oportunidades que serão criadas pelo novo Plano Estratégico de Mídias terá o papel principal de conectar estas pessoas, clientes do metrô, com as marcas. Para estar habilitado a oferecer publicidade de impacto, com formatos comerciais desenvolvidos para renderem alta performance do ponto de vista do marketing e receitas, o METROFOR estabeleceu como diretriz a implantação de uma infraestrutura lastreada nas mais modernas tecnologias do setor de OOH e DOOH, de uma maneira que os anunciantes possam adaptar suas mensagens em tempo real, segmentar públicos com precisão e medir a performance das campanhas com dados detalhados.



Imagens 27, 28, 29, 30, 31 e 32: Modelos de mídias OOH e DOOH utilizadas em sistemas metroviários.

3.1. APRESENTAÇÃO DO PROJETO



De caráter urbano, as estações de metrô, assim como as de VLTs, são grandes polos de atração de pessoas, tendo o transporte como atividade fim. Entretanto, esta dinâmica que proporciona grande aglomeração do público se torna uma demanda potencial para exploração de atividades publicitárias. Essas oportunidades, abrem caminhos para proporcionar uma maior saúde financeira às operações de sistemas metroviários, atraindo fontes de verbas acessórias.

Por isso, a opção das empresas do setor de OOH e DOOH por destinar um grande volume de propaganda para os espaços publicitários em sistemas metroviários é justificada pelas alternativas de marketing geradas pelo público que circula pelas estações a todo momento, permitindo que uma mesma campanha publicitária possa chegar a pessoas de perfis diversos. Os benefícios mais evidentes, listado por especialistas da área, apontam as seguintes vantagens dos metrô como plataformas de propaganda:

- Alta concentração de pessoas;
- Diferentes classes sociais em um mesmo local;
- Exposição diurna, vespertina e noturna;
- Interação com mobile;
- Longo tempo de exposição (propaganda dentro do vagão);
- Menor risco de distração.



Imagem 33: Estação José de Alencar, Linha Sul METROFOR

É objetivo deste estudo, apresentar referências técnicas que permitam o METROFOR a obter um projeto competitivo e qualificado com fins de reformulação do Plano Estratégico de Mídias da empresa, gerando múltiplos ganhos em torno do tema:

1. Ganho para os usuários – que poderão contar com maior quantidade e melhor qualificação e atualização de serviços de utilidade pública prestados por empresas altamente capacitadas;
2. Ganho para a administração pública – que implantará, qualificará e ampliará serviços importantes sem ônus ao erário;
3. Ganho para os anunciantes – que passarão a associar a atividade publicitária de seus produtos a prestação de serviços à comunidade, reforçando o compromisso para o desenvolvimento socioeconômico.

A proposta de estruturação técnica segue a diretriz estratégica do projeto, dando suporte tecnológico à criação de circuitos que abranjam a jornada dos passageiros nas estações, trens, bilheterias, catracas, corredores, escadas fixas/rolantes, elevadores e túneis.

São considerados quatro aspectos que norteiam o desenvolvimento transversal do projeto:

- Qualificação do parque tecnológico para veiculação de mídia publicitária;
- Priorização de implantação de rede de displays digitais;
- Inovação na gestão do uso público;
- Comunicação cidadã.

A definição destas diretrizes tem como objetivo a criação de uma concessão pautada em soluções contemporâneas, extraídas de benchmarkings de casos de sucesso (nacional e internacional), que podem ser aplicadas para o aprimoramento da infraestrutura para exploração publicitária das dependências e operações do METROFOR. Esses tópicos são trazidos por temática, apresentando as soluções e como podem ser aplicados.

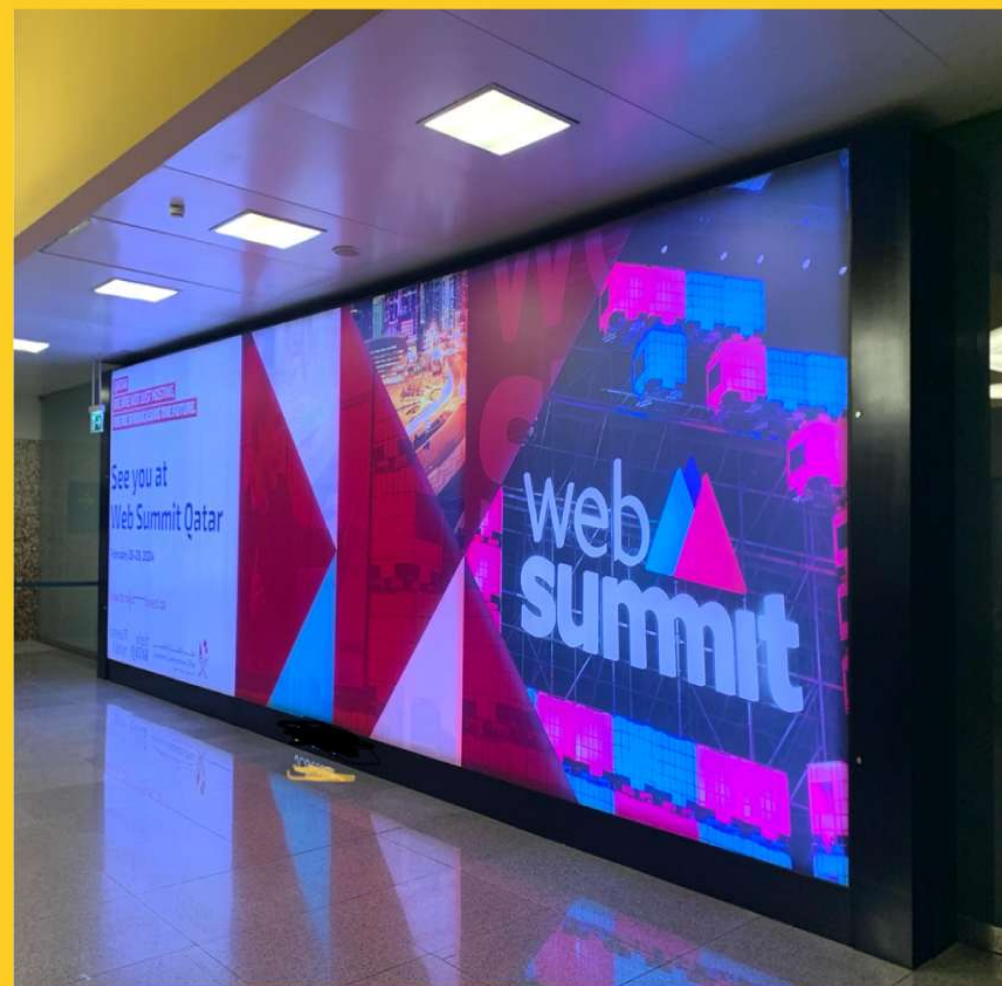


Imagem 34: Mega Painel LED, Aeroporto de Lisboa (Portugal) - Dezembro de 2023.

Figura 16: Diagrama Diretrizes transversais do projeto de aperfeiçoamento do Plano Estratégico de Mídias.

INFRAESTRUTURA TÉCNICA PARA CRIAÇÃO DE CIRCUITOS

PLANO ESTRATÉGICO
DE MÍDIAS METROFOR



METROFOR



3.2. CARACTERIZAÇÃO DO PROJETO

O presente DIAGNÓSTICO TÉCNICO-OPERACIONAL E PROPOSIÇÃO DE SOLUÇÕES tem por finalidade dar subsídios e diretrizes técnicas para a seleção da proposta mais vantajosa que possibilite a contratação de empresa especializada, ou consórcio de empresas especializadas, para a concessão, com outorga onerosa, de serviço da exploração de espaços publicitários no METROFOR, compreendendo a estruturação, fornecimento, instalação e manutenção de recursos tecnológicos para criação da infraestrutura necessária para utilização das 62 estações, corredores, túneis, bilheterias, trens e VLTs nas Regiões Metropolitanas de Fortaleza, Sobral e Cariri como plataformas de veiculação de mídia publicitária, atendendo os requisitos mínimos, dentro das referências para um Plano de Modernização.

3.3. ESCOPO DO PROJETO

3.3.1. PLANO DE MODERNIZAÇÃO

Para adequar o projeto estrutural à proposta de exploração de mídias estabelecida pelo METROFOR e alinhar-se com as práticas mais avançadas do mercado publicitário, a Concessionária deve apresentar, em um prazo máximo de 30 (trinta) dias, após o anúncio do resultado da licitação, um Plano Básico de Negócio do qual conste:

A) Análise do Inventário Atual Disponível para a Concessão;

B) Proposta de modernização das peças e equipamentos, informando quantitativo, especificação básica e expectativa de vida útil dos equipamentos (não inferior a 4 anos de uso ininterrupto);

C) Plano de mídia/estratégia de exploração

comercial que demonstre como alcançará o resultado esperado detalhado no Anexo I deste DIAGNÓSTICO;

D) Tabela de valores mínimo por anúncio, de acordo com as práticas de mercado;

E) Plano de Modernização, com cronograma de implantação em até 24 (vinte e quatro) meses e valor mínimo de R\$ 4.200.877,89 (Quatro milhões, duzentos mil, oitocentos e setenta e sete reais e oitenta e nove centavos);

F) A modernização deve considerar implantação de, pelo menos, 110 (cento e dez painéis, dispositivos e equipamentos subdivididas em telas para conteúdo digital em LED ou tecnologia mais avançada, e tamanhos variados, além de painéis retroiluminados em LED ou tecnologia mais

avanzada.

No Plano de Modernização proposto, as novas estruturas implantadas deverão ser distribuídas pelas estações, conforme estratégia comercial detalhada no Anexo I e resumidas nos subitens 3.5.1.2.1. , 3.5.1.2.2. 3.5.1.2.4. , 3.5.1.2.5. , 3.5.1.2.7. 3.5.1.2.8. e 3.5.1.2.9 deste DIAGNÓSTICO TÉCNICO-OPERACIONAL.



Imagem 35: Túnel LED Digital Vertical Aeroporto de Congonhas - São Paulo

3.3. ESCOPO DO PROJETO

3.3.1. PLANO DE MODERNIZAÇÃO

O detalhamento técnico do Plano de Modernização deverá conter os quantitativos por estação de todos os equipamentos, cabos e sistemas a serem instalados; especificação dos equipamentos, tais como dimensões, materiais e consumo de energia, entre outros; projetos individualizados de instalação dos equipamentos em cada uma das estações a serem modernizadas e o cronograma detalhado de implantação.

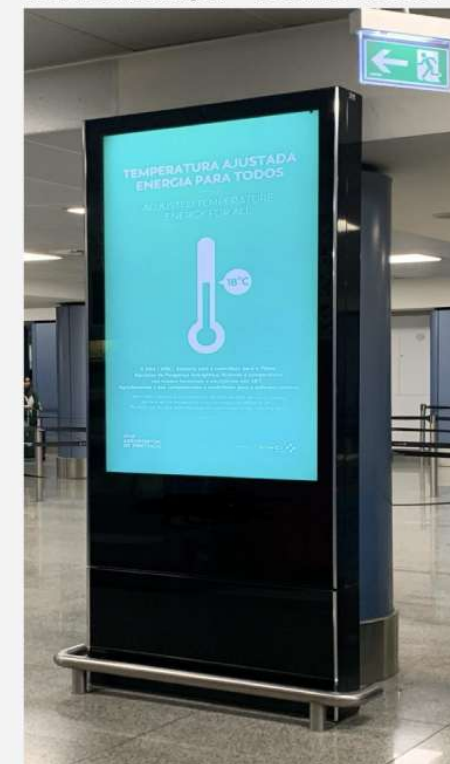
Após apresentação da versão detalhada do Plano de Modernização, caso necessário, o prazo citado, de 30 (trinta) dias, poderá ser prorrogado para ajustes, mediante pedido motivado da Concessionária, desde que prévia e expressamente autorizado pelo METROFOR. O Plano de Modernização detalhado será submetido à prévia aprovação do Metrô. Caso a distribuição ou posicionamento das peças/equipamentos cause interferência operacional, o METROFOR terá 30 (trinta) dias para informar se os locais propostos têm restrições operacionais, para que seja revisado pela Concessionária.

Caberá à Concessionária refazer a proposta e reposicionar os painéis/displays/equipamentos. O Plano de Modernização deverá contemplar a indicação dos novos locais sugeridos para a instalação das novas peças de publicidade. O Plano de Modernização deverá ser apresentado com a indicação do responsável técnico e respectivo CREA ou CAU. A Concessionária deverá comprovar o investimento previsto para modernização do inventário, no valor de, no mínimo, R\$ 4.024.115,00 (quatro milhões, vinte e quatro mil, cento e quinze reais), por meio da apresentação ao METROFOR, dos documentos comprobatórios dos gastos realizados, tais como contratos ou notas fiscais.



Imagem 36: MUB Digital Vertical Aeroporto de Lisboa (Portugal) - Dezembro de 2023.

Imagem 37: MUB Digital Vertical Aeroporto de Lisboa (Portugal) - Dezembro de 2023.





Imagens 38, 39, 40, 41 e 42: Operação do METROFOR em diversas estações.

3.4. TIPOS E QUANTITATIVOS DE MÍDIA POR LOCALIZAÇÃO

O Plano de Modernização deve incluir como escopo mínimo displays e estruturas descritas abaixo no GUIA DE FORMATO DE MÍDIAS:

3.4.1. FORMATOS DIGITAIS

FORMATOS PROPOSTOS MODERNIZAÇÃO VEICULAÇÃO MÍDIA DIGITAL METROFOR

		LARGURA x ALTURA	
TIPO	NOME	MEDIDAS	APLICAÇÃO
DISPLAY DIGITAL	Mega Painel LED	12,25 x 2,20m	Circuito Referência
DISPLAY DIGITAL	Big Banner LED	2,60 x 3,60m	Circuito Referência
DISPLAY DIGITAL	MUB Totem Digital Vertical	Resolução 1080 x 1920 pixels	Circuito Referência
DISPLAY DIGITAL	MUB Totem Monoface	Monitor de 65 Polegadas	Circuito Referência
DISPLAY DIGITAL	MUB Digital 65" Horizontal	Monitor de 65 Polegadas	Circuito Referência ----- Circuito Padrão
DISPLAY DIGITAL	MUB Digital 65" Vertical	Monitor de 65 Polegadas	Circuito Referência ----- Circuito Padrão
DISPLAY DIGITAL	Mega Painel Digital Outdoor	10,00x 2,00m	Passarelas ----- *Sujeito à autorização

Fonte: Dados Consultoria Íntegra Estruturações & Estratégias.

3.4. TIPOS E QUANTITATIVOS DE MÍDIA POR LOCALIZAÇÃO

3.4.2. FORMATOS ESTÁTICOS

FORMATOS PROPOSTOS MODERNIZAÇÃO VEICULAÇÃO MÍDIA ESTÁTICA METROFOR

		LARGURA x ALTURA	
TIPO	NOME	MEDIDAS	APLICAÇÃO
ESTÁTICO	Painel Parede Externa	6,00 x 2,00m	Circuito Referência
ESTÁTICO	Mega Painel de Via	12,00 x 2,00m	Circuito Referência
ESTÁTICO	Painel Parede Frontal Escada Plataformas	4,40 x 2,67m	Circuito Referência
ESTÁTICO	Painel Parede Fundo Plataformas	3,00 x 3,80m	Circuito Referência
ESTÁTICO	Adesivação Perfurado Premium Mezanino	1,41 x 2,22m	Circuito Referência
ESTÁTICO	Adesivação Painel Escada	0,40 x 0,60m	Circuito Referência
ESTÁTICO	Adesivação Painel Mega	1,00 x 1,50m	Circuito Referência ----- Circuito Padrão

		LARGURA x ALTURA	
TIPO	NOME	MEDIDAS	APLICAÇÃO
ESTÁTICO	Adesivação Painel Super	2,00 x 1,00m	Circuito Referência
ESTÁTICO	Adesivação Painel Gradil	2,00 x 0,80m	Circuito Referência
ESTÁTICO	Adesivação Painel Clássico	0,80 x 1,20m	Circuito Referência
ESTÁTICO	Painel Janela	1,22 x 0,35m	Circuito Padrão ----- VLT Sobral
ESTÁTICO	Adesivação Catraca	Circuito de 45 catracas	Circuito Referência
ESTÁTICO	Envelopamento	TUEs - Laterais 232,92 m² Janelas 102,32 m² VLTs - Comp. 124,36 m² Janelas 163,20 m²	Projetos Especiais
ESTÁTICO	Marca nos totens e/ou sinalização externas das estações	0,30 x 0,30 m ou 0,30 x 0,60 m	Circuito Referência ----- Circuito Padrão

Fonte: Dados Consultoria Íntegra Estruturações & Estratégias.

3.5. INFRAESTRUTURA TECNOLÓGICA PARA VEICULAÇÃO DE MÍDIA DISTRÍBUIDA POR CIRCUITOS DE COMERCIALIZIZAÇÃO

Propõe-se, a seguir, uma base de infraestrutura tecnológica de suporte para ativação das melhores práticas de OOH e DOOH nas dependências e unidades operacionais do METROFOR. Para alinhar os potenciais de veiculação de mídia publicitária para as características das estações e equipamentos, os circuitos foram subdivididos em dois padrões.

1. Circuito Referência, abrangendo as estações de maior fluxo e estrutura física.
2. Circuito Padrão, para as estações de menor porte, principalmente as dos Veículos Leves sobre Trilhos (VLTs).

Abaixo, a proposta de infraestrutura tecnológica por tipo de circuito:



Figura 17: Diagrama de Mídias no Circuito Referência.

Figura 18: Diagrama de Mídias no Circuito Padrão.

3.5.1. DISTRIBUIÇÃO DE MÍDIA POR TIPO DE CIRCUITO

3.5.1.1. CIRCUITO REFERÊNCIA LINHA SUL POR TIPO DE MÍDIA

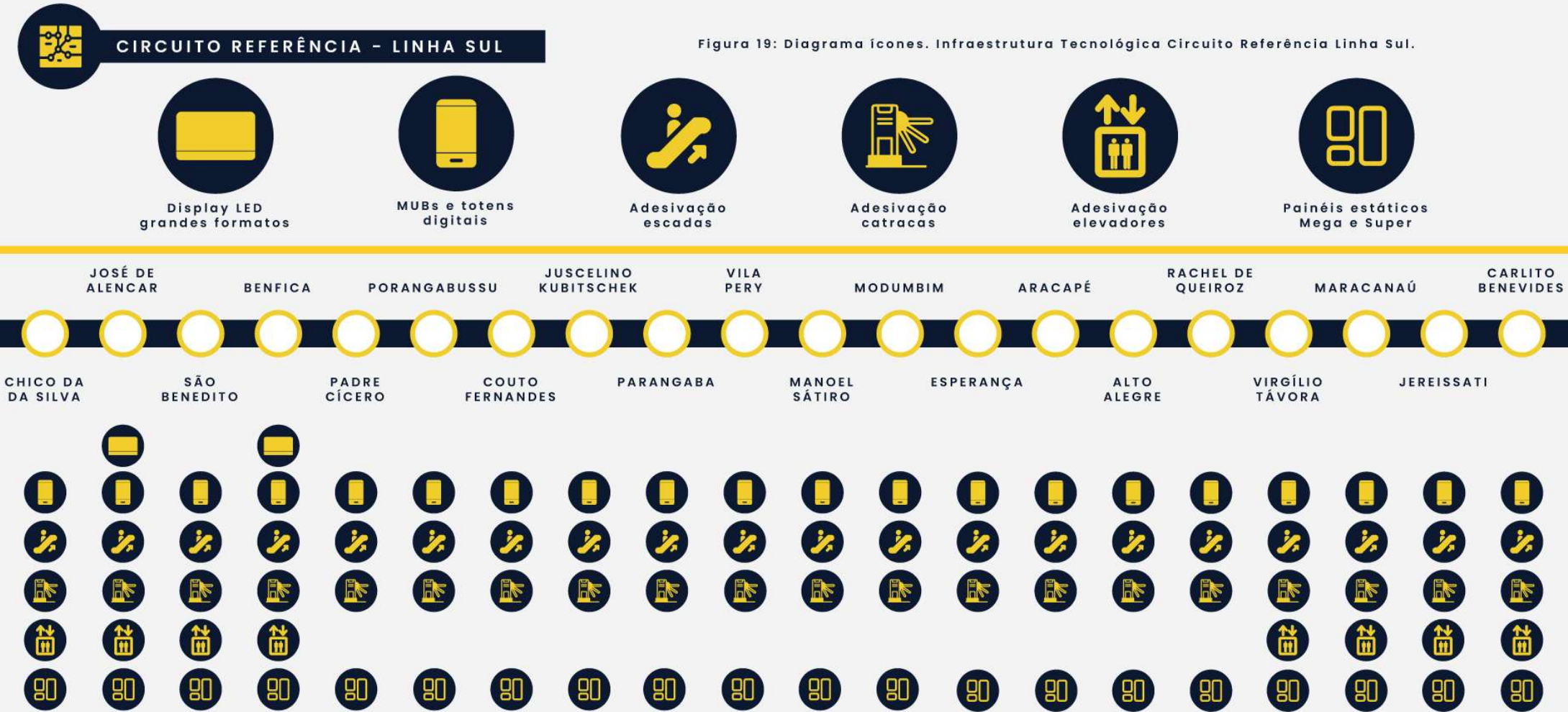


Figura 19: Diagrama ícones. Infraestrutura Tecnológica Circuito Referência Linha Sul.

Figura 20: Diagrama ícones. Infraestrutura Tecnológica Circuito Referência distribuídos por estações da Linha Sul.

3.5.1.2. CIRCUITO REFERÊNCIA LINHA SUL POR QUANTIDADE DE MÍDIA DIGITAL



DIGITAIS

Fonte: Dados Consultoria Íntegra Estruturações & Estratégias.

PAINÉIS DIGITAIS						
LINHA SUL	MUB DIGITAL	MUB DIGITAL	MEGA PAINEL DE LED	MEGA PAINEL DE LED	BUG BANNER DE LED	MEGA PAINEL DIGITAL OUTDOOR (PASSARELAS)
	65 polegadas	65 polegadas	12,25 x 2,20 m (Indoor)	12,25 x 2,20 m (Indoor)	2,60 x 3,60 m	10,0 x 2,00 m
	Quantidade - Fase 01	Quantidade - Fase 02	Quantidade - Fase 01	Quantidade - Fase 02	Quantidade - Fase 02	Quantidade - Fase 03
CHICO DA SILVA	4	4	0	0	0	0
JOSÉ DE ALENCAR	4	2	1	1	1	0
SÃO BENEDITO	4	2	0	0	0	0
BENFICA	4	2	0	0	1	0
PADRE CÍCERO	1	1	0	0	0	1
PORANGABUSSU	2	2	0	0	0	1
COUTO FERNANDES	1	1	0	0	0	1
JUSCELINO KUBITSCHKE	1	1	0	0	0	0
PARANGABA	4	2	0	0	0	0
VILA PERY	1	0	0	0	0	0
MANOEL SÁTIRO	1	0	0	0	0	0
MONDUBIM	1	0	0	0	0	0
ESPERANÇA	2	2	0	0	0	0
ARACAPÉ	1	0	0	0	0	0
ALTO ALEGRE	1	0	0	0	0	0
RAQUEL DE QUEIROZ	1	0	0	0	0	0
VIRGÍLIO TÁVORA	1	2	0	0	0	0
MARACANAÚ	4	0	0	0	0	0
JEREISSATE	1	0	0	0	0	0
CARLITO BENEVIDES	1	1	0	0	0	0
TOTAL	40	22	1	1	2	3

3.5.1.3. CIRCUITO REFERÊNCIA LINHA SUL POR QUANTIDADE MÍNIMA DE MÍDIA ESTÁTICA



ESTÁTICOS

Fonte: Dados Consultoria Íntegra Estruturações & Estratégias.

PAINÉIS ESTÁTICOS											
LINHA SUL	ENVELOPAMENTO TREM	CATRACAS	ADESIVAÇÃO PAINEL ESCADA	ADESIVAÇÃO PAINEL MEGA	ADESIVAÇÃO PAINEL SUPER	ADESIVAÇÃO PAINEL CLÁSSICO	ADESIVAÇÃO PAINEL GRADIL	PAINEL PAREDE FRONTAL ESCADAS PLATAFORMA	PAINEL PAREDE FUNDO PLATAFORMA	PAINEL PAREDE ENTRADA ÁREA EXTERNA DA ESTAÇÃO	MEGA PAINEL DE VIA (O PAR)
	ADESIVAÇÃO	ADESIVAÇÃO	0,40 x 0,60 m	1,00 x 1,50 m	2,00 x 1,00 m	0,80 x 1,20 m	2,00 x 0,80 m	4,40 x 2,67 m	3,00 x 3,80 m	6,00 x 2,00 m	12,00 x 2,00 m
	Quantidade	Quantidade	Quantidade	Quantidade	Quantidade	Quantidade	Quantidade	Quantidade	Quantidade	Quantidade	Quantidade
CHICO DA SILVA	-	10	24	3	17	0	0	0	0	0	0
JOSÉ DE ALENCAR	-	18	56	20	41	21	0	2	1	1	1
SÃO BENEDITO	-	10	21	5	21	0	0	0	0	0	1
BENFICA	-	16	42	15	5	17	0	0	1	0	1
PADRE CÍCERO	-	8	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PORANGABUSSU	-	8	28	15	0	2	0	0	0	0	0
COUTO FERNANDES	-	10	28	0	4	0	18	0	0	0	0
JUSCELINO KUBITSCHKE	-	16	156	16	0	0	9	0	0	0	0
PARANGABA	-	16	156	2	0	0	16	0	0	0	0
VILA PERY	-	8	42	11	8	0	0	0	0	0	0
MANOEL SÁTIRO	-	8	43	18	7	0	0	0	0	0	0
MONDUBIM	-	8	32	5	1	2	0	0	0	0	0
ESPERANÇA	-	8	34	8	5	1	0	0	0	0	0
ARACAPÉ	-	8	32	10	3	1	0	0	0	0	0
ALTO ALEGRE	-	8	0	18	0	0	0	0	0	0	0
RAQUEL DE QUEIROZ	-	8	30	13	0	1	0	0	0	0	0
VIRGÍLIO TÁVORA	-	8	32	9	4	2	0	0	0	0	0
MARACANAÚ	-	8	8	23	4	0	0	0	0	0	0
JEREISSATE	-	8	32	10	0	0	0	0	0	0	0
CARLITO BENEVIDES	-	8	22	11	12	0	0	0	0	0	0
TOTAL	5	200	818	212	132	47	43	2	2	1	3

3.5.1.4. CIRCUITO REFERÊNCIA LINHA NORDESTE POR TIPO DE MÍDIA

CIRCUITO REFERÊNCIA - LINHA NORDESTE

Figura 21: Diagrama ícones. Infraestrutura Tecnológica Circuito Referência Linha Sul.



Figura 22: Diagrama ícones. Infraestrutura Tecnológica Circuito Referência distribuídos por estações da Linha Nordeste.

3.5.1.5. CIRCUITO REFERÊNCIA LINHA NORDESTE POR QUANTIDADE MÍNIMA DE MÍDIA DIGITAL



DIGITAIS

Fonte: Dados Consultoria Íntegra Estruturações & Estratégias.

PAINÉIS DIGITAIS						
LINHA NORDESTE	MUB DIGITAL	MUB DIGITAL	MEGA PAINEL DE LED	MEGA PAINEL DE LED	BUG BANNER DE LED	MEGA PAINEL DIGITAL OUTDOOR (PASSARELAS)
	65 polegadas	65 polegadas	12,25 x 2,20 m (Indoor)	12,25 x 2,20 m (Indoor)	2,60 x 3,60 m	10,0 x 2,00 m
	Quantidade - Fase 01	Quantidade - Fase 02	Quantidade - Fase 01	Quantidade - Fase 02	Quantidade - Fase 02	Quantidade - Fase 04
PARANGABA	1	1	0	0	0	0
PAPICU	1	1	0	0	0	1
IATE	1	0	0	0	0	0
VILA UNIÃO	1	0	0	0	0	0
ANTÔNIO SALES	1	0	0	0	0	1
SÃO JOÃO TAUAPÉ	1	0	0	0	0	0
BORGES DE MELO	1	0	0	0	0	0
MONTESE	1	0	0	0	0	0
MUCURIBE	1	0	0	0	0	1
PONTES VIEIRA	1	0	0	0	0	1
EXPEDICIONÁRIOS	0	1	0	0	0	0
TOTAL	10	3	0	0	0	4

3.5.1.6. CIRCUITO REFERÊNCIA LINHA NORDESTE POR QUANTIDADE MÍNIMA DE MÍDIA ESTÁTICA



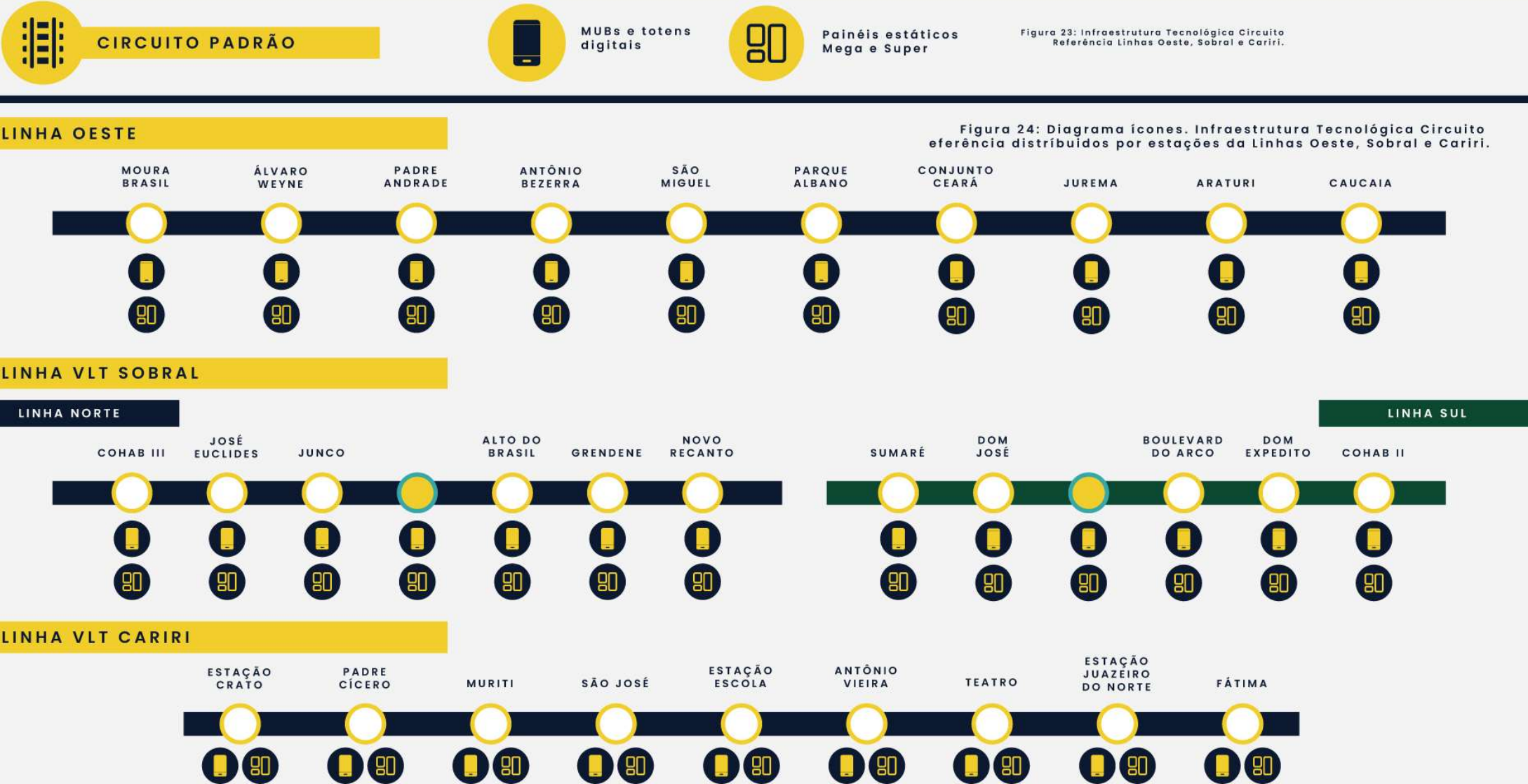
CIRCUITO REFERÊNCIA - LINHA NORDESTE

ESTÁTICOS

Fonte: Dados Consultoria Íntegra Estruturações & Estratégias.

PAINÉIS ESTÁTICOS											
LINHA NORDESTE	ENVELOPAMENTO TREM	CATRAÇAS	ADESIVAÇÃO PAINEL ESCADA	ADESIVAÇÃO PAINEL MEGA	ADESIVAÇÃO PAINEL SUPER	ADESIVAÇÃO PAINEL CLÁSSICO	ADESIVAÇÃO PAINEL GRADIL	PAINEL PAREDE FRONTAL ESCADAS PLATAFORMA	PAINEL PAREDE FUNDO PLATAFORMA	PAINEL PAREDE ENTRADA ÁREA EXTERNA DA ESTAÇÃO	MEGA PAINEL DE VIA (O PAR)
	ADESIVAÇÃO	ADESIVAÇÃO	0,40 x 0,60 m	1,00 x 1,50 m	2,00 x 1,00 m	0,80 x 1,20 m	2,00 x 0,80 m	4,40 x 2,67 m	3,00 x 3,80 m	6,00 x 2,00 m	12,00 x 2,00 m
	Quantidade	Quantidade	Quantidade	Quantidade	Quantidade	Quantidade	Quantidade	Quantidade	Quantidade	Quantidade	Quantidade
PARANGABA	-	4	32	3	0	2	0	0	0	0	0
PAPICU	-	4	0	0	0	7	7	0	0	0	0
IATE	-	4	0	0	0	2	2	0	0	0	0
VILA UNIÃO	-	4	0	0	0	2	2	0	0	0	0
ANTÔNIO SALES	-	4	0	0	0	2	2	0	0	0	0
SÃO JOÃO TAUAPÉ	-	4	0	0	0	2	2	0	0	0	0
BORGES DE MELO	-	4	0	0	0	2	2	0	0	0	0
MONTESE	-	4	0	0	0	1	1	0	0	0	0
MUCURIPE	-	5	0	2	4	2	2	0	0	0	0
PONTES VIEIRA	-	4	0	0	0	2	2	0	0	0	0
EXPEDICIONÁRIOS	-	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	2	45	32	5	4	24	22	0	0	0	0

3.5.1.7. CIRCUITO PADRÃO LINHAS OESTE, SOBRAL E CARIRI POR TIPO DE MÍDIA



3.5.1.8. CIRCUITO PADRÃO LINHA OESTE POR QUANTIDADE MÍNIMA DE MÍDIA DIGITAL



DIGITAIS

Fonte: Dados Consultoria Íntegra Estruturações & Estratégias.

PAINÉIS DIGITAIS						
LINHA OESTE	MUB DIGITAL	MUB DIGITAL	MEGA PAINEL DE LED	MEGA PAINEL DE LED	BUG BANNER DE LED	MEGA PAINEL DIGITAL OUTDOOR (PASSARELAS)
	65 polegadas	65 polegadas	12,25 x 2,20 m (Indoor)	12,25 x 2,20 m (Indoor)	2,60 x 3,60 m	10,0 x 2,00 m
	Quantidade - Fase 01	Quantidade - Fase 03	Quantidade - Fase 01	Quantidade - Fase 02	Quantidade - Fase 02	Quantidade - Fase 04
MOURA BRASIL	0	1	0	0	0	0
ÁLVARO WEYNE	0	1	0	0	0	0
PADRE ANDRADE	0	1	0	0	0	0
ANTÔNIO BEZERRA	0	1	0	0	0	0
SÃO MIGUEL	0	1	0	0	0	0
PARQUE ALBANO	0	1	0	0	0	0
CONJUNTO CEARÁ	0	1	0	0	0	0
JUREMA	0	1	0	0	0	0
ARATURI	0	1	0	0	0	0
CAUCAIA	0	1	0	0	0	0
TOTAL	0	10	0	0	0	0

3.5.1.9. CIRCUITO PADRÃO VLT SOBRAL POR QUANTIDADE MÍNIMA DE MÍDIA DIGITAL



DIGITAIS

Fonte: Dados Consultoria Íntegra Estruturações & Estratégias.

PAINÉIS DIGITAIS							
LINHA SOBRAL	MUB DIGITAL	MUB DIGITAL	MEGA PAINEL DE LED	MEGA PAINEL DE LED	BUG BANNER DE LED	MEGA PAINEL DIGITAL OUTDOOR (PASSARELAS)	PAINEL JANELA
	65 polegadas	65 polegadas	12,25 x 2,20 m (Indoor)	12,25 x 2,20 m (Indoor)	2,60 x 3,60 m	10,0 x 2,00 m	1,22 x 0,35 m
	Quantidade - Fase 01	Quantidade - Fase 03	Quantidade - Fase 01	Quantidade - Fase 02	Quantidade - Fase 02	Quantidade - Fase 04	Quantidade
ALTO DA BRASÍLIA	0	1	0	0	0	0	12
BOULEVARD DO ARCO	0	1	0	0	0	0	8
COHAB II	0	1	0	0	0	0	12
COHAB III	0	1	0	0	0	0	12
DOM EXPEDITO	0	1	0	0	0	0	12
GRENDENE	0	1	0	0	0	0	12
JOSÉ EUCLIDES	0	1	0	0	0	0	4
JUNCO	0	1	0	0	0	0	12
NOVO RECANTO	0	1	0	0	0	0	12
SUMARÉ	0	1	0	0	0	0	12
CORAÇÃO DE JESUS	0	1	0	0	0	0	12
DOM JOSÉ	0	1	0	0	0	0	12
TOTAL	0	12	0	0	0	0	132

3.5.1.10. CIRCUITO PADRÃO VLT CARIRI POR QUANTIDADE MÍNIMA DE MÍDIA DIGITAL



CIRCUITO PADRÃO - VLT CARIRI

DIGITAIS

Fonte: Dados Consultoria Íntegra Estruturações & Estratégias.

PAINÉIS DIGITAIS						
LINHA CARIRI	MUB DIGITAL	MUB DIGITAL	MEGA PAINEL DE LED	MEGA PAINEL DE LED	BUG BANNER DE LED	MEGA PAINEL DIGITAL OUTDOOR (PASSARELAS)
	65 polegadas	65 polegadas	12,25 x 2,20 m (Indoor)	12,25 x 2,20 m (Indoor)	2,60 x 3,60 m	10,0 x 2,00 m
	Quantidade - Fase 01	Quantidade - Fase 03	Quantidade - Fase 01	Quantidade - Fase 02	Quantidade - Fase 02	Quantidade - Fase 04
CRATO	0	1	0	0	0	0
PADRE CÍCERO	0	1	0	0	0	0
MURITI	0	1	0	0	0	0
SÃO JOSÉ	0	1	0	0	0	0
ESCOLA	0	1	0	0	0	0
ANTÔNIO VIEIRA	0	1	0	0	0	0
TEATRO	0	1	0	0	0	0
JUAZEIRO DO NORTE	0	1	0	0	0	0
FÁTIMA	0	1	0	0	0	0
TOTAL	0	9	0	0	0	0



Imagens 43, 44, 45, 46 e 47: Operação do METROFOR em diversas estações.

PLANO ESTRATÉGICO
DE MÍDIAS METROFOR

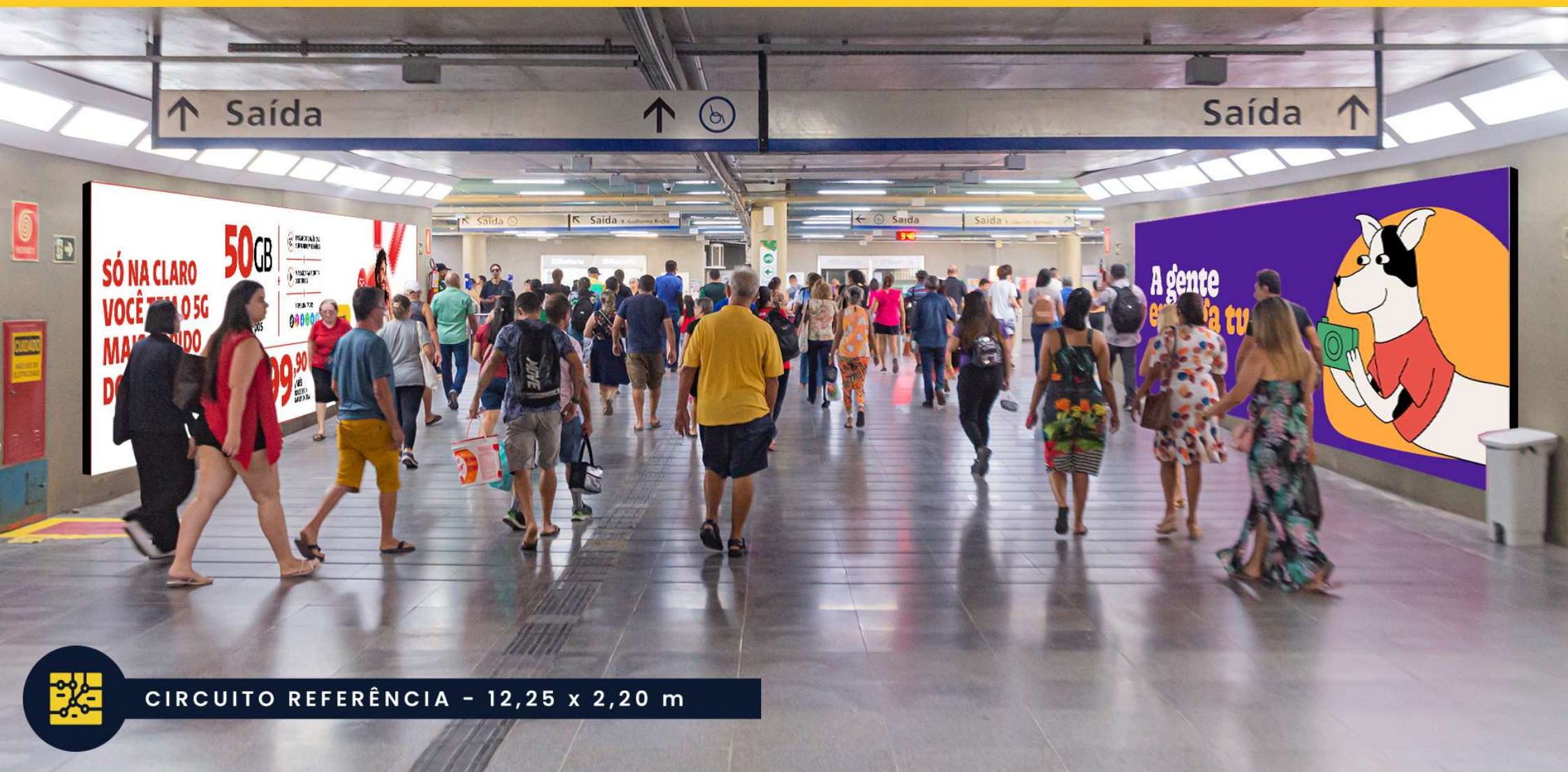
MODELOS DE APLICAÇÕES POR TIPO DE MÍDIA



METROFOR



MEGA PAINEL DE LED



CIRCUITO REFERÊNCIA - 12,25 x 2,20 m

MEGA PAINEL DE LED



CIRCUITO REFERÊNCIA - 12,25 x 2,20 m

**SÓ NA CLARO
VOCÊ TEM O 5G
MAIS RÁPIDO
DO BRASIL.**

50GB

25GB + 25GB
PLANO VÍDEOS

Claró-pós



PASSAPORTE AMÉRICAS:
SEU PLANO EM 19 PAÍSES



MAIS GIGA PARA CURTIR
CONTEÚDOS

APPS ILIMITADOS:



POR
APENAS
R\$

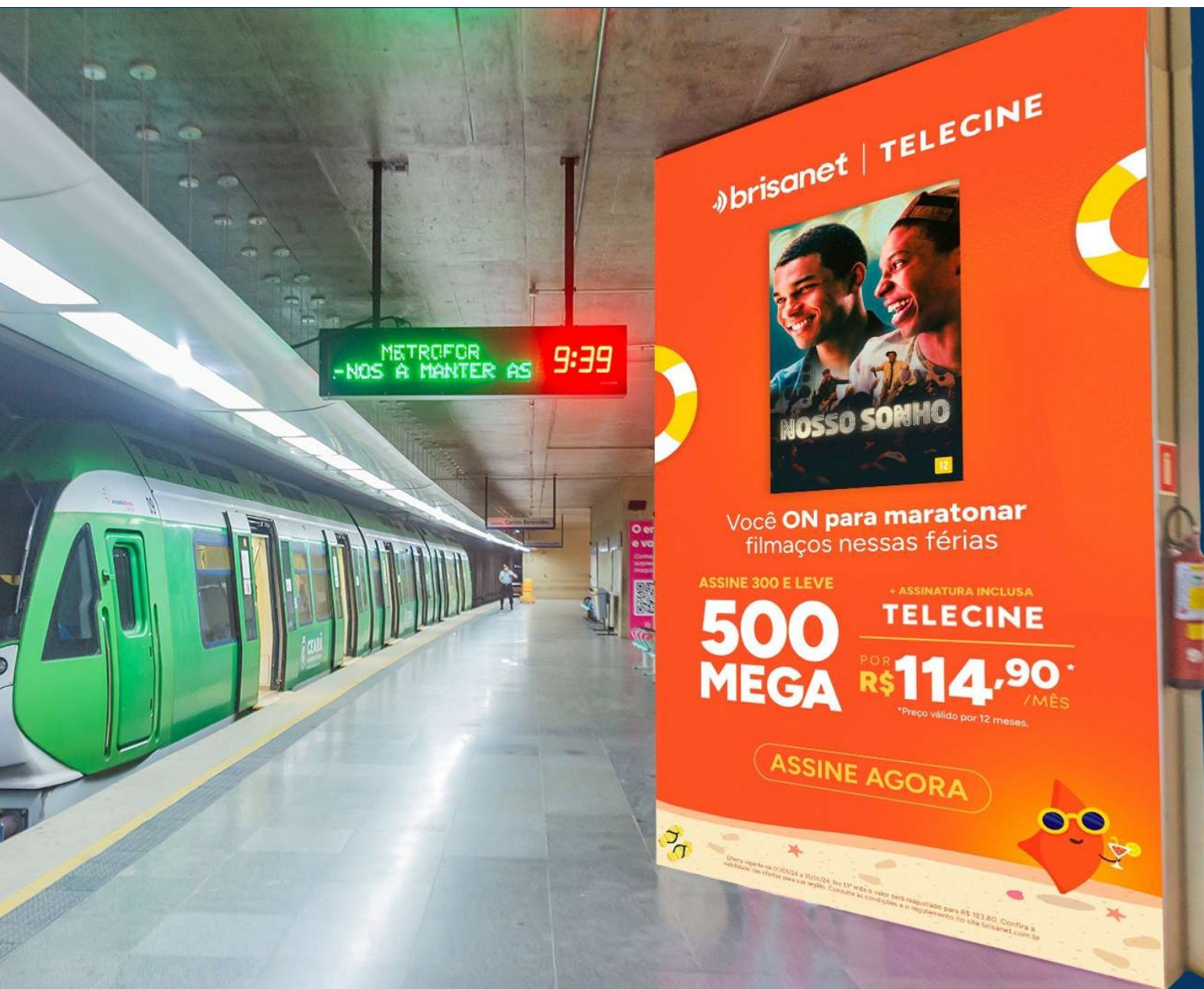
99,90
/MÊS
NO DÉBITO +
FATURA DIGITAL

Contrate

5G+



ODIA
SPEEDTEST

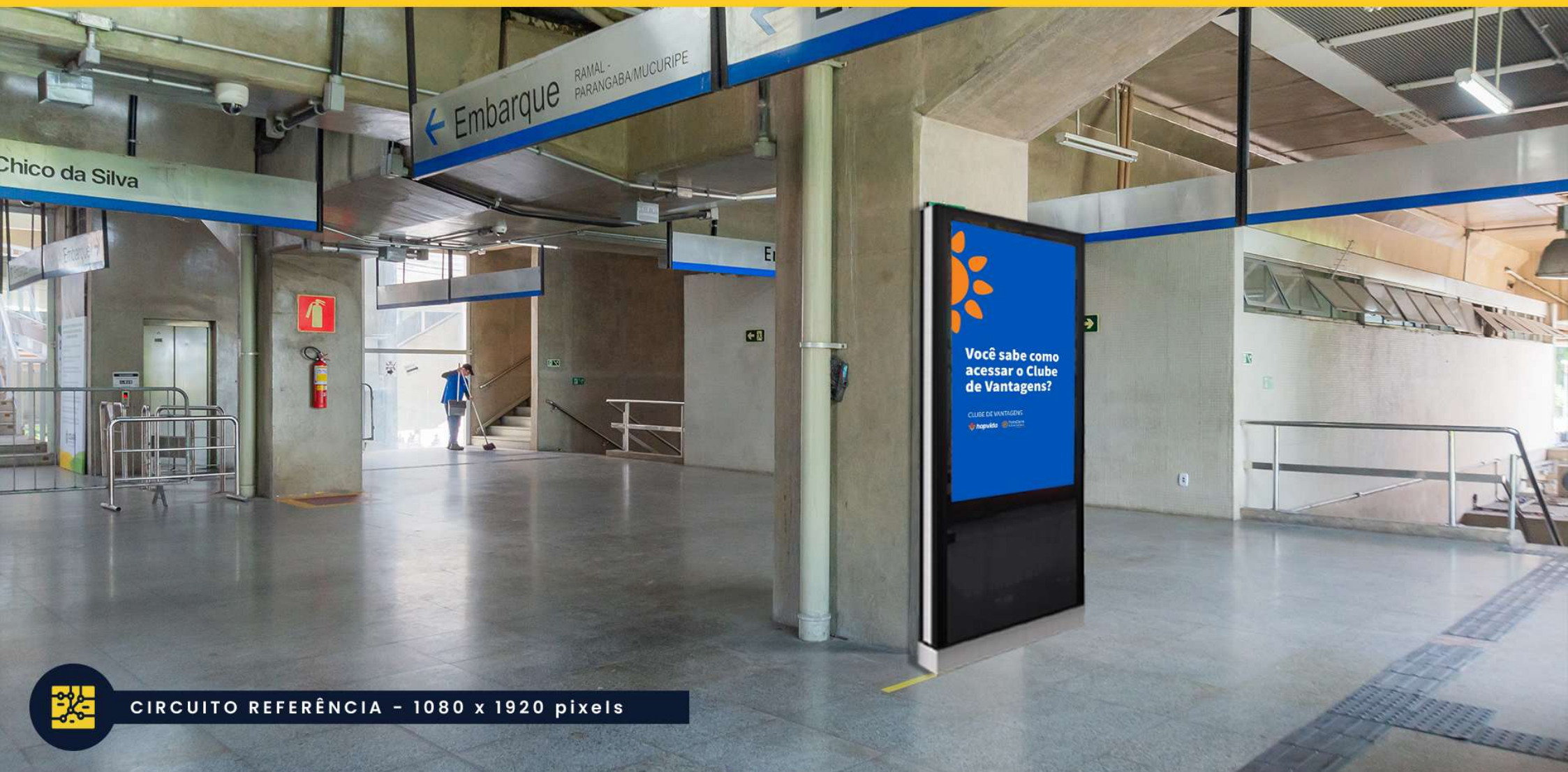


BIG BANNER DIGITAL EM LED



CIRCUITO REFERÊNCIA - 2,60 x 3,60 m

MUB TOTEM DIGITAL – MONOFACE



CIRCUITO REFERÊNCIA - 1080 x 1920 pixels

MUB DIGITAL - 65" HORIZONTAL



← Embarque



Embarque →



CIRCUITO REFERÊNCIA

MUB DIGITAL - 65" VERTICAL



MUB DIGITAL – 65" VERTICAL



CIRCUITO REFERÊNCIA



CIRCUITO PADRÃO

MUB TOTEM DIGITAL – VERTICAL



CIRCUITO REFERÊNCIA - 1080 x 1920 pixels

MUBS DIGITAIS – 65"

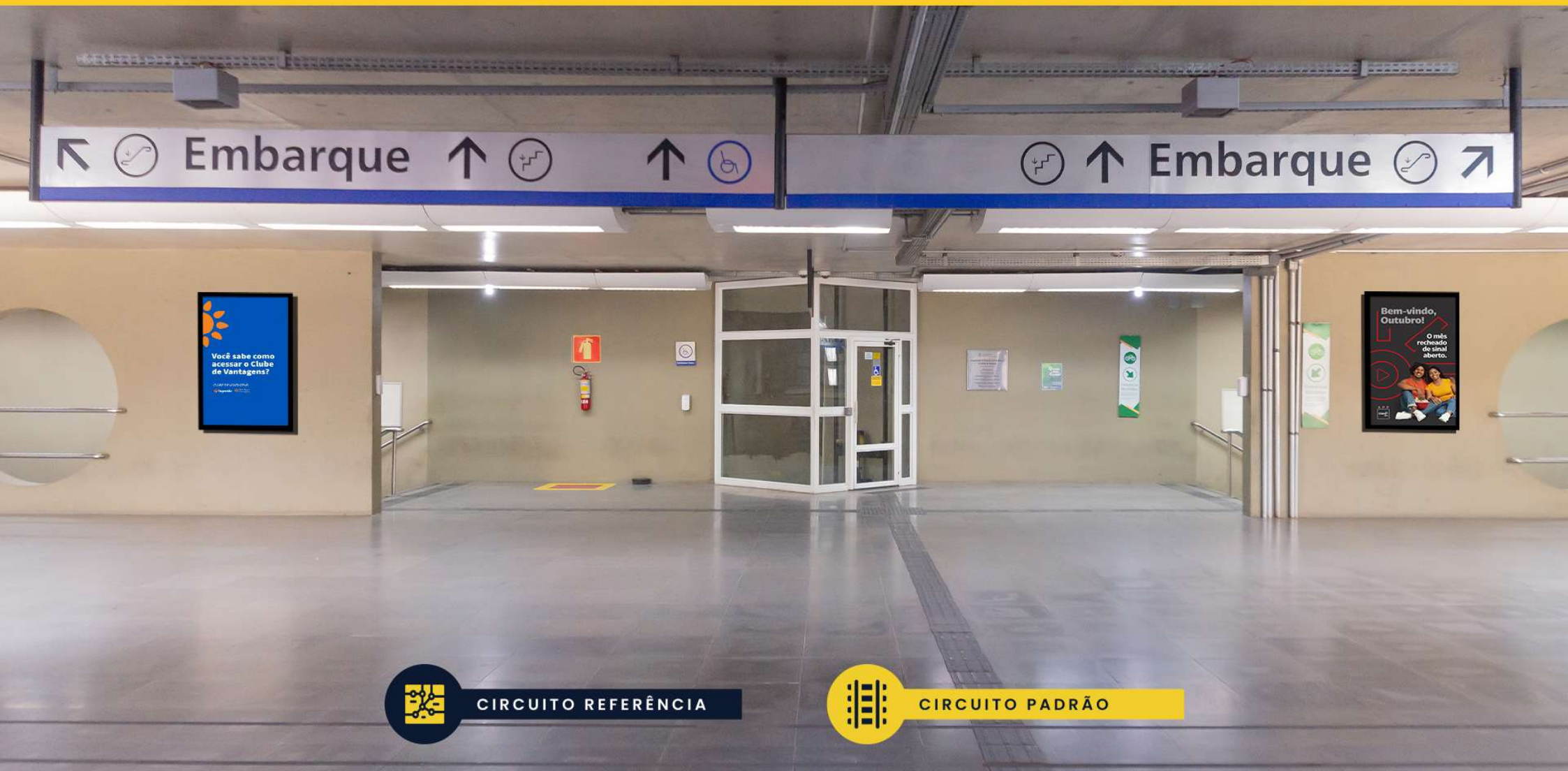


CIRCUITO REFERÊNCIA



CIRCUITO PADRÃO

MONITORES VERTICAIS



CIRCUITO REFERÊNCIA



CIRCUITO PADRÃO

ADESIVAÇÃO CATRACA



CIRCUITO REFERÊNCIA



CIRCUITO REFERÊNCIA



**PAINEL
SUPER**

**MEGA PAINEL
DE LED**

**MONITORES
VERTICAIS**

**PAINEL
SUPER**

CATRACAS



CIRCUITO REFERÊNCIA

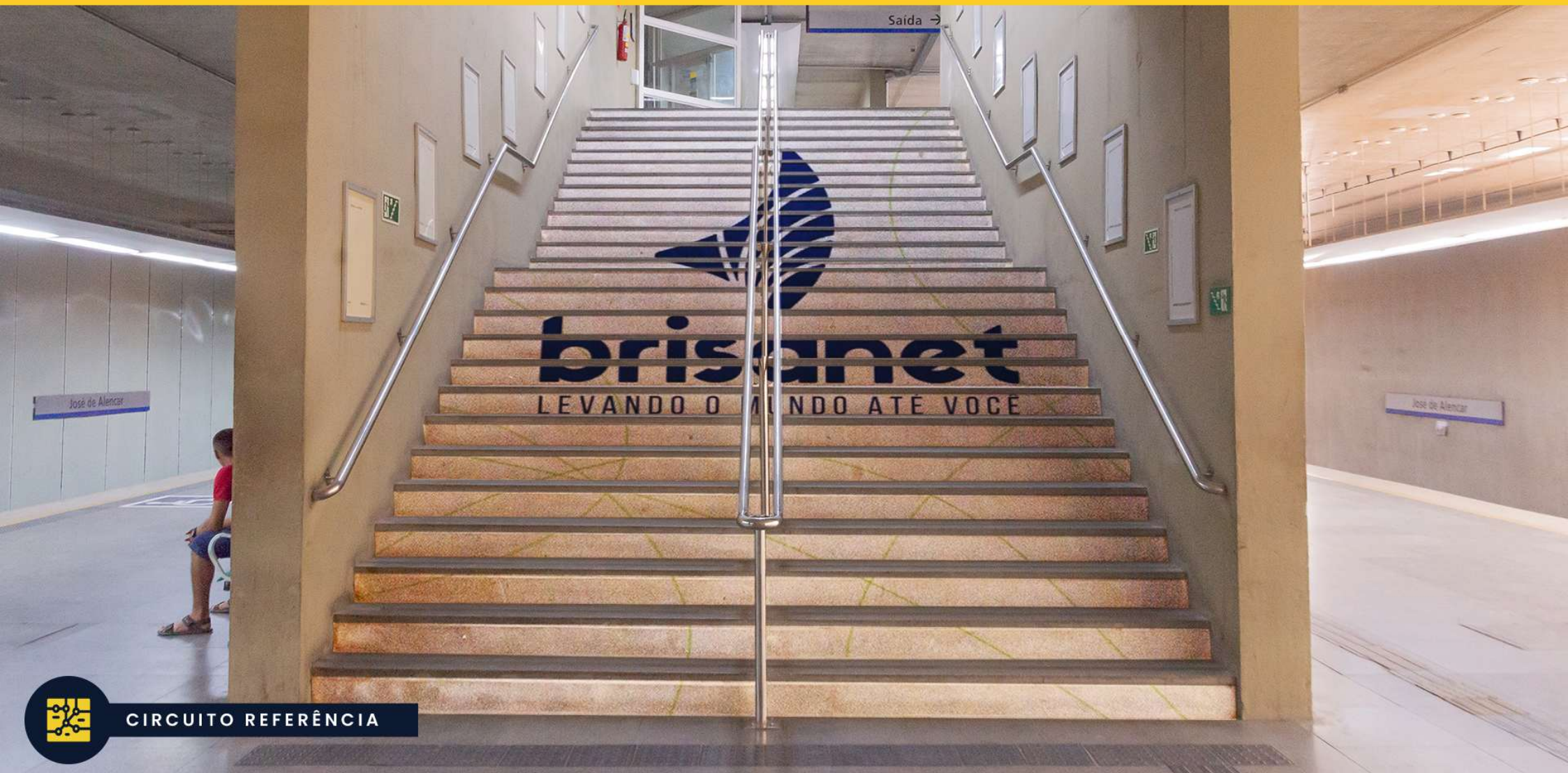
ADESIVAÇÃO ESCADAS ROLANTES



CIRCUITO REFERÊNCIA



ADESIVAÇÃO ESCADAS



CIRCUITO REFERÊNCIA

**PAINÉIS
ESCADA**

Saída →

brisonet
LEVANDO O MUNDO ATE VOCE

**ADESIVAÇÃO
ESCADAS**



CIRCUITO REFERÊNCIA

PAINÉIS ESCADAS



PAINÉIS ESCADAS



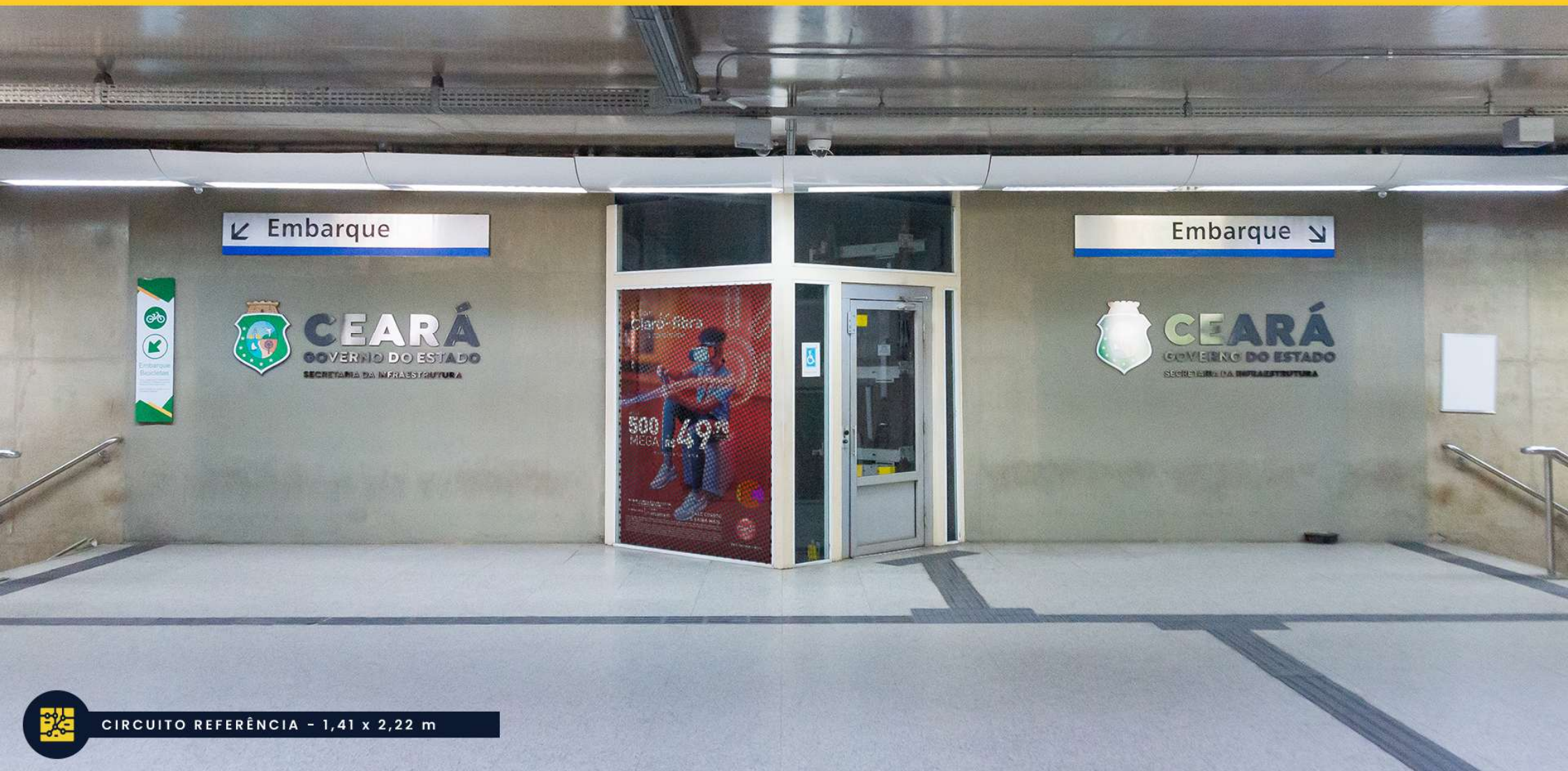
CIRCUITO REFERÊNCIA - 0,40 x 0,60 m

PAINÉIS ESCADAS



CIRCUITO REFERÊNCIA - 0,40 x 0,60 m

ADESIVAÇÃO PERFURADO PREMIUM



CIRCUITO REFERÊNCIA - 1,41 x 2,22 m

PAINEL DE VIA – PAREDE INTERNA DO TÚNEL

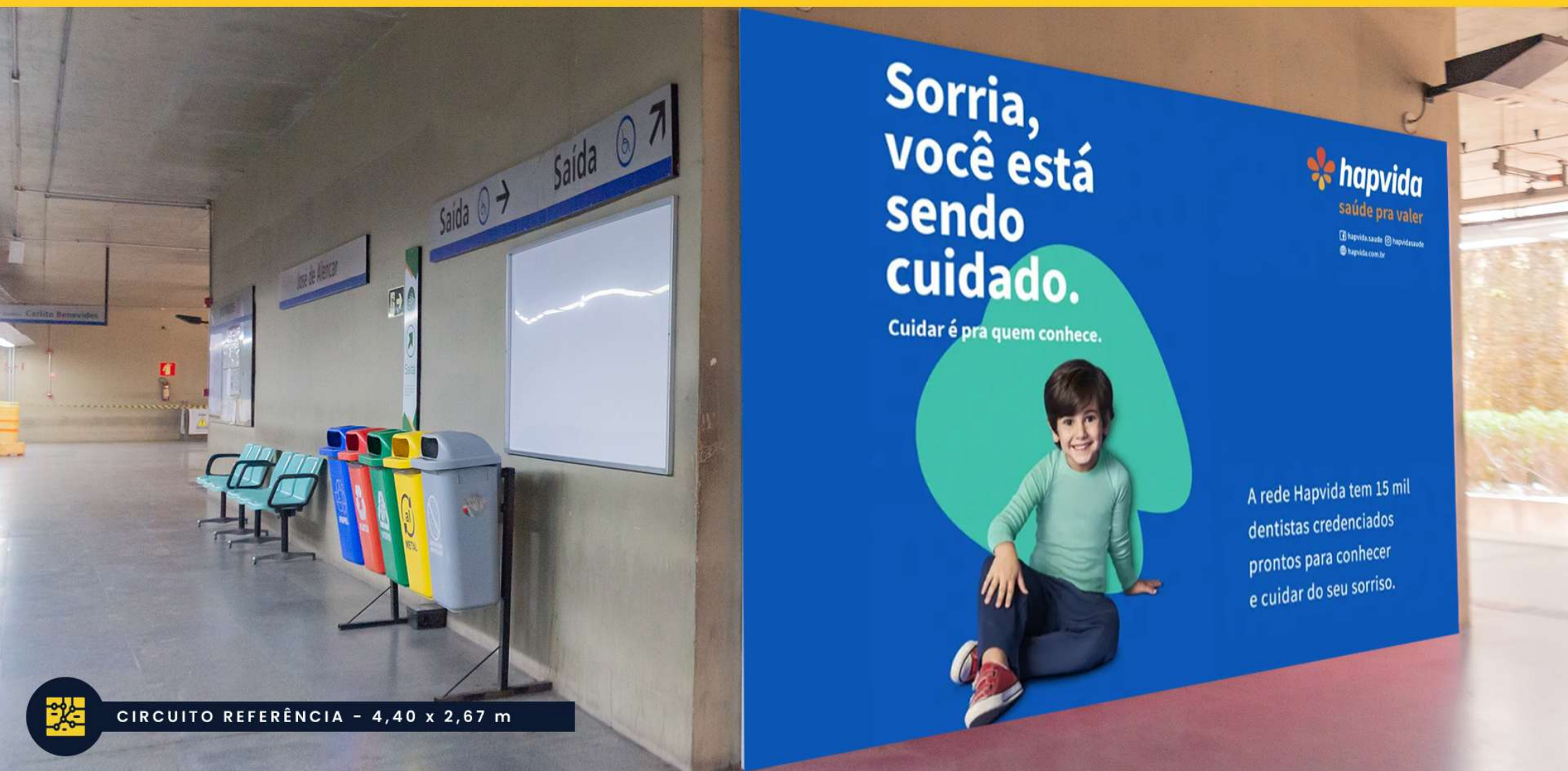


CIRCUITO REFERÊNCIA - 12,00 x 2,00 m

PAINEL – FUNDO DE PLATAFORMA



PAINEL – EM FRENTE AS ESCADAS

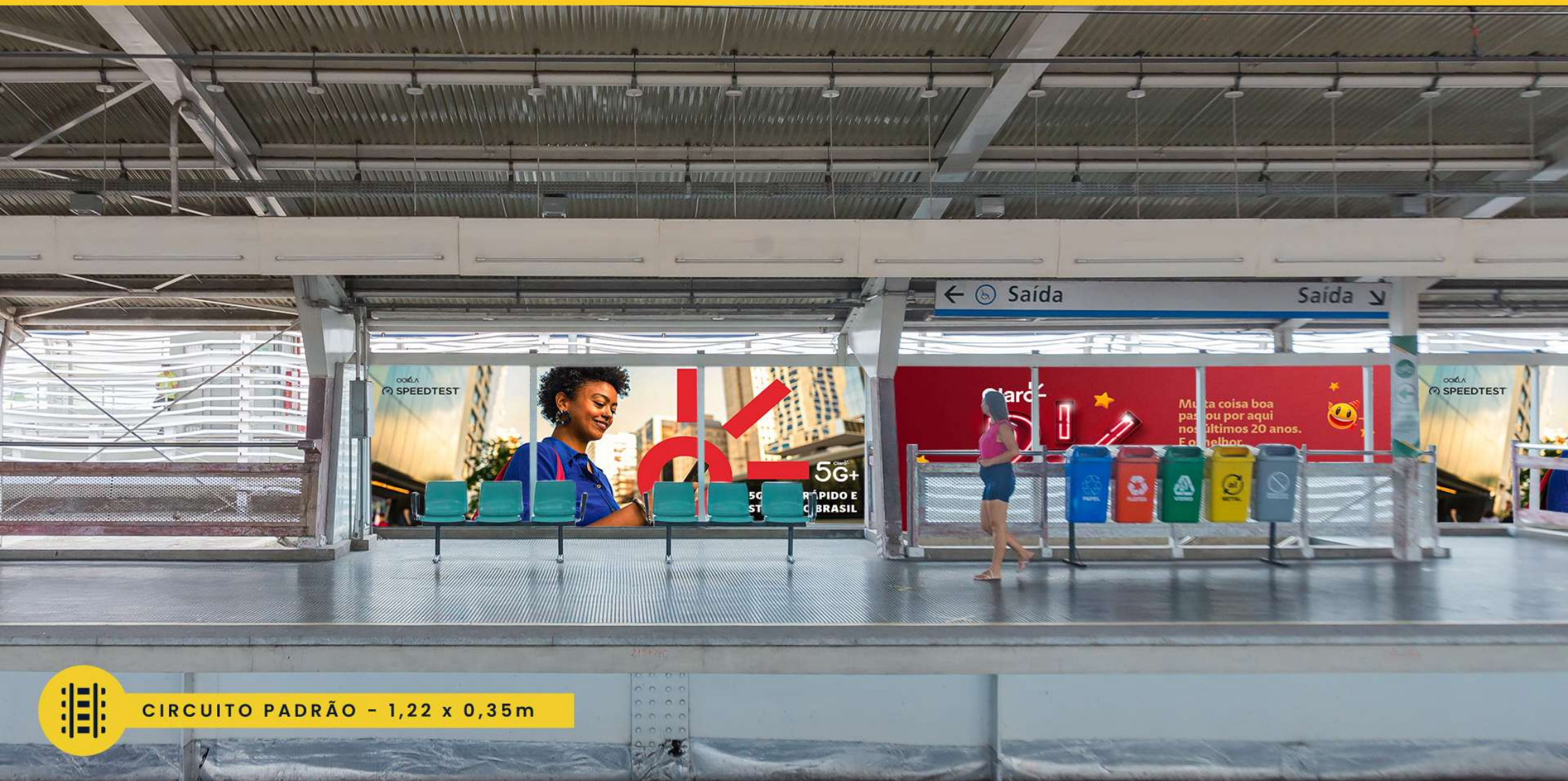


MEGA PAINEL ESTÁTICO



CIRCUITO REFERÊNCIA - 12,00 x 2,00 m

ADESIVAÇÃO JANELAS DE VIDRO

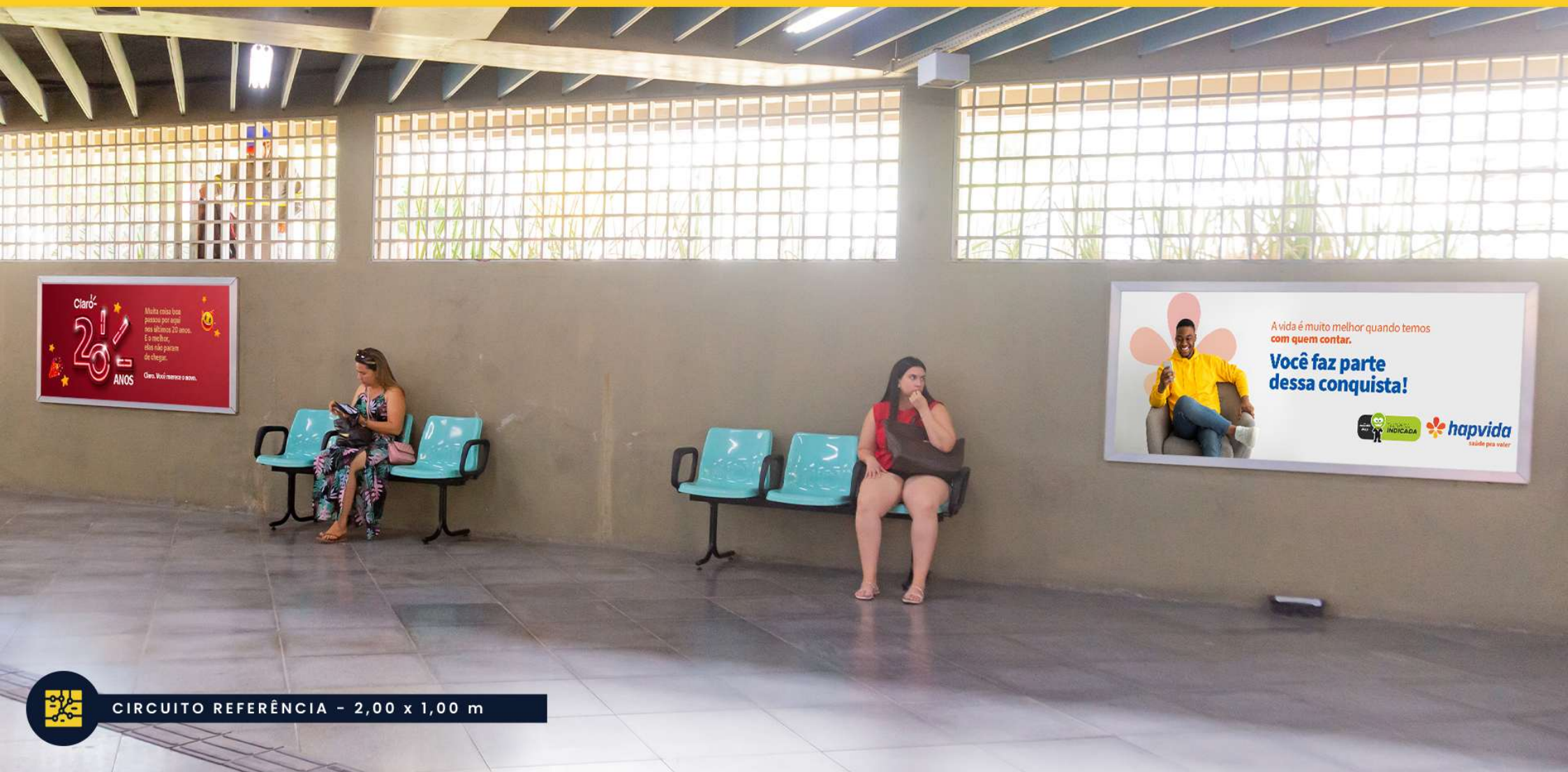


PAINEL SUPER



CIRCUITO REFERÊNCIA - 2,00 x 1,00 m

PAINEL SUPER

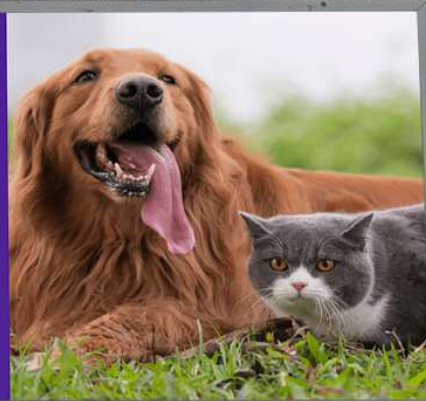


CIRCUITO REFERÊNCIA - 2,00 x 1,00 m

PAINEL GRADIL HORIZONTAL

Gerar impacto positivo é a nossa pegada

Pet e love são palavras que nasceram pra viver juntas. É por isso que a gente acredita em transformar o mundo em um lugar onde todos os pets possam ser mais felizes e saudáveis e os profissionais e empreendedores do segmento tenham mais oportunidades.



CIRCUITO REFERÊNCIA - 2,00 x 0,80 m

PAINEL
EM FRENTE AS ESCADAS



**PAINEL
SUPER**



Saída →



CIRCUITO REFERÊNCIA - 2,00 x 0,80 m

PAINEL MEGA ESTÁTICO



CIRCUITO REFERÊNCIA - 2,00 x 0,80 m

PLACA HORIZONTAL – ENTRADA ÁREA EXTERNA



CIRCUITO REFERÊNCIA - 6,00 x 2,00 m

3.7. PRAZOS MÁXIMOS DE IMPLANTAÇÃO POR TIPO DE MÍDIA

O plano de modernização estrutural da rede de veiculação de mídias do METROFOR será implementado em 02 (duas) fases. Na fase 01 serão realizados investimentos prioritários nas linhas Sul e Nordeste, consideradas as de maior fluxo de pessoas. Na fase 02, a conclusão dos investimentos nas linhas Sul e Nordeste será alcançada e dar-se-á início aos investimentos nas linhas Oeste, Sobral e Cariri.

A Fase 01 começa no 1º (primeiro) mês de concessão até o 12º (décimo segundo) mês, após a assinatura do contrato do METROFOR com o concessionário. Já a fase 02, começará no 13º (décimo terceiro) mês de concessão até o 24º (vigésimo quarto) mês após a assinatura do contrato. Cada fase terá um prazo máximo de duração, podendo ser concluída antes a critério do concessionário.

A figura abaixo demonstra a distribuição obrigatória mínima por tipo de mídia nas estações das 05 (cinco) linhas objetos do contrato de concessão:

FASES E PRAZOS DE IMPLANTAÇÃO DISTRÍBUÍDOS POR LINHAS		
FASES	PRAZO	QUANTIDADE
FASE 1	Prazo Máximo de 12 meses	Linha SUL - 40 telas, 01 Mega Painel Linha NORDESTE - 10 telas Linha SUL e NORDESTE - 100% das Mídias Estáticas
FASE 2	Prazo Máximo de 24 meses	Linha SUL - 22 telas, 01 Mega Painel e 02 Big Banner Linha NORDESTE - 03 telas Linha OESTE - 10 telas Linha SOBRAL - 12 telas Linha CARIRI - 09 telas

Fonte: Dados Consultoria Íntegra Estruturações & Estratégias.

IMPORTANTE

3.7.1. Poderão ser solicitados pela Concessionária, desde que prévia e expressamente autorizado pelo METROFOR:

- a) Novos produtos a serem instalados;
- b) No caso de exploração publicitária dos mapas de rede, desde que expressa e previamente autorizado pelo METROFOR, poderá haver a substituição deles por versões digitais e interativas;
- c) A expansão de infraestrutura, dentro da área de concessão sob gestão operacional e comercial do METROFOR, está sujeita a acréscimo de remuneração a ser recebida pelo METROFOR, previamente acordada entre as partes, em uma revisão do Plano de Negócios.

3.7.2. Vedação:
Excluem-se desta contratação as áreas, equipamentos e produtos abaixo descritos:

- a) Os espaços existentes nas estações e trens, destinados às informações de sinalização operacionais;
- b) Áreas utilizadas nas estações para lojas e serviços.

3.8. ENCARGOS DE INFRAESTRUTURA DE IMPLANTAÇÃO POR TIPO DE MÍDIA

3.8.1. SINALIZAÇÃO EXTERNA ESTAÇÕES

Fica a Concessionária autorizada a explorar publicitariamente, dentro das ações comerciais de Naming Rights, Totens de Sinalização Externa que, futuramente, venham a ser instalados, por ela ou pelo Poder Concedente, nas 62 (sessenta e duas) estações das 05 (cinco) linhas do METROFOR. Caso a implantação ocorra, será atribuição da Concessionária garantir a manutenção corretiva ou preventiva dos Totens de Sinalização Externa, seguindo os tópicos relacionados abaixo:

- A) Proceder à rápida reparação/resolução de todas as deficiências, avarias, acidentes e incidentes dos Totens de Sinalização Externa, que venham a ser instalados, possam sofrer por falhas técnicas;
- B) No caso de ocorrência de danos, causados por terceiros, nos Totens de Sinalização Externa, que venham a ser instalados em áreas afetas ao METROFOR, a Concessionária deverá, por seu custeio e investimento, proceder à sua reparação, tomando de imediato as medidas necessárias à contenção e mitigação de danos.

NAMING RIGHTS



Figura 25: Simulação Totem Identificador de Estação Naming Rights.

3.9. ENCARGOS AMBIENTAIS DE IMPLANTAÇÃO POR TIPO DE MÍDIA

3.9.1. URBANISMO VERDE

Como uma contrapartida Ambiental, dentro do projeto de aperfeiçoamento do Plano Estratégico de Mídia, será atribuição da Concessionária executar ações obrigatórias, seguindo os tópicos relacionados abaixo:

1. Gerir, operar e manter os jardins e paisagismo existentes em todas as estações do METROFOR que fazem parte do contrato de concessão;
2. Em comum acordo com o METROFOR, elaborar projetos executivos e instalar jardins verticais e/ou horizontais nas estações do METROFOR com fluxo acima de 300 mil passageiros por ano;
3. Em comum acordo com o METROFOR, elaborar projetos executivos, instalar e manter eco estações de tratamento de resíduos sólidos em áreas do entorno das estações da Linha Oeste;



Imagem 48: Jardim externo Estação Chico da Silva, Linha Sul METROFOR

Imagem 50: Fachada verde instalações Parque Madureira, Rio de Janeiro (RJ)



Imagem 49: Jardim interno Estação Chico da Silva, Linha Sul METROFOR



Imagem 51: Paisagismo externo Estação Clínicas, Metrô de São Paulo (SP)

3.10. ENCARGOS SOCIAIS DE IMPLANTAÇÃO POR TIPO DE MÍDIA

3.10.1. CAPACITAÇÕES E TREINAMENTOS PARA COMUNIDADES DO ENTORNO DAS ESTAÇÕES

Como uma contrapartida Social, dentro do projeto de aperfeiçoamento do Plano Estratégico de Mídia, a Concessionária será obrigada a implantar um Programa de Capacitação para microempreendedores e/ou grupos sociais que necessitem de treinamento para potencializar oportunidades de incremento de renda em, ao menos, 10 (dez) comunidades localizadas no entorno de estações a serem definidas em conjunto com o METROFOR.

A definição dos beneficiários dos treinamentos para geração de renda deverá seguir os seguintes critérios:

1. Realização de pesquisa socioeconômica, custeada pela Concessionária, para mapeamento das vocações e oportunidades de geração de renda;
2. Promoção de Rodas de Escutas estruturadas para identificar necessidades de aperfeiçoamento profissional ou potencialização de vocação econômica local dos moradores das zonas mapeadas;
3. Seleção de cursos e estabelecimento de cronograma da capacitação que serão definidos a partir de decisões de um comitê formado pela área de responsabilidade social do METROFOR, Concessionária, além de associações de bairros formalizadas e/ou entidades representativas dos moradores.



Imagem 52: Capacitação profissional promovida pelo METROFOR em bairro de Fortaleza(CE).

3.11. ENCARGOS OPERACIONAIS DE IMPLANTAÇÃO POR TIPO DE MÍDIA

3.11.1. MODERNIZAÇÃO DO APLICATIVO DE INFORMAÇÕES AO USUÁRIO

Como uma contrapartida Operacional, dentro do projeto de aperfeiçoamento do Plano Estratégico de Mídia, será obrigação da Concessionária apresentar, em 90 dias após a assinatura do contrato, um plano para modernização do aplicativo de serviços de informações ao passageiro do METROFOR seguindo os tópicos relacionados abaixo:

1. Elaborar Plano de Modernização do APP METROFOR que contenha, no mínimo, disponibilização de mapas digitais com informações em tempo real sobre a rede metroviária e entorno das estações;
2. Programar APP para o envio massivo de mensagens de utilidade pública aos usuários;
3. Disponibilizar informações sobre serviços públicos de saúde, segurança e educação das áreas dos entornos das estações;
4. Fornecer dados turísticos e eventos culturais das Regiões Metropolitanas atendidas pelo METROFOR;
5. Possibilite a veiculação de conteúdo publicitário.



Figuras 26, 27 e 28: Reproduções das telas com funcionalidades dos aplicativos dos metros de Madrid e Paris.



Imagem 53: Centro de Operações METROFOR – Fortaleza(CE).



PLANO ESTRATÉGICO
DE MÍDIAS METROFOR

DIRETRIZES DE OPERAÇÃO E MANUTENÇÃO DO PROJETO



METROFOR



4. DIRETRIZES DE OPERAÇÃO E MANUTENÇÃO DO PROJETO

A Concessionária será responsável pela infraestrutura necessária de suporte à manutenção, revisão ou modernização dos espaços destinados à exploração publicitária, com projetos apresentados e executados dentro dos padrões de infraestrutura estabelecidas pelo METROFOR. Onde não houver estrutura própria para veiculação das campanhas publicitárias, a Concessionária deverá aplicar uma proteção às paredes para garantir o padrão estético do ambiente entre a instalação de uma campanha publicitária e outra. A Concessionária deverá respeitar as regras de manutenção e segurança patrimonial do METROFOR, a serem detalhadas nos documentos editalícios deste projeto, além das legislações federais, estaduais e municipais vigentes em relação à segurança de instalação estruturais, normas técnicas, instalações elétricas e de materiais, combate à incêndio e determinações das leis municipais no tocante a ocupação do espaço urbano e autorizações para exibição e veiculação de publicidade e propaganda. A exploração comercial de bens ou atividades que infrinjam a legislação vigente ou que atentem contra a moral e os bons costumes, bem como aquelas de cunho religioso ou político partidário e ainda, aquelas que possam prejudicar o desenvolvimento operacional do sistema metroviário ou a veiculação de propaganda objeto de restrição por parte do Conselho Nacional de Auto-regulamentação Publicitária – CONAR.

4.1. DIRETRIZES DE DIVULGAÇÃO, OPERAÇÃO E MANUTENÇÃO DA MÍDIA COMERCIAL ESTÁTICA

O METROFOR irá disponibilizar os espaços e infraestruturas das 62 estações, plataformas, túneis, catracas, elevadores e trens para a exploração de mídia publicitária estática, por parte da Concessionária, estabelecendo as seguintes diretrizes mínimas:

- A) Modernizar o inventário de mídias estáticas seguindo as práticas mais atuais do setor de Mídia Fora de Casa (Out Of Home - OOH), com implementação mínima de formatos e quantidades descritas no subitem 3.4.2. deste DIAGNÓSTICO TÉCNICO-OPERACIONAL;
- B) Instalar os suportes físicos das mídias de maneira a atender a estratégia de distribuição por Circuito Referência e Circuito Padrão, conforme descrito no item 3.5 e seus subitens 3.5.1., 3.5.1.2, 3.5.1.2.2, 3.5.1.2.3., 3.5.1.2.3.5., 3.5.1.2.3.6. e 3.5.1.2.3.8. deste DIAGNÓSTICO TÉCNICO-OPERACIONAL.
- C) A Concessionária é responsável pelas operações de colocação, remoção e reparação de publicidade estática em qualquer espaço da rede de operação do METROFOR;
- D) Para análise e aprovação da instalação das infraestruturas necessárias para exploração dos espaços publicitários de mídia estática deverão ser apresentados:

- 1. Demarcação do espaço de instalação de infraestrutura a ser implantada ou analisada, de acordo com os projetos técnicos, documentos complementares e plantas das medidas de segurança contra incêndio, aprovados no Corpo de Bombeiros;
- 2. Projetos executivos e posteriores revisões, quando necessário, do espaço de instalação de infraestrutura para veiculação de mídias publicitárias para análise e liberação por parte do METROFOR;
- 3. A depender da complexidade da implantação, pode ser exigida a Análise Preliminar de Risco (APR);
- 4. Todos os projetos de instalação de infraestrutura deverão estar em conformidade com as normas da ABNT e legislações vigentes;
- 5. Após a aprovação dos projetos de infraestrutura, a Concessionária deverá comunicar por escrito ao METROFOR a intenção de efetivar a implantação da rede de estruturas para veiculação de mídias publicitárias estáticas, informando o prazo necessário para conclusão da atividade;

6. Para determinação do prazo de conclusão da implantação, deverão ser observadas as restrições de horário, estabelecidas pelo METROFOR.

7. Cabe à Concessionária zelar pela saúde e segurança dos profissionais envolvidos no processo de execução, respeitando-se às normas regulamentadoras do Ministério do Trabalho, normas de saúde e segurança do METROFOR, normas da ABNT e demais legislações vigentes;

8. A Concessionária deverá garantir a utilização por seus colaboradores, representantes e terceiros, de Equipamentos de Proteção Individuais e Coletivos (EPIs e EPCs) que sejam necessários à execução da atividade de implantação, operação, manutenção e retirada dos equipamentos necessários para o funcionamento da rede de veiculação de mídias publicitárias;

9. Caso as atividades de instalação e operação de mídia estática passem a representar risco à saúde e/ou segurança de passageiros, empregados da concessionária e/ou empregados do METROFOR, deverão ser imediatamente suspensas até que a situação de risco seja mitigada;

10. Após confirmação da programação da atividade de instalação de equipamentos, deverá ser encaminhado, por e-mail, formulário preenchido com os dados dos profissionais que a realizarão, junto a cópias digitalizadas dos certificados de treinamento nas Normas Regulamentadoras – NR de segurança do trabalho pertinentes, dentro do prazo de vigência legal.



Figuras 29: Simulação Aplicação Painel Mega Estático em estação do METROFOR.

4.1.1. MATERIAL APLICADO AOS PROJETOS COMERCIAIS ESPECIAIS NOS TRENS E VLTS

A Concessionária deverá submeter à aprovação do METROFOR campanhas em formatos especiais para o envelopamento integral interno e externo de trens, sejam TUEs ou VLTS. Deverá ser fornecido com antecedência o detalhamento da proposta, descrição de materiais bem como, se autorizado, o layout final pretendido. As campanhas deverão priorizar a segurança e bem estar dos usuários, além da plena fluidez de público nas estações e trens. Layouts considerados abusivos sobre os aspectos mencionados estão sujeitos à veto pela METROFOR que terá o prazo de 5 (cinco) dias úteis para aprovação da proposta e 3 (três) dias úteis para aprovação do layout final. Todas as campanhas publicitárias referentes ao envelopamento dos trens deverão observar os regramentos dispostos nas leis municipais de uso de espaço urbano para veiculação de propaganda. Após a retirada dos adesivos, a Concessionária se responsabiliza por deixar os trens nas mesmas condições que foram entregues, eliminando possíveis resíduos de cola, defeitos nos acabamentos e reaplicando quaisquer adesivos operacionais que forem danificados nesta retirada.

Os projetos especiais de mídia nos trens e VLTS deverão considerar o conforto visual e informativo do usuário durante a viagem, não sendo permitidos abusos em envelopamentos internos e externos que obstruam a visão da plataforma, sinalização e/ou identificação ou equipamentos ou contenham layouts de excessiva poluição visual, seguindo as determinações descritas abaixo:

A) Nos projetos comerciais especiais que envolvam trens e VLTS, as peças gráficas de publicidade, quando aplicadas sobre portas, janelas ou outra superfície transparente, deverão utilizar adesivo perfurado, para garantir 50% de transparência e visibilidade, apropriado para essa finalidade, a partir do interior do trem, e a visão do interior do trem a partir da plataforma, de modo que o funcionário operativo (segurança, tráfego e estação) possa identificar situações que necessitam de sua atuação (por exemplo: mal súbito, atendimento a usuários com necessidades especiais, ocorrências de segurança pública, casos de anormalidade, entre outros).

B) As peças gráficas de publicidade devem respeitar uma margem de não interferência de 10 cm ao redor das peças de comunicação visual operacional tanto no interior quanto na parte externa do trem de modo a não comprometer a legibilidade das informações operacionais.

C) A comunicação visual dos dispositivos de emergência, de segurança e de acessibilidade, instaladas no interior dos trens não podem ser confundidas com a publicidade e devem ficar destacadas visualmente do conjunto, bem como as peças de identificação externa do trem;

D) A adesivação externa dos trens e VLTS, bem como a retirada da publicidade, devem ser feitas entre 19h da sexta-feira até 22h de domingo, conforme programação, nas oficinas de manutenção previamente agendados.

IMPORTANTE

1) Ofertas de Espaços Mídia Digital em telas no interior dos trens e VLTS:

Está incluída na concessão, a possibilidade de criação de projetos especiais para exploração publicitária por meio de telas/displays/faces digitais no interior dos veículos rodantes, sejam trens ou VLTS, desde que a os equipamentos necessários para o funcionamento do sistema de veiculação sejam instalados, operados, mantidos e usteados pela Concessionária.

ADESIVAÇÃO DE METRÔ – LADO EXTERNO



TUEs

Área Total da Composição Adesivação Lateral (dois lados do trem): 232,92 m² *

Área Total da Adesivação Exclusiva das Janelas (dois lados do trem): 102,32 m² *

*Medidas devem ser conferidas no local.

Figuras 30: Simulação de envelopamento de comboio de metrô composto por trem TUE.

ADESIVAÇÃO DE METRÔ – LADO EXTERNO



TUEs

Área Total da Composição Adesivação Lateral (dois lados do trem): 232,92 m² *

Área Total da Adesivação Exclusiva das Janelas (dois lados do trem): 102,32 m² *

***Medidas devem ser conferidas no local.**

ADESIVAÇÃO DE VLT – LADO EXTERNO

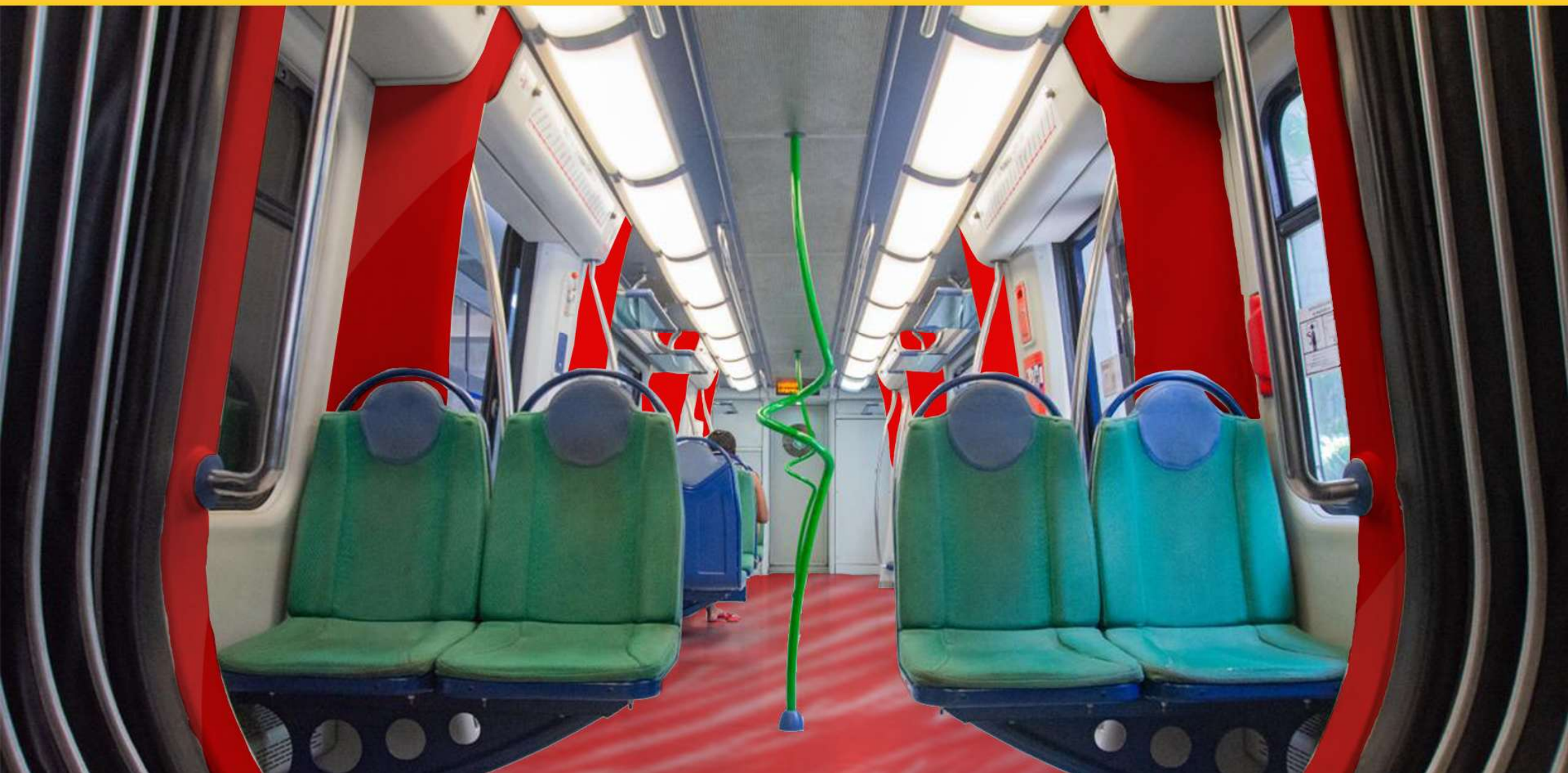


VLTs

Área Total da Composição Adesivação Lateral (dois lados do trem): 163,20 m²

Área Total da Adesivação Exclusiva das Janelas (dois lados do trem): 124,36 m²

ENVELOPAMENTO INTERNO



ADESIVO INTERNO



SANCA



4.2. DIRETRIZES DE DIVULGAÇÃO, OPERAÇÃO E MANUTENÇÃO DE MÍDIA COMERCIAL DIGITAL

O METROFOR irá disponibilizar os espaços e infraestruturas das 62 estações, plataformas e túneis para a exploração de mídia publicitária digital, por parte da Concessionária, estabelecendo as seguintes diretrizes:

Implantar infraestrutura para aperfeiçoar o inventário de mídias do METROFOR, seguindo as práticas de digitalização mais atuais do setor de Mídia Digital Fora de Casa (Digital Out Of Home - DOOH), com implementação mínima de formatos e quantidades descritas no subitem 3.4.1. deste DIAGNÓSTICO TÉCNICO-OPERACIONAL;

Entende-se por modernização a substituição das estruturas fixas que exibem peças de publicidade estática por outras que permitam a alternância de campanhas e mensagens, no modo digital, e a instalação de estrutura retroiluminada em LED ou outra tecnologia que venha a substituir, para painéis de publicidade digital. A Concessionária deverá apresentar um plano de manutenção, incluindo informações sobre a destinação de eventuais resíduos e realizar descarte conforme legislação específica e normas do METROFOR.

Instalar a estruturas de maneira a atender a estratégia do Plano Estratégico de Mídia do METROFOR, seguindo a lógica por distribuição em Circuito Referência e Circuito Padrão, conforme descrito no item 3.5, e seus subitens 3.5.1., 3.5.1.2., 3.5.1.2.3., 3.5.1.2.4., 3.5.1.2.3.6. e 3.5.1.2.3.7. deste DIAGNÓSTICO TÉCNICO-OPERACIONAL.

A Concessionária é responsável pelas operações de colocação, remoção e reparação de publicidade digital em qualquer espaço da rede de operação do METROFOR;

IMPORTANTE:

1. A Concessionária se compromete a utilizar, em todos os equipamentos eletrônicos que vier a instalar, elementos que promovam a eficiência energética – consumo de energia elétrica – principalmente iluminação em LED ou outro que vier a substituir, desde que mais eficiente;
2. A luminância (fluxo luminoso emitido) dos equipamentos digitais ou retroiluminados deverá ser ajustada de forma a não causar desconforto ou incômodos aos usuários, assim como não prejudicar (ofuscar) a identificação de materiais disponíveis nas estações, tais como, mas não se limitando a, placas de identificação, sinalização e obras de arte;
3. Os equipamentos digitais ou outros a serem instalados devem ter operação contínua por até 20 (vinte) horas/dia, em ambiente sujeito à produção de fuligem, sujeira e vibração devido à presença de público e/ou da operação dos trens;
4. A gestão e o monitoramento dos equipamentos digitais deverão contar com dispositivos e softwares que permitam o acompanhamento, a atualização e a troca de campanhas de forma online e identificar a necessidade de manutenção corretiva, sem a necessidade da presença de funcionários e/ou outros dispositivos.



Figuras 31: Simulação aplicação Mega Painel de LED em estação do METROFOR.

4.2.1. CONDIÇÕES DE ACESSO AS INSTALAÇÕES DO METROFOR

4.2.1.1. ACESSO À PUBLICIDADE NAS ESTAÇÕES

A) As instalações, trocas, manutenção, retirada e limpeza da publicidade das estações podem ser executadas no período noturno, salvo em casos excepcionais, nos quais, mediante justificada necessidade, ao METROFOR poderá permitir as instalações em outros horários;

B) A Concessionária deve providenciar os treinamentos e recursos necessários à atividade, tais como: escada, colete refletivo, cones de sinalização e demais equipamentos de segurança, utilizando-os durante a execução dos serviços e retirando-os após a conclusão dos mesmos.;

C) Para execução dos serviços de instalação ou manutenção, os funcionários ou terceirizados da Concessionária devem apresentar-se no Centro de Operações do METROFOR ou nas áreas administrativas das estações para registro, uniformizado, munido de equipamentos de proteção Individual (EPI's) e portando crachá de identificação, antes de cada serviço. No caso de acesso aos pátios, apresentar-se ao setor responsável, que será devidamente informado pelo METROFOR. No caso de funcionários e/ou terceirizados, é obrigatório utilizar corretamente os equipamentos de proteção individual fornecidos pela Concessionária, conforme legislação vigente;

D) É obrigatório garantir a limpeza do local (estações e trens) após a conclusão dos serviços, sendo que o lixo deverá ser recolhido e descartado conforme legislação vigente;

E) Preservar a integridade dos locais após a retirada da publicidade (resíduos de cola, no caso de adesivações);

F) A futura Concessionária deverá garantir que a limpeza e manutenção das peças publicitárias e respectiva infraestrutura, sejam executadas nos padrões exigidos pelo METROFOR, de forma a preservar o bom padrão estético das estações;

G) Ao término de cada campanha publicitária, a Concessionária fica obrigada a retirar o material publicitário, a fim de que os usuários não sejam impactados por mensagens de conteúdo defasado.



4.2.2. OFERTAS DE ESPAÇOS PARA MÍDIA DIGITAL

A) Para a inclusão de novos produtos de mídia digital deverá ser apresentado projeto para aprovação do METROFOR, mediante acréscimo de remuneração caso ultrapasse os formatos previstos no inventário descrito no subitem 3.4.1. deste DIAGNÓSTICO TÉCNICO-OPERACIONAL;

B) A cada período de 12 (doze) meses, contados a partir da apresentação do Plano de Modernização, a Concessionária deverá apresentar ao METROFOR o plano de manutenção, revisão e modernização dos espaços destinados à exploração publicitária para os 12 meses subsequentes, incluindo informações sobre a destinação de eventuais resíduos;

C) Em caso de redução da oferta de espaços publicitários por decisão e proposta da Concessionária não haverá redução do valor a ser pago ao METROFOR;

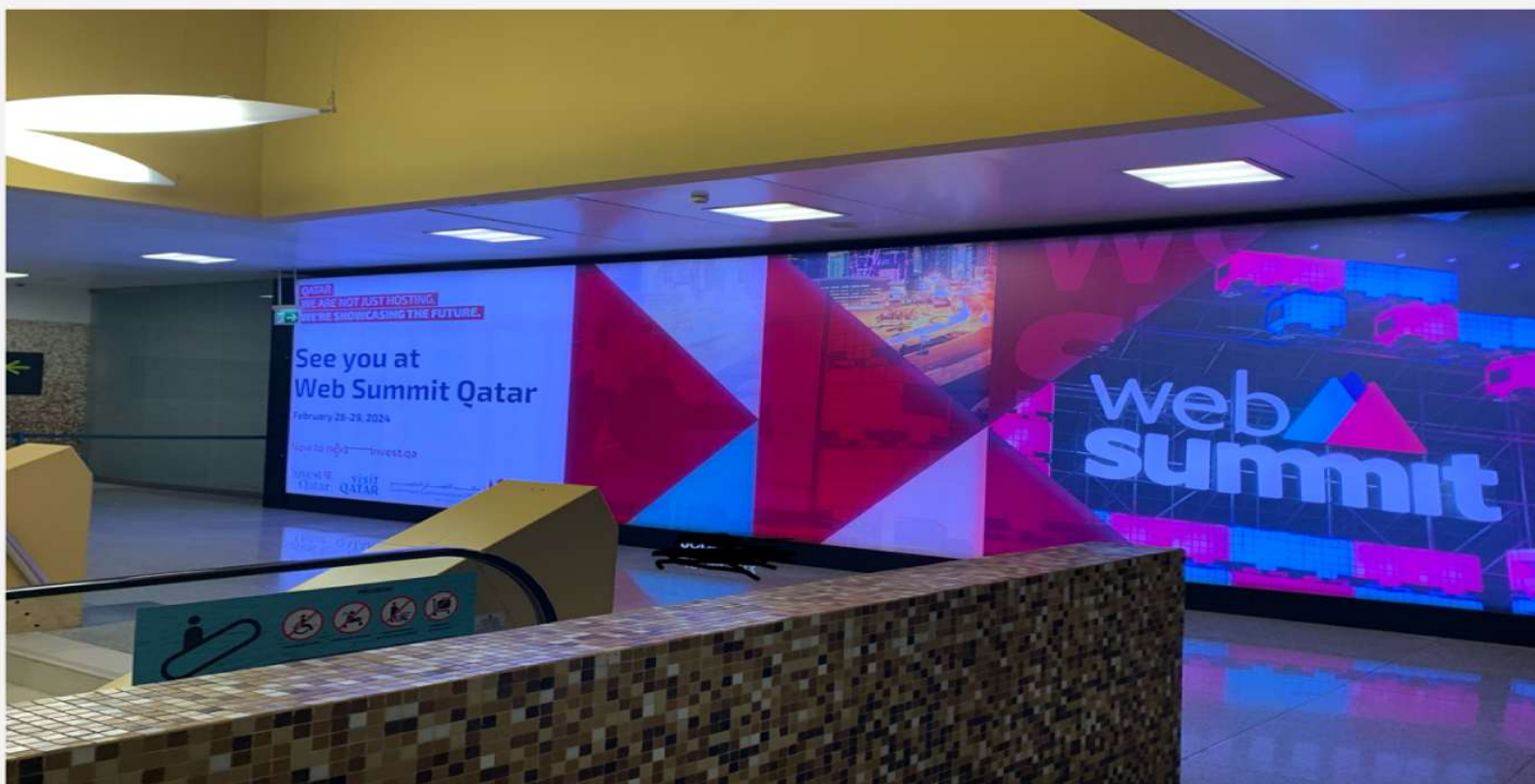


Imagem 54: Mega Paineis de LED. Aeroporto de Lisboa (Portugal) - Dezembro de 2023.

4.2.3. OFERTAS DE ESPAÇOS MÍDIA DIGITAL PASSARELAS

Como uma possibilidade inovadora para exploração de espaços publicitários, faz parte da estratégia de comercialização estudada na presente estruturação do Plano Estratégico de Mídias do METROFOR, uma futura inclusão da exploração das áreas internas e externas das passarelas de acesso e trânsito de pedestres que são de propriedade do METROFOR. É importante ressaltar que a previsão de instalação displays digitais, incluindo a área externa, com face para avenidas de grande fluxo na Região Metropolitana de Fortaleza, está planejada para uma possível FASE 3 do Plano de Modernização, detalhada no ANEXO I deste DIAGNÓSTICO TÉCNICO-OPERACIONAL, na aba CAPEX FASE 03, a ser implantado, mediante prévia autorização solicitada pela Concessionária aos órgãos e setores da Prefeitura Municipal de Fortaleza que aplicam as normas da Lei Complementar nº 270, de 02 de agosto de 2019, Código da Cidade.

IMPORTANTE

A não obtenção de futura autorização para realizar a exploração publicitária de mídia nas passarelas, não reduzirá o valor da outorga a ser paga pela Concessionária ao METROFOR.

FORMATOS PROPOSTOS VEICULAÇÃO MÍDIA DIGITAL PASSARELAS METROFOR			
		Largura x Altura	
TIPO	NOME	MEDIDAS	APLICAÇÃO
DISPLAY DIGITAL	MEGA PAINEL DIGITAL OUTDOOR	10,00 x 2,00	PASSARELAS METROFOR

Fonte: Dados Consultoria Íntegra Estruturações & Estratégias

* Implantação de dispositivos sujeito à autorização da Prefeitura Municipal de Fortaleza, seguindo as determinações da Lei Complementar nº 27, de 02 de agosto de 2019, Código da Cidade.



Figura 32: Simulação aplicação de mídia digital Linha Nordeste - VLT Parangaba.



Figura 33: Simulação aplicação de mídia passarela de pedestres.

4.3. DIRETRIZES PARA DIVULGAÇÃO, OPERAÇÃO E MANUTENÇÃO DE MÍDIA COMERCIAL NAMING RIGHTS

Uma das vertentes dos estudos para a estruturação do Plano Estratégico de Mídias do METROFOR é estabelecer a possibilidade da exploração de espaços publicitários nas unidades geridas pela empresa pelo meio de associação de marcas de anunciantes aos nomes oficiais das 62 estações geridas e operadas pelo METROFOR, por meio de uma prática comercial de patrocínio conhecida como NAMING RIGHTS - direito sobre a propriedade de nome, uma inovação para o sistema de transporte metroferroviário do Ceará, já explorado em muitas outras partes do Brasil e do mundo. Com esta iniciativa, o METROFOR projeta um incremento nas receitas não tarifárias e melhorias para o sistema estadual de transportes sobre trilhos.

O futuro contrato de NAMING RIGHTS do METROFOR tem como foco as estações com um fluxo anual de mais de meio milhão de passageiros, possibilitando as seguintes contrapartidas publicitárias para a marca oficial anunciante:

- 1) Assinatura nos Totens Identificadores Externos das estações, caso, futuramente, venham a ser instalados pela Concessionária ou pelo METROFOR;
- 2) Assinatura nas fachadas principais das estações;
- 3) Assinatura nas mídias digitais da estação (VT institucional nos MUBs digitais e spots institucionais na rádio indoor das estações);
- 4) Assinatura nos mapas da estação patrocinada;
- 5) Assinatura nas redes sociais e no aplicativo do METROFOR.

IMPORTANTE

As marcas anunciantes patrocinadoras das estações por meio de contrato de NAMING RIGHTS estão obrigadas a atender, no mínimo, as regras listadas abaixo:

- 1) Não trocar o nome da estação nem comprometer o objetivo principal de identificação do serviço, como ponto referencial no meio urbano;
- 2) Na fachada das estações, a marca poderá colocar seu nome ou de produtos ao lado dos nomes das estações;
- 3) Nos Totens de Identificação Externa, o nome da empresa patrocinadora será aplicado ao lado do nome original da estação;
- 4) Não será permitido o patrocínio de anunciantes de bebidas alcoólicas, marcas de cigarro, armamentos ou que firam as regras publicitárias estabelecidas pelo Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária - CONAR;
- 5) Será necessário aprovação da Casa Civil antes de fechar contrato com a empresa privada (Naming Rights).

PREMISSAS TÉCNICAS

TESTEIRA FACHADA

Área de ocupação da marca

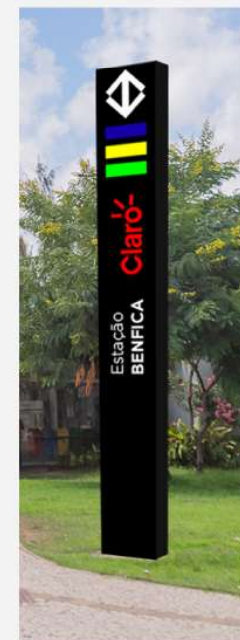
0,30 x 0,30 m
ou
0,30 x 0,60 m



TESTEIRA IDENTIFICADOR

Área de ocupação da marca

0,30 x 0,30 m
ou
0,30 x 0,60 m



NAMING RIGHTS



NAMING RIGHTS



4.4. DIRETRIZES PARA DIVULGAÇÃO, OPERAÇÃO E MANUTENÇÃO DE MÍDIA COMERCIAL SONORA

Para exploração de mídia publicitária sonora nas estações, a Concessionária deverá veicular arquivos de áudios em conformidade com as regras técnicas estabelecidas pelo setor de operações do METROFOR, seguido as orientações mínimas abaixo estipuladas:

- 1) A publicidade deverá ser inserida logo após o PA de "próxima estação", mantendo um espaço de 3 (três) segundos deste, mesmo volume e duração de até 15 segundos;
- 2) Por questões operacionais, o dia preferencial para início da veiculação será a segunda-feira;
- 3) Por questões operacionais, o dia preferencial para término da veiculação será a sexta-feira;
- 4) Os áudios veiculados como mídia publicitária sonora devem ser disponibilizados na língua portuguesa;
- 5) A gravação deverá seguir o padrão do PA, sem música de fundo ou efeito sonoro, salvo autorização expressa do METROFOR;
- 6) É obrigação da Concessionária respeitar a programação de áudio do METROFOR no tocante a reprodução sonora de serviços, operação e orientações aos usuário.



Imagem 55: Estação Expedicionários Linha Nordeste METROFOR.

4.5. DIRETRIZES PARA DIVULGAÇÃO, OPERAÇÃO E MANUTENÇÃO DE MÍDIA INSTITUCIONAL

Deverão ser reservados, para uso do METROFOR com mensagens de seu interesse, os espaços percentuais abaixo relacionados:

4.5.1. MENSAGENS INSTITUCIONAIS

No inventário comercial de mídia estática deverão ser reservados pela Concessionária o mínimo de 5% das peças instaladas para a exibição de mensagens de interesse do METROFOR, para veiculação quinzenal ou mensal. No inventário de mídia digital que vier a ser instalado deverão ser reservados, para a exibição de mensagens de interesse do METROFOR 5% da grade de programação, distribuídos de forma equilibrada no horário de operação comercial das estações. Adicionalmente, caberá ao METROFOR o uso de 10% do espaço ocioso entre as campanhas comerciais de mídia digital para mensagens institucionais.

4.5.2. MENSAGENS OPERACIONAIS

Em comum acordo e prévia solicitação por parte do METROFOR, a Concessionária deverá reservar, em no mínimo 5%, espaço de programação da veiculações das telas digitais para transmissão de informações operacionais permanentes, como status da linha e previsão de tempo para chegada do próximo trem. O espaço deve considerar uma linha de texto e ser legível para usuário próximo à tela. Para tanto, a Concessionária deverá prever software compatível com o recebimento de mensagens do Centro Operacional do METROFOR.

4.5.3. MENSAGENS DE EMERGÊNCIA

Em caso de emergência operacional, no mínimo 10% das telas digitais devem estar configuradas/aptas para veicular a mensagem de orientação ao usuário, interrompendo a grade de veiculação comercial. Os critérios para estabelecer mensagens de emergência deverão ser definidos em comum acordo.

IMPORTANTE

A instalação, manutenção e retirada das campanhas operacionais e institucionais estáticas do METROFOR serão de responsabilidade da Concessionária. A impressão das peças é de responsabilidade do solicitante, seja METROFOR ou secretaria/orgão responsável pela campanha, conforme especificação técnica da Concessionária. Para veiculação da campanha digital, o METROFOR deverá providenciar o arquivo no formato e padrão definidos pela Concessionária.



Imagem 56: Estação METROFOR.

5. DIMENSIONAMENTO DE EQUIPES

5.1. PROPOSTA DE ESTRUTURAÇÃO DE RECURSOS HUMANOS

A Concessionária obriga-se a estabelecer e a manter uma estrutura de recursos humanos que permita satisfazer os objetivos propostos e às exigências da exploração dos espaços publicitários do METROFOR, devendo a Concessionária dispor, durante todo período de vigência do contrato, pessoal em número suficiente e dotados com as qualificações, experiência e formação adequada para exercer, de forma contínua ou pontual, as atividades de veiculação de mídia comercial publicitária, seja estática ou digital, respeitando o mínimo operacional disposto abaixo:

- 1) Equipe com 06 (seis) operadores de Central de Mídia;
- 2) Coordenação de 01 (um) supervisor de Operações;
- 3) Equipe com 04 (quatro) técnicos de Manutenção;
- 4) Coordenação de 01 (um) supervisor de Manutenção

IMPORTANTE

A) Para o dimensionamento dos Recursos Humanos na área de Operações de Veiculação de Mídia Publicitária foram considerados turnos de 24h X 7 dias da semana, com acréscimo de um folguista;

B) Para o dimensionamento dos Recursos Humanos na área de Manutenção dos equipamentos e dispositivos necessários para Veiculação de Mídia Publicitária foi considerada equipe composta por 4 (quatro) técnicos em sistema de turnos de revezamento a cada 8 horas.

Para a Gestão Comercial da programação de mídia a ser comercializada especificamente nos espaços publicitários instalados no METROFOR, a Concessionária obriga-se a manter, no mínimo:

- 1) 01 (um) Gerente Comercial;
- 2) 02 (dois) Executivos de venda;
- 3) 01 (um) Auxiliar administrativo;

Para o cumprimento de Encargo Ambiental de Conservação de Jardins, com aplicação para áreas a serem determinadas pelo METROFOR, a Concessionária obriga-se a manter, no mínimo:

- 1) 01 (um) Jardineiro

5.1.1. PRAZOS PARA DISPONIBILIZAÇÃO DE RECURSOS HUMANOS

Para o cumprimento da estruturação das equipes destinadas à gestão e operação da rede de veiculação de mídias publicitárias no METROFOR, a Concessionária deve:

- 1) Em até 10 (dez) dias após o início do Contrato, apresentar ao METROFOR a identificação das pessoas que propõe para desempenhar as funções referidas no item 5.1., assim como todos os elementos comprovativos do cumprimento dos requisitos mínimos das leis trabalhistas e demais elementos relevantes para demonstrar que as pessoas propostas são adequadas para o exercício das funções;
- 2) A Concessionária será responsável pelo atraso no início do período de funcionamento da operação que possa resultar da não aprovação dos recursos humanos nos termos dos números anteriores;
- 3) Na sua estrutura de Recursos Humanos, e sem prejuízo de as partes poderem acordar numa estrutura com diferentes características, a Concessionária deverá assegurar, pelo menos, o exercício das funções definidas no item 5.1., e nos termos ali estabelecidos;
- 4) Durante todo o período de vigência do Contrato, em caso de inadequação de algum dos meios humanos para o exercício das funções que estão atribuídas, incompetência ou negligência detetada no exercício das suas funções ou comportamentos inadequados graves, o METROFOR pode exigir a sua não admissão ou substituição, devendo a Concessionária indicar nova pessoa com a formação e as qualificações necessárias para as funções previstas.



Imagem 57: Centro de Operações METROFOR.

6. SISTEMA DE GESTÃO

6.1. ROTINA DE GESTÃO, ADMINISTRAÇÃO E RELATÓRIOS

A Concessionária deverá disponibilizar informações necessárias ao acompanhamento e fiscalização das rotinas administrativas, operacionais e de manutenção por meio de relatórios mensais durante todo o período de vigência do contrato, seguindo o padrão de governança estabelecido pelo METROFOR. Além disso, é obrigação da concessionária dar conhecimento por escrito nas situações detalhadas abaixo:

- 1) Relatar com antecedência mínima de 15 (quinze) dias, qualquer ação publicitária ou realização de evento que possam prejudicar a livre circulação dos usuários, impedir operações ou trazer custos financeiros para o METROFOR;
- 2) Informar imediatamente, pelo canal de distribuição de informação estabelecido pelo METROFOR, qualquer situação de emergência ou incidente relevante, nomeando as pessoas envolvidas e o local do fato ocorrido;
- 3) Em caso de acidente ou incidente que afete o funcionamento do METROFOR, e que tenha impacto no sistema de segurança, cabe a Concessionária implementar, de imediato, todas as medidas necessárias para o restabelecimento da prestação de serviço de transporte de passageiros e operações;
- 4) Garantir, de forma permanente, o direito do METROFOR de fiscalizar e vetar ações que impactem as operações do serviço de transporte;
- 5) A empresa que ganhar a Concessão deverá fornecer dados de perfil de usuários e outros dados importantes, caso coletados em pesquisas ou quaisquer ferramentas.



Imagem 58: Centro de Operações METROFOR.

6.2 TECNOLOGIA APLICADA À CONCESSÃO

A Concessionária será a responsável pela operação do sistema de conteúdo multiplataforma para distribuição de anúncios publicitários, seguindo a estratégia de comercialização em circuitos inteligentes Referência e Padrão nas unidades do METROFOR. Para atender as necessidades de aprimoramento do Plano Estratégico de Mídia, as empresas concorrentes na licitação devem estar tecnicamente habilitadas a fornecer um serviço de gerenciamento de vídeos em canais de TV Indoor/Outdoor com as mínimas características tecnológicas do sistema operacional:

- 1) Possibilitar monitoramento remoto de todos os exibidores, informando a conectividade de cada um, bem como a exibição e programação atualizada, além de alerta em casos de falhas e anomalias;
- 2) Permitir a definição de templates para a grade de conteúdo, com divisão de telas e conteúdos fixos;
- 3) Programar conteúdos coletivos, para todos os monitores e displays (broadcast), e individuais, para apenas um exibidor específico (unicast) ou um determinado grupo de monitores (multicast);
- 4) Configurar conteúdos em texto, vídeos, fotos e áudio;
- 5) Agendar previamente a exibição de conteúdo;
- 6) Configurar remotamente todos os players de distribuição de anúncios publicitários e/ou mensagens institucionais;
- 7) Gerenciar remotamente a customização e manutenção evolutiva;
- 8) Permitir a integração com notícias externas, incluindo informações climáticas e postagens das redes sociais.

6.2.1 TECNOLOGIA APLICADA À CONCESSÃO

Módulo Servidor

- 1) Sistema baseado em open-source;
- 2) Sistema operacional com mínimo de 64 bits;
- 3) Banco de dados com MySQL e MongoDB ou mais avançado;
- 4) Web Server Apache ou mais avançado;
- 5) Programação PHP ou mais avançada;
- 6) Operação via browser;
- 7) Aceitar, no mínimo, arquivos em formatos VMW, MP4, AVI, MPEG-4, H264, JPEG e PNG;
- 8) Ter Controle de acesso de usuário por funcionalidade;
- 9) Permitir o update/boot remoto e monitoramento dos players (módulo cliente);
- 10) Informação sobre conteúdo exibido;
- 11) Visualização de erros;
- 12) Visualização de histórico de disponibilidade;
- 13) Visualização de versão de software instalado;
- 14) Visualização de playlist estimado;
- 15) Gerador de comprovantes de exibição;
- 16) Integrador de conteúdos para notícias externas e informações sobre o clima;
- 17) Controlador de configurações de players;
- 18) Orientador de telas horizontais e verticais;
- 19) Gerador de playlist;
- 20) Gerador de horário de operação;
- 21) Funcionalidade de desligamento automático;
- 22) Exportador de conteúdo via XML;
- 23) Controle de autenticidade do conteúdo por MD5;
- 24) Gerenciador de conteúdo em sites e mobile sites.

Módulo Cliente

- 1) Não utilizar hardware proprietário;
- 2) Compatível com processadores x86, ARM ou mais avançados;
- 3) Compatível com Windows, Linux, Android e MAC OSX;
- 4) Executar verificação da integridade dos arquivos;
- 5) Armazenar conteúdo;
- 6) Possuir regras de prioridade para download de conteúdos;
- 7) Permitir programação em C++ ou mais avançado;
- 8) Possuir banco de dados SQLite ou mais avançado;
- 9) Permitir a inclusão de funcionalidades especiais via API;

6.2.2. DIAGRAMA ARQUITETURA SISTEMA OPERACIONAL

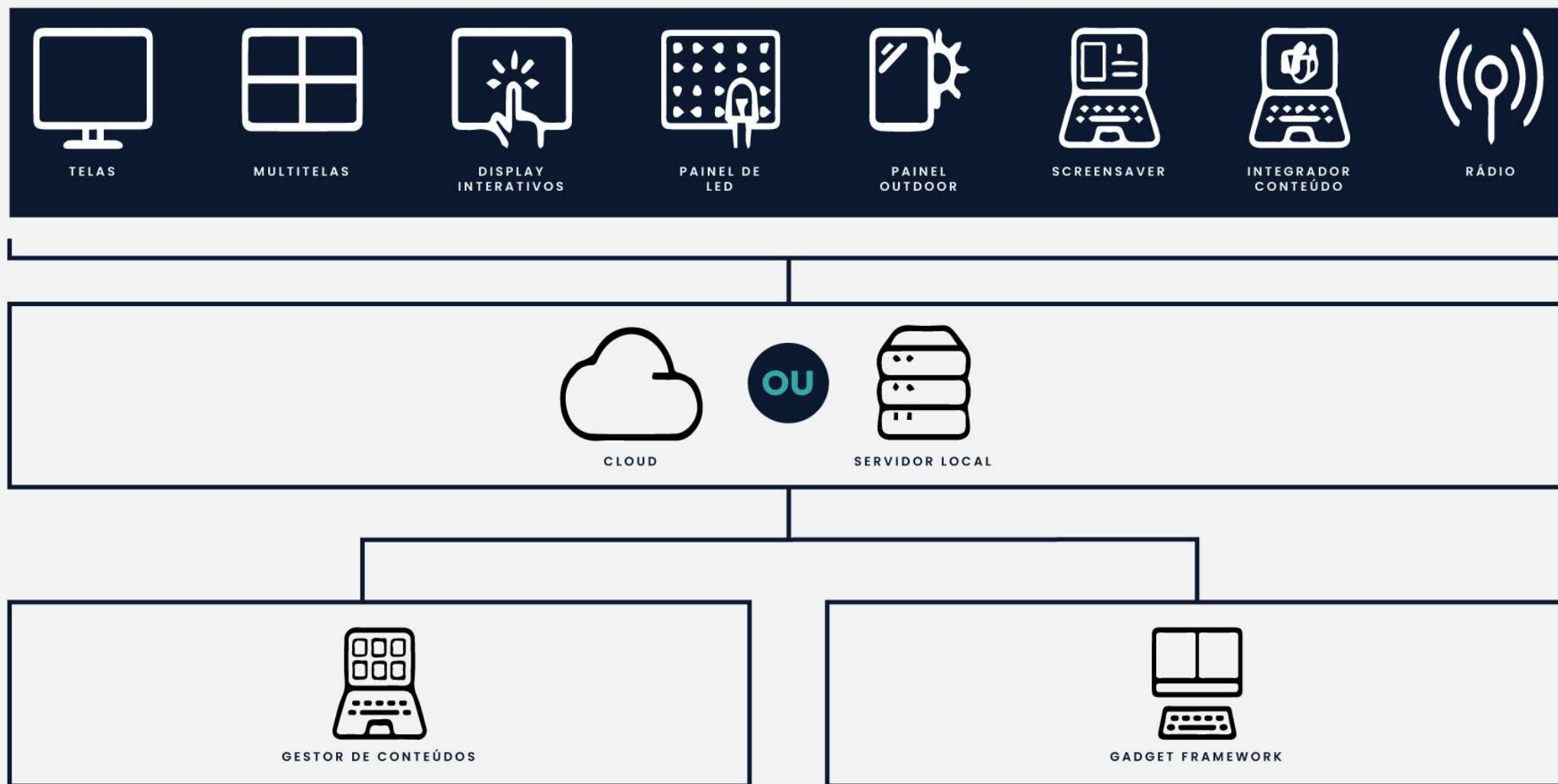


Figura 34: Diagrama Arquitetura Operacional Sistema de Software e Hardware para Gestão da Distribuição e Exibição Digital Multitelas e Multiformatos.

7. DESCARTE DE RESÍDUO GERADO

7.1. LIMPEZA, COLETA, DESCARTE E DESTINAÇÃO FINAL DOS RESÍDUOS GERADOS

Constitui obrigação da Concessionária gestionar as operações de remoção e reparação de publicidade qualquer espaço da rede do METROFOR, atendendo a legislação federal, estadual e municipal de descarte de resíduos, além das regras determinadas pela área de Sustentabilidade do METROFOR, seguindo, em forma mínima, as especificações abaixo relacionadas, como obrigação para Concessionária:

- 1) As trocas, manutenção, retirada e limpeza da publicidade podem ser executadas, diariamente, nos pátios, durante 24 horas, conforme programação, desde que haja um prévio acordo com o setor de operações do METROFOR;
- 2) Garantir a limpeza do local (estações e trens) após a conclusão dos serviços, sendo que o lixo deverá ser recolhido e descartado conforme legislação vigente;
- 3) Preservar a integridade dos locais após a retirada da publicidade (resíduos de cola);
- 4) A futura Concessionária deverá garantir que a limpeza e manutenção das peças publicitárias e respectiva infraestrutura, sejam executadas nos padrões exigidos pelo METROFOR, de forma a preservar o bom padrão estético das estações;
- 5) Ao término de cada campanha publicitária, a Concessionária fica obrigada a retirar o material publicitário, a fim de que os usuários não sejam impactados por mensagens de conteúdo defasado;
- 6) Para os casos de vandalismo que afetem as mídias estáticas ou equipamentos digitais, a Concessionária terá que garantir (sempre que necessário e sendo todos os encargos por sua conta) a limpeza imediata dos suportes de publicidade em todas as estações.



Figura 35: Ilustração de descarte sustentável.

8. CONCLUSÃO

8.1. SÍNTESE DA SOLUÇÃO PROPOSTA

A Companhia Cearense de Transportes Metropolitanos - METROFOR - pretende ampliar as fontes de receitas acessórias concedendo a exploração dos seus espaços publicitários à iniciativa privada por meio de um contrato administrativo de outorga onerosa, estruturado para permitir investimentos que promovam a transformação tecnológica do parque de mídias com a instalação de, no mínimo, 110 displays LED em multiformatos. A implantação de uma rede de telas digitais e a atuação conjunta com os players do setor de Mídia Fora de Casa, conhecido como Out of Home (OOH) e/ou Digital Out of Home (DOOH), potencializam a competitividade do METROFOR para gerar novos negócios, conectando os grandes anunciantes e marcas aos mais de 16 milhões de passageiros transportados nas unidades da empresa nas Regiões Metropolitanas de Fortaleza, Sobral e Cariri, abrindo portas para reforço orçamentário que irão financiar melhorias de serviços aos usuários e possibilidades de aprimoramento de gestão.

8.2. GANHOS QUALITATIVOS DA SOLUÇÃO PROPOSTA

O aperfeiçoamento do Plano Estratégico de Mídias estabelece um novo padrão de atuação do METROFOR no mercado publicitário regional. A nova estrutura digital multitelas, somada a uma inovadora estratégia de patrocínio das estações por meio de Naming Rights, além da inclusão de novos formatos para a propaganda estática, permitem que a comercialização de mídia da Companhia seja realizada seguindo uma estratégia de distribuição de anúncios em circuitos inteligentes que gerem oportunidades de marketing de alto impacto, atraindo a atenção do público e trazendo benefícios para os milhares de usuários que circulam pelas 62 estações, trens e VLTs atualmente operados pela empresa.

BENEFÍCIOS EM GRANDES NÚMEROS

MAIOR REDE DE TELAS DE SISTEMA METROVIÁRIO DO NORDESTE	110 displays multiformatos
INVESTIMENTO PRIVADO PARA MODERNIZAÇÃO DA REDE DE MÍDIA	R\$ 4 milhões
COMERCIALIZAÇÃO PUBLICITÁRIA EM CIRCUITOS DE MÍDIAS	62 estações e trens nas Regiões Metropolitanas de Fortaleza, Sobral e Cariri
PATROCÍNIO POR MEIO DE NAMING RIGHTS	Estações e totens identificadores
NOVO APLICATIVO COM SERVIÇOS INTERATIVOS PARA OS PASSAGEIROS	Disponibilidade para 16 milhões de passageiros ao ano

Fonte: Dados Consultoria Íntegra Estruturações & Estratégias.

9. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CARVALHO, Hélio Gomes de; CAVALCANTE, Márcia Beatriz; REIS, Dálcio Roberto dos. Gestão da inovação, Curitiba, Editora Aymará, 2011.

COMO MENSURAR INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO EM MÍDIA OOH. Disponível em Como mensurar investimento publicitário em mídia OOH (Out of Home)? - Ilumeo. / Acesso em 03 de dezembro de 2023.

DOOH: A TRANSFORMAÇÃO DA PUBLICIDADE Out of Home. Disponível em DOOH - A Transformação Da Publicidade Out of Home. Acesso em 30 de novembro de 2023.

DOSI, G., ORSENIGO, L. Coordenação e transformação: uma visão geral de estruturas, comportamentos e mudanças em ambientes evolutivos. Londres, Editora Pinter, 1988.

ESTAÇÃO CONCEITO. Fundação Dom Cabral. Disponível em FUNDAÇÃO DOM CABRAL ESTAÇÃO CONCEITO:. / Acesso em 17 de novembro de 2023.

GESTÃO DE BOAS PRÁTICAS NA CONCESSÃO PUBLICITÁRIA DE MOBILIÁRIO URBANO. Disponível Recomendação de boas práticas no âmbito das concessões de exploração publicitária de mobiliário urbano Junho 2020

GOVERNANÇA METROPOLITANA NO BRASIL. IPEA. Disponível em https://www.ipea.gov.br/redeiipa/images/pdfs/governanca_metropolitana/151013_relatorio_analise_fortaleza2.pdf. Acesso em 10 de novembro de 2023.

GUIA DE MÉTRICAS OOH. Disponível em Guia ABA de Métricas OOH./ Acesso em 06 de dezembro de 2023.

METROFOR ESTATÍSTICAS. Disponível em <https://www.metrofor.ce.gov.br/statisticspane> . Acesso em 15 de novembro, 28 de novembro, 03 de dezembro e 08 de dezembro de 2023.

METRO MADRID. Contratos Públicos. Disponível em Cesión temporal de uso de espacios para la explotación de la actividad publicitaria en la red de Metro de Madrid, S.A.. / Acesso em 09 dezembro de 2023.

METRÔRIO. Metrório, c2014. Sobre o Metrório. Disponível

em:<<https://www.metrorio.com.br/Empresa/Sobre> >. Acesso em: 15 de dezembro de 2023.

METRÔ DO PORTO - CADERNO DE ENCARGOS. Disponível em CONCURSO PÚBLICO PARA A SUBCONCESSÃO DO SISTEMA DE METRO LIGEIRO DA ÁREA METROPOLITANA DO PORTO CADERNO DE ENCARGOS./ Acesso em 30 de novembro de 2023.

METRÔ SÃO PAULO. Disponível em Relatório Integrado 2022. Acesso em 25 de novembro de 2023.

RESENDE, Paulo. Mobilidade Urbana Pelos Trilhos e Qualidade de Vida nas Cidades - Mobilidade Urbana Sobre Trilhos na Ótica dos Grandes Formadores de Opinião - Associação Nacional dos Transportadores de Passageiros sobre Trilhos. Brasília: 2018

METRÔRIO. Metrório, c2014. Sobre o Metrório. Disponível em:<<https://www.metrorio.com.br/Empresa/Sobre> >. Acesso em: 15 de dezembro de 2023.

ORTIZ, Adilson. Inovação Tecnológica. Disponível em: https://www.infoescola.com/administracao_/inovacao-tecnologica/. Acesso em: 20 de dezembro de 2023.

PLAN MAESTRO METRO CIUDAD DE MÉXICO. Disponível em PLAN MAESTRO DEL METRO 2018 - 2030. Acesso em 21 de dezembro de 2023.

PLANO DE MOBILIDADE URBANA DE SOBRAL. Disponível em Plano de Mobilidade Urbana - Sobral Produto VI - Relatório de Concepção, Análise e Detalhamento das propostas. Acesso em 20 de dezembro de 2023.

PLANO DE NEGÓCIOS METRÔ DF. Disponível em:<https://metro.df.gov.br/wp-content/uploads/2023/02/Plano_de_Negocios.2023_3_.pdf>. Acesso em 13 de dezembro de 2023.

PESQUISA USUÁRIOS METRÔ SÃO PAULO. Disponível em Metrô de SP: 89% dos usuários gostam de ver publicidade - ABAP. Acesso em 14 de dezembro de 2023.

PODER TRANSFORMADOR DO DIGITAL NA PUBLICIDADE OUT OF HOME. Disponível em O

9. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

poder transformador do digital out of home na publicidade digital - E-Commerce Brasil. / Acesso em 10 dezembro de 2023.

PUBLICIDADE DINÂMICA METRO BARCELONA. Disponível em Alamy - METRO DE BARCELONA ESTREIA INOVADOR SISTEMA DE PUBLICIDADE DINÂMICO EM UM TÚNEL. Acesso em 12 de dezembro de 2023.

PUBLICIDAD EN METRO. Disponível em Publicidad en Metro. Acesso em 15 de dezembro de 2023.

PUBLICIDAD EXTERIOR. LA ERA DE LA DIGITALIZACIÓN. Disponível em La era de la digitalización de la publicidad exterior - BrandMedia - Agencia de Publicidad y Marketing Digital. Acesso em 18 de dezembro de 2023.

RECEITAS ACESSÓRIAS METROFOR. Disponível em RECEITAS. Acesso em 10 de novembro de 2023.

EGAS FILHO, Mauro; OUVENEY, Isaac; RIBEIRO, Leonardo. Benefícios Socioeconômicos do Transporte de Passageiros sobre Trilhos - Mobilidade Urbana Sobre Trilhos na Ótica dos Grandes Formadores de Opinião - Associação Nacional dos Transportadores de Passageiros sobre Trilhos. Brasília: 2018

VISTAS DO DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO DO CEARÁ. Disponível em https://seer.uscs.edu.br/index.php/revista_gestao/article/view/7310/3653. Acesso em 15 de novembro de 2023.



CEARÁ
GOVERNO DO ESTADO

METROFOR



setec
hidrobrasileira



ÍNTEGRA
ESTRUTURAÇÕES & ESTRATÉGIAS