

PROTOCOLO: 25.095.818-8

ASSUNTO: Viabilidade do lançamento de licitação para a concessão dos espaços públicos da frota do transporte coletivo metropolitano para a exploração comercial e publicitária e conversão de receitas à AMEP

INTERESSADO: Agência de Assuntos Metropolitanos do Paraná – AMEP

ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR

I – INTRODUÇÃO

A Agência Metropolitana de Curitiba (AMEP) é a entidade responsável pela gestão e execução das políticas públicas do Sistema de Transporte Coletivo Metropolitano da Região de Curitiba. Considerando a necessidade de otimizar as receitas públicas e ampliar as alternativas de financiamento do sistema de transporte coletivo, foi publicada a Lei Estadual nº 21.153/2022, que estabeleceu diretrizes para a exploração comercial de espaços destinados à publicidade nos veículos e mobiliários utilizados no serviço de transporte coletivo de passageiros na Região Metropolitana de Curitiba. Com o autorizativo a AMEP instituiu, por meio da Portaria nº 12/2023, o regulamento específico para exploração da publicidade nestes serviços.

Nesse íterim, houve a publicação da Lei Complementar Estadual nº 286/2025 que instituiu, de forma geral, a Política Estadual de Aproveitamento Socioeconômico de Bens Públicos, incluindo a cessão onerosa do direito à denominação de bens públicos – *naming rights* –, a cessão de uso de bens públicos para ações publicitárias e a adoção social de bens públicos, a qual pende de regulamentação específica para os efeitos concretos.

Nesta conjuntura, as soluções a serem analisadas no presente estudo permeiam a concessão onerosa dos direitos para exploração publicitária nos espaços convencionados no transporte coletivo metropolitano, conforme regulamentação prevista, buscando promover a transparência e a eficiência na gestão de recursos públicos. Este Estudo Técnico Preliminar (ETP) foi elaborado para fundamentar a contratação e instruir o procedimento licitatório, conforme as diretrizes previstas na Lei nº 14.133/2021 e no Decreto Estadual nº 10.086/2022, bem como garantir a conformidade com as normas e procedimentos da AMEP.

II – DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO

O transporte coletivo metropolitano é um sistema essencial para a mobilidade urbana, atendendo diariamente milhares de usuários em Curitiba e Região Metropolitana. O sistema, sob gestão da AMEP, demanda um aporte contínuo e sustentável de recursos financeiros para manutenção e melhoria de seus serviços.

Uma fonte fundamental de receita disponível é a exploração comercial dos espaços publicitários dentro e fora dos veículos de transporte coletivo, assim como em mobiliário urbano associado. Atualmente, tais espaços representam um potencial econômico ainda não plenamente aproveitado, em que a gestão pública pode assegurar otimização da arrecadação e transparência na destinação dos recursos.

O objeto da contratação consiste na concessão onerosa desses espaços para exploração comercial da publicidade, respeitando a regulamentação específica, os conceitos estabelecidos para publicidade e propaganda, e garantindo que os valores arrecadados retornem ao orçamento da AMEP para serem aplicados na melhoria e ampliação do sistema de transporte.

Além disso, a contratação atende à necessidade de formalizar o processo de exploração destes espaços mediante concorrência pública, modalidade que assegura ampla participação dos interessados e seleção da proposta mais vantajosa para a Administração Pública, conforme preconiza a legislação vigente.

III – REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

Para assegurar o atendimento aos objetivos pretendidos e o cumprimento das normas vigentes, os requisitos mínimos para a contratação estão definidos conforme segue, a partir dos critérios legais vigentes.

O objeto da licitação é a concessão onerosa e remunerada de espaços para publicidade no transporte coletivo metropolitano, abrangendo *busdoor*, *backbus*, *sidebus*, mobiliário urbano e demais elementos regulares previstos na Portaria AMEP nº 12/2023.

De início, é importante consignar que não houve a identificação de qualquer conflito normativo entre a Lei Estadual nº 21.153/2022 e a Lei Complementar nº 286/2025, tão menos em relação à supracitada Portaria. Em que pese a temporalidade

diversa e a especificidade das matérias, percebe-se que há na verdade uma complementação ou especificação positiva entre as leis.

O procedimento previsto pelo art. 6º, parágrafo único e pelo art. 13 da LC 286/2025 pode agregar à legislação vigente, não revogada e específica à presente autarquia estadual em matéria de concessão de espaços públicos para exploração publicitária:

CAPÍTULO II DO CONSELHO CURADOR DOS BENS PÚBLICOS ESTADUAIS

Art. 4º Cria o Conselho Curador dos Bens Públicos - CCBP, órgão deliberativo e colegiado, composto por representantes governamentais e da sociedade civil, que zelará pela adequada aplicação desta Lei Complementar e pela higidez do patrimônio público estadual.

§ 1º A composição do Conselho Curador dos Bens Públicos deverá contemplar, no mínimo:

- I - um representante integrante do segmento da sociedade civil indicado pelo Conselho Estadual de Cultura - CONSEC;
- II - um representante integrante do segmento da sociedade civil indicado pelo Conselho Estadual das Cidades;
- III - um representante indicado pelo Conselho de Arquitetura e Urbanismo - CAU/PR;
- IV - um representante da Secretaria de Estado da Cultura - SEEC.

§ 2º **A composição do Conselho Curador dos Bens Públicos - CCBP será definida em decreto governamental**, observado o § 1º deste artigo.

Art. 5º Compete ao Conselho Curador dos Bens Públicos - CCBP, entre outras ações previstas em regulamento, **aprovar o plano estratégico de aproveitamento socioeconômico dos bens públicos estaduais**.

Parágrafo único. O plano de que trata o caput deste artigo incluirá diretrizes específicas que garantam a preservação ambiental e o respeito às comunidades locais em áreas de grande sensibilidade ambiental, histórica, cultural ou social.

Não foi possível localizar o Decreto governamental com a composição do novo Conselho Curador dos Bens Públicos Estaduais. Nesse passo, prejudicada a aprovação do Plano Estratégico de Aproveitamento Socioeconômico dos Bens Públicos Estaduais. Sobre o aventado Plano, a Lei Complementar aduz o seguinte:

Art. 6º. O plano estratégico de aproveitamento socioeconômico dos bens públicos estaduais será objeto de consulta ou audiência pública preliminar, cujo resultado será considerado pelo Conselho Curador dos Bens Públicos - CCBP antes da aprovação do texto final, nos termos do regulamento.

Parágrafo único. O bem público que não conste do plano estratégico de aproveitamento socioeconômico dos bens públicos estaduais poderá ser objeto dos instrumentos jurídicos previstos nesta Lei Complementar, desde que seja realizada consulta ou

audiência pública antes da instauração do procedimento licitatório ou chamamento público e da formalização de termo aditivo, conforme o caso.

Nesse caso, existem duas interpretações possíveis no contexto do presente estudo: (i) a necessidade de realizar uma consulta ou audiência pública antes de licitar o objeto da concessão para exploração publicitária dos espaços, na medida em que não existe plano estratégico aprovado; e (ii) a prescindibilidade da realização de consulta ou audiência pública, na medida em que a norma condiciona a realização do procedimento indicado no contexto de existência de um plano estratégico, o que não é o caso.

Dessa forma, cotejou-se as modalidades de licitação existentes e os possíveis critérios de julgamento, com base nos arts. 28 e 33 da Lei nº 14.133/2021, assim como art. 127 do Decreto Estadual nº 10.086/2022. Além disso, foram realizados levantamentos no Portal Nacional de Contratações Públicas para identificar licitações similares.

Compreendeu-se que, pela especificidade do objeto, a modalidade mais adequada seria a concorrência pública eletrônica, referida pelo art. 6º, inciso XXXVIII, da Lei Geral de Licitações, a qual descreve que se trata da modalidade de licitação para contratação de bens e serviços especiais e de obras e serviços comuns e especiais de engenharia.

Assim, a legislação vigente vem a permitir a utilização da concorrência na contratação de serviços especiais¹, como no caso da concessão onerosa em questão, que não se trata de serviço comum.

Ademais, por se tratar de concessão no contexto da prestação do serviço público de transporte coletivo metropolitano, há incidência do art. 175 da Constituição vigente, assim como art. 2º, inciso II, da Lei nº 8.987/1995:

Art. 2º. Para os fins do disposto nesta Lei, considera-se:

I - poder concedente: a União, o Estado, o Distrito Federal ou o Município, em cuja competência se encontre o serviço público, precedido ou não da execução de obra pública, objeto de concessão ou permissão;

II - concessão de serviço público: **a delegação de sua prestação, feita pelo poder concedente, mediante licitação, na modalidade concorrência ou diálogo competitivo**, a pessoa jurídica ou consórcio de empresas que demonstre capacidade para seu desempenho, por sua conta e risco e por prazo determinado; (Redação dada pela Lei nº 14.133, de 2021)

[...]

¹ PIRES, Antonio Cecilio Moreira; Parziale, Aniello Reis. **Comentários à nova lei de licitações públicas e contratos administrativos**: Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021. São Paulo: Almedina, 2022. p. 228.

Art. 5º. O poder concedente publicará, previamente ao edital de licitação, ato justificando a conveniência da outorga de concessão ou permissão, caracterizando seu objeto, área e prazo. (destacou-se).

Nesse campo, plenamente justificada a adoção da modalidade concorrência eletrônica para a licitação de concessão dos espaços públicos na frota da AMEP. Os levantamentos de certames lançados por outros entes públicos igualmente indicam a assertividade da modalidade adotada. No que diz respeito ao critério de julgamento da licitação, convém relacionar o art. 13 da Portaria AMEP nº 12/2023:

Art. 13. Os valores pecuniários decorrentes da veiculação de mensagens de publicidade nos ônibus são fixados em contrato de concessão de publicidade, **licitado pela maior oferta pela outorga da concessão**, para o conjunto dos meios indicados no Art. 3o, e terão seus reajustes anuais corrigidos pelo IGP-M calculado pela Fundação Getúlio Vargas. (destacou-se).

Isto é, o regulamento específico sobre a aplicação da receita de publicidade e sobre padrão e forma de veiculação das peças publicitárias nos veículos, mobiliários e congêneres do Sistema de Transporte Coletivo Metropolitano de Passageiros na Região Metropolitana de Curitiba indicou o critério de julgamento. Seu fundamento, contudo, encontra-se no art. 14 e seguintes da Lei das Concessões:

Art. 14. Toda concessão de serviço público, precedida ou não da execução de obra pública, será objeto de prévia licitação, nos termos da legislação própria e com observância dos princípios da legalidade, moralidade, publicidade, igualdade, do julgamento por critérios objetivos e da vinculação ao instrumento convocatório.

Art. 15. No julgamento da licitação será considerado um dos seguintes critérios: (Redação dada pela Lei nº 9.648, de 1998)

I - o menor valor da tarifa do serviço público a ser prestado; (Redação dada pela Lei nº 9.648, de 1998)

II - **a maior oferta, nos casos de pagamento ao poder concedente pela outorga da concessão**; (Redação dada pela Lei nº 9.648, de 1998)

III - a combinação, dois a dois, dos critérios referidos nos incisos I, II e VII; (Redação dada pela Lei nº 9.648, de 1998)

IV - melhor proposta técnica, com preço fixado no edital; (Incluído pela Lei nº 9.648, de 1998)

V - melhor proposta em razão da combinação dos critérios de menor valor da tarifa do serviço público a ser prestado com o de melhor técnica; (Incluído pela Lei nº 9.648, de 1998)

VI - melhor proposta em razão da combinação dos critérios de maior oferta pela outorga da concessão com o de melhor técnica; ou (Incluído pela Lei nº 9.648, de 1998)

VII - melhor oferta de pagamento pela outorga após qualificação de propostas técnicas. (Incluído pela Lei nº 9.648, de 1998). (destacou-se).

Quanto ao prazo da concessão, observando a redação do art. 106 da Lei nº 14.133/2021, tem-se que a Administração poderá celebrar contratos com prazo de até 5 (cinco) anos nas hipóteses de serviços contínuos².

Considerando a necessidade de elaboração de plano de aplicação de recursos em cada exercício financeiro pela AMEP e a prestação de contas anual estabelecidas pelos arts. 15 e 16 da Portaria AMEP nº 12/2023, conclui-se que o instrumento contratual poderá ser firmado por 5 (cinco) anos, com possibilidade de prorrogação pelo mesmo período.

Consigna-se que haverá atuação da AMEP no campo da fiscalização da atividade da concessão, com o intuito de garantir a conformidade da exploração publicitária, limites das áreas e valores recolhidos aos cofres públicos, e por exigência da legislação e regulamento, sendo obrigação do concessionário o cumprimento das normas técnicas, ambientais, de acessibilidade e urbanísticas aplicáveis, além do pagamento pontual das receitas devidas.

A instalação de todos os elementos de veiculação de publicidade nos veículos e mobiliário urbano do Sistema de Transporte Coletivo Metropolitano de Passageiros de Curitiba deve considerar a compatibilidade com o entorno urbano, bem como a funcionalidade, segurança, proteção, conforto, ergonomia, usabilidade, acessibilidade, visualização, interação com o usuário, limpeza e facilidade de manutenção, respeitando as normas técnicas pertinentes.

A veiculação de publicidade e propaganda nos ônibus da frota de veículos do Sistema de Transporte Coletivo Metropolitano de Passageiros de Curitiba poderá ser divulgada pelos seguintes meios, conforme art. 4º da Portaria AMEP nº 12/2023:

MÍDIA EXTERNA NOS ÔNIBUS

- *BUSDOOR* e *INDOOR TRASEIRO*
- *BACKBUS*

² Art. 15. **A cessão de uso de bens públicos para publicidade terá prazo máximo de cinco anos**, contados a partir da assinatura do contrato, podendo ser renovada por igual período. PARANÁ (Estado). Lei Complementar nº 286, de 15 de setembro de 2025. Institui a Política Estadual de Aproveitamento Socioeconômico de Bens Públicos, incluindo *naming rights*, cessão de uso de bens públicos para ações publicitárias e adoção social de bens públicos. *Diário Oficial do Estado do Paraná*, nº 11.986, 15 set. 2025. Disponível em: <https://www.legislacao.pr.gov.br/legislacao/pesquisarAto.do?action=exibir&codAto=370320>. Acesso em: 7 jan. 2026.

- *SIDEBUS*

MÍDIA INTERNA NOS ÔNIBUS

- SANCAS
- CALHAS DE ILUMINAÇÃO INTERNA
- ALÇAS DE SEGURANÇA
- *BACK SEAT*
- ANTEPAROS
- CONJUNTO INTERNO

MÍDIA IMPRESSA E DIGITAL NO SISTEMA DE BILHETAGEM ELETRÔNICA

- VALIDADOR
- APLICATIVO
- CARTÃO TRANSPORTE

Serão vedadas campanhas publicitárias que contenham mensagens que contrariem princípios constitucionais da Administração Pública, direitos e garantias individuais e coletivas, assim como toda e qualquer legislação específica.

A fixação de propagandas e publicidades nos ônibus da frota e no mobiliário urbano e congêneres do Sistema de Transporte Coletivo Metropolitano de Passageiros de Curitiba, inclusive as mídias eletrônicas, será autorizada por meio de Autorização de Publicidade e Propaganda - APP, emitidas pela Diretoria de Transportes da AMEP, a quem competirá operacionalizar o processo de emissão e controle das autorizações, por meio de expediente normativo próprio.

Na gestão do processo de emissão e controle das APPs para o Sistema de Transporte Coletivo Metropolitano de Curitiba, a Diretoria de Transportes da AMEP supervisionará as relações entre frota e espaços disponíveis, ordem de chegada dos pedidos, análise dos *layouts* de campanhas e prazos de emissão, de veiculação e de cancelamentos das autorizações, solicitadas pela empresa de publicidade contratada.

As APPs deverão ser solicitadas à Diretoria de Transportes da AMEP com antecedência mínima de 3 (três) dias úteis. Os pedidos deverão ser instruídos com a identificação da empresa de publicidade, dos consórcios e empresas de transporte, da quantidade da frota a ser utilizada, o período de veiculação, o cliente e a arte a ser

veiculada, apresentada em arquivo digital, de modo a permitir a avaliação de seu conteúdo em face do presente Regulamento.

Este conjunto de requisitos tem a finalidade de garantir a eficiência e a transparência da contratação, assegurando que a exploração comercial seja realizada de forma ordenada e vantajosa para o interesse público.

Para viabilidade, os fundamentos para contratação devem ser descritos conforme requisitos exigidos na Lei Estadual nº 21.153/2022, Lei Complementar nº 286/2025, Lei nº 14.133/2021, Lei nº 8.987/1995, Decreto Estadual nº 10.086/2023 e Portaria AMEP nº 12/2023.

IV – LEVANTAMENTO DE MERCADO

Embora se trate de serviço especial, conforme aventado, a publicidade em transporte coletivo constitui um mercado já consolidado, com ampla presença de empresas especializadas nacionais e regionais. As formas de publicidade contemplam diversas modalidades, tais como *busdoor*, publicidade em ônibus externos (*backbus*, *sidebus*), mobiliário urbano, pontos de parada, terminais, entre outros.

O levantamento realizado foi baseado em pesquisas de mercado e consulta prévia a potenciais interessados, apontando para a existência de um número significativo de empresas qualificadas e preparadas para participar do processo licitatório na modalidade concorrência pública. Esta modalidade torna o processo competitivo, o que pode otimizar as condições financeiras para a AMEP e aumentar a receita advinda da contratação.

Além disso, verificou-se que as receitas advindas das atividades de publicidade em transporte coletivo abrangem contratos com características diversas, possibilitando a exploração segmentada dos espaços, o que amplia a possibilidade de participação das empresas e diversifica o orçamento da AMEP.

Ademais, é necessário levar em consideração a prática da Administração Pública na condução de licitações na modalidade de Concorrência Pública cujo objeto é a concessão ou permissão de espaços públicos para exploração comercial de publicidade em frota de transporte coletivo urbano ou metropolitano, com o escopo de arrecadar receitas para o ente concessionário/permissionário, ou seja, as contratações similares feitas por outros entes públicos também integraram a análise.

Em atenção ao critério de julgamento estabelecido no item III (maior oferta), haverá a necessidade de o edital do certame estabelecer um valor de referência para os licitantes.

Fica garantida à AMEP e ao Governo do Estado do Paraná a prerrogativa de utilizar, sem nenhum custo de veiculação, parte dos meios disponíveis nos ônibus e mobiliário urbano, na proporção de 10% (dez por cento), na forma do art. 10 da Portaria AMEP nº 12/2023.

Após análise detalhada dos preços obtidos chegou-se ao seguinte Preço de Referência: R\$ 698.226,75 (seiscentos e noventa e oito mil, duzentos e vinte e seis reais e setenta e cinco centavos) mensais, que corresponde ao potencial de lucro mensal pela concessionária estimado, sendo que o percentual de retorno mínimo de receita aceitável no certame será de 30% (trinta) por cento desse valor de referência.

V – DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO

A solução consiste na formalização da concessão dos direitos de uso e exploração publicitária nos meios físicos do transporte coletivo metropolitano da Região de Curitiba e municípios consorciados, abrangendo veículos, mobiliário urbano e terminais de passageiros.

Serão contemplados todos os veículos e instalações cujo uso para publicidade tenha sido regulamentado pela Portaria AMEP nº 12/2023, incluindo as modalidades de divulgação visual e de mídia sonora devidamente autorizadas, integrando anúncios gráficos e digitais, observando o licenciamento e os padrões técnicos estabelecidos:



Busdoor



Backbus



Inbus



Sidebus



Sanca



Backseat

O concessionário, após a formalização do contrato, deverá realizar investimento adequado para manutenção e adaptação dos espaços publicitários, além do pagamento da receita devida à AMEP, que deverá ser contabilizada e informada de forma clara e transparente. A AMEP exercerá a fiscalização contínua da execução contratual, com direito de auditoria e aplicação de penalidades em caso de descumprimentos.

A implementação da solução deverá atender às diretrizes estabelecidas pela legislação vigente, normas urbanísticas, ambientais e de acessibilidade, assegurando que a exploração da publicidade ocorra dentro dos padrões aceitáveis e da boa prática administrativa.

VI – ESTIMATIVAS DAS QUANTIDADES PARA A CONTRATAÇÃO

A AMEP não contratará quantidades de nenhum produto ou serviço na presente licitação, mas firmará um contrato de concessão com a licitante vencedora, buscando diversificar seu orçamento possibilitando a exploração comercial publicitária dos espaços nos veículos, na medida em que haverá um percentual de retorno do lucro auferido pela concessionária.

O órgão metropolitano tão somente fiscalizará a execução da atividade dentro das diretrizes legais e administrativas de regência. No que tange à possibilidade física de publicidade na atual frota, tem-se a seguinte relação a partir do envio dos dados pela assessoria técnica da Diretoria de Transportes:

• FROTA

FROTA POR TIPO DE VEÍCULO	
ARTICULADO	195
BIARTICULADO	17
COMUM	630
MICRO	3
MICRO-ESPECIAL	6
PADRON	52
SEMI PADRON	41
FROTA TOTAL	949

• LINHAS

- Número total de linhas: 235
- Linhas de ligação metropolitana: 152
- Linhas de característica municipal: 83
- Linhas metropolitanas que trafegam por Curitiba: 124
- Linhas metropolitanas que não trafegam por Curitiba: 28

LINHAS POR MUNICÍPIO	
AGUDOS DO SUL	1
ALMIRANTE TAMANDARÉ	27
ARAUCÁRIA	12
BALSA NOVA	1
BOCAIUVA DO SUL	1
CAMPINA GRANDE DO SUL	11
CAMPO TENENTE	1
CAMPO LARGO	11
CAMPO MAGRO	11
COLOMBO	61
CONTENDA	3
FAZENDARIO GRANDE	25
ITAPERUÇU	5
MANDIRITUBA	3
PIÊN	1
PINHAIS	27
PIRAQUARA	23
QUATROBARRAS	11
QUITANDINHA	4
RIOBRANCOSUL	6
RIONEGRO	1
SÃO JOSÉ DOS PINHAIS	20
TUNAS DO PARANÁ	1

Em razão da dinâmica do sistema de transporte coletivo metropolitano, as quantidades supratranscritas podem sofrer alterações.

VII – ESTIMATIVA DE VALOR DA CONTRATAÇÃO

Consigna-se que a licitação não demandará custos ou implicará a reserva orçamentária da AMEP, pois se trata de receita acessória. Isso porque, consoante dispõe o art. 2º da Portaria AMEP nº 12/2023, trata-se da aplicação da receita de publicidade e dos valores pagos por meio da veiculação de peças publicitárias em veículos do Sistema de Transporte Coletivo Metropolitano de Passageiros de Curitiba e Região Metropolitana.

Isso quer significar que a receita gerada provém da exploração comercial da publicidade, e não de recursos orçamentários previamente alocados da AMEP. A publicidade veiculada nos veículos do sistema é considerada receita acessória, obtida a partir da concessão do direito de exploração comercial da mídia, conforme regulamentação específica e contratos de publicidade devidamente autorizados. Portanto, os recursos gerados decorrem da concessão desse espaço publicitário, sem envolvimento direto de recursos públicos da AMEP.

A Portaria de regência especifica que as despesas relacionadas à operação e manutenção das mídias publicitárias são custeadas pelos concessionários habilitados no processo licitatório, não havendo previsão ou necessidade de aporte financeiro da AMEP para tais atividades.

Destaca-se que a receita obtida com a publicidade é destinada à aplicação em melhorias do próprio sistema de transporte coletivo, conforme previsão legal e regulamentar, caracterizando-se como receita vinculada e não um recurso orçamentário próprio da AMEP.

Assim, conclui-se que a realização da licitação para veiculação de publicidade não implicará o uso de recursos financeiros da AMEP, pois se trata exclusivamente de formalização da captação e gestão da receita acessória oriunda da publicidade em veículos do sistema de transporte coletivo.

VIII – JUSTIFICATIVAS PARA O PARCELAMENTO OU NÃO DA CONTRATAÇÃO

O Decreto Estadual nº 10.086/2022 estabelece que o princípio do parcelamento deverá ser adotado sempre que a divisão for tecnicamente viável e economicamente vantajosa, que não represente perda de economia de escala e que garanta a ampliação da competição e evite a concentração de mercado, bem como deverão ser considerados a responsabilidade técnica e o custo para a Administração de vários contratos frente as vantagens da redução de custos, com divisão do objeto em itens.

Assim, a divisão do objeto do presente foi avaliada, de modo a compreender sua viabilidade e atendimento à legislação. Após análise detalhada, não se considera necessário o parcelamento da contratação pelos seguintes motivos:

- A concessão abrange um único objeto unitário, que é a exploração da publicidade no transporte coletivo metropolitano pela licitante vencedora;
- O parcelamento poderia fragmentar a receita e dificultar a gestão unificada da concessão, comprometendo a eficiência administrativa e financeira;
- A concorrência pública assegura ampla participação, garantindo oportunidade para empresas de todos os portes disputarem o direito integral.

Desta forma, recomenda-se a contratação de forma integrada, para garantir homogeneidade na exploração dos espaços publicitários e melhor controle da receita à AMEP.

IX – CONTRATAÇÕES CORRELATAS E/OU INTERDEPENDENTES

Até o presente momento, não há contratações correlatas ou interdependentes que interfiram diretamente no objeto deste estudo, salvo contratos administrativos relacionados à manutenção e operação do sistema de transporte coletivo, que poderão ser impactados positivamente pela receita adicional advinda da exploração publicitária.

Registra-se que atualmente o sistema de transporte coletivo metropolitano gerenciado pela AMEP é executado por empresas que operam em regime precário de contratação. **A licitação para a concessão formal da execução do serviço público do transporte coletivo metropolitano se encontra em andamento no Protocolo 20.331.668-2, o qual tramita sob sigilo.**

Ressalta-se que a Administração Pública estadual formalizou a escolha de cindir as suas licitações – concessão principal do serviço público do transporte coletivo

metropolitano e concessão dos espaços do sistema de transporte metropolitano – com a publicação da Lei Estadual nº 21.153/2022.

No âmbito da AMEP, a gestão das receitas provenientes da publicidade será centralizada para ampliar o controle e transparência dos recursos, evitando sobreposição de contratos e garantindo conformidade quanto às normas vigentes.

X – DEMONSTRATIVO DOS RESULTADOS PRETENDIDOS

Os resultados pretendidos com a licitação do objeto são os seguintes:

- A efetiva concessão formalizada para exploração da publicidade nos espaços do transporte coletivo, conforme regulamentação específica;
- O incremento significativo e transparente da receita pública destinada à AMEP;
- A melhoria na gestão e fiscalização da publicidade em todo o Sistema Metropolitano;
- Implementação adequada, segura e padronizada das peças publicitárias conforme regulamentação do sistema de transporte coletivo metropolitano de passageiros de Curitiba e região metropolitana, garantindo qualidade técnica e estética das mídias (*busdoor*, *backbus*, *sidebus*, entre outras);
- Atendimento às normas legais e de controle estabelecidas pelo Tribunal de Contas do Paraná e órgãos competentes, assegurando transparência e conformidade nos contratos de publicidade;
- Melhoria da comunicação visual para o usuário do transporte coletivo, promovendo campanhas de interesse público e viabilizando receita ao sistema por meio da publicidade autorizada;
- Otimização da operação e manutenção das mídias publicitárias, minimizando impactos visuais negativos e garantindo segurança tanto para os veículos quanto para os pedestres;
- Controle rigoroso sobre as áreas de aplicação, dimensões e procedimentos de instalação e manutenção, promovendo uniformidade e mitigando efeitos negativos.

As receitas e valores pecuniários oriundos do contrato de concessão de publicidade serão revertidas em favor da modicidade tarifária e para financiar

investimentos necessários à melhoria do serviço do Sistema de Transporte Coletivo Metropolitano de Passageiros de Curitiba. As receitas aferidas em publicidade serão distribuídas nas proporções pela AMEP:

- 30% (trinta por cento) obrigatoriamente destinado para o Tesouro Geral do Estado conforme prevê o Decreto no 5.158, de 27 de setembro de 2016;
- 42% destinado para a modicidade tarifária;
- 21% destinado para financiar investimentos necessários para a melhoria no serviço do Sistema de Transporte Coletivo Metropolitano de Passageiros;
- 7% (sete por cento) destinado para financiar melhorias no serviço do Sistema de Bilhetagem Eletrônica.

A AMEP deverá elaborar, no início de cada exercício do contrato de publicidade, plano de aplicação de recursos, indicando os valores previstos a serem aplicados para a modicidade tarifária e nos investimentos para melhoria dos sistemas para deliberação do Conselho de Transporte Coletivo Metropolitano de Curitiba.

A AMEP poderá confeccionar relatórios financeiros com a demonstração de resultados das receitas e aplicações efetuadas com os recursos aferidos na concessão de publicidade, consolidados na prestação de Contas Anuais em cada exercício do contrato, ambos enviados ao Conselho de Transporte Coletivo Metropolitano, com deliberação para as Contas Anuais.

XI – DESCRIÇÃO DE POSSÍVEIS IMPACTOS AMBIENTAIS E MEDIDAS MITIGADORAS

Os principais impactos ambientais na fase oportunidade de efetiva execução e implementação de pelas publicitária nos espaços públicos objeto da presente concessão são avaliados a seguir:

- Geração de resíduos sólidos decorrentes da troca e manutenção das mídias publicitárias (vinil adesivo, suportes plásticos e metálicos);
- Possíveis impactos visuais negativos devido à instalação incorreta ou degradação das peças publicitárias;
- Consumo de energia elétrica para iluminação das peças publicitárias internas e externas, quando aplicável.

As possíveis medidas mitigadoras são as seguintes:

- Adoção de materiais recicláveis e descarte adequado conforme legislação ambiental vigente para resíduos gerados nas etapas de instalação, manutenção e substituição das mídias;
- Fiscalização periódica para garantir a qualidade das aplicações e substituições das peças, evitando degradação visual;
- Utilização de tecnologia LED para iluminação de painéis, visando menor consumo energético;
- Capacitação técnica das equipes de instalação para procedimentos que minimizem impactos e respeitem normas técnicas e ambientais estabelecidas.

XII – MATRIZ DE RISCO:

Objetivo:	Identificar os possíveis riscos e causas relacionadas à contratação do objeto, bem como ações Preventivas e de Contingência para mitigar os riscos.
Demanda Sucinta:	Concessão dos espaços públicos da frota do transporte coletivo metropolitano da AMEP para a exploração comercial e publicitária
A pontuação do risco:	É calculada a partir do produto entre o índice da probabilidade e o índice do impacto, verificando-se na Tabela 1 a pontuação do risco em análise.

NÍVEL DE RISCO			PROBABILIDADE				
			1	2	3	4	5
			MUITO BAIXA	BAIXA	MÉDIA	ALTA	MUITO ALTA
IMPACTO	5	MUITO ALTO	5	10	15	20	25
	4	ALTO	4	8	12	16	20
	3	MÉDIO	3	6	9	12	15
	2	BAIXO	2	4	6	8	10
	1	MUITO BAIXO	1	2	3	4	5

LEGENDA NÍVEL DE RISCO PONTUAÇÃO FINAL (PF)	MUITO BAIXO	BAIXO	MÉDIO	ALTO	EXTREMO
	PF =1	PF=2	$3 \geq PF \leq 6$	$9 \geq PF \leq 12$	$15 \geq PF \leq 25$

Quadro 1 – Legenda - Matriz de Risco

MATRIZ DE RISCO									
ID	RISCOS	POSSÍVEIS CAUSAS	PROBAB.	IMPACTO	PONT. FINAL	JUSTIFICATIVA DA PONTUAÇÃO	CONTROLES / CONTINGÊNCIA	RESPONS. PELO RISCO	RESPONS. PELA FISCAL.
1			1 MUITO BAIXA	3 MÉDIO	3 MÉDIO				
2			3 MÉDIA	4 ALTO	12 ALTO				
3			3 MÉDIA	2 BAIXO	6 MÉDIO				
4			3 MÉDIA	4 ALTO	12 ALTO				

Quadro 2 - Matriz de Risco

XIII – DECLARAÇÃO DE VIABILIDADE:

Com base nas informações levantadas e considerando que inexistem níveis de riscos categorizados como “Extremo”, bem como a possibilidade de controle e contingência dos riscos categorizados como “Alto” e “Médio”, verificadas ao longo do Estudo Técnico Preliminar, declara-se que a contratação é viável.

XIV – POSICIONAMENTO CONCLUSIVO

Após a análise dos riscos, o presente ETP foi pela declaração de viabilidade da contratação, na medida em que inexistem riscos categorizados como “Extremo”, bem como a possibilidade de controle e contingência dos riscos categorizados como “Alto” e “Médio”.

Além disso, o projeto de veiculação de publicidade em ônibus do Sistema de Transporte Metropolitano atende às normas técnicas, legais e de controle financeiro, e possui diretrizes claras quanto à padronização visual e operacional dos suportes publicitários, conclui-se a viabilidade técnica e administrativa da contratação. Ademais, as medidas mitigadoras propostas asseguram a minimização dos impactos ambientais, garantindo sustentabilidade e eficácia ao projeto.

Dessa forma, recomenda-se a continuidade do processo licitatório para a concessão dos serviços de publicidade no transporte coletivo, com monitoramento constante para garantir o atendimento aos padrões estabelecidos na legislação e regulamento aplicável.

Curitiba, 08 de janeiro de 2026.

Alan José de Oliveira Teixeira
Assessoria Jurídica AMEP

Ana Silvia Smania Gomes
Diretoria de Transporte Metropolitano AMEP

Daniel Victor da Costa Valença
Diretoria de Transporte Metropolitano AMEP

Documento: **ETPconcessaopublicidade08.01.pdf**.

Assinatura Avançada realizada por: **Alan Jose de Oliveira Teixeira (XXX.268.789-XX)** em 09/01/2026 10:48 Local: AMEP/AJ, **Daniel Victor da Costa Valença (XXX.582.849-XX)** em 09/01/2026 11:24 Local: AMEP/DIRTRA, **Ana Silvia Smania Gomes (XXX.971.158-XX)** em 12/01/2026 08:13 Local: AMEP/DIRTRA.

Inserido ao protocolo **25.095.818-8** por: **Alan Jose de Oliveira Teixeira** em: 08/01/2026 14:34.



Documento assinado nos termos do Art. 38 do Decreto Estadual nº 7304/2021.

A autenticidade deste documento pode ser validada no endereço:
<https://www.eprotocolo.pr.gov.br/spiweb/validarDocumento> com o código: