

EDITAL DE LICITAÇÃO – TOMADA DE PREÇOS Nº 004/2006.

COMPANHIA PARANAENSE DE GÁS – COMPAGAS

ÁREA ADMINISTRATIVA

TIPO: TECNICA E PREÇO

REGÊNCIA: Lei nº 8.666/93 e alterações posteriores.

REGIME DE EXECUÇÃO: Empreitada por Preço Global

01. OBJETO.

Contratação de uma agência de comunicação integrada para prestação de serviços de relações públicas, marketing direto, eventos e publicidade” conforme orientações técnicas dispostas no Anexo “Especificações Técnicas”, deste Edital.

02. SERVIÇOS

Os serviços objeto desta Licitação incluem:

- 1) Planejamento, estudo, concepção, execução, criação, produção, distribuição, veiculação e controle de resultados de campanhas e peças publicitárias,
- 2) Estudo, planejamento, criação, produção, distribuição de gerenciamento de execução de promoções e patrocínios,
- 3) Desenvolvimento e/ou gerenciamento e análise de pesquisas de opinião e de mercado;
- 4) Elaboração e registro de marcas, exceto a logomarca da COMPAGAS, expressões e propagandas, logotipos e de outros elementos de identificação e fixação de programação visual, tais como *folders*, relatórios, cartazes e material gráfico em geral;
- 5) Assessoramento no desenvolvimento de produtos e serviços;
- 6) Assessoramento no planejamento e montagem de estandes em feiras e exposições e organização de eventos;
- 7) Assessoramento e supervisão no planejamento, criação, produção e execução de projetos de marketing direto com suporte a banco de dados, documentários audiovisuais mercadológicos e institucionais, projetos multimídia, documentários fotográficos das atividades da COMPAGAS e demais ferramentas de comunicação e marketing, além da supervisão de serviços terceirizados e coordenação das demais atividades que venham a ser necessárias para a melhor divulgação e implementação das ações da COMPAGAS.

Nota 1: Não estão incluídos no objeto desta licitação, nos serviços de publicidade legal, a redação e editoração de textos, bem como as publicações no Diário Oficial do Estado do Paraná ou outro veículo de imprensa escrita.

Nota 2: Não estão incluídos os contratos de patrocínio que serão elaborados diretamente pela COMPAGAS.

O detalhamento dos serviços citados nos itens acima estão descritos no Anexo B deste Edital.

03. PRAZO E LOCAL DE EXECUÇÃO DO OBJETO.

PRAZO: 12 meses contados da assinatura do Contrato.

LOCAL: Curitiba/PR.

04. VALOR MÁXIMO.

R\$ 350.000,00 (trezentos e cinquenta mil reais)

05. DATA, HORÁRIO E LOCAL DE PROTOCOLO E ABERTURA DA LICITAÇÃO.

Os três envelopes deverão ser **protocolados** na **COMPAGAS**, em sua sede administrativa, localizada na Rua Pasteur n.º 463, 7.º andar, Batel, Curitiba – PR, até o dia **21/03/2006, às 14h00min.**

A sessão de abertura dos envelopes terá início às **15h00min** do dia **21/03/2006**.
LOCAL: Endereço descrito acima.

06. RETIRADA/AQUISIÇÃO DO EDITAL.

A PARTIR DO DIA: 17/02/2006. VALOR DO EDITAL: R\$ 30,00 (trinta reais).

INTERNET: <http://www.compagas.com.br> - Local: Licitação.

NA SEDE ADMINISTRATIVA DA COMPAGAS: Endereço descrito acima.

07. DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA.

Os recursos destinados a esta Licitação, estão previstos no item orçamentário “**Serviços de Terceiros – Publicidade - 430409**”, do orçamento anual de custeio da COMPAGAS.

08. PARTICIPAÇÃO DOS INTERESSADOS.

- a) Além do disposto no item “3. *Condições para Participar da Licitação*” das Normas e Condições Específicas deste Edital, não será permitida:
- b) Pessoa jurídica que tenha sido declara inidônea por qualquer órgão, entidade ou sociedade integrante da Administração Direta e Indireta da União, dos Estados ou dos Municípios, ou, ainda, que esteja com o direito de licitar suspenso perante o Estado do Paraná;
- c) Pessoa jurídica na qual, dentre seus dirigentes, responsáveis técnicos ou legais, dentre suas equipes técnicas, bem como dentre eventuais sub-contratados, figure quem seja ocupando de cargo na Administração Direta ou Indireta do Estado do Paraná.
- d) Pessoa física.

09. DOCUMENTOS DA LICITAÇÃO

Anexo A – Minuta de Contrato de Prestação de Serviços – Condições Específicas e Gerais;

Anexo B – Dados da COMPAGAS;

Anexo C – Procuração;

Anexo D– Declaração de Inexistência de Fato Superveniente;

Anexo E – Declaração de Cumprimento Técnico;

Anexo F – Declaração de Empregador Pessoa Jurídica;

Anexo G– Atestado de Capacidade Técnica;

Anexo H – Proposta Comercial.

NORMAS E CONDIÇÕES ESPECÍFICAS

1. RETIRADA DO EDITAL.

1.1 A retirada só será efetuada mediante apresentação do comprovante de depósito (cópia com autenticação mecânica), em nome da Companhia Paranaense de Gás – **COMPAGAS**, do valor indicado no campo **06** do preâmbulo deste Edital na conta nº 5427-7, Agência nº 0369, da Caixa Econômica Federal.

1.2 A empresa que optar pela retirada eletrônica do Edital deverá enviar recibo de retirada e comprovante de depósito diretamente à **COMPAGAS** ou através do fax (0xx41) 3312-1987, conforme o modelo que segue abaixo.

<i>(Modelo de Recibo)</i> Tomada de Preços COMPAGAS Nº 004/2006 "Contratação de Agência de Comunicação Integrada"		
Razão Social:		
CNPJ:		
Endereço:		
Fone: (xx)	Fax:(xx)	E-mail:
Data:		
Nome:		Rubrica:

1.3 **Apenas** no caso de REVOGAÇÃO ou ANULAÇÃO da presente Licitação, e somente quando ocorrida até a data estabelecida para apresentação dos documentos de habilitação e das propostas, a **COMPAGAS** efetuará o reembolso do valor referido no item **1.1** acima, a todas as empresas que adquiriram o Edital, o que será feito pelo exato valor do depósito efetuado. Após a comunicação da revogação ou anulação, cada empresa deverá informar, por escrito, no endereço indicado no campo **05** do preâmbulo deste Edital, o nome do Banco, Agência e Conta Bancária, em seu próprio nome, onde creditar o respectivo montante.

2. DOCUMENTOS DA LICITAÇÃO.

2.1 Os documentos pertinentes a esta Licitação estão relacionados no **campo 09** do preâmbulo e constituem parte integrante deste Edital.

2.2 O interessado será responsável pela identificação e verificação de todos os documentos mencionados neste item.

3. CONDIÇÕES PARA PARTICIPAR DA LICITAÇÃO.

3.1 Poderão participar da presente licitação quaisquer interessados, desde que atendam a todas as condições necessárias para a obtenção de registro cadastral para esta licitação, conforme disposto no presente instrumento, e desde que se constituam em pessoas jurídicas devidamente registradas no Sindicato das Agências de Propaganda - SINAPRO e que comprovem estar com situação regular perante este órgão de classe.

3.2 Estão impedidas de participar da presente licitação **AGÊNCIAS** que possuem contratos similares ao objeto da presente licitação com empresas concorrentes da COMPAGAS;

3.3 As agências que possuam contratos com empresas concorrentes da COMPAGAS se comprometem a rescindir os contratos firmados, caso venham a ser vencedores da licitação. A rescisão/distrato deverá ser comprovada por ocasião da assinatura do contrato.

3.4 Não poderão participar da licitação empresas que estiverem sob o regime de falência, concordata, concurso de credores, dissolução, liquidação ou que hajam sido declaradas

inidôneas ou, ainda, que estejam cumprindo suspensão nos termos do artigo 87 da Lei nº. 8.666/93.

3.5 Não poderão participar empresas em consórcio.

3.6 É vedada a participação de uma AGÊNCIA com mais de uma proposta.

3.7 Poderão participar desta licitação AGÊNCIAS localizadas fora de Curitiba e região metropolitana. Contudo o vencedor do presente certame deverá comprovar possuir estrutura mínima em Curitiba para atender a COMPAGAS, em até 10 dias contados da assinatura do contrato.

3.7.1. A estrutura mencionada no item anterior deverá possuir no mínimo os equipamentos indicados na qualificação técnica (item 10.1.3), além da equipe indicada na presente Tomada de Preços para prestar os serviços.

3.8 Serão impedidas de participar da presente Licitação empresas que tenham sido suspensas, pelo prazo assinalado no ato que tenha determinado a suspensão, ou que tenham sido considerados impossibilitados para contratar com a Administração Municipal, Estadual e Federal, e em especial a PETROBRÁS e COPEL, bem como com suas Subsidiárias.

3.9 Poderão participar desta Licitação empresas isoladas, não sendo permitida a participação dos interessados relacionados no campo **08** do preâmbulo deste Edital.

3.10 Nas sessões públicas, a licitante poderá se fazer representar por procurador, a quem sejam conferidos amplos poderes para representá-la em todos os atos e termos do processo licitatório; ou por representante legal previsto em contrato social ou estatuto, que tenha o uso da firma da sociedade. Nas reuniões, será admitido, no máximo, 01 (um) representante de cada proponente. A licitante deverá se utilizar do “Modelo de Procuração”, Anexo indicado no campo **09** do preâmbulo deste Edital, para conferência de poderes de representação ao portador dos envelopes, caso não compareça o representante legal da sociedade.

3.11 O representante da licitante deverá apresentar, **separadamente dos envelopes de cadastramento ou propostas**, a Procuração a que se refere o item **3.10** acima, **acompanhado** de documento comprobatório de uso da firma da sociedade pelo subscritor da procuração.

3.12 Não se admitirá o envio de documentação ou proposta através de fac-símiles e/ou e-mail. Somente serão aceitos os envelopes contendo a certidão de registro cadastral e as Propostas Técnica e Comercial recebidos até o prazo estabelecido no campo **05** do preâmbulo deste Edital.

4. OBJETO.

A presente Licitação tem por objeto a prestação dos serviços dispostos no campo **01** compreendida na forma do campo **02**, ambos do preâmbulo deste Instrumento, o qual deverá ser executado em conformidade com o disposto nos demais Documentos da Licitação.

5. PREÇO, CONDIÇÕES DE PAGAMENTO E REAJUSTE.

5.1 O preço para execução do objeto do presente Edital será aquele apresentado pela licitante vencedora em documento específico no envelope destinado à Proposta Comercial, o qual não poderá ser superior ao limite estabelecido no campo **04** do preâmbulo deste Edital.

5.2 A presente Licitação é realizada conforme o Regime de Execução disposto em seu preâmbulo, e a **COMPAGAS** estará livre para contratar a quantidade de serviços indispensáveis às suas necessidades, até o limite do(s) preço(s) estabelecido no item precedente.

5.3 As Condições de pagamento e reajuste estão previstas no Anexo “Minuta do Contrato de Prestação de Serviços” – Condições Gerais e Específicas.

6. CONDIÇÕES E FORMAS DE EXECUÇÃO DO OBJETO.

As condições para a execução do objeto proposto estão elencadas no Anexo “Minuta do Contrato de Prestação de Serviços” – Condições Gerais e Específicas.

7. CONDIÇÕES GERAIS DE CONTRATAÇÃO, OBRIGAÇÕES DAS PARTES E GARANTIAS.

As condições gerais de contratação, de subcontratação, obrigações das partes e garantias, estão previstas no Anexo “Minuta do Contrato de Prestação de Serviços” – Condições Gerais e Específicas e nos demais Documentos da Licitação.

8. PENALIDADES.

As penalidades pela inexecução total ou parcial dos termos do Contrato constam previstas no Anexo “Minuta do Contrato de Prestação de Serviços” – Condições Gerais e Específicas.

9 - ENTREGA E APRESENTAÇÃO DOS ENVELOPES

9.1 – A certidão de registro cadastral e as propostas deverão ser apresentadas em 3 (três) envelopes distintos, devidamente fechados, denominados envelopes “1”, “2” e “3”, respectivamente nominados e endereçados da seguinte forma:

Envelope “1” – Certidão de Registro Cadastral;
Envelope “2” – Proposta Técnica;
Envelope “3” – Proposta Comercial.

COMPANHIA PARAENSE DE GÁS – COMPAGAS

At.: COMISSÃO DE LICITAÇÃO

Ref.: TOMADA DE PREÇOS 004/2006

ENVELOPE " _____ "

9.1.1 O protocolo dos envelopes com a certidão de registro cadastral e as propostas (técnica e comercial) poderá ser feito (1) via correio (2) via aérea, ou (3) pessoalmente.

9.1.2 Não serão aceitas propostas de preços remetidas via fax, e-mail ou em documento diferente da Proposta de Preços original devidamente rubricada.

9.2 Os três envelopes deverão ser protocolados na **COMPAGAS**, em sua sede administrativa, localizada na Rua Pasteur n.º 463, 7.º andar, Batel, Curitiba – PR, até o dia **21/03/2006, às 14h00min**. A sessão de abertura dos envelopes terá início às **15h00min** do dia **21/03/2006**.

9.2.1 A proposta técnica deverá ser datilografada ou impressa, em papel timbrado ou com carimbo da AGÊNCIA em todas as folhas, em 01 (uma) via, rubricada em todas as suas folhas, datadas, numeradas e assinadas pelo representante legal da AGÊNCIA.

9.2.2 A falta de qualquer dos documentos solicitados, ou a apresentação de documentos que contenham emendas, rasuras, entrelinhas, ressalvas ou modificações de qualquer item

deste Edital e seus Anexos, poderá implicar na desclassificação da AGENCIA, a critério da Comissão de Licitação.

9.2.3 Não serão considerados motivos para desclassificação, simples omissões ou irregularidades formais nos documentos, desde que sejam irrelevantes e não prejudiquem o processamento da Licitação e o atendimento da proposta e não firam os direitos dos demais participantes.

9.3 **O envelope “1” – Cadastramento** deverá conter o original da Certidão de Registro Cadastral, a qual será obtida previamente, atendidas as exigências contidas no item 10 deste Edital, acompanhado da Declaração de Inexistência de Fato Superveniente (conforme modelo do Anexo D) e da Declaração de Empregador Pessoa Jurídica (conforme modelo do Anexo F).

9.4 **O envelope “2” – Proposta Técnica** deverá conter os documentos relacionados no item 11 – Proposta Técnica.

9.4.1 As peças que integram os itens de 11.8 – Exemplos de peças da Idéia Criativa devem ser acondicionadas em embalagens adequadas às suas características, desde que invioláveis quanto às informações de que tratam, identificadas com o nome da licitante e uma etiqueta para as devidas rubricas da comissão até a abertura do correspondente invólucro.

9.5 **O envelope “3” – Proposta Comercial** deverá conter a proposta comercial, constituída **do modelo original (Anexo H), fornecida e rubricada pela COMPAGAS**, devidamente preenchida com a proposta dos dois percentuais de desconto, datada e assinada pelo representante legal da AGÊNCIA.

9.5.1 A **Proposta Comercial** deverá conter o desconto a ser concedido ao CONTRATANTE, sobre os custos internos, baseado na Tabela de Preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Paraná e na tabela de preços da Associação Brasileira de Marketing Direto – ABEMD, bem como o desconto sobre os honorários 15% a serem cobrados do CONTRATANTE, referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidentes sobre os custos comprovados de serviços realizados por terceiros:

9.6 Será desclassificada a proposta comercial que não contiver o original da Proposta Comercial fornecida pela **COMPAGAS** (Anexo H), obrigatoriamente preenchida com a oferta dos dois descontos.

10. CADASTRAMENTO

10.1 As empresas interessadas em participar da presente Licitação deverão realizar seu cadastramento prévio na COMPAGAS. Para tanto deverão apresentar, em original, por qualquer processo de cópia autenticada por Cartório competente ou por membro da Comissão de Licitação, ou publicação em órgão da imprensa oficial, os documentos constantes nos itens 10.1.1.; 10.1.2; 10.1.3; 10.1.4, até o terceiro dia anterior à data do recebimento das propostas, nos termos do art. 21 da Lei 8666/93.

NOTA: Uma vez protocolados, a comissão terá o prazo mínimo de três dias para a análise dos documentos apresentados para o cadastramento.

10.1.1 - HABILITAÇÃO JURÍDICA

a) comprovação de registro, do ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, na Junta Comercial, em se tratando de sociedades mercantis, acompanhado documento de eleição ou nomeação dos administradores em exercício; e,

b) comprovação de registro do ato constitutivo no competente Registro Civil das Pessoas Jurídicas, no caso de sociedades civis, acompanhada de ato de eleição ou nomeação dos administradores em exercício.

10.1.2 - REGULARIDADE FISCAL

a) prova de inscrição no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ);

b) prova de inscrição no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, **se houver**, relativo ao domicílio ou sede da AGENCIA, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;

c) prova de regularidade para com as Fazendas Federal, Estadual e Municipal relativamente à sede da empresa. Especificamente, no caso da Fazenda Federal, a comprovação dar-se-á pela apresentação concomitante de 02 (dois) documentos distintos, ou seja, Certidão de Quitação de Tributos e Contribuições Federais e Certidão de Quitação Quanto à Dívida Ativa da União (nos termos dos artigos 205 e/ou 206 do Código Tributário Nacional). Quando nas certidões não constar o prazo de validade, as mesmas deverão ter datas de expedição inferior a 60 (sessenta) dias, da data de apresentação das Propostas;

d) prova de regularidade relativa à Seguridade Social, demonstrando situação regular no cumprimento dos encargos sociais instituídos por lei (Certidão Negativa de Débitos do INSS - CND);

e) prova de situação regular perante o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS), válida na época da apresentação da proposta.

101.2.1 - Caso a AGÊNCIA esteja isenta de recolher qualquer dos tributos e taxas exigidos para a comprovação da Regularidade Fiscal, o mesmo deverá apresentar Certidão emitida por órgão competente, informando tal isenção.

10.1.3 – QUALIFICAÇÃO TÉCNICA

a) Prova de filiação e de regularidade da AGÊNCIA no Sindicato das Agências de Propaganda – SINAPRO.

b) Apresentação de 02 (dois) Atestados de Capacidade Técnica, expedidos por órgãos públicos ou empresas privadas, que comprovem a aptidão da licitante para a execução de serviços compatíveis em características com o objeto da licitação (conforme modelo Anexo G), com firma reconhecida do signatário;

c) Para a licitante que não possui escritório em Curitiba, declaração formal de que, caso venha a sagrar-se vencedora do procedimento, instalará, no prazo de até 10 (dez) dias contatos da assinatura do contrato, a estrutura necessária à execução dos serviços objeto desta licitação;

d) Declaração de que a licitante possui condições operacionais de funcionamento, dispendo de estrutura técnico-administrativa e de estrutura mínima de Informática e Telecomunicações, capaz de garantir a prestação dos serviços licitados dentro dos prazos acordados no edital (conforme modelo do Anexo E);

- I. Acesso à Internet através de conexão Banda Larga (ADSL ou cable modem), com velocidade mínima de 300 Kbps;
- II. Possuir pelo menos 02 (dois) microcomputadores que atendam às características abaixo:

II-1 Configuração de hardware:

- i. Processador Intel ou AMD, 600 Mhz ou superior;
- ii. Mínimo de 128 MB de memória RAM;
- iii. Capacidade mínima de Disco: 10 Gb;
- iv. Interface de rede ethernet 10/100;
- v. Monitor SVGA 15 polegadas.

II.2 Configuração de software:

- vi. Sistema Operacional Windows 2000 Professional ou XP Professional ou Windows 98 SR2
- vii. Conjunto de aplicativos estilo Office, que permitam troca de arquivos nos formatos “.doc” e .xls (MS Word e Excel);
- viii. Acrobat Reader para leitura de arquivos formato pdf;
- ix. Software de compactação de arquivos, para tratamento de arquivos tipo zip;
- x. Software Anti-vírus devidamente atualizado;
- xi. Corel draw
- xii. PhotoShop.

- III. Possuir 01 (uma) impressora *laser* colorida 01 impressora jato de tinta (esta pode ser um multifuncional);
- IV. Possuir 01 aparelho de fax;
- V. Possuir 03 (três) linhas telefônicas, sendo 01 para atendimento exclusivo ao Fax e 02 para voz;
- VI. A COMPAGAS poderá proceder, através de equipe técnica por ela indicada, auditoria para verificação da estrutura acima solicitada;

10.1.3.1. A LICITANTE está sujeita a vistoria de suas instalações a fim de comprovar o atendimento a esta exigência.

10.1.4 – QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA

a) Certidão negativa de falência e concordata expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica.

10.2. O cadastramento a que se refere este item será válido exclusivamente para esta licitação.

10.3 Será(ão) considerada(s) habilitada(s) a(s) licitante(s) que apresentar(em) todos os documentos exigidos para cadastramento e demonstrar(em) idoneidade e qualificações necessárias à execução do objeto da Licitação, conforme especificado neste Edital.

10.4 Não serão cadastradas as licitantes que apresentarem documentação incompleta, incorreta, fora do prazo de validade ou que contrarie qualquer dispositivo da presente Licitação.

10.5 Quando nas certidões não constar o prazo de validade, as mesmas deverão ter data de expedição inferior a 60 (sessenta) dias, da data de abertura da Licitação.

10.6 Salvo as certidões obtidas via *internet*, os documentos acima relacionados deverão ser apresentados em original; fotocópia autenticada por tabelião de notas; pelos membros da Comissão de Licitação; ou publicação em órgão de imprensa oficial. No caso de apresentação de cópias não autenticadas, deverão ser apresentados os originais para confronto e certificação pela Comissão.

11. PROPOSTA TÉCNICA - Valor total 100 pontos.

11.1 A proposta técnica abrange os Relatos de Soluções de Comunicação com o uso de marketing direto; Experiência, Capacidade e Sistemática de Atendimento; Período de tempo para apresentação do *lay-out* inicial e orçamento; Período de tempo para entrega final da atividade e produto considerando a aprovação da COMPAGAS; Estratégia de Comunicação Integrada; Idéia Criativa e o Plano de Ações.

11.2 Para efeito de avaliação e elaboração da Estratégia de Comunicação Integrada, Idéia Criativa e Plano de Ações, a licitante deverá apresentar uma Campanha simulada de acordo com o Anexo B – Dados da Compagas, com verba compatível e duração de 365 dias, incluindo todos os fatores componentes das despesas, desde custos de produção, serviços de terceiros, veiculação, tributos etc.

11.2.1 Esta Simulação de Campanha deverá observar os seguintes pontos:

- a) As praças a serem consideradas na simulação do plano de ações são as regiões que a empresa atende no Estado do Paraná;
- b) A verba a ser considerada é de R\$ 350.000,00 (trezentos e cinquenta mil reais).
- c) Deverá considerar ações para todos os segmentos, ou seja, industrial, comercial, residencial e veicular.
- d) Na Campanha simulada, as licitantes deverão obrigatoriamente utilizar-se dos valores da Tabela Referencial de Preços, do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Paraná – SINAPRO, e as tabelas de preços dos veículos de divulgação.
- e) Fica a critério do CONTRATANTE decidir pela sua produção e veiculação da campanha vencedora, com ou sem modificações, na vigência do contrato;
- f) Serão desclassificados os licitantes que apresentarem propostas com valor superior à verba destinada, ou que consignarem preços muito abaixo do mercado (preços inexecutáveis), assim compreendidos os preços inferiores a 50% da média de preço de mercado, pesquisados entre três empresas do ramo, nesta capital;
- g) Serão desclassificadas as licitantes que não obtiverem a nota mínima requerida em cada quesito na proposta técnica.

11.3 Relatos de soluções de comunicação com o uso de marketing direto. Valor de 1 a 10 pontos. Mínimo requerido 5 pontos.

11.3.1 Apresentação de dois trabalhos de marketing direto desenvolvidos pelo proponente, descrevendo ações e recursos empregados, custos envolvidos, tempo demandado para preparar a ação, a ação em si, retorno, métodos para avaliar este retorno. Deve estar formalmente referendada com a assinatura e nome legível dos respectivos anunciantes.

11.3.1.1 Tamanho máximo de 2 (duas) páginas em papel A4, fonte Arial tamanho 12, com até 30 linhas em cada uma.

CRITÉRIO DE JULGAMENTO:	
a)Concatenação lógica da exposição	=2
b) Evidência de planejamento publicitário	=2
c)Consistência das relações de causa e efeito	=3
d) Consistência de mensuração dos resultados apresentados. Metodologia aplicada para avaliar e quantificar	=3
Total	=10

11.4 Experiência, Capacidade e Sistemática de Atendimento para a COMPAGAS – Valor de 1 a 20 pontos. Mínimo requerido 10 pontos.

11.4.1 Preenchimento da planilha curricular abaixo contendo a qualificação dos profissionais técnicos que serão colocados à disposição enquanto vigor o contrato. Esta deverá conter **somente** um profissional para as áreas de planejamento, criação e atendimento. As informações necessárias são: tempo de experiência na atividade registrado em carteira, formação acadêmica na área de atuação e hierarquia na agência. Anexar a cópia da carteira de trabalho dos profissionais elencados para as áreas.

11.4.1.1 Tamanho máximo de 1 (uma) página em papel A4, contendo a planilha curricular devidamente preenchida mais páginas com as fotocópias anexadas das respectivas carteiras de trabalho e títulos de formação acadêmica dos profissionais destinados a atender a COMPAGAS. A pontuação será a soma das médias de cada currículo.

PLANILHA CURRICULAR PARA AVALIAÇÃO DA CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

Nome do Profissional dedicado COMPAGAS	Tempo de Experiência em anos	Grau de Formação	Nível Hierárquico	SOMENTE ESTAS ÁREAS DE ATUAÇÃO
				Planejamento
				Criação
				Atendimento
Soma				
Média <i>(obtida pela soma dividida pelo número de profissionais mencionados até 3)</i> ($\Sigma/3$)				Soma das médias até 3 casas depois da vírgula=

CRITÉRIO DE JULGAMENTO	15
Tempo de experiência do profissional. PESO 5 - Critério abaixo	PESO
0 a 3 anos e 11 meses	1
4 a 9 anos e 11 meses	3
10 anos a 14 anos e 11 meses	4
Acima de 15 anos	5
Formação acadêmica na área de atuação – PESO 5 – Critério abaixo	PESO
Nível técnico, sem formação, graduação em outra área de atuação.	1
Graduação na área de atuação	2
Especialização na área de atuação mínima de 360 horas	3
Mestrado na área de atuação	4
Doutorado na área de atuação	5
Nível Hierárquico – registrado em carteira – PESO 5 – Critério Abaixo	PESO

Diretor	5
Gerente	3
Funcionário Especialista	2
Funcionário Administrativo	1
Estagiário	0,5
TOTAL DE PONTOS	15

Tempo de atuação da Agência. (comprovado mediante constituição da sociedade- contrato social ou estatuto.) PESO 5 - Critério abaixo	PESO
0 a 3 anos e 11 meses	1
4 a 9 anos e 11 meses	3
10 anos a 14 anos e 11 meses	4
Acima de 15 anos	5

11.5 Período de tempo para apresentação do lay-out inicial e orçamento.
Valor de 1 a 5 pontos. Mínimo requerido 1 ponto.

11.5.1 Este tempo consiste na quantidade de dias que a equipe da licitante demanda para elaborar e apresentar a proposta inicial e seus orçamentos a COMPAGAS, depois do recebimento das especificações (*briefing*) para as atividades requeridas.

11.5.2 O período de tempo deve ser descrito em dias para a execução das atividades abaixo mencionadas. O prazo não pode ser inferior a um dia e as respostas devem conter somente números inteiros (1 dia, 2 dias etc).

11.5.3 Tamanho máximo de 1 (uma) página em papel A4 que deverá conter a planilha abaixo:

Obs. (Estes prazos serão mantidos sob penalidades na execução do contrato).

	Atividade (prazo considerando o recebimento do <i>briefing da COMPAGAS</i>)	Resposta em Dias
1	Criação de Relatório Anual (40 páginas aproximadamente)	
2	Criação de roteiro de um vídeo de 10 minutos	
3	Criação de uma mala-direta para clientes segmento residencial	
4	Criação de anúncio para revista – página dupla	
5	Organização de uma <i>blitz</i> promocional com clientes do segmento residencial	
	Total de dias	
	Prazo médio para as atividades ($\Sigma/5$) até 3 casas decimais.	

Este prazo será o adotado durante o contrato como prazo máximo para realização de outras atividades contidas na tabela do SINAPRO e pertinentes à atividade publicitária.

CRITÉRIO DE JULGAMENTO:	
Grade para pontuação do prazo médio obtido para apresentação do lay-out inicial e orçamento. O prazo médio é a soma dos dias de todas as atividades requeridas dividido pelo número de atividades	
0,000 a 1,000	5,0
1,001 a 1,500	4,5
1,501 a 2,000	4,0
2,001 a 2,500	3,5
2,501 a 3,000	3,0
3,001 a 3,500	2,0
3,501 para cima	1,0

11.6 Período de tempo para entrega final da atividade e produto considerando a aprovação da COMPAGAS.

Valor de 1 a 5 pontos. Mínimo requerido 1 ponto

11.6.1 Este tempo consiste na quantidade de dias que a equipe da licitante demanda para realizar a proposta já apresentada e aprovada pela COMPAGAS. A resposta do período de tempo deverá ser dada em número de dias para a execução das atividades abaixo mencionadas. O prazo não pode ser inferior a um dia e as respostas devem conter somente números inteiros (1 dia, 2 dias etc).

11.6.2 Tamanho máximo de 1 (uma) página em papel A4 que deverá conter a planilha abaixo:

Obs. (Estes prazos serão mantidos sob penalidades enquanto vigor o contrato).

	Atividade(prazo considerando a aprovação da atividade pela COMPAGAS)	Resposta em Dias
1	Produção de Relatório Anual (40 páginas aproximadamente) contendo fotos, ilustrações, arte final, fotolito, prova e impressão.	
2	Produção de roteiro de um vídeo de 10 minutos	
3	Produção de uma mala direta para os clientes do residencial	
4	Produção para anúncio para revista – página dupla: incluindo fotos e/ou ilustrações, arte final, prova.	
5	Produção e organização de uma <i>blitz</i> promocional com cliente do segmento residencial	
	Total de dias	
	Prazo médio para as atividades ($\Sigma/5$) até 3 casas decimais.	

Este prazo será o adotado durante o contrato como prazo máximo para realização de outras atividades contidas na tabela do SINAPRO e pertinentes à atividade publicitária.

CRITÉRIO DE JULGAMENTO:	
Grade para pontuação do prazo médio obtido para a realização da proposta a contar com a data da aprovação da COMPAGAS. O prazo médio é a soma dos dias de todas as atividades requeridas dividido pelo número de atividades	
0,000 a 1,000	5,0
1,001 a 1,500	4,5
1,501 a 2,000	4,0
2,001 a 2,500	3,5
2,501 a 3,000	3,0
3,001 a 3,500	2,0
3,501 para cima	1,0

11.7 Estratégia de Comunicação Integrada.

Valor de 1 a 15 pontos. Mínimo requerido 8 pontos.

11.7.1 Deverá ser elaborada com o auxílio do Anexo B – Dados da COMPAGAS. O proponente deverá montar e justificar uma completa Estratégia de Comunicação, para efeito de julgamento da eficiência de sua metodologia de trabalho, compreendendo os seguintes quesitos:

11.7.1.1 - **Raciocínio Lógico:** Constituído de texto em que a agência explicará seu entendimento da problemática geral da COMPAGAS e dos problemas e necessidades de comunicação definidas no Anexo B. Tamanho Máximo 3 (três) páginas em papel A4, fonte Arial tamanho 12, com até 30 linhas em cada uma. **Valor de 1 a 5 pontos.**

CRITÉRIO DE JULGAMENTO:	
a) Acuidade de compreensão no que concerne às características da COMPAGAS, significativas para a comunicação publicitária.	=1
b) Acuidade de compreensão quanto à natureza, a extensão e a qualidade das relações da COMPAGAS com os segmentos sociais que constituem o seu público.	=2
c) A acuidade de compreensão no que tange ao papel da COMPAGAS no atual contexto social, político e econômico.	=2
Total	5

11.7.1.2 - **Estratégia de Comunicação Publicitária:** Constituída de texto em que a proponente apresentará como solucionar os problemas de comunicação, fixando objetivos a serem atingidos e apresentando os conceitos que fundamentam a proposta, com as devidas justificativas, examinando e descartando conceitos alternativos. Tamanho Máximo de 3 (três) páginas em papel A4, fonte Arial tamanho 12, com até 30 linhas em cada uma. **Valor de 1 a 10 pontos.**

CRITÉRIO DE JULGAMENTO:	
Adequação do conceito proposto à natureza, qualificação e problemas da COMPAGAS conforme apresentado no <i>briefing</i> .	= 1
A capacidade, evidenciada, de provocar novas relações com o público alvo e ampliar esse desdobramento positivo para a comunicação da COMPAGAS com a sociedade;	= 3
A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa.	= 3
Metodologias utilizadas para avaliar e quantificar a estratégia adotada	= 3
Total	10

11.8 Idéia Criativa

Valor total de 1 a 20 pontos. Mínimo requerido 10 pontos sendo:

11.8.1 Uma descrição textual em que o licitante se limitará a apresentar uma síntese e uma justificativa para todas as ações e peças sugeridas contendo: objetivo, público-alvo e descrição da metodologia de pesquisa para aferir os resultados esperados. Tamanho máximo de 2 (duas) páginas em papel A4, fonte Arial 12, com até 30 linhas em cada uma. **Valor de 1 a 5 pontos.**

CRITÉRIO DE JULGAMENTO:	
a) Objetivo	= 1
b) Público Atingido.	= 2
c) Descrição da metodologia de pesquisa para aferir os resultados esperados	= 2
Total	5

11.8.2 Cinco exemplos de peças que corporifiquem os objetivos da comunicação da COMPAGAS e demonstrem sua harmonia com a redução de mensagem. Todas as peças deverão ter uma identificação da licitante e uma etiqueta branca adesivada para receber rubricas. Estas peças serão avaliadas pelos seguintes quesitos: originalidade, pertinência, senso estético; clareza na mensagem e sistemas de avaliações. **Valor de 1 a 15 pontos.**

CRITÉRIO DE JULGAMENTO:	
a) Originalidade: Compreende a criação de algo inovador, diferenciado do usual de modo a causar um impacto de mensagem.	= 5

b) Pertinência: Todo item sugerido deverá ter pertinência com as estratégias e objetivos da organização.	= 3
c) Senso Estético: Cada peça deverá apresentar-se de maneira agradável ao olhar, a arte deverá ter qualidade da execução e do acabamento.	= 2
d) Clareza da mensagem: a compreensão do posicionamento adotado na campanha.	= 2
e) Sistema de Avaliação: recursos, metodologias de pesquisas realizadas que serviram para medir o resultado descrevendo situação anterior e esperada.	= 3
Total	15

Peça	Originalidade	Pertinência	Senso Estético	Clareza Mensagem	Sistema Avaliação	Total
<i>Pesos</i>	5	3	2	2	3	15
1						
2						
3						
4						
5						
Média (Σ/5)= Somatória dos pontos e divisão pelo número de peças com até 3 casas decimais.						Ponto Total Somatória das médias

11.9 Plano de Ações

Valor total de 1 a 25 pontos. (soma itens a +b)Mínimo requerido 15 pontos

11.9.1 As ações são compreendidas como sendo qualquer uso de mídia, *merchandising*, peças diversas, brindes, *folders* entre outros; consubstanciado em:

a) Conhecimento e análise dos hábitos de comunicação do(s) segmentos(s) do público definido(s) no Anexo B – Dados da Compagas, apresentado sob a forma de texto. Tamanho máximo de 2 (duas) páginas em papel A4, fonte Arial, tamanho 12, com até 30 linhas em cada uma. **Valor de 1 a 5 pontos.**

b) Apresentar a simulação de plano de distribuição (cronograma) das ações, acompanhado de memória justificando as premissas assumidas. Apresentar sob a forma de tabela. Nas colunas de custos, todos os honorários já devem estar inclusos, assim como as despesas de produção, planejamento etc. A verba poderá não ser totalmente aplicada. Tamanho máximo de 2 (duas) páginas em papel A4. Simulação de plano de distribuição das peças. A verba estimada é de R\$ 350.000,00 (trezentos e cinquenta mil reais). **Valor de 1 a 20 pontos.**

Ações	Período tempo												Custo Unitário	Custo Total R\$	

- b) O desconto a ser concedido na remuneração de 15% sobre a contratação de serviços de terceiros no processo de produção cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os custos de serviços realizados por terceiros.
- c) Que os tributos e a totalidade dos encargos fiscais, trabalhistas, previdenciários e comerciais incidentes sobre o Contrato, serão de inteira responsabilidade da licitante, sendo também de sua inteira responsabilidade, os custos com transporte e seguro.
- d) Que, na hipótese de reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, o valor originalmente contrato como cachê para pagamento pelos direitos de uso de imagem e som de voz a atores e modelos, poderá ser repactuado, tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do Índice Geral de Preços – Disponibilidade Interna (IGP-DI) da Fundação Getúlio Vargas, desde que decorridos pelo menos 12 (doze) meses da cessão original dos direitos.
- e) Que, na hipótese de reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, o valor original pago aos detentores pela cessão de direitos patrimoniais de uso de obras consagradas incorporadas às peças, poderá ser repactuado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do Índice Geral de Preços – Disponibilidade Inter (IGP-DI) da Fundação Getúlio Vargas, desde que decorridos pelo menos 12(doze) meses da cessão original dos direitos;
- f) A cessão total e definitiva para o CONTRATANTE, dos direitos patrimoniais de uso das idéias (incluídos os estudos, análises e planos), peças, *spots* de rádios, materiais audiovisuais, vídeos para televisão, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência do contrato que vier a ser firmado, sem qualquer remuneração adicional ou especial, mesmo após a vigência do contrato;
- g) O compromisso de – em todas as contratações que envolvam direitos de terceiros – solicitar de cada terceiro que vier a ser contratado dois orçamentos para execução do serviço, um de cessão de direitos por tempo limitado e outro de cessão total e definitiva de tais direitos, para que a CONTRATANTE escolha uma das opções;
- h) Que nos casos de cessão de direitos por tempo limitado – estará condicionada a contratação de serviços de terceiros por período mínimo de 12 (doze) meses e que serão utilizados os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais ou conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão;
- i) O compromisso – quando a CONTRATANTE optar pela execução dos serviços com a cessão total e definitiva – de fazer constar dos ajustes que vierem a celebrar com terceiros, para a produção de peças e campanhas e a prestação de outros serviços – cláusulas escritas que:
- i.1 Explicitem a cessão total e definitiva, por esses terceiros, do direito patrimonial de uso sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais ou conexos, aí incluídos: a criação, produção e direção, a composição, arranjo e execução de trilha sonora, as matrizes, os fotolitos e demais trabalhos assemelhados;
 - i.2 Estabeleçam que a CONTRATANTE poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou pro intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência do contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos;
- j) Será considerada como já incluída no custo de produção qualquer remuneração devida a terceiros em decorrência da cessão de direitos por tempo limitado, ou total e definitiva;
- k) O compromisso de fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção de peças, os custos dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra (s) consagrada (s), incorporada (s) à peça e os de cessão dos demais direitos;

l) O compromisso de sempre negociar as melhores condições de preço, até os percentuais máximos para os direitos de imagem e som de voz (atores e modelos) e sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias da CONTRATANTE;

m) A garantia de transferência, à CONTRATANTE, de toda e qualquer vantagem obtida nas negociações de preços e/ou condições de pagamento junto a veículos e a fornecedores.

n) A garantia de que os honorários de agência incidentes sobre os custos comprados e previamente autorizados, de outros serviços especiais realizados por terceiros, com a efetiva intermediação da agência, podendo ser eles referentes: assessoramento e apoio na execução de ações de eventos, promoções, ao desenvolvimento de pesquisa de mercado, de opinião e de produtos e serviços, à elaboração e registro de marcas, expressões de propaganda, logotipos e outros elementos de programação visual, ao planejamento e montagem de estandes em feiras e exposições não será superior a 15% (quinze por cento).

12.7 A Proposta Comercial deverá ser apresentada digitada no modelo original (Anexo H), fornecida e rubricada pela **COMPAGAS**. Suas páginas deverão estar numeradas seqüencialmente, com clareza, sem emendas, rasuras ou entrelinhas, devidamente datada, assinada e identificada na última folha e rubricadas nas demais, na qual deverá constar obrigatoriamente o item a seguir:

12.7.1 Desconto a ser concedido em relação aos seus custos internos baseados na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Paraná – SINAPRO. O mesmo desconto deverá ser aplicável a demais itens não contidos nesta tabela e presentes na tabela de preços da Associação Brasileira de Marketing Direto – ABEMD;

VALOR: 1 a 50 pontos

12.7.2 Percentual de desconto sobre honorários referentes à produção de peças e materiais, cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os custos de serviços realizados por terceiros (sobre a comissão de 15%). Desta forma se o licitante apresentar um desconto de 10% a comissão equivalente passa a ser de 13,5%.

VALOR: 1 a 50 pontos

13 – PROCEDIMENTO DA LICITAÇÃO

13.1 A Licitação será processada e julgada com a observância dos seguintes procedimentos:

- I Cadastramento prévio dos interessados, cujos documentos serão recebidos até o terceiro dia anterior a entrega dos envelopes, conforme disposto no art. 22 parágrafo 2.º da Lei 8666/93, e nos termos do previsto no item 4 deste instrumento.
- II Notificação do resultado do cadastramento aos escritórios e disponibilização dos respectivos certificados aos cadastrados, pela COMPAGAS.
- III Recebimento dos envelopes 1, 2 e 3 das AGÊNCIAS cadastradas.
- IV Abertura dos envelopes "1" contendo a Certidão de Registro Cadastral e Declaração de Inexistência de Fato Superveniente, e verificação da autenticidade de tais documentos.
- V Abertura dos envelopes "2" contendo os documentos necessários à apreciação da Proposta Técnica das AGÊNCIAS cadastradas.
- VI Julgamento e classificação das propostas técnicas, de acordo com os critérios de avaliação constantes neste Edital;
- VII Devolução do envelope "3" lacrado às AGÊNCIAS que tiverem suas propostas técnicas desclassificadas, após transcorrido o prazo de recurso;
- VIII Abertura dos envelopes "3" contendo a Proposta Comercial das AGÊNCIAS tecnicamente classificadas;

- IX Julgamento e classificação da Proposta Comercial de acordo com os critérios de avaliação constantes no Edital ;
- X Divulgação do resultado da pontuação atribuída aos licitantes após a análise da Proposta Técnica juntamente com a Proposta Comercial;
- XI Deliberação da autoridade competente quanto à homologação do julgamento e aprovação da contratação.

13.2 Nas sessões públicas, a **AGENCIA** poderá se fazer representar por procurador, a quem sejam conferidos amplos poderes para representá-lo em todos os atos e termos do procedimento licitatório, com poderes para tomar deliberações, inclusive decidir sobre interposição ou não de recursos, conforme Modelo de Procuração (Anexo C), a qual deverá ser apresentada à Comissão de Licitação por ocasião do início da sessão de abertura dos envelopes; ou por representante legal previsto em contrato social ou estatuto, que tenha o uso da firma da sociedade. **Nas reuniões, será admitido, no máximo, 1 (um) representante de cada proponente.**

13.3 A abertura dos envelopes "1", "2" e "3" será realizada em ato público previamente designado, do qual se lavrará ata circunstanciada, que será assinada pelos representantes das AGENCIAS presentes e pela Comissão de Licitação.

13.4 Todos os documentos e propostas serão rubricados por, pelo menos, uma AGENCIA diferente do proponente e dois membros da Comissão de Licitação.

13.5 É facultada à Comissão ou à autoridade superior, em qualquer fase da Licitação, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou a complementar a instrução do processo, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originariamente da proposta.

13.6 - A critério da **COMPAGAS** o envelope "2" (Proposta Técnica) poderá ser aberto em seguida ao encerramento da análise do envelope "1".

13.7 Na hipótese de a Comissão de Licitação optar por designar outro dia e horário para prosseguimento da sessão, os envelopes "2" e "3" serão rubricados pelos presentes, de modo que se assegure a sua inviolabilidade, ficando os mesmos em poder da **COMPAGAS**.

13.8 - Ultrapassada a fase de cadastramento (habilitação prévia) e abertas as propostas, não cabe desclassificá-las por motivo relacionado com a habilitação, salvo em razão de fatos supervenientes ou só conhecidos após o julgamento.

13.9 Esse, à vista daquele relatório, homologará ou não o resultado da licitação e, assim, aprovará ou não a adjudicação do objeto da licitação ao vencedor.

13.10 A COMPAGAS poderá revogar a presente licitação por razões de interesse público decorrentes de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta, ou anulá-la por ilegalidade, de ofício, ou por provocação de terceiros, mediante parecer escrito e devidamente fundamentado, bem como adiá-la ou prorrogar o prazo para recebimento das propostas, levando em conta critérios de oportunidade e conveniência.

14. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS

14.1 Sendo a presente licitação do tipo "Tomada de Preços - Técnica e Preço", a Comissão Especial de Licitação da COMPAGAS fará a avaliação da documentação e o julgamento das propostas técnica e comercial em duas fases, a saber:

1ª fase – Julgamento da proposta técnica

2ª fase – Julgamento da proposta comercial.

14.2 As propostas das licitantes credenciadas serão julgadas pela Comissão Especial de Licitação adotando-se o peso **6 para a nota técnica e peso 4 para a Proposta Comercial**.

14.3 Somente serão consideradas as propostas cujas características estejam de acordo com o exigido no presente Edital e seus anexos.

15. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

15.1 A avaliação das Propostas Técnicas será feita tópico por tópico e será levado em consideração a clareza e a objetividade das propostas, sua consistência, e a experiência do licitante. Serão atribuídos pontos a cada um dos tópicos, de acordo com seus níveis de adequação, devendo as propostas conter elementos suficientes para uma correta avaliação, e ainda considerar o seguinte:

- a) A pontuação de cada item corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos por cada membro da Comissão Especial de Licitação.
- b) A pontuação final a ser considerada para a classificação das concorrentes será a somatória dos pontos obtidos em cada quesito;
- c) Sendo o valor máximo da pontuação para Proposta Técnica (PTT) igual a 100 pontos, os licitantes serão classificados por ordem decrescente.

15.2 Serão desclassificadas as propostas que:

- a) não atenderem às exigências do presente edital e da legislação aplicável;
- b) obtiverem nota zero em qualquer um dos itens requeridos na proposta técnica;
- c) não obtiverem a pontuação mínima de 50 (cinquenta) pontos no total.

15.3 O julgamento das propostas técnicas levará em consideração os critérios mencionados a partir do item 11.3 .

16. VALORAÇÃO DA PROPOSTA COMERCIAL

16.1 Será desclassificada a Proposta Comercial que:

- a) Não atender às exigências deste Edital e de seus anexos, que apresentar preços baseados em outra proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços;
- b) Apresentar qualquer acréscimo aos preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Paraná (SINAPRO), a título de ressarcimento dos custos internos dos trabalhos realizados pela própria agência;
 - c) Apresentar percentual de honorários superior a **15%** (quinze por cento) referente à produção de peças e materiais, cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto da agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os custos de serviços realizados por terceiros;
- d) não contiver o original da Proposta Comercial fornecida pela **COMPAGAS** (Anexo H), obrigatoriamente preenchida com a oferta dos dois descontos.

16.2 Os quesitos de preços a serem valorados são integrantes da Proposta Comercial que constitui o ANEXO H.

16.3 As Propostas Comerciais serão respectivamente pontuadas levando em consideração a alínea “a”, “b” do Anexo H, com a aplicação da seguinte fórmula:

$$PCT = \{((DA/MA) \times 50) + ((DB/MB) \times 50)\}$$

Onde:

PCT = Pontuação Comercial Total;

DA = % de desconto ofertado referente ao Anexo H, alínea “a”;

MA = Maior % de desconto obtido entre todas as propostas comerciais apresentadas, referentes ao Anexo H, alínea “a”;

DB = % de desconto ofertado referente ao Anexo H, alínea “b”;

MB = Maior % de desconto sobre os honorários de 15%, obtido entre todas as propostas comerciais apresentadas, referentes ao Anexo H, alínea “b”;

17. PONTUAÇÃO FINAL

17.1 Será declarado vencedor o proponente que obtiver a maior pontuação final, mediante aplicação da seguinte fórmula:

$$NCF = [(6 \times PTT) + (4 \times PCT)] / 10$$

Onde:

NCF = Nota da classificação final

PTT= Pontuação técnica total

PCT = Pontuação comercial total.

17.2 Não será efetuado nenhum tipo de arredondamento na apuração das pontuações. Os cálculos serão realizados até a quarta casa decimal, desprezando-se frações menores.

17.3 No caso de empate entre dois ou mais licitante, a classificação se fará por sorteio, em ato público, para o qual todos os proponentes serão convocados.

17.4 À Comissão Especial de Licitação fica reservado o direito de:

- a) Estabelecer prazo para definir a classificação final das propostas, suspendendo a reunião em decorrência de fato superveniente;
- b) Convocar pessoas habilitadas para auxiliar no julgamento das propostas técnicas;
- c) Promover diligências destinadas a esclarecer ou a complementar a instrução do processo licitatório;
- d) Rejeitar qualquer proposta, mediante parecer fundamentado.

18. O CONTRATO

18.1 A COMPAGAS convocará o proponente vencedor da licitação para assinatura do contrato no prazo de cinco dias úteis, depois de decorrido o prazo de recurso ou julgamento dos recursos eventualmente interpostos, prazo este que poderá ser prorrogado por uma única vez, a critério da COMPAGAS, quando solicitado e justificado o motivo pelo proponente.

18.2 O não atendimento ao disposto neste item facultará a COMPAGAS convocar os licitantes remanescentes na ordem de classificação, ou revogar a presente licitação, respondendo o licitante que não atender à convocação pela multa de 20% (vinte por cento) do valor estimado do contrato, corrigido pelo IGPM, cobrável de imediato pela COMPAGAS, sem prejuízo das demais sanções previstas na Lei n° 8.666/93.

18.3 O contrato a ser celebrado terá vigência de 12 (doze) meses a contar da data de sua assinatura, podendo ser prorrogado nos termos da Lei n° 8.666/93.

18.4 O valor para o contrato é de R\$ 350.000,00 (trezentos e cinquenta mil reais),

18.5 O licitante vencedor deverá, por ocasião da assinatura do contrato e durante toda a sua vigência:

18.5.1 Manter escritório no Município de Curitiba dotado de toda infra-estrutura, necessária e suficiente, de forma atender integralmente o objeto desta licitação;

18.5.2 Prestar caução de importância equivalente a 5% (cinco por cento) do valor estimado do contrato atualizado pelo IGPM, como forma de garantia de seu fiel cumprimento, a qual deverá ser representada por quaisquer das modalidades previstas no parágrafo primeiro do artigo 56 da Lei n.º 8.666/93.

19. DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS.

A divulgação dos atos licitatórios dar-se-á, na forma da lei, pelos seguintes meios:

- a) na própria reunião da Licitação, estando presentes todas as licitantes; ou
- b) por qualquer outro meio que permita a comprovação inequívoca do recebimento pelas licitantes; ou
- c) mediante publicação no Diário Oficial do Estado do Paraná, nos casos em que a publicação na imprensa oficial é obrigatória.

20. IMPUGNAÇÃO AO EDITAL E RECURSOS.

20.1 Decairá do direito de impugnar os termos desse Edital, o interessado que não o fizer até o segundo dia útil que anteceder à data de abertura da Licitação.

20.2 Dos atos da Comissão de Licitação caberá recurso no prazo de 05 (cinco) dias úteis a contar da data de divulgação do ato recorrido, nos seguintes casos:

- a) Julgamento das propostas;
- b) Anulação ou revogação da Licitação; ou
- c) Aplicação de penalidades.

20.3 O recurso será dirigido, em petição escrita e fundamentada, ao Diretor-Presidente da **COMPAGAS**, por intermédio do Presidente da Comissão de Licitação e deverá ser entregue, tempestivamente, na sede da entidade licitadora, cujo endereço consta descrito no campo **05** do preâmbulo deste Edital.

20.4 Não serão considerados os recursos que se basearem em aditamento ou modificações da proposta; bem como em matéria já decidida em grau de recurso; e/ou subscrito por procurador não habilitado no processo licitatório para responder legalmente pela licitante.

20.5 Interposto o recurso, o fato será comunicado as demais licitantes para, se quiserem, impugná-lo no prazo máximo de 05 (cinco) dias úteis a contar do recebimento da comunicação.

20.6 É vedada a apresentação de mais de um recurso sobre a mesma matéria pela mesma licitante.

20.7 Não serão conhecidos os recursos interpostos fora do prazo legal ou que sejam manifestamente protelatórios.

20.8 A Comissão de Licitação franqueará aos interessados, desde a data de início do prazo para interposição de recursos até o seu término, vistas ao processo de licitação na sede da entidade licitadora.

20.9 Os recursos das decisões referentes à análise das Propostas Técnica e Comercial terão efeito suspensivo, podendo a Comissão de Licitação, motivadamente e havendo interesse para a **COMPAGAS**, atribuir efeito suspensivo aos demais recursos interpostos.

20.10 A decisão, em grau de recurso, será definitiva e dela dar-se-á conhecimento as licitantes.

21. ADJUDICAÇÃO.

21.1 Findo o processo licitatório, a licitante vencedora e a **COMPAGAS** celebrarão Contrato, conforme minuta constante nos Documentos da Licitação.

21.2 O prazo de assinatura do respectivo instrumento de Contrato será de 10 (dez) dias corridos, contados da data de convocação pela **COMPAGAS**.

21.3 O prazo previsto no subitem anterior poderá ser prorrogado uma vez, por igual período, quando solicitado pela licitante convocada e desde que a solicitação seja aceita pela **COMPAGAS**.

21.4 Caso o adjudicatário se recuse a assinar o respectivo instrumento de Contrato no prazo estabelecido, a **COMPAGAS** convocará as licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para fazê-lo em igual prazo e nas mesmas condições negociadas com o primeiro classificado ou revogará a Licitação, independentemente da cominação prevista no artigo 81 da Lei nº 8.666/93.

21.5 A não assinatura do Contrato dentro do prazo fixado pela **COMPAGAS**, por parte da licitante convocada, implicará na incidência de multa na ordem de 20% (vinte por cento) sobre o valor do Contrato, sem prejuízo da sanção prevista no artigo 87, inciso III da Lei nº 8.666/93. Este valor poderá ser debitado de qualquer crédito que a licitante vencedora tenha ou venha a ter com a **COMPAGAS**, caso a empresa não recolha a multa dentro do prazo concedido em notificação.

21.6 Caso esteja previsto nas Condições Específicas da “Minuta do Contrato de Prestação de Serviços”, Anexo indicado no campo **09** do preâmbulo deste Edital, a licitante vencedora deverá ainda apresentar, no ato de assinatura do Contrato, Garantia de Cumprimento das Obrigações Contratuais no valor equivalente a 5% (cinco por cento) do preço global proposto, nos termos do artigo 56 da Lei de Licitações (Lei nº 8.666/93).

21.7 Caso a licitante vencedora não atenda ao disposto no item 21.6 acima, será aplicada a disposição constante no item 21.4, sem prejuízo do disposto no item 21.5, ambos acima relacionados.

21.8 Decorridos 75 (setenta e cinco) dias da data da comunicação do resultado final desta Licitação, caso não ocorra à convocação para assinatura do instrumento de Contrato, ficam as licitantes liberadas dos compromissos assumidos.

22. DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA.

O item relativo aos recursos orçamentários destinados às despesas desta Licitação está disposto no campo **07** do preâmbulo deste Edital.

23. DISPOSIÇÕES FINAIS.

23.1 A participação na presente Licitação importa a aceitação integral e irrevogável das normas contidas neste Edital.

23.2 A **COMPAGAS** se reserva no direito de recusar todo e qualquer serviço que não atenda às especificações ou que seja considerado inadequado pela fiscalização desta.

23.3 Caso sejam encontradas condições, exigências, estipulações ou citações diferentes e/ou contraditórias entre os Documentos da Licitação, será adotada a seguinte ordem de prevalência: (i) Edital; (ii) Minuta do contrato; (iii) Condições Gerais de Contratação, se houver.

23.4 Os interessados poderão, até o segundo dia útil que anteceder à data da sessão de abertura da Licitação, formalizar à Comissão de Licitação, mediante correspondência, fac-símile ou e-mail, pedido(s) de esclarecimento(s) sobre as condições deste Edital, o(s) qual(is) serão(á) respondido(s) e levado(s) a conhecimento de todos os interessados no prazo de 01 (um) dia útil.

23.5 A **COMPAGAS** poderá, antes da data de abertura da Licitação, emitir aditamentos ao Edital ou aos Documentos de Licitação, para revisar, emendar e/ou modificar quaisquer de suas partes. Os aditamentos serão numerados cronologicamente e, a partir da data de sua emissão, passam a fazer parte integrante dos Documentos de Licitação. Caberá aos interessados a verificação periódica junto a **COMPAGAS**, quanto ao teor e quantidade de esclarecimentos e aditamentos emitidos e enviados.

23.6 Os casos omissos e as dúvidas suscitadas serão resolvidos pela Comissão de Licitação em conformidade com as disposições da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993 e demais normas aplicáveis à matéria e pelas condições desse Edital.

Para dirimir questões ou dúvidas oriundas desta Licitação ou do futuro Contrato, será competente o foro da Comarca de Curitiba, Estado do Paraná.

Curitiba, 17 de fevereiro de 2006

Sérgio Luiz Picanço Carraro

Presidente da Comissão Especial de Licitação.

ANEXO A – MINUTA DO CONTRATO

CONTRATO COMPAGAS Nº 0XX/2006

**CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS QUE ENTRE SI
CELEBRAM A COMPANHIA PARANAENSE DE GÁS -
COMPAGAS E XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX**

CONDIÇÕES ESPECÍFICAS DO CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS

A **Companhia Paranaense de Gás - COMPAGAS**, sociedade de economia mista estadual, com sede na Rua Pasteur, 463, 7º andar, em Curitiba, Estado do Paraná, inscrita no CNPJ/MF sob n.º 00.535.681/0001-92, neste ato representada por seu Diretor Presidente Luiz Carlos Meinert e por seu Diretor de Administração e Finanças Anderson Gil Ramos Bastos, doravante denominada **COMPAGAS**, e de outro lado **XXXXXXXXXX**, pessoa jurídica de direito privado, com sede na cidade de **XXXXXX**, Estado **XXXXXX**, na Rua **XXXXXX**, inscrita no CNPJ/MF sob n.º **XXXXXX**, neste ato representada por seu(s) representante xxx, doravante denominada **CONTRATADA**, e quando juntas também denominadas PARTES, resolvem, de comum acordo e na melhor forma de direito, firmar o presente Contrato, decorrente da **TOMADA DE PREÇOS COMPAGAS nº 0XX/200X**, autorizado na **XXXX^a** Reunião de Diretoria, que será regido pela Lei nº 8.666/93 e alterações posteriores, pela Lei 4680/65, Decreto 57.690/66, e pelas cláusulas seguintes:

CLÁUSULA PRIMEIRA – OBJETO

1.1 Constitui objeto deste contrato a prestação de serviços de agência de publicidade, incluindo as seguintes atividades: relações públicas, marketing direto, eventos e publicidade mercadológica e institucional, na forma de execução indireta, pelo regime de empreitada por preço global.

1.2. Os serviços objeto deste contrato compreendem:

- a) Planejamento, estudo, concepção, execução, criação, produção, distribuição, veiculação e controle de resultados de campanhas e peças publicitárias;
- b) Estudo, planejamento, criação, produção, distribuição de gerenciamento de execução de promoções e patrocínios;
- c) Desenvolvimento e/ou gerenciamento e análise de pesquisas de opinião e de mercado;
- d) Assessoramento no desenvolvimento de produtos, e serviços;
- e) Assessoramento no planejamento e montagem de estandes em feiras e exposições e organização de eventos;
- f) Assessoramento e supervisão no planejamento, criação, produção e execução de projetos de marketing direto com suporte a banco de dados, documentários audiovisuais mercadológicos e institucionais, projetos multimídia, documentários fotográficos das atividades da COMPAGAS e demais ferramentas de comunicação e marketing, além da supervisão de serviços terceirizados e coordenação das demais atividades que venham a ser necessárias para a melhor divulgação e implementação das ações da COMPAGAS.

1.3. Não estão incluídos no objeto desta licitação, nos serviços de publicidade legal, a redação e editoração de textos, bem como as publicações no Diário Oficial do Estado do Paraná ou outro veículo.

1.4. Não estão incluídos honorários em contratos de patrocínio elaborados diretamente pela COMPAGAS e a parte patrocinada.

CLÁUSULA SEGUNDA – VALOR DO CONTRATO

Dá-se ao presente contrato o valor de R\$ 350.000,00 (trezentos e cinqüenta mil reais), não sendo garantido à CONTRATADA o faturamento deste valor, eis que a COMPAGAS está livre para utilizar o montante que entender necessário desta verba.

CLÁUSULA TERCEIRA – VIGÊNCIA E PRORROGAÇÃO

O presente contrato terá vigência de 12 (doze) meses, contados da data de sua assinatura, podendo ser renovado dentro dos limites legais.

CLÁUSULA QUARTA – RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

4.1 As despesas com o presente contrato estão asseguradas no orçamento anual de custeio da COMPAGAS, respectivamente, na conta Serviços de Terceiros, subconta Publicidade – 430409.

4.2 Se a COMPAGAS optar pela prorrogação deste contrato, consignará nos próximos exercícios em seu orçamento as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

4.3 A COMPAGAS se reserva o direito de, a seu critério, utilizar ou não a totalidade da verba prevista.

CLÁUSULA QUINTA - OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

Além das obrigações contidas nas *Condições Gerais de Contratação*, constituem-se obrigações específicas da CONTRATADA:

5.1. Operar com uma organização completa, independente e sem vínculo com a COMPAGAS, realizando os serviços dentro dos mais altos conceitos de qualidade e excelência do ramo de atividade, mantendo escritório em Curitiba dotado de toda infraestrutura necessária, de forma a dar sustentação para execução dos serviços contratados.

5.2 Centralizar o comando da publicidade da COMPAGAS em Curitiba - PR, onde manterá escritório com a estrutura exigida nesta licitação. A seu critério, a CONTRATADA poderá utilizar-se de sua matriz ou de seus representantes em outros Estados para serviços de criação e de produção, ou outros complementares ou acessórios que venham a ser necessários, desde que garantidas as condições previamente acordadas;

5.2.1 A CONTRATADA deverá comprovar, no prazo máximo de dez dias corridos contados da data de assinatura deste instrumento, que possui em Curitiba - PR estrutura de atendimento compatível com as exigências deste edital.

5.3 Utilizar os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento (Proposta Técnica da Tomada de Preços que deu origem a este ajuste) na elaboração dos serviços, objeto deste contrato, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que previamente aprovada pela COMPAGAS.

5.3.1 Substituir o profissional que se ausentar seja por motivo de doença, férias ou outros. O substituto deverá estar no mesmo nível hierárquico ou superior, tempo de experiência e formação acadêmica que se encontra o substituído.

5.4 Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações junto a terceiros, e transferir integralmente a COMPAGAS, descontos especiais (além dos normais, previstos em tabelas), bonificações, reaplicações, prazos especiais de pagamento e outras vantagens;

- 5.4.1 O desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido a COMPAGAS, caso este venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado.
- 5.5. Negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos constantes dos itens 9.1 da Cláusula Nona, para os direitos autorais de imagem e som de voz (atores e modelos) e sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias da COMPAGAS;
- 5.6. Efetuar a cotação de preços para os serviços de terceiros no prazo solicitado pela COMPAGAS, apresentando no mínimo três orçamentos, com custos especificados por itens, acompanhadas do parecer da agência, indicando aquela mais adequada para a execução do serviço a ser contratado.
- 5.6.1. Todas as cotações sobre serviços de terceiros deverão ser submetidas à COMPAGAS para aprovação, previamente à contratação do serviço, para apreciação do parecer da agência e verificação dos valores de mercado.
- 5.6.2. Caso não haja possibilidade de apresentar três orçamentos, a CONTRATADA deverá apresentar a COMPAGAS as respectivas justificativas, cabendo a COMPAGAS aceitar ou não as mesmas.
- 5.6.3. A COMPAGAS poderá indicar à CONTRATADA os seus fornecedores habituais para sejam incluídos na listagem e consultados quando da realização de orçamentos.
- 5.7 Obter a aprovação prévia da COMPAGAS, por escrito, para assumir despesas de produção, veiculação e qualquer outra relacionada com este contrato;
- 5.8 É admitida a sub-contratação dos serviços em casos excepcionais, desde que com anuência expressa da COMPAGAS, objetivando o seu aprimoramento dos trabalhos;
- 5.8.1 A Compagas reserva-se o direito de aceitar ou não a indicação de um sub-contratado, e caso aceite a CONTRATADA permanecerá como única responsável pelo cumprimento das obrigações contratualmente assumidas com a COMPAGAS.
- 5.9 Produzir e fornecer, de início, após a respectiva aprovação do serviço pela COMPAGAS, uma cópia Betacam e uma cópia VHS de cada filme para TV (ou em CD-ROM, com extensão compatível com Microsoft, Windows Media Player), uma cópia em fita cassete, de *spots* e *jingles* de rádio, um fotolito e duas provas de fotolito de peças para revistas ou jornais;
- 5.10. Restituir todos os materiais reutilizáveis tais como fotolitos, fotografias, fitas de áudio e vídeo, uniformes, de propriedade da COMPAGAS, até três dias úteis após o término do trabalho executado diretamente pela CONTRATADA ou por terceiros.
- 5.11. Restituir através de meio digital as cópias das peças e itens criados. Estas deverão ser entregues mensalmente, junto com a fatura nos seguintes formatos: peças impressas: CorelDraw 12 (*.cdr) com as fontes e não salvo em curva; peças de áudio: *.wav ou *.mp3; peças de vídeo: *.mpeg ou *.avi e também fita cassete.
- 5.12 Orientar a produção e a impressão das peças gráficas (folhetos, cartazes, malas diretas etc.) aprovadas pela COMPAGAS;
- 5.12.1 No caso de necessidade de segunda tiragem, a COMPAGAS poderá, a seu critério, optar pela contratação direta de terceiros, sob sua própria orientação.
- 5.12.2 A quantidade de material a ser utilizado na veiculação só será definida após a aprovação da mídia pela COMPAGAS, e sua reprodução dar-se-á a partir das peças mencionadas no item **5.9**.
- 5.13 Entregar a COMPAGAS, até o dia 10 do mês subsequente ao vencido, um relatório das despesas de produção e de veiculação autorizadas no mês anterior e um relatório dos serviços em andamento, estes com os dados mais relevantes, para uma avaliação de seu estágio;

5.13.1 Centralizar e dirigir todos os pedidos, contatos, formulação e repasse de relatórios e o controle operacional das atividades descritas no objeto deste edital, aos profissionais de Marketing da COMPAGAS.

5.14 Registrar em Relatórios de Atendimento todas as reuniões e telefonemas de serviço entre a COMPAGAS e a CONTRATADA, com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos havidos e também para que ambos tomem as providências necessárias ao desempenho de suas tarefas e responsabilidades;

5.14.1 Esses relatórios deverão ser enviados pela CONTRATADA a COMPAGAS até o prazo máximo de dois dias úteis após a realização do contato.

5.14.2 Se houver incorreção no registro dos assuntos tratados, o COMPAGAS solicitará a necessária correção, no prazo máximo de dois dias úteis, a contar da data do recebimento do respectivo relatório.

5.15 Após 5 dias úteis de cada evento, campanha ou propaganda emitir um relatório para a Assessoria de Marketing. Nele deverão constar aonde, quando, como, quanto, o que foi realizado. Também deverá conter os resultados para a imagem da instituição; o relatório e as repercussões na mídia; o *clipping*; principais observações do público, as condições de prazo e como foram atendidos os serviços.

5.16 Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da COMPAGAS, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com terceiros e os honorários da CONTRATADA pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria CONTRATADA ou por terceiros por ela contratados;

5.17 Só divulgar informações acerca da prestação dos serviços, objeto deste contrato, com autorização prévia e expressa autorização;

5.18 Prestar esclarecimentos à COMPAGAS sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA, independentemente de solicitação;

5.19 Não assumir, na vigência deste contrato, nenhuma conta ou contrato de publicidade, promoção ou comunicação de empresa concorrente da COMPAGAS, assim compreendidas em empresas distribuidoras de gás;

5.20 Submeter previamente a COMPAGAS a eventual caução ou utilização deste contrato em qualquer operação financeira;

5.21 Manter, durante a execução do contrato, todas as condições de habilitação exigidas na Tomada de Preços que deu origem a este ajuste;

5.21.1. Cumprir os prazos de entrega da proposta inicial e final indicados no processo de licitação. Caso seja outro trabalho não discriminado nesta tabela, a agência deverá cumprir o prazo médio estipulado no edital, em dias.

5.21.2. É vedado à CONTRATADA promover ou permitir que seja promovida a paralisação dos serviços por qualquer razão ou período que seja, sem a prévia e expressa autorização da COMPAGAS, assinada por representante autorizado.

5.22 Cumprir todas as leis federais, estaduais e municipais pertinentes aos serviços e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa, bem como, quando for o caso, a legislação estrangeira com relação a trabalhos realizados ou distribuídos no exterior;

- 5.23 Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus funcionários e, quando for o caso, com relação a funcionários de terceiros contratados;
- 5.24 Assumir, com exclusividade, a obrigação de arcar com todos os impostos e taxas devidos, inclusive as contribuições devidas à Previdência Social, encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado;
- 5.25 Responsabilizar-se por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados;
- 5.26 Apresentar sempre que solicitados, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciárias e fiscais;
- 5.27 Administrar e executar com eficiência todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com terceiros para consecução do objeto deste, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante terceiros e a próprio COMPAGAS;
- 5.27.1 Em casos de subcontratação de terceiros para a execução parcial de serviços estipulados neste instrumento, exigir dos eventuais contratados, no que couber, a mesma condição do presente contrato;
- 5.28 Manter, entre si, e seus prepostos e subcontratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação da COMPAGAS;
- 5.28.1 A infração a este dispositivo implicará a rescisão imediata deste contrato e sujeitará a CONTRATADA a responsabilização e à indenização por perdas e danos prevista na legislação ordinária.
- 5.28.2. A obrigação de sigilo estabelecida no presente Contrato estender-se-á por um prazo de cinco anos a contar da data do término, denúncia ou rescisão do mesmo, relativamente às informações referentes as atividade ou tecnologia da COMPAGAS que tenham chegado ao conhecimento da CONTRATADA antes desta data.
- 5.28.3 Quando da subcontratação dos serviços aqui estipulado, total ou parcialmente, a CONTRATADA obriga-se a exigir dos eventuais subcontratados as mesmas condições do presente contrato, especialmente no que tange à cláusula de sigilo e condições de veiculação destes serviços, respondendo solidariamente com este por todas as infrações cometidas a este contrato.
- 5.29 Responder perante a COMPAGAS e terceiros por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora ou de sua omissão, na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade, ou por erro seu em quaisquer serviços objeto deste contrato;
- 5.30 Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para a COMPAGAS;
- 5.31 Responsabilizar-se pelos ônus resultantes de quaisquer ações, demandas, custas e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos e/ou subcontratados, bem como obrigar-se-á assumir por quaisquer obrigações decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente contrato;
- 5.32 Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a CONTRATADA adotará as providências necessárias no sentido de preservar a COMPAGAS e de mantê-lo a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações. Não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará a COMPAGAS as importâncias que este tenha sido

obrigado a pagar, dentro do prazo improrrogável de dez dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

5.33 Responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionada com os serviços objeto deste contrato.

5.34 Manter a COMPAGAS atualizada sobre as eventuais modificações nos custos internos baseados na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Paraná - SINAPRO e na tabela de preços da Associação Brasileira de Marketing Direto – ABEMD.

5.35 Manter, durante toda a vigência deste contrato, caução de importância equivalente a 5% (cinco por cento) do seu valor estimado, como forma de garantia de seu fiel cumprimento, a qual deverá ser representada por quaisquer das modalidades previstas no parágrafo primeiro do artigo 56 da Lei n.º 8.666/93.

5.36 Informar imediatamente a COMPAGAS, caso venha a sofrer qualquer penalidade aplicada supervenientemente à assinatura deste contrato, e que a impossibilite contratar com a Administração Pública nos termos preconizados pelo artigo 87 da Lei nº 8.666/93.

5.37 Observar as orientações dos profissionais de Marketing e do manual do uso da logomarca da COMPAGAS.

5.38 As imagens utilizadas para elaboração de qualquer material deverão ser inicialmente: do banco de fotos da COMPAGAS; fotógrafo profissional contratado pela agência para elaboração e exclusividade das fotos. Caso não exista outra opção, senão a compra em banco de imagens, a agência deverá apresentar uma justificativa expressa demonstrando os custos, vantagens e desvantagens de tal decisão.

5.39 As atividades de tratamento de imagem, foto e cenário e digitalização dos mesmos estão incluídas dentro do processo de criação. Desta forma não serão cobrados custos adicionais referentes a tratamento de qualquer imagem, foto ou cenário.

5.40. A contratação de serviços ou compra de material de empresas em que a CONTRATADA ou seus funcionários tenham, direta ou indiretamente, participação societária, ou qualquer vínculo comercial, somente poderá ser realizada após comunicar a COMPAGAS esse vínculo e obter sua aprovação expressa.

5.41. Efetuar o registro de slogans, expressões, símbolos, layouts, logomarcas que venha a criar ou desenvolver para a COMPAGAS, ficando o acompanhamento do processo a cargo desta última.

CLÁUSULA SEXTA - OBRIGAÇÕES DA COMPAGAS

Sem prejuízo de outras disposições constantes nas Condições Gerais de Contratação, constituem obrigações da COMPAGAS:

- 6.1. Efetuar os pagamentos nas condições, forma e datas estipuladas;
- 6.2. Expedir as ordens de serviços, fornecendo os dados e elementos necessários para que a CONTRATADA possa desenvolver os trabalhos dentro dos prazos definidos;
- 6.3. Acompanhar e fiscalizar a execução deste contrato;
- 6.4. Cancelar ou alterar, a qualquer tempo, a prestação de serviços que julgar conveniente com a antecedência necessária a evitar prejuízos a terceiros;
- 6.5. Zelar para que durante toda a vigência deste contrato sejam mantidas as condições de habilitação e qualificação exigida da CONTRATADA no processo licitatório.

CLÁUSULA SÉTIMA – FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO.

7.1 A COMPAGAS fiscalizará a execução dos serviços contratados e verificará o cumprimento das especificações técnicas, podendo rejeitá-los, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao desejado ou especificado.

7.1.1 A fiscalização dos serviços será exercida pela profissional de marketing sênior da COMPAGAS, que terá poderes, dentre outros, para notificar a CONTRATADA sobre as irregularidades ou falhas que porventura venham a ser encontradas na execução deste contrato.

7.2 A fiscalização dos serviços pelo COMPAGAS não desobriga a CONTRATADA de sua responsabilidade quanto à sua perfeita execução, tampouco a obrigação de manter supervisão interna.

7.3 A CONTRATADA somente poderá executar qualquer tipo de serviço após a solicitação formal da COMPAGAS.

7.4 A não aceitação de algum serviço, no todo ou em parte, não implicará no aumento do prazo de entrega, salvo expressa concordância da COMPAGAS.

7.5 A CONTRATADA adotará as providências necessárias para que qualquer serviço, incluído o de veiculação, considerado não-aceitável, no todo ou em parte, seja refeito ou reparado às suas expensas e nos prazos estipulados pela fiscalização.

7.6 A ausência de comunicação por parte da COMPAGAS, referente à irregularidade ou falhas, não exime a CONTRATADA das responsabilidades determinadas neste contrato.

7.7 A CONTRATADA permitirá e oferecerá condições para a mais ampla e completa fiscalização durante a vigência deste contrato, fornecendo informações, propiciando o acesso à documentação pertinente e aos serviços em execução, atendendo as observações e exigências apresentadas pela fiscalização.

7.8 A CONTRATADA se obriga a permitir que a auditoria interna da COMPAGAS e/ou auditoria externa por ele indicada tenham acesso a todos os documentos que digam respeito aos serviços prestados a COMPAGAS.

7.9. Caso a COMPAGAS não aprove os orçamentos ou as justificativas apresentados pela CONTRATADA, conforme subcláusula 5.5, ela poderá, a seu exclusivo critério, solicitar outros orçamentos ou optar pela contratação junto a terceiros sob sua própria orientação. Nesta hipótese a CONTRATADA não fará jus a qualquer remuneração, seja a que título for.

7.10 A COMPAGAS realizará, trimestralmente, avaliação da qualidade do atendimento, do nível técnico dos trabalhos e dos resultados concretos dos esforços de comunicação sugeridos pela CONTRATADA, da diversificação dos serviços prestados e dos benefícios decorrentes da política de preços por ela praticada.

7.11 A avaliação trimestral será considerada pelo COMPAGAS para verificar a necessidade de solicitar à CONTRATADA que melhore a qualidade dos serviços prestados; para decidir sobre a conveniência de renovar ou, a qualquer tempo, rescindir o presente contrato; para fornecer, quando solicitado pela CONTRATADA, declarações sobre o seu desempenho, a fim de servir de prova de capacitação técnica em licitações públicas.

CLÁUSULA OITAVA - REMUNERAÇÃO

8.1 A remuneração da CONTRATADA se dará da seguinte forma:

8.1.1 Desconto _____% (_____ por cento) a ser concedido em relação aos seus custos internos baseados na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Paraná – SINAPRO. O mesmo desconto deverá ser aplicável a demais itens não contidos nesta tabela e presentes na tabela de preços da Associação Brasileira de Marketing Direto – ABEMD;

8.1.2 Desconto _____% (_____ por cento) sobre os Honorários de 15% (quinze por cento) equivalente a honorários de (15% menos percentual ofertado na proposta) a ser concedido incidente sobre os custos comprovados de serviços e os suprimentos externos que terão os seus custos orçados junto a fornecedores especializados, referentes à produção de peças, materiais e serviços cuja distribuição não proporcione à CONTRATADA o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação. Estes serão incidentes sobre os custos comprovados e previamente autorizados, de serviços que terceiros realizaram, com a efetiva intermediação da CONTRATADA.

8.1.2.2 Esses honorários serão calculados sobre o preço líquido, assim entendidos o preço efetivamente faturado, dele excluído o valor dos impostos cujo recolhimento seja de competência da CONTRATADA.

8.1.2.3 Os *lay-outs* reprovados não serão cobrados pela CONTRATADA.

8.2 Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual máximo sobre cachê original a ser pago pelo COMPAGAS a atores e modelos, pelos direitos de uso de imagem e som de voz, será de 20% (vinte por cento).

8.3 Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual máximo sobre o valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas às peças, a ser pago pelo COMPAGAS aos detentores dos direitos patrimoniais de uso dessas obras, será de 20% (vinte por cento).

8.4 A CONTRATADA não fará jus a honorários ou a qualquer outra remuneração sobre os custos de serviços realizados por terceiros, referentes à produção de peças e materiais, cuja distribuição proporcione a ela o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação.

CLÁUSULA NONA – DIREITOS AUTORAIS

9.1. A CONTRATADA cede a COMPAGAS, de forma total e definitiva, os direitos patrimoniais de uso de idéias (incluídos os estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência deste Contrato.

9.1.1. O valor da cessão de direitos patrimoniais é considerado incluso nas modalidades de remuneração definidas na Cláusula Oitava.

9.1.2. As matrizes, fotolitos e demais trabalhos assemelhados, utilizados na produção das peças de mídia impressa, oriundas da execução deste Contrato, são de propriedade da COMPAGAS e deverão ficar na posse desta.

9.1.3. A COMPAGAS poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos diretamente ou através de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência deste Contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a CONTRATADA.

9.2. Em todas as contratações que envolvam direitos de terceiros, a CONTRATADA solicitará de cada contratado dois orçamentos para a execução do serviço, um de cessão de

direitos por tempo limitado e outro de cessão total e definitiva de tais direitos, para que a COMPAGAS escolha uma das opções.

9.2.1. Nos casos de cessão por tempo limitado, a CONTRATADA condicionará a contratação do serviço por período mínimo de 12 (doze) meses e utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão.

9.2.2. Quando a COMPAGAS optar pela execução dos serviços com a cessão total e definitiva, a CONTRATADA se compromete a fazer constar dos ajustes que vier a celebrar com terceiros, para a produção de peças e campanhas e a prestação de outros serviços, cláusulas escritas que:

- a) Explicitem a cessão total e definitiva, por esses terceiros, do direito patrimonial de uso sobre trabalho de arte e outros protegidos pelos direitos autorais ou conexos, aí incluídos a criação, produção e direção, a composição, arranjo e execução da trilha sonora, as matrizes, os fotolitos e demais trabalhos assemelhados;
- b) Estabeleçam que a COMPAGAS poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência deste Contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.

9.3 Qualquer remuneração devida em decorrência da cessão, definitiva ou por tempo limitado, será sempre considerada já incluída no preço de produção.

9.4 Ao término do presente contrato, a CONTRATADA entregará todo o material gráfico tais como logotipos, desenhos, peças de propaganda criadas para a COMPAGAS, que poderá utilizá-las na íntegra ou com modificações, sem qualquer ônus adicional, ressalvados direitos de terceiros na forma prevista nesta cláusula.

9.5 A CONTRATADA se compromete a fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção, os custos dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s), incorporadas(s) à peça e os de cessão dos demais direitos.

9.6 É responsabilidade exclusiva da CONTRATADA a pesquisa sobre a existência de eventual registro junto aos órgãos competentes de registro de marcas e patentes, respondendo integralmente por perdas e danos causados a COMPAGAS em decorrência de uso indevido de símbolos, imagens, logotipos, expressões etc, produzidas por ela ou por terceiros

9.6.1 Na hipótese de prévio registro, a CONTRATADA deverá notificar, expressamente e imediatamente, a COMPAGAS sobre sua ocorrência.

CLÁUSULA DÉCIMA – CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

10.1 Os documentos de cobrança da CONTRATADA serão pagos conforme previsão da cláusula quarta das *Condições Gerais de Contratação*, mediante crédito em conta corrente, mantida no banco xxx agência xxx, conta corrente xxx.

10.1.1 veiculação: mediante apresentação dos documentos de cobrança, tabelas de preços dos veículos e respectivos comprovantes de veiculação, em até trinta dias após o mês de veiculação;

10.1.2 produção: mediante apresentação dos documentos de cobrança, demonstrativos de despesas, e respectivos comprovantes, em até trinta dias após o mês de produção;

10.1.3 outros serviços realizados por terceiros: mediante a entrega dos serviços solicitados, dos documentos de cobrança e respectivos comprovantes, nos

vencimentos previamente ajustados com o COMPAGAS.

10.2 Caso se constate erro ou irregularidade na documentação de cobrança, a COMPAGAS poderá devolvê-la para as devidas correções, ou aceitá-la, com a glosa da parte que considerar indevida.

10.2.1 Na hipótese de devolução, a documentação será considerada como não apresentada para fins de atendimento das condições contratuais.

10.3 A COMPAGAS não pagará, sem que tenha autorizado prévia e formalmente, nenhum compromisso que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros.

10.4 Os pagamentos a terceiros por serviços prestados é de exclusiva responsabilidade da CONTRATADA, ficando a COMPAGAS isenta de qualquer compromisso neste sentido.

10.4.1 A CONTRATADA apresentará ao COMPAGAS cópias dos respectivos documentos fiscais que comprovem os pagamentos feitos a terceiros, até dez dias após sua realização.

CLÁUSULA DÉCIMA-PRIMEIRA – GARANTIA

11.1 A CONTRATADA prestou garantia, em favor do COMPAGAS, na modalidade caução, no valor de R\$ _____ (_____), correspondente a 5% (cinco por cento) do total da verba orçamentária prevista para a execução dos serviços objeto deste contrato.

11.2 Se o valor da garantia vier a ser utilizada, total ou parcialmente, no pagamento de qualquer obrigação vinculada a este ajuste, incluída a indenização a terceiros, a CONTRATADA deverá proceder à respectiva reposição, no prazo máximo de três dias úteis, contados da data do recebimento da notificação da COMPAGAS.

11.3 Após o cumprimento fiel e integral de todas as obrigações assumidas neste contrato, a garantia, ou seu saldo, será liberado ou restituído, a pedido da CONTRATADA.

11.4 Em caso de atualização do total estimado de despesas deste contrato, o COMPAGAS exigirá a complementação do valor da garantia para que se mantenha o percentual estabelecido no item **11.1**.

11.5 Na hipótese de prorrogação deste contrato, o COMPAGAS exigirá nova garantia, escolhida entre as modalidades previstas na Lei n.º 8.666/93.

CLÁUSULA DÉCIMA-SEGUNDA – DISPOSIÇÕES FINAIS

12.1 A CONTRATADA guiar-se-á pelo Código de Ética dos profissionais de propaganda e pelas normas correlatas, com o objetivo de produzir publicidade e promoção que estejam de acordo com o Código de Defesa do Consumidor e demais leis vigentes, a moral e os bons costumes.

12.2. Em caso de dúvida ou divergência, prevalecerão as disposições dos documentos nesta ordem: condições especiais de contratação, condições gerais de contratação, edital da tomada de preços 004/2006, proposta técnica, proposta comercial, demais anexos.

Curitiba, _____ de _____ de 2006.

COMPANHIA PARANAENSE DE GÁS - COMPAGAS

Luis Carlos Meinert
Diretor Presidente

Anderson Gil Ramos Bastos
Diretor de Administração e Finanças

CONTRATADA

xxxxxx

Testemunhas:

Nome:

RG:

CPF:

Nome:

RG:

CPF:

CONDIÇÕES GERAIS DO CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS

As partes, já qualificadas nas "*Condições Específicas do Contrato de Prestação de Serviços*" concordam, mutuamente, na celebração deste Contrato, o qual será regido pela Lei nº 8.666/93 e alterações posteriores, estando vinculado às **Condições Específicas do Contrato de Prestação de Serviços**, pelos seguintes termos e condições:

CLÁUSULA PRIMEIRA – INTERPRETAÇÃO.

Para as finalidades do presente Contrato, as expressões a seguir possuem os seguintes significados:

SERVIÇOS: todo esforço humano destinado em favor da **COMPAGAS** e exigido para consecução do objeto do Instrumento Convocatório respectivo e do presente Contrato.

ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS: conjunto de normas e condições de execução de um serviço, peculiares ao objeto que se pretende adquirir, que o individualizam com base nas necessidades da Administração.

CONTRATADA: pessoa física ou jurídica signatária de Contrato com a Administração Pública.

GARANTIA DE OBRIGAÇÕES CONTRATUAIS (GOC): garantia fornecida pela CONTRATADA, no valor de até 5% do valor do Contrato, destinada a proporcionar a perfeita execução do Contrato, inclusive assegurando o pagamento de multas e outras penalidades que venham a ser aplicadas.

CONDIÇÕES ESPECÍFICAS DO CONTRATO: cláusulas contratuais que sofrem alterações conforme o objeto e a licitação que lhe deu origem.

CONDIÇÕES GERAIS DO CONTRATO: cláusulas contratuais de aplicação geral a todos os contratos da mesma espécie, cujo teor não sofre alteração, independente do objeto e da licitação que lhe deu origem.

DESPESAS DIRETAS: custos que incidem diretamente sobre a prestação do serviço, tais como: custo de produção, mão-de-obra direta e seus encargos trabalhistas e previdenciários, adicional por horas-extras, horas noturnas, insalubridade, periculosidade, ferramentas, Equipamentos de Proteção Individual (EPI's) e lucro.

DESPESAS INDIRETAS: custos que incidem indiretamente sobre o produto final, tais como: impostos, taxas, contribuição de melhoria, "*royalties*" e direitos de qualquer natureza; aluguel; material de expediente; despesas de transporte e locomoção, estadias, diárias, alimentação; custos de utilização de máquinas, equipamentos e veículos, e demais utilidades indispensáveis ao serviço objeto do Contrato; custos de inspeção, testes e ensaios de rotina previstos nas normas pertinentes; manuais de operação e manutenção de equipamentos.

CLÁUSULA SEGUNDA – OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA.

2.1 Cumprir e fazer cumprir rigorosamente as condições estipuladas nas cláusulas deste Contrato, informando imediatamente a **COMPAGAS** sobre qualquer evento que possa resultar em alteração nas condições e nos prazos estabelecidos.

2.2 Corrigir, sem ônus, todos os erros, enganos, ou omissões constatados em decorrência da execução dos trabalhos, desde que os mesmos não sejam decorrentes de dados ou informações inadequados fornecidos pela **COMPAGAS**.

- 2.3 Não paralisar os serviços, por qualquer razão ou período que seja, sem a prévia e expressa autorização da **COMPAGAS**, por escrito e assinada por representante autorizado.
- 2.4 Manter, durante toda a execução do Contrato, em compatibilidade com as obrigações assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas no Edital de Licitação ora vinculado.
- 2.5 Responsabilizar-se pelo correto e pontual pagamento de todos os encargos e tributos, de pessoal próprio, contratados, parceiros e demais profissionais envolvidos no cumprimento do objeto deste Contrato, responsabilizando-se para com seus empregados e auxiliares, no que concerne ao cumprimento da legislação trabalhista, previdenciária, de seguro de acidentes do trabalho ou quaisquer outros encargos previstos em lei, em especial no que diz respeito às normas de segurança do trabalho previstas na Legislação Federal (Portaria nº 3.214, de 8.7.78, do Ministério do Trabalho), sendo que o seu descumprimento poderá motivar a aplicação de multas por parte da **COMPAGAS** ou rescisão contratual com a aplicação das sanções cabíveis.
- 2.6 Além dos casos decorrentes da legislação em vigor, a CONTRATADA é responsável exclusiva, para com a **COMPAGAS** ou para com terceiros, por: a) defeitos decorrentes de inobservância ou infração das condições do presente Contrato, de seus documentos complementares, das leis, regulamentos ou posturas em vigor; b) infração de direitos de uso de processos protegidos por marcas ou patentes, propriedade intelectual, respondendo pelas indenizações, taxas e comissões devidas, bem como por qualquer reclamação resultante da irregular prestação dos serviços; c) quaisquer danos, sejam patrimoniais ou extrapatrimoniais, que causar à **COMPAGAS** ou a terceiros, culposa ou dolosamente.
- 2.7 É vedado à CONTRATADA negociar ou efetuar a cobrança ou o desconto da(s) duplicata(s) emitida(s) através de rede bancária ou com terceiros, permitindo-se, tão-somente, cobrança(s) em carteira simples, ou seja, diretamente na **COMPAGAS**.
- 2.8 Disponibilizar, os equipamentos que porventura sejam necessários à prestação dos serviços, os quais deverão estar em perfeitas condições de uso.
- 2.9 É vedado à CONTRATADA fazer declarações, dar informações e entrevistas, efetuar despesas e celebrar acordos em nome da **COMPAGAS**, bem como realizar a publicação de relatórios, ilustrações e propaganda do objeto do Contrato, sem o consentimento prévio desta.
- 2.10 Zelar pelo bom nome da **COMPAGAS**, abstendo-se de praticar atos que atentem contra a sua imagem ou produto;
- 2.11 Buscar no mercado as melhores soluções para as necessidades da **COMPAGAS** de modo que estas garantam que o serviço, como um todo, atinja os resultados esperados por ela, garantindo ainda, a qualidade técnica dos serviços prestados, comprometendo-se a fornecer informações técnicas necessárias à sua manutenção, sem nenhum ônus para a **COMPAGAS**.
- 2.12 Formar e disponibilizar a equipe técnica necessária ao desenvolvimento dos trabalhos, informando a **COMPAGAS** a composição da equipe, título, formação e função de cada membro, quando solicitado expressamente por esta.
- 2.14 Fiscalizar a execução dos serviços realizados pelos funcionários, parceiros e contratados, respondendo por qualquer erro, engano ou culpa dos mesmos na execução dos serviços.
- 2.15 Substituir, mediante solicitação da **COMPAGAS**, no prazo máximo de 72 (setenta e duas) horas, qualquer profissional de seu quadro, sem qualquer ônus para a **COMPAGAS**;

2.16 Indenizar a **COMPAGAS** por qualquer dano que venha a causar no patrimônio desta, desde que comprovada a culpa da CONTRATADA ou de seus prepostos, podendo a **COMPAGAS** deduzir do pagamento devido à CONTRATADA, o valor do dano causado.

2.17 Realizar os serviços nas condições e dentro do prazo estipulado na Autorização Específica de Serviço - AES e/ou neste instrumento.

2.18 Manter em dia o registro dos seus empregados, em livro próprio ou em fichas devidamente rubricadas e legalizadas pelo órgão competente do Ministério do Trabalho, atualizar as anotações na Carteira Profissional de cada empregado, e exibir os livros ou fichas mencionados sempre que solicitados pela **COMPAGAS**.

CLÁUSULA TERCEIRA – RESPONSABILIDADE DA COMPAGAS.

3.1 Notificar por escrito à CONTRATADA, para correção dos defeitos ou irregularidades encontrados nos serviços, fixando prazo compatível para tal fim;

3.2 Efetuar os pagamentos nos prazos e valores avençados, de acordo com as Condições Específicas e Gerais do presente Contrato.

CLÁUSULA QUARTA – CONDIÇÕES DE PAGAMENTO E REAJUSTE.

4.1 O(s) pagamento(s) serão(á) realizado(s) da seguinte forma: se a atestação da nota fiscal, caracterizada pela aceitação definitiva do objeto, ocorrer entre os dias 1º e 15, o pagamento será efetuado no dia 30 do mesmo mês e, caso a atestação definitiva seja realizada entre os dias 16 e 30 do mês, o pagamento será realizado até o dia 15 do mês subsequente.

4.2 O pagamento será efetuado mediante depósito bancário em favor da CONTRATADA, em conta bancária indicada nas “*Condições Específicas do Contrato de Prestação de Serviços*”.

4.3 Os serviços executados serão pagos à CONTRATADA, mediante a apresentação dos seguintes documentos, quando legalmente aplicáveis: (i) Nota Fiscal/Fatura, (ii) fotocópia autenticada comprovante de pagamento de ISS; (iii) fotocópia autenticada do comprovante de recolhimento do INSS e FGTS; (iv) fotocópia autenticada do comprovante de pagamento de salários de sua equipe de trabalho. Todos estes documentos devem se referir ao mês anterior ao da prestação dos serviços.

4.4 Se a CONTRATADA, no momento de receber o pagamento, estiver em atraso com qualquer serviço ajustado, ou não apresentar os comprovantes de quitação dos encargos acima, a **COMPAGAS** poderá reter os pagamentos sem qualquer ônus e sem prejuízo para aplicação das demais penalidades previstas neste instrumento.

4.5 O descumprimento das condições do item acima acarretará a postergação do pagamento por tantos dias quantos corresponderem ao atraso.

4.6 A **COMPAGAS** não fica obrigada, de qualquer forma, a pagar qualquer aumento de preço para os serviços que provenham de atrasos nos prazos programados, por culpa da CONTRATADA.

4.7 A criação, extinção ou alteração de tributos ou encargos legais após a assinatura deste, de comprovada repercussão sobre os preços contratuais, poderão resultar em acréscimo ou diminuição dos preços, conforme cada caso.

4.8 Os pagamentos devidos à CONTRATADA, e não efetuados em conformidade com os termos do Contrato, estarão sujeitos à atualização monetária pelo INPC, entre a data

prevista para o adimplemento e o efetivo pagamento, desde que a causa não seja decorrente de culpa da CONTRATADA.

4.9 Os documentos de cobrança apresentados pela CONTRATADA serão pagos deduzidas as importâncias que, a qualquer título, sejam devidas à **COMPAGAS** por aquela.

4.10 O(s) preço(s) unitário(s) e/ou global contidos na Proposta Comercial da CONTRATADA são finais, não se admitindo qualquer acréscimo, pois incluem o pagamento de todas as despesas diretas e indiretas oriundas da execução dos serviços, sejam elas provenientes da remuneração dos serviços dos profissionais, encargos trabalhistas e previdenciários, impostos, taxas e contribuições, insumos, deslocamento, diárias, estadas, despesas com viagem e locomoção, transportes, fretes, aluguéis, materiais e equipamentos, enfim, qualquer despesa relativa a esta aquisição, não cabendo qualquer outra.

4.11 Os pagamentos poderão ser suspensos por inadimplemento contratual ou infração legal cometido pela CONTRATADA, uma vez comunicado a esta, até que a mesma cumpra integralmente a condição contratual ou legal infringida.

4.12 Em caso de prorrogação do prazo de vigência do Contrato e desde que este ultrapasse 12 (doze) meses de sua assinatura, a CONTRATADA fará jus ao reajuste do valor contratual, a ser calculado com base no INPC.

CLÁUSULA QUINTA – CONDIÇÕES DE RECEBIMENTO DO OBJETO.

5.1 A realização do objeto do Contrato será autorizada pela **COMPAGAS** através da emissão da AES. Se o objeto contemplar vários itens de serviço, a AES determinará o tipo e a descrição do serviço a ser executado.

5.2 Os trabalhos devem ser realizados no prazo máximo estabelecido nas "*Condições Específicas do Contrato de Prestação de Serviços*", contados da emissão da AES.

5.3 O recebimento provisório ocorrerá com a entrega do serviço prestado a cada etapa, supervisionado por um técnico designado pela **COMPAGAS**.

5.4 O recebimento definitivo ocorrerá após a verificação dos serviços prestados, no prazo máximo de 15 (quinze) dias corridos, contados do recebimento provisório, e será caracterizado pela atestação da nota fiscal pela **COMPAGAS** ou pela emissão de Certificado de Recebimento Definitivo do objeto.

5.5 Ocorrendo divergências, erros, defeitos ou irregularidades nos serviços objeto deste instrumento e vindo a **COMPAGAS** a não aceitá-los definitivamente, a CONTRATADA terá o prazo máximo de 5 (cinco) dias corridos para a correção das imperfeições.

CLÁUSULA SEXTA - GARANTIA DE EXECUÇÃO DO CONTRATO

6.1 Havendo previsão nas "*Condições Específicas do Contrato de Prestação de Serviços*", a CONTRATADA deverá entregar à **COMPAGAS**, no ato de assinatura do Contrato, uma Garantia de Obrigações Contratuais (GOC), a qual garante o cumprimento das obrigações do Contrato, inclusive o pagamento de penalidades aplicáveis à CONTRATADA, individual ou solidariamente, e do ressarcimento por quaisquer prejuízos causados à **COMPAGAS**, bem como débitos da CONTRATADA para com a **COMPAGAS**.

6.2 A GOC, a ser escolhida pela CONTRATADA de acordo com o disposto no parágrafo 1º, do Art. 56 da Lei Federal nº 8.666/93, deverá ser equivalente a 5% (cinco por cento) do valor do Contrato, com validade até a data de emissão do Certificado de Recebimento Definitivo do objeto do Contrato, salvo previsão diversa nas "*Condições Específicas do Contrato de Prestação de Serviços*".

6.3 A instituição expedidora da GOC, quando for o caso, deverá possuir agência em Curitiba/PR ou na cidade sede da CONTRATADA.

6.4 A GOC entregue pela CONTRATADA por ocasião da assinatura do Contrato e será devolvida após a emissão do Certificado de Recebimento Definitivo do objeto do Contrato.

CLÁUSULA SÉTIMA – RESPONSABILIDADE TRABALHISTA.

7.1 Este CONTRATO não estabelece nenhum vínculo empregatício de responsabilidade da **COMPAGAS**, com relação ao pessoal que a CONTRATADA empregar, direta ou indiretamente, para execução dos serviços ora contratados, correndo por conta exclusiva desta, única responsável como empregadora, todas as despesas com esse pessoal, inclusive os encargos decorrentes da legislação vigente, seja trabalhista, previdenciária, securitária ou qualquer outra.

7.2 Na hipótese da ocorrência de qualquer demanda na esfera trabalhista, a CONTRATADA, detentora do vínculo empregatício direto ou indireto, responsabilizar-se-á pelo acompanhamento do processo e eventual condenação ao pagamento das verbas constantes da reclamação, isentando a **COMPAGAS** de qualquer responsabilidade quanto às mesmas.

7.3 Na eventualidade de a Justiça do Trabalho condenar solidária, subsidiária ou isoladamente a **COMPAGAS** em ação que vier a ser promovida por empregado direto ou indireto da CONTRATADA, esta responderá por todas as verbas, encargos ou ônus decorrentes da decisão judicial, inclusive despesas processuais e honorários advocatícios. Os comprovantes de pagamento, guias ou notas referentes a estes montantes, que vierem a ser suportados pela **COMPAGAS**, servirão como prova de débito líquido, certo e exigível em favor da **COMPAGAS** contra a CONTRATADA, a qual se reserva o direito de regresso contra a CONTRATADA em face de eventual pagamento de indenização.

7.4 A CONTRATADA se responsabiliza por quaisquer reclamações trabalhistas ou qualquer outro ato de natureza administrativa ou judicial que venham a ser intentados contra a **COMPAGAS**, por funcionários da CONTRATADA.

7.5 A CONTRATADA deverá cumprir as legislações trabalhistas, previdenciárias, tributárias, securitárias e assistenciais como consequência do presente Contrato, perante as autoridades e órgãos governamentais, sendo responsável pelo cumprimento destas por parte dos contratados, prepostos, terceiros, e demais prestadores de serviços alocados aos serviços objeto deste Contrato;

7.6 A **COMPAGAS** fica, desde já, autorizada a se ressarcir nos pagamentos dos serviços efetuados pela CONTRATADA de quaisquer ônus trabalhistas perante os Ministérios do Trabalho, da Previdência Social, perante a Justiça do Trabalho, Sindicato e outros que lhe sejam impostos em função das relações de trabalho entre a CONTRATADA e seus trabalhadores, mediante a confecção de boletos de cobrança bancária nos valores despendidos com sua defesa, sejam eles provenientes de honorários, custas judiciais, acordos e/ou condenações de qualquer espécie.

CLÁUSULA OITAVA – FORO.

As partes elegem o foro da Comarca de Curitiba, Estado do Paraná, como o único competente para nele serem dirimidas as questões oriundas do presente contrato.

CLÁUSULA NONA – PENALIDADES.

9.1 A inexecução total ou parcial deste Contrato, sujeitará a CONTRATADA às penalidades constantes do inciso I, II e III do art. 87 da Lei nº 8.666/93, nos seguintes termos:

a) Advertência, nas hipóteses de execução irregular do Contrato, que não resulte prejuízo para o serviço da **COMPAGAS**;

b) Multas:

b.1 Ocorrendo atraso injustificado na finalização dos serviços dispostos na AES, a CONTRATADA ficará sujeita à multa diária de 0,5% (meio por cento) do valor da AES;

b.2 No caso de descumprimento das demais obrigações contratuais, a CONTRATADA, ficará sujeita à multa de 1% (um por cento) do valor contratual, no caso de primeira falta; e 3% (três por cento) do valor contratual, no caso de reincidência ou nova falta.

b.3 O montante correspondente à soma dos valores das multas estipuladas nesta cláusula será limitado a 20% (vinte por cento) do valor contratual.

b.4 Os valores das multas que porventura forem aplicadas serão cobrados através de nota de débito, podendo ser descontados do valor da remuneração devida pela **COMPAGAS** à CONTRATADA.

c) Suspensão temporária do direito de participar em Licitações promovidas pela **COMPAGAS** e impedimento de contratar com a mesma, pelo prazo de 2 (dois) anos contados da data da aplicação da penalidade.

9.2 A CONTRATADA é responsável pelos danos causados diretamente à **COMPAGAS** ou a terceiros, decorrentes de sua culpa ou dolo na execução do Contrato, bem como pelos encargos trabalhistas, previdenciários, fiscais e comerciais dela resultante, sem prejuízo das demais penalidades cabíveis.

CLÁUSULA DÉCIMA – RESCISÃO.

10.1 A rescisão do Contrato poderá se dar sob qualquer das formas delineadas no artigo 79, da Lei nº 8.666/93.

10.2 Se a rescisão se der por qualquer das causas previstas nos incisos I a XI, do artigo 78, da Lei nº 8.666/93, a CONTRATADA sujeitar-se-á, ainda, ao pagamento de multa equivalente a 30% (trinta por cento) do valor do Contrato, que será cobrada através de nota de débito.

10.3 A CONTRATADA reconhece os direitos da **COMPAGAS** em caso de rescisão administrativa, nos termos do art. 77 e seguintes da Lei nº 8.666/93, independentemente de notificação ou interpelação judicial ou extrajudicial, quais sejam:

a) assunção imediata do objeto contratado;

b) retenção dos créditos decorrentes do Contrato até o limite dos valores constantes nas notas de débito emitidas.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – DA INSPEÇÃO.

11.1 Os serviços executados estarão sujeitos à inspeção por parte dos profissionais de marketing da **COMPAGAS**, durante e/ou após a realização dos trabalhos. Em caso de não aceitação dos mesmos caberá à CONTRATADA promover a readaptação ou os ajustes que se façam necessários, visando o atendimento completo às exigências da **COMPAGAS**.

11.2 O acompanhamento da execução ou a sua fiscalização pela **COMPAGAS**, não exclui ou reduz a responsabilidade da **CONTRATADA** em obedecer às especificações e demais normas técnicas para a perfeita execução do objeto contratual.

ANEXO B**DADOS DA COMPAGAS****1 - HISTÓRICO:**

A COMPAGAS – Companhia Paranaense de Gás é especializada em serviços e distribuição do GN canalizado no Paraná, cuja concessão estadual foi outorgada, pelo prazo de 30 anos, a partir de 06/07/94. É uma empresa de economia mista, tendo como acionista majoritária a Copel Participações S.A. A Petrobras Gás S.A (Gaspetro) possui 24,5% da participação acionária e a Gaspart Ltda é dona dos outros 24,5% das ações.

Datas marcantes:

20/11/1989	Decreto Estadual nº 4.695 outorga a COPEL a concessão para explorar os serviços de gás canalizado no Paraná
06/07/1994	Lei Estadual nº 10.856 transfere a concessão para a COMPAGAS
01/10/1998	Ligação do 1º cliente (Peróxidos do Brasil) com gás de refinaria
28/03/2000	Início da comercialização de Gás Natural importado da Bolívia.
Julho/2002	Primeiro edifício a consumir GN no sul do Brasil
Agosto/2002	1º Copa GNV - Grande Prêmio Compagas – <i>Pick-up Racing</i>
Outubro/2002	Usina Termelétrica em Araucária inaugura e consome GN
Setembro/2003	Primeira Panificadora a gás natural.
Novembro/2003	Primeiro Shopping na região sul do Brasil a usar gás natural
Jun/2004	Compagas passa a fornecer gás como matéria prima.
Dezembro/2004	Obra concluída na região com potencial de consumo de 900 residências e 400 estabelecimentos comerciais;
Agosto/ Setembro 2005	Revista Amanhã- Compagas entre as 100 maiores empresas do Paraná (48º lugar) e as 500 maiores empresas da região sul (131º lugar) Instituto Miguel Calmon – Compagas eleita a maior empresa do Paraná no segmento de distribuição de Combustíveis.
Janeiro 2006	Decreto 6052 do Governo do Estado do Paraná, estabelecendo a estrutura e a forma de Regulação das Relações entre a COMPAGAS e os seus usuários e consumidores.

Municípios atendidos: 07

Municípios da área de concessão: 399

População da área de concessão: 9.564.643

Industrial:	90
Automotivo:	19
Comercial:	73
Unidades Domiciliares - *Sendo 40 edifícios	1.228*
Cogeração:	2
Matéria Prima	1

Rede Total:	444 km
Média de volume vendido por dia:	714.661m³/dia
Recorde de metro cúbico vendido	926.500 m³/dia.

De outubro de 1998 a março de 2000 a COMPAGAS distribuiu gás de refinaria (vindo da Refinaria da Petrobras, em Araucária) canalizado a indústrias de Curitiba, Araucária e Campo Largo. Já em março de 2000, quando o gasoduto Bolívia-Brasil passou a operar seu ramal sul, a COMPAGAS foi a primeira distribuidora do Sul do país a passar a fornecer o Gás Natural a seus clientes. No final de 2001 a empresa fechou a primeira fase da sua rede de distribuição, com 280 km, chegando a Curitiba, Araucária, Campo Largo, Balsa Nova, Palmeira, Ponta Grossa e São José dos Pinhais.

A COMPAGAS passou de sete clientes e vendas de 32 mil m³/dia no final de 1999 para os 1413 clientes e uma média de 714 mil m³/dia atuais.

A COMPAGAS entrou em 2001, no mercado comercial atendendo o Hotel Bristol Dom Ricardo em São José dos Pinhais. Hoje, no segmento comercial, são atendidas 64 empresas como: Unicenp, Hotel Íbis, Galeteria Caxias, Shopping Barigui, Estação e vários restaurantes de Santa Felicidade etc.

Já no mercado de Gás Natural Veicular (GNV), a COMPAGAS atende 18 postos em Curitiba. O primeiro posto foi o Chu, em abril de 2001. Hoje a média de venda de GNV ultrapassa os 67 mil m³ por dia. Segundo os dados do Sindirepa-PR, mais de 20 oficinas que executam a conversão de veículos ao uso do GN já estão atuando em Curitiba e região, sendo responsáveis pela conversão de aproximadamente 16.000 carros.

No mercado industrial (GNI) a empresa atende aos mais diversos segmentos: cerâmico, embalagem, plástico, químico, madeireiro, alimentício, agroindústria, siderúrgico, bebidas entre outros, totalizando 90 clientes como: Audi, Kaiser, CSN, Incepa, Kaiser, Renault, Masisa, TetraPak etc.

No mercado residencial (GNR) a COMPAGAS iniciou o fornecimento de gás em julho de 2002 para o Edifício Milenium, no Ecoville. Hoje 40 prédios utilizam e mais de 45 estão em negociação. A primeira etapa do planejamento residencial pretende atingir 900 prédios nos bairros Água Verde, Bigorriho, Ecoville e Batel.

Nas áreas de geração, cogeração e geração termelétrica, a COMPAGAS fornece o gás para as duas células de combustível, uma localizada na Copel em Campo Comprido (km3) e outra no Lactec. Para as plantas de cogeração da Corn Products em Balsa Nova e da Incopa em Araucária e como material prima para a Peróxidos.

2 - INFORMAÇÕES EMPRESARIAIS

A COMPAGAS tem assinado um contrato de compra de gás, oriundo da Bolívia (GASBOL), cujo fornecimento foi iniciado no ano 2000 com um volume contratado inicial de 1.000.000 m³/dia. Este contrato prevê um aumento gradativo dos volumes, até atingir 1.900.000 m³/dia no ano 2007.

A rede atual tem grande capacidade de distribuição, razão pela qual deve-se intensificar a busca de novos consumidores para garantir a captação de volumes compatíveis com o contratado a partir do ano 2006, com ações dirigidas para: novos investimentos, marketing, opções de financiamento e política comercial.

Dessa forma, a COMPAGAS vem se consolidando como uma empresa moderna, de tecnologia de ponta, desenvolvendo capital intelectual na sua área de atuação, preocupada com o meio ambiente e ativa na alteração da matriz energética do Paraná.

A COMPAGAS é uma marca pouco conhecida. No segmento residencial é comum ter confusões com a marca: COMPAGAS com *Copagaz*; há um desconhecimento que esta é uma empresa que atua somente no estado do Paraná.

Entre as ações Institucionais já realizadas destacam-se as campanhas institucionais em 2002; envolvendo TV – canal aberto e fechado, rádio e front-lights.

Insera-se, na política de divulgação e promoção institucional da COMPAGAS, a consolidação e concentração dos patrocínios em projetos que destaquem a cidadania e a preservação do meio ambiente, objetivando incentivar a produção cultural nessa área. Desta forma a COMPAGAS patrocina diversos projetos culturais, como o Festival Internacional de Teatro de Bonecos (2002), a Maratona Internacional de Curitiba, dia das crianças no Parque Barigüi, Campanha de Prevenção ao Câncer da AAPC, Projeto Ciranda para cidadania.

3- DIRETRIZES EMPRESARIAIS

3.1 - VISÃO

“Consolidar e ampliar a presença nos diferentes segmentos de mercado, e ser reconhecida como a melhor distribuidora de gás canalizado da região sul.”

A COMPAGAS prevê que cada vez mais haverá demanda por soluções na distribuição de Gás Natural e que capacitação tecnológica, ética, infra-estrutura e tempo de resposta serão o diferencial para o cliente.

3.2 MISSÃO

“Satisfazer as expectativas dos clientes atuando com excelência no serviço de distribuição de gás, garantindo o suprimento, de forma rentável, segura, ambientalmente adequada e com melhoria a qualidade de vida.”

3.3 - VALORES

Os “VALORES DA COMPAGAS” proporcionam os nossos colaboradores os conceitos básicos para pensar e agir pró - ativamente. Eles formam a base da nossa cultura, e indicam o esforço esperado de cada um em direção à melhoria contínua.

- Nossa prioridade é atender as expectativas dos clientes prestando serviços ágeis, seguros e de qualidade.
- Agimos sempre com ética, transparência e honestidade na condução de nossas vidas e na gestão dos negócios da empresa, atuando de forma socialmente responsável.
- Asseguramos a preservação da COMPAGAS trabalhando de forma empreendedora na busca da justa remuneração e de rentabilidade aos acionistas.
- Buscamos sempre, e de forma conjunta, a satisfação dos nossos colaboradores, através de seu desenvolvimento profissional, valorização e crescimento pessoal.
- Nossas atividades são desenvolvidas aplicando tecnologias adequadas, buscando soluções inovadoras com segurança e respeito ao meio ambiente.

4 - O PRODUTO E SERVIÇOS DA COMPAGAS

4.1 - GÁS NATURAL (G.N.)

Gás Natural é a designação genérica de um combustível de origem fóssil, formado pela mistura de hidrocarbonetos leves que permanecem no estado gasoso nas condições ambientes de temperatura e pressão, entre os quais se destaca o metano (CH₄), sendo encontrado na natureza normalmente em reservatórios profundos no subsolo, associado ou não ao petróleo.

Do mesmo modo que o petróleo, o Gás Natural é resultado da decomposição de matéria orgânica originada de grandes quantidades de organismos que existiam nos mares do período pré-histórico. Os movimentos de acomodação da crosta da terra causaram o soterramento dessa matéria orgânica a grandes profundidades e essa decomposição se realizou em ausência de ar, a grandes temperaturas e sob altas pressões.

Tal e como é extraído das jazidas, o Gás Natural é um produto incolor e inodoro, não é tóxico e é mais leve que o ar. Além disso, é uma energia livre de enxofre e a sua combustão é completa, liberando como produtos da mesma o dióxido de carbono (CO₂) e vapor de água. Sendo tais produtos não tóxicos, o Gás Natural é uma energia ecológica e não poluente.

A unidade básica de medida para o Gás Natural é o metro cúbico por dia (m^3 /dia), utilizando-se, para grandes quantidades, o milhão de metros cúbicos por dia – Mm^3 /dia. A energia produzida pela combustão do gás é usualmente medida em quilocaloria (kcal). Ou em–MMBTU - milhões de *British Thermal Unit*.

Suas principais características são:

Segurança: o Gás Natural possui densidade específica menor que a do ar, o que facilita a sua dispersão na atmosfera em caso de vazamento e reduzindo os riscos de acidentes, ao contrário do GLP – Gás Liquefeito de Petróleo, ou gás de cozinha, produto derivado do petróleo e utilizado atualmente em nossas residências que, sendo mais pesado que o ar, acumula-se ao nível do solo podendo causar sérios acidentes. O Gás Natural para ser comercializado necessita “estar conforme” em relação às especificações do Regulamento Técnico da Agência Nacional de Petróleo (ANP), a qual determina que o gás somente poderá conter teores extremamente baixos de umidade, bem como de dióxido de carbono e compostos de enxofre. Isto torna o Gás Natural um produto que não provoca corrosão no interior das tubulações, tornando possível uma vida longa para as instalações e deixando-as isentas de vazamentos. É possível fazer uma analogia com o fornecimento de energia elétrica onde o “estoque” de gás está nos campos de produção na Bolívia e o de energia elétrica está na água dos reservatórios das hidrelétricas.

Não toxicidade: A inalação acidental de Gás Natural não provoca danos à saúde das pessoas, pois ele não é tóxico e, na medida que as pessoas respirarem ar fresco ele é eliminado não deixando qualquer resíduo no organismo. Ele poderá atuar como agente asfixiante simples em ambientes fechados, podendo causar danos à saúde pela presença insuficiente de oxigênio.

Facilidade de percepção de vazamentos: Ao ser produzido e durante o transporte o Gás Natural é inodoro. Contudo, antes de entrar na rede de distribuição de gás da Compagas, ele recebe a injeção de pequenas quantidades de odorante, suficientes para que qualquer vazamento, especialmente aqueles verificados em redes que operam a pressões mais baixas, possam ser imediatamente detectados, muito antes de ser atingido valores próximos ao limite inferior de inflamabilidade. Esse odorante é que dá ao Gás Natural o cheiro de “enxofre” que facilita a percepção de vazamentos.

Queima limpa: Por encontrar-se no estado gasoso, por seu componente principal ser o metano, e não conter quaisquer quantidades de condensados ou partículas, o Gás Natural mistura-se facilmente com o ar e mantém melhores condições de combustão do que outros combustíveis. Isso possibilita que a queima seja mantida praticamente isenta de monóxido de carbono (CO) que é um gás extremamente tóxico.

Fornecimento Contínuo: O projeto de engenharia da rede de distribuição, associado às reservas de Gás Natural bolivianas, com capacidade estimada para 600 anos, garantem ao consumidor o fornecimento contínuo de gás a qualquer hora, não sendo necessária a manutenção de estoques no local de consumo.

Baixa densidade relativa ao ar atmosférico. Tendo densidade relativa ao ar da ordem de 0,63 – muito inferior à densidade do ar – o Gás Natural sempre tenderá a ocupar as camadas superiores da atmosfera, ou seja, qualquer volume de Gás Natural colocado em ambiente aberto apresentará alta velocidade de dissipação. Também no caso de ambientes fechados, o Gás Natural ocupará as partes superiores desses ambientes, ocorrendo facilidade de dissipação se houver aberturas de ventilação na parte superior.

Condições de Explosividade muito especiais: A massa de Gás Natural necessária para que ocorra “explosão” em ambiente aberto é muito grande (da ordem de 10.000 kg), não sendo possível de ser obtida no caso de operação de redes de distribuição de gás canalizado, uma vez que se trata de um gás com alta velocidade de dissipação. Lembre-se: o Gás Natural é mais leve que o ar!

A PETROBRAS tem produção de Gás Natural no Brasil foi de 41,7 milhões de metros cúbicos/dia.

Devido às suas características químicas, ele pode ser empregado tanto como matéria prima para a indústria petroquímica quanto ser utilizado como combustível pelas indústrias seja na produção de calor ou de energia elétrica, substituindo, com grandes vantagens ambientais, o óleo combustível e o carvão. De fato, com a utilização do gás natural, as empresas de Curitiba e Região Metropolitana vão deixar de lançar na atmosfera, por ano, cerca de 2,9 mil toneladas de ácido sulfuroso (o equivalente a 144 carretas de 20 toneladas carregadas com o produto corrosivo) e 29 toneladas de ácido sulfúrico. Esses ácidos são os responsáveis pela chuva ácida. Com o uso Gás Natural também deixarão de ser produzidas, em Curitiba e RMC, 48 toneladas por ano da fumaça preta ou fuligem e 136,4 toneladas por ano de particulados finos (partículas sólidas de pequeno diâmetro, danosas ao sistema respiratório).

O Gás Natural pode ser utilizado para a cogeração, processo que produz, ao mesmo tempo, energia elétrica e calorífica (água quente). Aproveita-se o calor para obter energia com o máximo de eficiência, garantindo economia e auto-suficiência energética.

4.2 – DEMAIS PRODUTOS E SERVIÇOS OFERECIDOS PELA COMPAGAS

Muito mais que vender uma nova forma de energia, a COMPAGAS vende um serviço. Junto com o gás natural, diversas informações importantes são transmitidas, como as questões referentes às instalações, segurança dos equipamentos que se utilizam gás natural, otimização dos processos que utilizam energia entre outros. Para que as novas instalações de gás dos edifícios estejam corretamente dimensionadas, a COMPAGAS oferece assessoria de projeto de rede e ambientes internos.

No site da COMPAGAS (www.compagas.com.br) os clientes do mercado industrial podem acompanhar o histórico de consumo e ter uma cópia da fatura mensal. A comunidade pode ter informações diversas sobre o produto nos seus mais diversos segmentos.

Há também um serviço de atendimento ao consumidor através de seu serviço de atendimento ao consumidor disponível 24h através do (0800 643-8383). Desta forma tanto solicitações de emergência como esclarecimentos diversos podem ser feitos gratuitamente por este canal, que também é o responsável pela resposta às dúvidas que chegam pela Internet.

5 – O MERCADO DO GÁS NATURAL:

O Gás Natural vem assumindo participações crescentes na matriz energética mundial, tendo ampliado sua participação de 21,5% em 1990 para 22,80% em 1999. Projeções do Departamento de Energia dos EUA indicam que deverá ter um aumento de uso na ordem de 3,2% contra 2,2% no consumo total de energia.

O Gás Natural começou a ser utilizado no Brasil em torno de 1940 suprindo indústrias situadas no recôncavo Baiano. Na década de 1980, com exploração da Bacia de Campos no Rio de Janeiro, ocorreu um grande incremento em seu uso, atingindo 3% da matriz energética em 1999.

A cada dia que passa o Gás Natural vem conquistando o seu mercado e mais adeptos ao combustível ecologicamente correto. Ano passado o consumo médio anual de Gás Natural atingiu 13.606.361,1 10³ m³/ano. Só neste primeiro semestre o consumo já é de 233.842,4 10³ m³/semestre, o que representa uma média superior de crescimento de 10% nos primeiros seis meses do ano.

O uso do Gás Natural tem sido estimulado tanto pela iniciativa privada quanto pelo governo. A intenção é disponibilizar os seus benefícios para toda a população. Trata-se de um combustível com consideráveis vantagens econômicas sobre os demais, dados à simplicidade do seu processamento. O Gás Natural contribui para a redução da

vulnerabilidade do país, resultante da importação de petróleo. A qualidade ambiental de nossas cidades pode melhorar substancialmente com o uso do gás natural.

O Gás Natural está entrando em uma nova era no Brasil. Projeções apontam para um aumento da sua participação na matriz energética de 7,5% em 2003 para 21% em 2010. Isto será possível com ações pontuais, como incentivar o uso do gás nas frotas de ônibus urbanos, definir o papel das termelétricas na matriz elétrica e diminuir a carga tributária incidente sobre a comercialização do gás.

Contribuem para esta perspectiva fatos como:

- Construção do gasoduto Bolívia-Brasil,
- As reservas provadas no Brasil triplicaram com a recente descoberta em Santos.. Hoje as reservas são de 326 bilhões de m³ e chegarão a 667 bilhões de m³.
- Crescente utilização em indústrias, comércio, veículos e, principalmente pela implementação do Programa Prioritário de Termelétricas.

A média do consumo de Gás Natural registrada no mês de agosto de 2005 atingiu o volume de 42,4 milhões de metros cúbicos diariamente, de acordo com os dados consolidados pela Associação Brasileira das Empresas Distribuidoras de Gás Canalizado – ABEGÁS. Em julho/05 o volume consumido foi de 41 milhões de m³/dia, o que representa um crescimento de 3,7 % em apenas um mês. A comparação do volume consumido diariamente nos oito meses deste ano com o mesmo período do ano passado é bem mais significativa. Comparando os valores consumidos, a alta é de quase 11%.

Este ano, o volume mensal comercializado no país tem apresentado números favoráveis ao mercado. Mesmo com os rumores de um possível desabastecimento em 2008/9, a média continua em alta, e observa-se que, há espaço para o Gás Natural na cultura do brasileiro.

Porém, no mês de agosto o setor residencial comparado com o mês anterior obteve um êxito de 11,3%, e já atingiu a marca de mais de 1,2 milhões de clientes nas diversas regiões atendidas pelo gás natural. A perspectiva é de grande evolução desse segmento de mercado que, juntamente com o segmento comercial vem sendo objeto de um grande esforço de todas as distribuidoras, cuja rede de canalizações atualmente já ultrapassa os 12 mil km.

O setor de Cogeração, outro que vem se destacando, obteve destaque na consolidação dos dados, uma vez que está atingindo bons níveis de consumo, devido sua importância na melhoria da oferta de geração de energia elétrica no país, quando atingiu a excelente marca de 2 milhões de m³ diariamente no mês de agosto, sendo que em julho o consumo foi de 1,56 milhões de m³/dia crescendo, portanto mais de 28%.

O desenvolvimento do mercado de gás vai passar por investimentos na expansão e na interligação do sistema de dutos que cortam as principais regiões econômicas. O Brasil tem hoje apenas 9.102 quilômetros de rede de gasodutos para escoar a produção de gás natural. Na Argentina, a malha atinge 115 mil quilômetros, quando nos Estados Unidos, há 1,6 milhão de quilômetros de tubos para transportar o insumo. Essa deficiência é uma agravante ao setor, pois implica na incapacidade de abastecimento das térmicas quando forem acionadas pelo Operador Nacional do Sistema (ONS), sobretudo no Nordeste.

5.1 - O mercado do Gás Natural Industrial –GNI -

Na indústria, o Gás Natural é utilizado como combustível para fornecimento de calor, geração de eletricidade e de força motriz, como matéria-prima nos setores químicos, petroquímicos e de fertilizantes, e como redutor siderúrgico na fabricação de aço. Proporciona uma combustão limpa, isenta de agentes poluidores, ideais para processos que exigem a queima em contato direto com o produto final, como na indústria de cerâmica, fabricação de vidro e cimento.

No setor industrial de Gás Natural, o volume consumido comparativamente ao 1º semestre do ano passado para este ano, observa-se um crescimento de 9,3% no Brasil, incluindo a cogeração.

Neste segmento a COMPAGAS atende a 88 indústrias dos setores alimentício, cerâmico, metalúrgico, químico entre outros. Este segmento representa 77% do volume de gás vendido pela COMPAGAS. O processo de compra do cliente envolve fatores como: análise econômico-financeira; conversão e /ou aquisição de equipamentos (caldeira, fornos, por exemplo); disponibilidade de rede; aspectos ambientais (certificação ISO 14.000; Crédito de Carbono).

Para agregar valor ao produto, são oferecidos gratuitamente serviços como: a análise do perfil do consumidor para a decisão de compra e/ou substituição; treinamentos técnicos para diversas áreas envolvidas como os operadores, engenharia, manutenção etc; fornecimento de um manual do consumidor industrial, uma agência virtual para atendimento e prestação de informação; medição remota quando houver e um Boletim Mensal – Gastubinho - mostrando as notícias da empresa e de alguns clientes. Anualmente também são promovidos eventos para estabelecer um relacionamento com este público.

Os principais concorrentes neste são: o óleo combustível e o GLP.

O desafio principal para este segmento é que o atributo preço não seja o único no fator da escolha e que questões de cunho ambiental auxiliem a decisão de troca do combustível. Um dos aspectos que esta ainda está sendo estudado é a possibilidade dos chamados “créditos de carbono”. O conceito é que ao adotar o gás natural, as empresas deixam de emitir monóxido de carbono. Assim elas possuem um crédito de carbono que pode ser vendido a empresas poluidoras.

Os anúncios para este segmento não representam uma força de argumentação diante de fatores mais significativos na decisão de compra do GNI. A COMPAGAS busca fortalecer o seu relacionamento com este cliente realizando seminários, palestras, fóruns etc. Em 2005, a COMPAGAS convidou todos os executivos deste segmento para assistir uma palestra do Jornalista Arnaldo Jabor, no Estação Embratel *Convention Center*.

Dentro da sua política de segurança, desenvolve em conjunto com as empresas que atende, cursos de segurança sobre o gás natural, simulados etc.

Dentre as principais vantagens do “produto GNI” destacam-se:

- Oferece uma relação custo x benefício muito atraente;
- Possui uma combustão completa e "limpa", isto é, sem emitir agentes poluentes na natureza;
- Aumenta a vida útil dos equipamentos que o utilizam;
- Diminui os custos com a manutenção desses equipamentos;
- Reduz o tempo de parada das máquinas para manutenção (o que garante continuidade da produção);
- Não está sujeito a quedas de energia (que podem causar danos aos equipamentos, como acontece com a eletricidade);
- Não precisa ser estocado, eliminando os custos com armazenamento;
- Permite o reaproveitamento das áreas que, antes, eram utilizadas para estocagem de combustível;
- Oferece menos riscos (com isso, reduz os custos com seguro)
- Evita despesas com frete rodoviário, pois seu transporte é feito através de um sistema subterrâneo;
- Reduz o movimento de caminhões nas fábricas;
- Só é pago após a sua utilização;
- Não precisa ser pré-aquecido como o óleo combustível;
- Possui alta eficiência de combustão;

Planeja-se até o final de 2008 contratar mais 35 indústrias.

5.2 – O mercado do Gás Natural Veicular - GNV

No uso em automóveis, ônibus e caminhões, o Gás Natural recebe o nome de "Gás Natural veicular", oferecendo vantagem no custo por quilômetro rodado. Como é seco, o Gás Natural não provoca resíduos de carbono nas partes internas do motor, o que, de um lado, aumenta a vida útil do motor e o intervalo de troca de óleo e, do outro, reduz significativamente os custos de manutenção. O Gás Natural é uma boa opção nos centros urbanos, pois ajuda a diminuir a poluição, emitindo menos poluentes que a queima da gasolina, álcool ou diesel. A fim de usufruir o gás veicular, o motorista deve instalar um kit em seu carro, tornando-o bi-combustível, ou seja, apto a rodar tanto com combustíveis convencionais, quanto com este novo produto.

No mundo há 3 milhões de veículos em 60 países já utilizam o GNV, atestando sua viabilidade e segurança. A Comunidade Européia, dentro de seu planejamento estratégico, estabelece que, até 2020, 10% da sua frota (aproximadamente 20 milhões de veículos) deve utilizar este combustível.

O Brasil conta mais de 948 mil veículos circulando com Gás Natural (IBP), consumindo 5,050 milhões de m³ dia de GNV (IBP, jun 2005). A perspectiva é de que até o fim do ano o consumo suba para 6 mil m³ diários. Há cerca de 1075 postos instalados em 80 cidades, nos 17 estados em que este produto já está disponível. Os Estados com o maior número de veículos a GNV são o Rio de Janeiro (39%) e São Paulo (25%) do total da frota.

A previsão para os próximos dez anos é que o GNV seja utilizado por 8% dos veículos brasileiros, gerando investimentos de aproximadamente R\$ 840 milhões na construção de novos postos de abastecimento de gás e no suprimento do produto.

As ações neste setor abrangem estratégias políticas públicas de toda a cadeia do gás natural, incluindo a Petrobrás, passando pelas Concessionárias Estaduais de Gás, Distribuidoras de Combustíveis, postos, fabricantes de compressores e de cilindros, fabricantes de kits de conversão, oficinas e montadoras. A Associação Brasileira do Gás Natural Veicular (ABGNV) acredita que a criação de incentivos para o segmento possibilitará a geração e manutenção de 60 mil empregos diretos até 2006 em toda a cadeia produtora e comercializadora de gás e de equipamentos usados na conversão e adaptação veículos. Algumas medidas já em prática:

- Carros como o Siena da Fiat já estão vindo convertidos de fábrica;
- Conversão com manutenção da garantia do motor para o Astra, da GM.
- A Volkswagen vende o automóvel Santana já preparado para receber o kit de conversão em revendas da marca. A Volks pretende adotar a mesma iniciativa em relação a outros modelos, entre os quais a Kombi,
- Modelos de cilindros mais compactos estão sendo testados para diminuir a problemática de perda de espaço do bagageiro.
- Instituições financeiras oferecem financiamentos para a conversão de veículos como uma maneira de apoiar ações voltadas para o meio ambiente.

Dentre as vantagens do "produto – GNV" destacam-se:

- Mais barato que os demais combustíveis: por ter um custo direto mais baixo e maior rendimento, proporciona economia de até 60% em relação a estes.
- Reduz os custos com manutenção: A combustão do GNV é muito próxima da combustão completa, produzindo basicamente dióxido de carbono e vapor d'água e inibindo a formação de resíduos de carbono no motor, o que aumenta sua vida útil e o período entre manutenções. Além disso, em função da baixa formação de resíduos da

- combustão e por ser um combustível limpo e seco. Não se mistura nem contamina o óleo lubrificante,
- Composição praticamente constante: O GNV é um combustível composto basicamente por metano. Além disso, por ser totalmente distribuído por tubulação de alta pressão desde seu ponto de extração, não existe qualquer contato com o combustível, eliminando possibilidades de contaminação ou adulteração.
 - Maior Segurança: Durante o abastecimento o GNV não entra em contato com o ar, impossibilitando a combustão e reduzindo os riscos de acidente. Um outro fator de segurança, é que o GNV é mais leve que o ar, e em caso de vazamentos o combustível se dissipa rapidamente na atmosfera.
 - Maior autonomia do Veículo: O veículo operando bi-combustível tem maior autonomia, uma vez que o cilindro de gás permite rodar uma distância extra de até 200 Km.
 - Opção de operar com dois tipos de combustível.
 - No Paraná, enquanto os motoristas de carros não convertidos ao GNV pagam um IPVA de 2,5% do valor do carro, para aqueles que já converteram para o GN, o IPVA é de somente 1% do valor.

O GNV no Estado do Paraná iniciou com abertura do primeiro posto em abril de 2001. Hoje representa cerca de 10% do volume de vendas da companhia com 67 mil/m³ dia. São 19 postos que fornecem o GNV e há 16.000 carros convertidos no Paraná (SINDIREPA-PR). Este segmento representa 9% do volume de gás vendido no Paraná.

A COMPAGAS já desenvolveu as seguintes ações de comunicação para este segmento: realizou o 1º Fórum de GNV no Paraná em 2000, elaborou manuais explicativos, realizou duas campanhas publicitárias conjuntas a outros setores envolvidos, nelas foram veiculados anúncios em rádio, tv, *out-door*, concursos educativos – culturais. etc. Patrocinou a Copa Pick-Up *Racing* – GNV de 2001 à 2004. Em 2003 participou com um stand na Feira da Autopar – Feira Sul Brasileira de fornecedores da Indústria Automotiva. No mês de setembro de 2003 publicou num informe semanal em jornal popular para divulgar uma tabela comparativa entre outros combustíveis – Gasolina e álcool. O objetivo deste foi demonstrar quantos R\$/km cada um destes combustíveis proporcionam. De janeiro a julho de 2004, uma campanha promocional conjunta com postos, Compagas e oficinas credenciadas incentivou a 1015 conversões. Em 2005 Compagas patrocinou o piloto Kau Machado na Pick-Up *Racing* e a Copa Turismo GNV, que ocorre no Paraná incentivando o uso do gás natural. Em dezembro de 2005 realizou uma Campanha com outdoor e spots em rádios com o conceito educacional do “Rende Mais”.

Pela observação nos postos de abastecimento podemos separar os consumidores em 4 grupos:

- taxistas,
- veículos pequenos pertencentes a frotas de empresas,
- veículos utilitários/caminhonetes de particulares e
- veículos de passeio de particulares.

Uma pesquisa realizada com 570 motoristas, em agosto de 2003, identificou a principal associação feita com o Gás Natural veicular como sendo um combustível barato. E dentre os principais motivos apontados para a não adoção do produto foi o alto preço da conversão. Esta hoje em Curitiba está com o seu custo em torno de R\$4.000,00 à R\$4.500,00 (SINDIREPA, ago 2004).

Muitos não compreendem que o carro faz mais quilômetros por metro cúbico do que por litro de álcool, mas insistem em comparar o preço do litro do álcool com o metro cúbico do gás. Há ainda os que têm dúvidas quanto à forma de reajuste do GNV, com receio que ele seja majorado depois que houver uma grande base de consumidores.

	Gasolina	Álcool	GNV
Custo por litro (m ³)	R\$ 2,357	R\$ 1,451	R\$ 1,297
Média de consumo	9,0 km/l	7,0 km/l	10,8 km/m ³

Custo por km	R\$ 0,2619	R\$ 0,2073	R\$ 0,1201
Custo por 100 km	R\$ 26,19	R\$ 20,73	R\$ 12,01
Economia se usar GNV	54,1 %	42,1 %	

O potencial de crescimento para os próximos 10 anos é difícil de ser estimada. Em médio prazo existe a necessidade de interiorizar o GNV, principalmente com a colocação de postos em Ponta Grossa, norte do Paraná (Londrina, Maringá e Apucarana, principalmente), oeste (Guarapuava, Cascavel e Foz do Iguaçu) e sudoeste do Estado (Pato Branco e Francisco Beltrão), além de 1 ou 2 postos no litoral (ver ponto de inflexão do gráfico de consumo nos meses de janeiro e fevereiro).

A COMPAGAS tem recebido um grande número de pedidos para uma opção de abastecimento em Registro - SP, que é a metade do caminho entre Curitiba e São Paulo (área de atuação da São Paulo Sul / Gás Natural). Um posto naquela região ajudaria em muito a adoção de GNV por usuários constantes da Rodovia Regis Bittencourt.

Além disso não há previsão sobre outros fatores que mercado que influenciam diretamente o GNV, entre eles a disponibilidade ou não de álcool hidratado com preço baixo para o consumidor, e a disponibilidade de veículos com a tecnologia "tri-fuel" já preparados de fábrica para gasolina, álcool e GNV.

- Existem, no entanto, pontos de interrogação em relação à expansão do GNV, como os preços relativos e o impacto da legislação que estipula um certificado ambiental para o uso de Gás Natural em veículos automotores.

Dentre os desafios deste segmento no Paraná destacam-se:

- Interiorização – o objetivo é ampliar a oferta de postos de Gás Natural para outras cidades da região metropolitana de Curitiba e interior do Estado.
- Fomentar ações que visem aumentar as conversões. Participação em fórum, campanhas de esclarecimento e divulgação.

5.3 – O mercado do Gás Natural Residencial - GNR

Somente nos Estados Unidos há 60 milhões de residências que são abastecidas por GNR. Na área urbana brasileira, há 37 milhões de residências, sendo que menos de um milhão (2%) são abastecidas por gás natural.

O Gás Natural está presente há mais de 50 anos no mercado residencial paulista e carioca. Como as redes de gás canalizado ainda contam com uma baixa capilaridade, o consumo de Gás Natural no segmento residencial é pequeno. A maior parcela das residenciais no país são abastecidas por GLP (o gás liquefeito de petróleo) em vasilhame ou granel. Em abril de 2005, somente 1,4% do Gás Natural vendido foi destinado ao segmento residencial. Aproximadamente, há hoje no Brasil 1,2 milhões de clientes residenciais conectados a rede gás canalizado. Com a expansão das redes de gás nas áreas metropolitanas, há uma tendência de elevação do número desses clientes, que depois de interconectados, representam um mercado cativo para as distribuidoras. Neste segmento é onde a margem de lucro para as companhias de gás é maior.

Em Curitiba, o GNR é uma novidade. A COMPAGAS começou a atender 3 prédios na região do Ecoville em 2001. Atualmente conta com 40 prédios ou 1.228 unidades domiciliares. Este segmento consome menos de 0,3% de todo gás vendido pela COMPAGAS.

O projeto contempla, na sua fase inicial, os bairros onde há uma grande concentração vertical – Batel, Ecoville (Mossunguê), Água Verde, Bigorriho (Champagnat). Estima-se atingir até 2008, 18.630 unidades domiciliares autônomas ou 621 edifícios com 30 apartamentos em média.

O GNR é utilizado para a cocção de alimentos, aquecimento de água, inclusive de piscinas. Também pode ser usado em secadoras de roupa, lavadoras de louças, lareiras, churrasqueiras e aquecedores de ambiente.

No uso residencial, o gás oferece conforto e praticidade. Com apenas um aquecedor, permite que a casa tenha água quente na cozinha e no banheiro. O gás canalizado tem uma chama limpa e não deixa resíduos nos equipamentos. Isto diminui as despesas com manutenção.

O consumidor residencial pode optar por dois tipos de fatura: coletiva e individual. Na modalidade coletiva, a conta é rateada entre os condôminos, mas com um desconto maior devido o preço em cascata. E na fatura individual, constitui uma grande vantagem para o condomínio que existem grande número de inadimplentes. Com ela cada condômino recebe a fatura direto da COMPAGAS, assim como acontece na empresa de energia elétrica. E se o consumidor não pagar, somente ele é cortado e não o prédio.

Várias empresas se beneficiam com a extensão da rede e a respectiva disponibilização do Gás Natural para a população. Entre elas, temos os diversos fabricantes e representantes como os de: aquecedores de água, aquecedores de piscina, medidores, climatizadores de ambiente e eletrodomésticos como fogões, geladeiras, secadoras e lareiras a gás natural.

Dentre as ações de comunicação em marketing já realizadas no intuito de preparar o mercado para este novo produto, destacam-se:

- Patrocínio da Amostra AD 2002; 2003; 2004 de Arquitetura e Decoração demonstrando para o público formador de opinião as vantagens do uso do Gás Natural num ambiente real;
- Participação de vários encontros de síndicos através do patrocínio com o SECOVI, em 2003, 2004 e 2005. Também foram elaborados anúncios vinculados em manuais elaborados por esta instituição;
- Fornecimento de um manual do consumidor residencial após a conversão para cada morador. Nele há várias dicas de economia, orientações de segurança; entre outros aspectos.
- Fornecimento de informações via internet e via serviço gratuito de 0800-6438383, 24 horas por dia.

5.3.1 – Aspectos Gerais dos Consumidores

- Necessitam de mais informações sobre o produto, pois não sabem apontar as diferenças entre o GLP e o GN e suas implicações;
- Sabem apenas que o Gás Natural é fornecido por tubos subterrâneos que vem da Bolívia e que algumas empresas de Curitiba já o utilizam.
- Acreditam que o Gás Natural será mais barato do que o GLP.
- Têm grande receptividade com a fatura individual, pois só irão pagar o que consumirem; terão controle sobre o consumo, pagarão após o consumo e deixam de pagar pelos inadimplentes.
- Não estão informados sobre as normas para as instalações prediais de gás. Essas são as mesmas para GLP e GN.
- Acreditam que órgãos competentes tenham fiscalizado suas instalações internas prediais de gás. Em virtude disso, desconhecem que muitas vezes suas moradias estão expostas a um risco de segurança, pois estão fora destas normas da ABNT;
- A opção para o fornecimento do Gás Natural é um processo conjunto e permeado de componentes burocráticos: reunião de condomínio; elaboração contratual etc.
- O contato com os síndicos, administradoras, porteiros, zeladores é fundamental para se estabelecer uma relação de forma a auxiliar no andamento do processo de compra.
- Há uma grande expectativa pela vinda do gás natural. Muitos prédios estão aguardando a Compagas há mais de quatro anos, quando foi realizada a obra na rua em frente ao seu prédio.

5.3.2 Riscos Percebidos pelos Consumidores

- Abastecimento em caso de falhas no sistema de tubulação;
- Haver somente uma companhia que fornece o gás natural, e desta forma acabar ficando refém da empresa;
- Observam a colocação dos tubos de PEAD no subsolo e pensam que por ser um “tubo plástico” este pode facilmente se romper;
- Altos custos para a conversão dos equipamentos;
- Acreditam que a adaptação nos ambiente e com aparelhos a gás só é necessária para o gás natural; quando na verdade não o é.
- O incômodo da conversão dos aparelhos (fogão e aquecedores, principalmente), que terá que ser realizada, de casa a casa.
- Com problemas na Bolívia, acreditam que pode faltar o Gás Natural para os consumidores residenciais.(neste segmento, o gás é a última alternativa a ser cortada sempre).

Em uma ampla pesquisa de mercado realizada em dezembro de 2005 com clientes e propectados, constatou-se os entre 31 atributos, os 10 mais importantes na escolha na marca de gás

	Critérios de escolha das marcas em ordem de importância
1	Garantia no fornecimento, isto é, não faltar gás
2	Preço do gás fornecido
3	Agilidade no abastecimento
4	Prazo de pagamento
5	Qualidade da queima do gás fornecido (cor da chama)
6	Prazo de entrega
7	O gás fornecido não deixar resíduos, isto é, não deixar o fundo da panela preto
8	Rapidez na resolução de problemas
9	Presteza no atendimento à reclamações e/ou informações
10	Marca

5.4 – O mercado do Gás Natural Comercial

Nos números apurados pela Abegás, há em todo país mais de 19 mil estabelecimentos comerciais utilizando o Gás Natural para cocção de alimentos, aquecimento de água, aquecimento de piscina, geração de energia e climatização de ambientes.

Os equipamentos utilizados em estabelecimentos comerciais que podem utilizar o gás são: aquecedores de água, caldeiras, fornos, fritadeiras, fogões, secadores, geradores de energia elétrica, máquinas de absorção, ar-condicionado e refrigeradores com motores a gás.

A Compagas atende atualmente a 64 clientes neste segmento, que representa 0,5% do volume de gás comercializado. O Gás Natural é combustível para panificadoras, hotéis, hospitais, escolas de natação, clubes, lavanderias, restaurantes, lavanderias, shoppings, academias etc. Prospecta-se alcançar 350 estabelecimentos comerciais até o final de 2008.

Neste segmento a primeira preocupação é a economia proporcionada com o uso deste novo energético e os investimentos necessários para as adaptações e conversões de equipamentos.

A Compagas oferece também a seus clientes os serviços de viabilidade do projeto, orientação técnica e assessoria no processo de instalação.

Recentemente, a Compagas firmou um patrocínio com a Associação do Comércio e Indústria de Santa Felicidade para levar o gás para a região Gastronômica de Curitiba que hoje já conta com 15 restaurantes, inclusive o famoso Restaurante Madalosso.

Neste segmento também a Compagas participou da Feira de Fornecedores da Abrasel, em agosto deste ano, no Estação Embratel *Convotion Center*. Na oportunidade, demonstrou na cozinha show do evento a utilização do gás para cocção de diversos tipos de comida, com a aprovação de *Chef's* consagrados no cenário nacional.

Os segmentos comercial e residencial apresentam amplas condições para o crescimento do consumo de GN na área geográfica da rede existente. Apresentam também, tendência ao acirramento da concorrência por preços pela agressividade comercial das distribuidoras de GLP.

Numa pesquisa qualitativa realizada através de entrevistas com profundidade com este segmento, observamos que para muitos, o preço do gás natural pode até “empatar” com o “GLP”. *“mas só de não ter que ficar controlando a pesagem, não se preocupar que vai acabar o gás, quanto tempo irá demorar para o caminhão chegar ou mesmo ficar descongelando os cilindros já é suficiente para adotá-lo”* disse um dos entrevistados.

5.5 – O mercado da Cogeração

A cogeração é um processo de produção simultânea de energia elétrica e térmica a partir de um único combustível.. Através da queima de um combustível um gerador é acionado produzindo energia elétrica, aproveitando-se o calor gerado pela combustão no processo. O Gás Natural também pode ser utilizado para gerar parte da energia elétrica nos segmentos industrial e comercial através do processo de cogeração.

Os principais usuários da cogeração são: Edifícios comerciais, Shoppings, Indústrias; Hotéis e Prédios Governamentais.

Por meio da cogeração é possível produzir: energia elétrica; água quente; vapor saturado e/ou superaquecido; água gelada; refrigeração; CO₂ com alta pureza; água destilada e ar quente para secagem.

Principais vantagens da cogeração:

- Vantagem competitiva pela utilização do gás natural;
- Utilização de tecnologia de ponta (motores e turbinas)
- Menor nível de emissão de poluentes comparado com a geração termelétrica centralizada;
- Autonomia na produção das suas utilidades (vapor, água quente, frio etc.);
- Aumento da confiabilidade de suprimento de energia elétrica e térmica (garantia contra o "apagão");
- Valor agregado devido às oportunidades de negócios geradas (venda de excedente);

Existem hoje no Brasil 30 empreendimentos utilizando o Gás Natural para cogeração.

O mercado paranaense é bem servido de energia elétrica. Existe um alto custo para adoção deste sistema de cogeração. A viabilidade desta implantação é impulsionada caso a empresa tenha uma deficiência de energia elétrica e/ou diversas interrupções no fornecimento. Atualmente, há somente duas empresas no Paraná que optaram por este sistema de cogeração e representam 20% do volume comercializado pela companhia.

5-6 - O mercado de Gás Natural como Matéria Prima

Quando o etano só é separado do metano para ser utilizado como matéria-prima química. A COMPAGAS atende a somente uma empresa que utiliza o Gás Natural como matéria-prima. A Peróxidos, localizada na Cidade Industrial de Curitiba (CIC), já começou a operar em sua nova planta (reformadora) construída especialmente para transformar o Gás Natural em hidrogênio, matéria-prima utilizado para produção de peróxido de hidrogênio, mais conhecido como água oxigenada. Na construção da nova planta, a indústria investiu mais de US\$ 12 milhões. O consumo desta empresa é 12,2% do volume total comercializado pela companhia.

6– O GÁS NATURAL E SEU CONTEXTO SOCIAL

Percebe-se na conjuntura mundial que as normas de controle da qualidade ambiental têm aumentado suas exigências quanto aos índices permitidos para emissão de poluentes ou para degradação ambiental, tornando os investimentos em equipamentos de controle um item importante no orçamento das novas plantas industriais e de produção de energia elétrica. As grandes instituições financeiras públicas ou privadas, em âmbito mundial, têm restringido investimentos em projetos que, de alguma forma, não contemplem rígidos controles ambientais, tornando fato consumado a necessidade de conciliar o desenvolvimento industrial com a qualidade ambiental, reacendendo antigas discussões sobre o conceito de desenvolvimento sustentado.

Dentro desse contexto, está o Gás Natural como solução ambientalmente amigável, conciliando a necessidade de desenvolvimento com a sustentabilidade ambiental.

Com a implantação da rede de distribuição residencial/comercial são gerados 500 empregos diretos nas obras de implantação da rede e 100 empregos para mão-de-obra especializada em instalações e conversão de equipamentos residenciais e comerciais.

Para implantar sua obra a COMPAGAS realiza todas as etapas dos processos de licenciamento de suas redes atendendo à legislação aplicável e requisitos dos órgãos ambientais competentes.

Para o projeto de distribuição na região metropolitana de Curitiba a COMPAGAS realizou os Estudos de Impacto Ambiental – EIA e o respectivo Relatório de Impacto ao Meio Ambiente –RIMA, requeridos pelo Instituto Ambiental do Paraná –IAP. Estes estudos foram apresentados em audiência pública com a presença de representantes da empresa, Ministério Público e da comunidade.

6.1 – Aspectos de Segurança.

Para todos os segmentos, a COMPAGAS possui um completo PLANO DE EMERGÊNCIA, amplamente discutido com a defesa civil, corpo de bombeiros, polícia militar e rodoviária e demais entidades afins. Portanto, qualquer destes órgãos poderá ser acionado a qualquer momento, dentro do que foi planejado e treinado exaustivamente. A COMPAGAS adotou uma série de medidas para promover uma maior segurança como:

- placas de sinalização espalhadas por toda a rede;
- tubulação enterrada em profundidade adequada, com uma fita informativa com os dizeres “não escavar” antes de uma segunda proteção de concreto;
- campanhas educativas principalmente nas escolas para orientar a população para o uso do gás;
- licenças da Prefeitura;
- sinalização das obras;
- relatórios de impacto ambiental;
- contratação de empreiteiras qualificadas;
- simulados com a comunidade;
- palestras com o Corpo de Bombeiros etc.
- Distribuição de material informativo para a população.

Especificamente no segmento residencial, o Corpo de Bombeiros é responsável pela aprovação do projeto de prevenção de incêndios. Entretanto, somente a central de gás é verificada. Desta forma toda a rede interna responsável em levar o gás para cada unidade domiciliar não é fiscalizada nem no seu projeto nem na sua execução. Há uma carência de recursos financeiros e humanos para orientar sobre as instalações internas prediais de gás.

6.2 – Aspectos Ambientais

Uma das grandes preocupações da COMPAGAS refere-se ao aspecto ambiental e com a garantia da segurança do público e de seus consumidores. Após a realização dos Estudos de Impacto Ambiental e elaboração dos respectivos Relatórios de Impacto Ambiental – EIA/RIMA, o Instituto Ambiental do Paraná (IAP), realiza audiências públicas nos municípios por onde vai passar a rede de distribuição de gás canalizado para esclarecimento da população.

A COMPAGAS, dentro desse contexto, realiza palestras, passeios ecológicos, seminários, participa de feira de ciências, teatros educativos, fóruns de debate, entre outros. Vários públicos são atingidos tais como: associações de bairro, donas de casa, crianças, professores, comerciantes e industriais. Enfim, a comunidade de um modo geral.

A COMPAGAS participa de eventos promovidos nas localidades por onde passa a sua rede de distribuição, além da distribuição de matérias (*releases*) aos veículos de comunicação do Estado e também daquelas localidades. Nas regiões que ocorrem as obras a COMPAGAS possui uma equipe devidamente treinada para entregar materiais informativos e esclarecer moradores e comerciantes da região atingida.

6.3 – Aspectos Legais

A distribuição de Gás Natural em Curitiba é regida pela Lei Municipal nº 9.730, de 30 de novembro de 1999, que determina que a rede de gás seja dimensionada para atender os gases GN e GLP. Para usar o Gás Natural a rede de distribuição interna deve estar de acordo com as Normas da ABNT sendo:

- ABNT NBR 14.570 – instalações internas para uso alternativo dos gases - GN e GLP-projeto e execução;
- ABNT NBR 13.103 – adequação de ambientes residenciais para instalação de aparelhos que utilizam gás combustível.

Para o segmento do GNV existe legislação para converter o carro, requisitos de qualidade para montar uma oficina convertidora, que deve estar credenciada ao INMETRO. Anualmente todos os carros convertidos para GNV são obrigados a passar por uma inspeção de segurança e portarem um Selo Gás Natural Veicular, segundo portaria nº 122, de 21 de junho de 2002 do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. No Paraná, todo o veículo convertido a GNV tem uma redução do IPVA.

6.4 – Aspectos da Concorrência

Não há nenhum mercado cativo para o gás, ou seja, em todos os seus possíveis usos enfrenta a concorrência de outras fontes de energia. O Gás Natural tem que deslocar muitas vezes um mercado maduro e cativo, como o caso do GLP. De uma maneira geral, no segmento do GNI os principais concorrentes são o óleo combustível e o GLP, no GNR é o GLP, no GNV o álcool e a gasolina.

No segmento do GNR as ações da concorrência têm sido renovar ou mesmo firmar contratos de longo período para dificultar a entrada da COMPAGAS. Em 2001, a empresa sofreu uma ação de uma propaganda enganosa. Atualmente a concorrente responde a processo. Entretanto são inúmeros os boatos espalhados sobre o produto:

*O Gás Natural é um gás fraco”
Que é mais caro.
Que vai te deixar na mão etc.*

A demora entre a obra na rua e a disponibilização logística da entrega do Gás Natural para os prédios, fez com que a concorrência organizasse mais; desta forma, muitas começaram a estabelecer contratos de fornecimento para os prédios com um prazo maior etc.

Uma opinião pública mal informada é pior que uma opinião pública desinformada. A reversão de uma idéia preestabelecida é muito mais difícil e onerosa que a apresentação de um novo conceito.

Também é reflexo das ações da concorrência o não cumprimento das normas da ABNT nas instalações prediais internas de gás.

No segmento do GNV a maior dificuldade esta em ampliar a compreensão do consumidor que verifica nos postos pouca diferença entre o preço do GNV e do álcool. Porém, poucos sabem que com o GNV o desempenho, quantidade de quilômetros realizada, é melhor em relação aos concorrentes.

Do ponto de vista dos produtos substitutos podemos esperar oportunidades de negócio com a possível mudança no perfil de refino da REPAR em Araucária e redução da produção de óleos concorrentes (pesados) e com a gradual escassez de lenha e biomassa. Além disso, possibilidades de escassez de energia elétrica ainda nesta década trazem de volta à matriz energética as termoeletricas como equilibradoras da oferta e, com isso, forte pressão sobre a demanda de GN agravando a escassez do mesmo.

7 – RELACIONAMENTO COM O PÚBLICO ENVOLVIDO

7.1 - Comunidade em Geral

Mesmo com diversos esforços de comunicação, a grande dificuldade encontrada pela COMPAGAS reside no pouco conhecimento que a comunidade detém sobre essa nova forma de energia. Isto, naturalmente, provoca desconfiança e receio sobre o nível de risco apresentado, decorrente da proximidade da rede de distribuição das residências, comércio, escolas, hospitais e fábricas.

A COMPAGAS criou um programa de educação ambiental. Para este público a empresa desenvolveu um amplo projeto que incluiu palestras, concursos, teatros nas escolas, seminários, participação em feiras de ciência, distribuição de materiais informativos etc. Assim procura-se ampliar a consciência das medidas de segurança necessárias para a implantação da rede de distribuição de gás. São repassadas informações referentes às instalações, segurança dos equipamentos, das pessoas etc. Procura-se demonstrar que o nível de risco não é maior que aquele existente em situações já consolidadas no cotidiano como a existência de uma rede de distribuição de energia elétrica, o manuseio e armazenamento de botijões de gás ou mesmo o uso de um simples chuveiro elétrico.

7.2 – Comunidade Acadêmica

Há uma carência de informações sobre o gás natural. Trabalhar os estudantes nas universidades, oferecendo palestras, realizando fóruns de debates tem sido uma ação importante da COMPAGAS. Nas diversas áreas de engenharia, meio ambiente, arquitetura a COMPAGAS costuma participar. Em 2005 por exemplo, participamos da Semana dos Acadêmicos de Engenharia Civil com uma palestra sobre o assunto de instalações prediais de gás. O intuito é aproximar o produto a este público formador de opinião. Desta forma pretende-se aos poucos ir formando a consciência sobre o Gás Natural na comunidade acadêmica. Também em 2005 duas instituições de ensino nos cursos de administração e publicidade, tiveram como projeto final de conclusão de curso, alunos que estudaram a COMPAGAS.

7.3 - Arquitetos e Engenheiros.

Este público tem uma interface mais significativa com o segmento do GNR. A elaboração de projetos de instalações da rede predial de gás correta dentro das normas da ABNT, além de garantir a segurança, evita que a COMPAGAS tenha que fazer adaptações nos edifícios.

Este público muitas vezes desconhece que as normas que são as mesmas para instalações de GLP e de Gás Natural.

Uma importante ação realizada em 2002 foi uma palestra esclarecedora aos Fiscais do Crea sobre o problema das instalações prediais. A COMPAGAS participou em 2002 da Expocom e também realizou um anúncio no catálogo do CREA. Em 2003 participou do catálogo de uma empresa de arquitetura – Ponto 20 e da AD – Arquitetura e Decoração para demonstrar a estes formadores de opinião estes importantes aspectos que influenciam o mercado do GNR.

7.4 - SENAI

Responsável pela formação de mão-de-obra específica para atuar no mercado do gás natural, oferece um curso técnico sobre o Gás Natural e outro de instalações prediais.

Há carência de mão-de-obra específica para atuar nos mercados para realizar conversões em aquecedores e outros equipamentos. Ampliar esta parceria é saudável para as partes.

7.5 Construtoras

Elas têm uma interface maior com o segmento do GNR e estão acostumadas a receber da concorrência os materiais e a execução da rede interna das instalações de gás prediais. Como não existe um órgão responsável pela fiscalização de tais instalações, não há uma preocupação com as normas da ABNT 14570 e 13.103..

Em agosto de 2003 receberam uma mala direta da COMPAGAS alertando sobre a importância de projetos de instalações de gás devem contemplar tanto GLP como GN e que a COMPAGAS oferece orientações sobre estes.

7.6 Fornecedores de Equipamentos a gás

Por estar sobre a vigência da lei 8.666/93, os fornecedores diretos da companhia são submetidos a procedimentos licitatórios. Entretanto, há uma série de fornecedores de equipamentos que procuram a COMPAGAS para homologação dos seus produtos para atender a este mercado. A COMPAGAS não dispõe no momento de um laboratório para realização destes procedimentos. Pretende-se juntamente com outras empresas distribuidoras criar um órgão para realizar estas homologações.

7.7 Representantes dos fornecedores de equipamentos a gás

A COMPAGAS no momento não desenvolveu uma política para este segmento.

7.8 Oficinas convertedoras

As oficinas devem ser credenciadas pelo órgão de fiscalização – Inmetro. As exigências foram ampliadas e atualmente poucas oficinas obtiveram a credencial, pela exigência de equipamentos com custo elevado como o analisador de gás.

7.9 Corpo de Bombeiros

A COMPAGAS no seu segmento industrial realiza em conjunto com a entidade simulados com as empresas e a comunidade. No segmento residencial, também possui um estreito relacionamento para orientações construtivas, fornece material para apoio em palestras etc.

8 – POSICIONAMENTO DA COMPAGAS

Por sua típica característica de operações na área de *commodities*, a empresa tem que enfrentar a realidade de que o valor percebido pelo seu cliente é fortemente influenciado

pela componente preço. Assim, é fundamental que o posicionamento em sua comunicação integrada seja feito dentro do conceito do seu produto ampliado.

O produto em si é o gás natural. O conceito deste produto estendido é uma energia limpa. E o conceito do produto ampliado é o conforto que é proporcionado aos diversos mercados.

O posicionamento da COMPAGAS é a modernidade advinda do uso do produto. Ao adotar o Gás Natural o consumidor estará incorporando hábitos de consumo usuais em grandes capitais. Nestas metrópoles os consumidores não precisam reabastecer o cilindro- tanque; não precisam estocar combustível, não poluem etc. Com esta nova tecnologia, estes adotantes iniciais representam a vanguarda do consumo, o que há de mais moderno em fornecimento de energia.

A estratégia de comunicação deverá ser pautada principalmente nos benefícios advindos do uso do gás natural. O cliente da COMPAGAS deverá ser informado que além da segurança, economia e questões ambientais, receberá um produto que proporciona banho quente, aquecimento da residência e o funcionamento de diversos aparelhos, que juntos, virão proporcionar bem-estar.

Não se pretende dizer, ou insinuar, que o perigo não existe ou que é insignificante. De fato, a melhor proteção é a informação.

09 – ESTRATÉGIA DE MARKETING

Por se tratar de um produto que está na fase de introdução no mercado paranaense é necessário **criar consciência para seu uso**. Assim, o enfoque da comunicação será educacional: contínuo e projetando resultados em longo prazo. Os consumidores precisam saber o que é o produto, seu benefício; aspectos de segurança etc.

No mercado residencial foram verificadas algumas constatações:

- 99% das instalações internas de gás dos edifícios de Curitiba não estão dentro das normas da ABNT que se aplica da mesma forma ao mercado do GLP;
- Os consumidores tendem achar que a chegada do Gás Natural é que esta trazendo este transtorno para as adequações, uma vez que já convivem com esta realidade nos seus edifícios há muito tempo e nunca ninguém falou, fiscalizou ou orientou sobre o assunto;
- A concorrência (GLP) em grande parte foi descuidada sobre o aspecto das adequações as normas, e a COMPAGAS pode transformar este aspecto como um importante diferencial para o seu produto.

Assim a estratégia neste segmento é fazer com que diversos públicos relacionados a este mercado (CREA, Corpo de Bombeiros, Comunidade Acadêmica etc) conscientizem-se da importância das normas da ABNT sobre instalações de gás prediais. Desta forma o alto custo necessário para as adaptações às normas vigentes é diluído com a consciência da população sobre estes aspectos da segurança.

Este diferencial de segurança nas instalações deve ser implantado juntamente com o conceito de modernidade. O produto Gás Natural e todos os serviços e atributos a ele relacionados deverá ser alvo de desejo por parte da população que quer o que existe de mais moderno.

Para os demais mercados a estratégia é sempre agregar valores e serviços de maneira a desvincular o atributo preço.

10 – ORIENTAÇÕES PARA O DESENVOLVIMENTO DAS AÇÕES DE COMUNICAÇÃO E MARKETING

A agência deverá criar uma estratégia de comunicação integrada formada por um conjunto de ações como marketing–direto e patrocínios a programas locais.

Para permear as atividades seguem algumas orientações:

- Todas as peças desenvolvidas deverão transmitir no seu conteúdo simbólico a idéia de modernidade;
- Dentro do possível, o uso de imagens com tubos e cilindros de GNV deve ser evitado. Para o consumidor interessa o produto “ampliado”, o benefício.
- Todas as ações de comunicação e marketing deverão proporcionar uma continuidade e integração com as demais ações;
- Certas ações de marketing e comunicação podem ser desenvolvidas em conjunto com setores envolvidos (fornecedores, distribuidores, mão-de-obra) de maneira a proporcionar uma sinergia;
- Todo o material impresso deverá ser condizente com o seu atributo “ecológico” com o uso de papel reciclado do tipo “reciclato”;
- Expressões técnicas devem ser simplificadas proporcionando uma maior compreensão da mensagem;
- Cada peça criada deverá sempre incluir um ou mais meios de acesso à empresa de maneira nítida, como o nosso serviço de 0800, o nosso site e a identificação do produto “gás natural”;
- Toda a comunicação deverá ser pautada nos princípios éticos com respeito ao consumidor;
- A utilização de meios de comunicação de massa deve ser vista com ressalvas, pois pode levar à frustração, uma vez que a rede de distribuição é restrita a alguns locais.
- Respeitar o manual da logomarca da COMPAGAS. Esta possui vários tipos de assinatura, com o uso somente do nome COMPAGAS, com o nome por extenso Companhia Paranaense de Gás e recentemente foi incorporada uma assinatura opcional com o termo Gás Natural, que deve ser utilizada de uma maneira geral. A fonte é a Univers e as cores temos:

- Uma Cor

Marca-Símbolo + Assinatura Razão Social + Tarjas + Slogan: Tinta gráfica Cor Preta ou Azul Bronze Reflexo Tinta Cromos B6600 - Padrão Escala Pantone: Reflex Blue C - Escala CMYC = C 100 ,M 80, Y 0 , B 30

A Marca-Símbolo nunca será reticulada, ou em tonalidade mais clara que a Assinatura Razão Social, Slogan ou Tarja.

A Marca-Símbolo + Assinatura Razão Social + Slogan + Tarja nunca serão na Cor Azul Claro (cyan).

- Duas Cores

Marca-Símbolo = Azul Claro = Azul Europa Tinta Cromos B4000 - Padrão Escala Pantone: Process Blue C / Escala CMYC = C 100

Assinatura Razão Social + Tarja + Slogan = Azul Escuro = Azul Bronze Reflexo Tinta Cromos B6600 = Padrão Escala Pantone: Reflex Blue C / Escala CMYC = C 100 M 80 Y 0 B 30



COMPAGAS

GásNatural

*Companhia
Paranaense de Gás*  **COMPAGAS**

GásNatural



COMPAGAS
Companhia Paranaense de Gás

GásNatural

ANEXO C

TOMADA DE PREÇOS COMPAGAS N.º 004/2006

PROCURAÇÃO (Carta de Credenciamento)

.....(cidade),.....de.....de 20...

À COMPANHIA PARANAENSE DE GÁS - **COMPAGAS**

Rua Pasteur, 463, 7º andar, CEP 80250-080, Curitiba-Paraná.

Ref.: Tomada de Preços COMPAGAS Nº 004/2006.

Sr. Presidente da Comissão de Licitação:

Vimos por meio desta, nomear o(a) Sr.(a).....(nome do representante legal),.....(descrever o respectivo cargo), portador(a) da Cédula de Identidade R.G nº....., inscrito no Cadastro Nacional de Pessoas Físicas (CPF/MF) nº....., para representar a empresa (razão social da empresa), inscrita no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ/MF) sob o nº....., na Licitação em epígrafe, com poderes específicos para examinar e rubricar documentos de credenciamento, habilitação e propostas dessa empresa e de outros licitantes; assinar atas da sessão de reunião de abertura da licitação, da análise e julgamento da habilitação e das propostas; impugnar documentos e propostas de outros licitantes; prestar esclarecimentos; emitir declarações e assumir compromissos; juntar, requerer e receber documentos; solicitar e ter vistas do processo licitatório; tomar decisões durante as reuniões; interpor recursos, desistir do prazo e do direito de interpor recursos; enfim, praticar todos os atos necessários ao fiel cumprimento do presente mandato. O presente mandato é aceito e realizado com o conhecimento dos termos do Edital de Licitação em epígrafe e todos seus Anexos, comprometendo-nos a observar os regulamentos administrativos e as normas técnicas gerais ou especiais aplicáveis.

Atenciosamente,

(nome e assinatura do representante legal da proponente instituído no Contrato Social; Estatuto Social e Ata de Eleição; ou por Procuração por Instrumento Público

ANEXO D

DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE FATO SUPERVENIENTE

TOMADA DE PREÇOS COMPAGAS N.º 004/2006

_____, CNPJ/MF n.º _____
(Nome do Licitante)

sediada à _____(Endereço Completo)

DECLARA, sob as penas da lei, que até a presente data não sofre os efeitos da declaração de inidoneidade, nem está suspenso de participar em licitações promovidas por quaisquer órgãos governamentais, autárquicos, fundacional ou de empresa de economia mista do Estado do Paraná, inexistindo fatos impeditivos para sua habilitação no presente processo licitatório, comprometendo-se a informar ocorrências posteriores.

_____, ____ de _____ de 200__.

(Nome completo representante legal)

(N.º do RG do representante legal)

(Assinatura do representante legal)

Obs. Esta declaração deverá ser digitada e possuir carimbo com o CNPJ/MF do licitante.

ANEXO E

**DECLARAÇÃO DE CUMPRIMENTO TÉCNICO
TOMADA DE PREÇOS COMPAGAS N.º 004/2006**

_____, CNPJ/MF n.º _____
(Nome do Licitante)

sediada à _____ (Endereço Completo)

DECLARA que:

- Os serviços serão prestados dentro dos padrões de desempenho e qualidade esperados por nossa instituição;

- Possui a estrutura abaixo relacionada para atendimento da Compagas em Curitiba contendo os seguintes equipamentos de Informática e Telecomunicação:

VII. Acesso à Internet através de conexão Banda Larga (ADSL ou cable modem), com velocidade mínima de 300 Kbps;

VIII. Possuir pelo menos 02 (dois) microcomputadores que atendam às características abaixo:

II-1 Configuração de hardware:

- i. Processador Intel Pentium III 600 Mhz ou superior;
- ii. Mínimo de 128 MB de memória RAM;
- iii. Capacidade mínima de Disco: 10 Gb;
- iv. Interface de rede ethernet 10/100;
- v. Monitor SVGA 15 polegadas.

II.2 Configuração de software:

- vi. Sistema Operacional Windows 2000 Professional ou XP Professional ou Windows 98 SR2
- vii. Conjunto de aplicativos estilo Office, que permitam troca de arquivos nos formatos ".doc" e ".xls" (MS Word e Excel);
- viii. Acrobat Reader para leitura de arquivos formato pdf;
- ix. Software de compactação de arquivos, para tratamento de arquivos tipo zip;
- x. Software Anti-vírus devidamente atualizado;
- xi. Corel draw
- xii. PhotoShop.

IX. Possuir 01 (uma) impressora *laser* colorida 01 impressora jato de tinta (esta pode ser um multifuncional);

X. Possuir 01 aparelho de fax;

XI. Possuir 03 (três) linhas telefônicas, sendo 01 para atendimento exclusivo ao Fax e 02 para voz;

COMPANHIA PARANAENSE DE GÁS - COMPAGAS

- Declaro que os profissionais abaixo mencionados servirão a COMPAGAS. Na ausência, desligamento ou férias, estes serão substituídos por outro de igual ou superior tempo de experiência, formação e nível hierárquico.

Nome do Profissional dedicado COMPAGAS	Tempo de Experiência em anos	Grau de Formação	Nível Hierárquico	SOMENTE ESTAS ÁREAS DE ATUAÇÃO
				Planejamento (mídia, marketing, evento)
				Criação
				Atendimento

Por ser verdade firmamos a presente.

LOCAL, DATA _____(ASSINATURA)

Nome do Responsável pela Declaração -Cargo ou Função na Empresa.

ANEXO F

DECLARAÇÃO DE EMPREGADOR PESSOA JURÍDICA

TOMADA DE PREÇOS COMPAGAS N.º 004/2006

_____, CNPJ/MF n.º _____

(Nome do Licitante)

Sediada à _____(Endereço Completo), por intermédio de seu representante legal o (a) Sr(a)_____, portador (a) da Carteira de Identidade n.º _____e CPF n.º _____, DECLARA, para fins do disposto no inciso V do art.27 da Lei n.º 8.666, de 21 de junho de 1993, acrescido pela Lei n.º 9.854, de 27 de outubro de 1999, que não emprega menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de dezesseis anos.

Ressalva: emprega menor, a partir de quatorze anos, na condição de aprendiz ().

_____, _____ de _____ de 200__.

(Nome completo representante legal)

(N.º do RG do representante legal)

(Assinatura do representante legal)

Observação 1. Esta declaração deverá ser digitada e possuir carimbo com o CNPJ/MF do licitante.

(Observação 2: em caso afirmativo, assinalar a ressalva acima).

ANEXO G

ATESTADO DE CAPACIDADE TÉCNICA

TOMADA DE PREÇOS COMPAGAS N.º 004/2006

_____, inscrita no CNPJ/MF sob n.º _____
(Nome da empresa fornecedora do atestado)

Sediada à _____(Endereço Completo), por intermédio de seu representante legal o (a) Sr(a)_____, portador (a) da Carteira de Identidade n.º ____e CPF n.º _____, atesto a capacidade técnica da _____(nome da licitante), a qual exerceu (ou) vem exercendo as seguintes atividades:

Planejamento, estudo, concepção, execução, criação, produção, distribuição, veiculação e controle de resultados de campanhas e peças publicitárias,

Estudo, planejamento, criação, produção, distribuição de gerenciamento de execução de promoções e patrocínios,

Desenvolvimento e/ou gerenciamento e análise de pesquisas de opinião e de mercado;

Elaboração e registro de marcas, expressões e propagandas, logotipos e de outros elementos de identificação e fixação de programação visual, tais como *folders*, relatórios, cartazes e material gráfico em geral;

Assessoramento no desenvolvimento de produtos, e serviços;

Assessoramento no planejamento e montagem de estandes em feiras e exposições e organização de eventos;

Assessoramento e supervisão no planejamento, criação, produção e execução de projetos de marketing direto com suporte a banco de dados, documentários audiovisuais mercadológicos e institucionais, projetos multimídia, documentários fotográficos das atividades da empresa e demais ferramentas de comunicação e marketing, além da supervisão de serviços terceirizados e coordenação das demais atividades que venham a ser necessárias para a melhor divulgação e implementação das ações da empresa.

**Representante legal da empresa signatária
(reconhecer firma da assinatura)**

ANEXO H

PROPOSTA COMERCIAL

TOMADA DE PREÇOS COMPAGAS N.º 004/2006

Declaramos que, na vigência do contrato, adotaremos a seguinte política de preços para os serviços descritos:

a) desconto a ser concedido ao CONTRATANTE, sobre os custos internos, baseado na Tabela de Preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Paraná:.....% (..... por cento). O mesmo desconto será aplicável a demais itens não contidos na tabela do SINAPRO e presentes na tabela de preços da Associação Brasileira de Marketing Direto – ABEMD;

b)desconto de _____%(_____ por cento) sobre os honorários 15% a serem cobrados do CONTRATANTE, referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidentes sobre os custos comprovados de serviços realizados por terceiros:

..... -, de de 200_.
(nome da licitante)

Representante Legal