

A ITAIPIU BINACIONAL.

Ref. IMPUGNAÇÃO AO EDITAL - NF 2182-22.

IMAM Publicidade e Propaganda Eireli, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o nº 06.105.906/0001-57, com sede em Curitiba/PR, na Avenida República Argentina, nº 665, conj. 01, bairro Água Verde, CEP 80.240-210, por meio de seu procurador legal que ao final assina, vem respeitosamente com fundamento no parágrafo 1º do artigo 41 da Lei 8.666/93, oferecer Impugnação em face da Publicação do **Aditamento 01** da Licitação **NF 2182-22** - serviços de publicidade institucional, promocional e legal, pelos motivos que passa a expor.

1. Tempestividade da Presente Impugnação

O presente edital foi publicado dia 27/03/2023. Conforme o item 1.9 do caderno de base e condições é possível apresentar pedido de impugnação até 3(três) dias antes do pleito.

1.9 IMPUGNAÇÃO

1.9.1 Qualquer pessoa interessada é parte legítima para impugnar este Caderno de Bases e Condições, observado, sob pena de preclusão, o prazo de até 3 (três) dias úteis antes da data fixada para a sessão pública de entrega dos envelopes contendo a documentação para habilitação, a proposta técnica e a proposta comercial.

1.9.2 A impugnação, que não terá efeito recursal, feita tempestivamente por proponente interessada não a impedirá de participar da licitação até o trânsito em julgado administrativo da decisão a ela pertinente.

1.9.3 O endereço para protocolar a impugnação consta do Calendário de Eventos, Anexo I deste Caderno de Bases e Condições.

Seguido pelo ANEXO I - CALENDÁRIO DE EVENTOS, o pedido de impugnação pode ser protocolado via e-mail:

CALENDÁRIO DE EVENTOS

EVENTO			ITEM CADERNO BASES CONDIÇÕES	DO DE E
DESCRIÇÃO	ENDEREÇAMENTO	DATA		
1. Impugnação ao edital	ITAIPIU Superintendência de Compras Divisão de Suporte Técnico (COPT.DF) E-mail: compras_suporte@itaipu.gov.br Telefone: (45) 3520-5012 Ref: CONCORRÊNCIA NACIONAL NF 2182-22	Vide item 1.9.1	1.9	

Devidamente comprovada a tempestividade do presente pedido, razão pela qual requer-se que suas razões sejam conhecidas e, no mérito, integralmente providas pela Comissão.

2. Breve síntese

Após publicação do edital que ocorrerá em 27/03/2023, iniciamos o trabalho interno a fim de participar do referido pleito, seguindo o que determinava o Briefing. Assim sendo, iniciamos nosso planejamento de mídia e de comunicação Publicitária afim de realizar uma campanha simulada para os 50 ANOS DO TRATADO DE ITAIPU levando em consideração que esta deveria contemplar os 55 municípios listados no edital, a fim de atingir o público principal: formadores de opinião nos grandes centros do Brasil, abrangendo, no mínimo: - São Paulo (capital e interior); - Rio de Janeiro (capital e interior); - Distrito Federal. Portanto, visando contemplar os conceitos básicos solicitados.

Para a finalidade desta licitação, como simulação de capacidade técnica, considerar:

a) Público principal: formadores de opinião nos grandes centros do Brasil, abrangendo, no mínimo:

- São Paulo (capital e interior);
- Rio de Janeiro (capital e interior);
- Distrito Federal.

Preferencialmente, incluir também:

- Minas Gerais (capital e principais centros do interior)
- Cinco capitais do Norte e Nordeste;
- As três capitais dos estados da Região Sul (Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul).

b) Como público secundário, incluir a melhor cobertura possível para a área de influência, conforme lista completa dos 55 municípios da área de influência da ITAIPU:

4. ~~Atuação (Mensagem)~~

4. Objetivos de Comunicação

- Expandir a percepção da importância da Entidade para os principais centros do país.

Para a finalidade desta licitação, o problema imediato de comunicação proposto é estabelecer uma narrativa positiva, de forma clara e específica, sobre a importância do Tratado de Itaipu e da Entidade, para o Brasil e o Paraguai, enfatizando seus atributos e o que ela proporciona pelo direcionamento de suas ações administrativas e benefícios econômicos, sociais e ambientais.

3. DOS FATOS

Ocorre que na data de 04/04/2023 foi publicado o “**Aditamento 1.**” Este aditamento alterou vários objetivos do Briefing a exemplo alterou: (Problemas de comunicação / objetivo da comunicação / o Público principal formador de opinião e valor da verba para distribuição de mídia), vejamos:

Briefing original:

2 Problema de Comunicação

Em 2023, completam-se 50 Anos da assinatura do Tratado entre os dois países, marco fundamental para a existência da empresa. Será preciso enfatizar a importância desse acordo entre dois países que, ao mesmo tempo em que solucionou uma questão de fronteiras pendente há séculos, possibilitou a geração de desenvolvimento e riqueza para os dois povos.

3 Atributos a comunicar

- Binacionalidade - que o diálogo e trabalho conjunto prevalecem sobre as diferenças entre os países;
- Equidade administrativa - princípio de igual importância entre os dois países nas decisões da empresa;
- Importância como indutora do desenvolvimento dos dois países;
- Importância como fator de segurança no fornecimento de energia para os dois países;
- Eficiência e eficácia na gestão de recursos financeiro-econômicos e humanos;
- Exemplo de empresa socialmente atuante e ambientalmente responsável.

4 Objetivos de Comunicação

- Expandir a percepção da importância da Entidade para os principais centros do país.

Briefing alterado:

2 Problema de Comunicação

Em 17 de maio de 2024 completam-se os 50 anos de constituição formal da entidade Itaipu Binacional, formalmente criada para construir e operar a Usina Hidrelétrica de Itaipu. Será preciso comunicar a importância e o sucesso que o empreendimento teve para garantir a

Concorrência Nacional IF 2182-22 - Serviços de Publicidade

1



Comunicação Social - CS.GB

Aditamento 1 - Anexo VI - Briefing

segurança energética e o desenvolvimento de Brasil e Paraguai nesse meio século de existência, abrangendo também sua atuação positiva nos aspectos ambiental e social para os dois países.

Briefing original:

4 Objetivos de Comunicação

- Expandir a percepção da importância da Entidade para os principais centros do país.

Para a finalidade desta licitação, o problema imediato de comunicação proposto é estabelecer uma narrativa positiva, de forma clara e específica, sobre a importância do Tratado de Itaipu e da Entidade, para o Brasil e o Paraguai, enfatizando seus atributos e o que ela proporciona pelo direcionamento de suas ações administrativas e benefícios econômicos, sociais e ambientais.

Briefing alterado:

4 Objetivos de Comunicação

- Consolidar a percepção da importância da Entidade para estado do Paraná, para o Brasil e o Paraguai.

Para a finalidade desta licitação, o problema imediato de comunicação proposto é estabelecer uma narrativa positiva, de forma clara e específica, sobre a importância da Itaipu Binacional em sua área de influência, para o desenvolvimento do estado do Paraná, e também para o Brasil e o Paraguai, enfatizando seus atributos e o que ela proporciona pelo direcionamento de suas ações administrativas e benefícios econômicos, sociais e ambientais.

Briefing original:

7 Praça

Para a finalidade desta licitação, como simulação de capacidade técnica, considerar:

- a) Público principal: formadores de opinião nos grandes centros do Brasil, abrangendo, no mínimo:
- São Paulo (capital e interior);
 - Rio de Janeiro (capital e interior);
 - Distrito Federal.

Preferencialmente, incluir também:

- Minas Gerais (capital e principais centros do interior)

- Cinco capitais do Norte e Nordeste;
- As três capitais dos estados da Região Sul (Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul).

- b) Como público secundário, incluir a melhor cobertura possível para a área de influência, conforme lista completa dos 55 municípios da área de influência da ITAIPU:

1. Altônia (Nordeste)
2. Anahy
3. Assis Chateaubriand
4. Boa Vista da Aparecida

7 Praça

Para a finalidade desta licitação, como simulação de capacidade técnica, considerar:

- a) Público principal: públicos formadores de opinião no estado do Paraná, abrangendo, no mínimo:

- Curitiba (e Região Metropolitana);
- Londrina (e região);
- Maringá (e região);
- Ponta Grossa (e região);
- Cascavel (e região).

Obrigatoriamente, incluir:

- Foz de Iguaçu (e região) - onde está localizada a usina, principal ponto de influência do empreendimento;
- Guarapuava (e região) - principal centro populacional no centro-sul do estado.

- b) Como público secundário, incluir a melhor cobertura possível para a área de influência, conforme lista completa dos 55 municípios da área de influência da ITAIPU:

1. Altônia (Nordeste)
2. Anahy
3. Assis Chateaubriand
4. Boa Vista da Aparecida

Briefing original:

8 Verba estimada

Para a finalidade desta licitação, como simulação de capacidade técnica, estimar no máximo R\$ 300.000 (trezentos mil reais) como verba de produção e R\$ 3.500.000 (três milhões e quinhentos mil reais) como verba de veiculação.

Concorrência Nacional IF 2182-22 - Serviços de Publicidade

1



Comunicação Social - CS.GB

Anexo VII - Briefing

milhões e quinhentos mil reais) como verba de veiculação.

9 Período de Campanha

Para a finalidade desta licitação, como simulação de capacidade técnica, flight de 30 (trinta) dias, entre 15 de abril e 15 de maio de 2023.

Briefing alterado:

8 Verba estimada

Para a finalidade desta licitação, como simulação de capacidade técnica, estimar aproximadamente R\$ 300.000 (trezentos mil reais) como verba de produção e R\$ 2.200.000 (dois milhões e duzentos mil reais) como verba de veiculação, perfazendo, na soma dos itens, o teto máximo (verba de campanha) de R\$ 2.500.000,00 (dois milhões e quinhentos mil reais).

9 Período de Campanha

Para a finalidade desta licitação, como simulação de capacidade técnica, flight de 1

Concorrência Nacional IF 2182-22 - Serviços de Publicidade

1



Comunicação Social - CS.GB

Aditamento 1 - Anexo VI - Briefing

(um) mês, entre 15 de outubro e 15 de novembro de 2023.

Briefing original:

11 Recursos a serem fornecidos

A ITAIPU disponibiliza, em <http://www.itaipu.gov.br/sala-de-imprensa/manual-de-utilizacao-da-logomarca>, os seguintes recursos:

1. Logomarca vetorial oficial;
2. Instruções básicas de aplicação.



Briefing alterado:

11 Recursos a serem fornecidos

A ITAIPU disponibiliza, em <http://www.itaipu.gov.br/sala-de-imprensa/manual-de-utilizacao-da-logomarca>, os seguintes recursos:

1. Logomarca vetorial oficial;
2. Instruções básicas de aplicação;
3. Marca vetorial Brasil - Governo Federal;
4. Arquivo vetorial da marca Brasil - Governo Federal aplicada à assinatura Itaipu Binacional, a ser utilizada na demonstração da campanha.

Cristalino que o **aditamento 1** impactou de forma significativa a formatação das propostas.

A mudança por completo do “Problema de comunicação”, “Praça”, “verba estimada” e “período” demonstra a alteração por completo da parte mais importante do julgamento técnico. (PROPOSTA CRIATIVA).

4. Da violação dos princípios básicos gerais da Administração Pública

Por analogia as leis, saibam que qualquer alteração significativa de cláusulas em editais de licitação, capazes de afetar as propostas dos licitantes, ainda que feitas por meio das respostas aos pedidos de esclarecimentos de licitantes, sem a devida republicação do edital e reabertura de prazos para apresentação de propostas, infringe a lei e a jurisprudência do TCU **Acórdão 2032/2021**.

A alteração de cláusula editalícia capaz de afetar a formulação das propostas das licitantes sem a republicação do edital e a reabertura dos prazos para apresentação de novas propostas ofende os princípios da publicidade, da vinculação ao instrumento convocatório e da isonomia. (TCU - Acórdão 2032/2021 Plenário)

A alteração de itens do edital que possam interferir no conteúdo das propostas culminará na reabertura dos prazos, ao teor do disposto no artigo 21, § 4º, da Lei n. 8.666/1993, garantindo o amplo conhecimento das disposições do instrumento convocatório, possibilitando a reformulação das propostas, caso necessário. (TCE-MG - Processo 1077208 – Denúncia - 22/09/2020)

Dispõe o § 4º, do art. 21, da Lei 8.666/93 que:

Qualquer modificação no edital exige divulgação pela mesma forma que se deu o texto original, reabrindo-se o prazo inicialmente estabelecido, exceto quando, inquestionavelmente, a alteração não afetar a formulação das propostas.

Da mesma forma estabelece a **Lei 14.133/21**:

Art. 55. § 1º Eventuais modificações no edital implicarão nova divulgação na mesma forma de sua divulgação inicial, além do cumprimento dos mesmos prazos dos atos e procedimentos originais, exceto quando a alteração não comprometer a formulação das propostas.

Nesta linha de pensamento, o professor **Marçal Justen Filho** (in Comentários à Lei de Licitações e Contratos Administrativos, 11ª ed., São Paulo: Dialética, 2005, p. 192):

"(...) o dispositivo tem de ser interpretado segundo o **princípio da razoabilidade**. Em princípio, toda e qualquer alteração do edital afeta a formulação das propostas. Excluídas questões totalmente irrelevantes, que nem precisariam ser objeto de disciplina no edital, a quase totalidade das regras ali previstas devem ser respeitadas pelos licitantes na elaboração das propostas. Para adotar interpretação razoável, deve ter-se em vista, então, o prejuízo sofrido pelo licitante em virtude de alteração. O problema fundamental reside na viabilidade da elaboração das propostas segundo o prazo original. Ou seja, é obrigatório reabrir o prazo quando a inovação trazida não puder ser atendida no prazo remanescente.

5. Do Pedido

Diante de todo o exposto, requer a recorrente:

- a) Republique o prazo para apresentação das propostas seguindo assim os precedentes legais.
- b) proceda à revogação da presente licitação e abertura de outra, sob o novo enfoque legal, em data subsequente.

Nestes termos, pede deferimento.

Curitiba/PR, 10 de abril de 2023.

IMAM PUBLICIDADE E PROPAGANDA EIRELI
JHONY CIT PALMAS
CPF: 007.288.239-50 | RG: 6.521.531-4 SSP/PR.

IMAM PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA**CNPJ: 06.105.906/0001-57****NIRE 41600757386****DÉCIMA ALTERAÇÃO DE CONTRATO SOCIAL**

HELISSON HENRIQUE SCHIAVINATO REZENDE, brasileiro, maior, solteiro, natural da Cidade de Cornélio Procopio/PR, nascido no dia 24/08/1977, empresário, portador do CPF/MF sob n.º 004.129.639-73, Carteira Nacional de Habilitação CNH sob n.º 01537706375, expedida pelo Departamento Nacional de Trânsito DETRAN/PR e Carteira de Identificação CI/RG sob o n.º 64428721-1, SSP/PR, residente e domiciliado na Cidade de Curitiba, no Estado do Paraná, na Rua Saint Hilaire, n.º 739, Apto 604, Bairro Água Verde, CEP 80.240-140.

Único sócio da Sociedade Empresária Limitada, que gira sob o nome empresarial **IMAM PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA**, com sede na Cidade de Curitiba, no Estado do Paraná, na Av. República Argentina, n.º 665, Conjunto 01, Andar TR, CONDOMÍNIO CURITIBANOS OFFICES, Bairro Água Verde, CEP 80.240-210, com o Contrato Social registrado na Junta Comercial do Estado do Paraná sob o NIRE 41205173661 por despacho em sessão em 13/02/2004 e a última alteração foi transformada automaticamente com base na Lei 14.195/2021 em 09/12/2022 e inscrita no CNPJ sob o n.º 06.105.906/0001-57. Resolve assim alterar o contrato social:

CLÁUSULA PRIMEIRA: O capital social é de R\$ 600.000,00 (Seiscentos mil reais) divididos em 600.000 (seiscentas mil) quotas no valor nominal de R\$ 1,00 (um real) cada, totalmente subscrito e integralizado em moeda corrente do País, é elevado para **R\$ 1.000.000,00** (Um milhão de reais) divididos em 1.000.000 (um milhão) de quotas no valor nominal de R\$ 1,00 (um real) cada, sendo o aumento de R\$ 400.000,00 (Quatrocentos mil reais) subscritas e integralizadas neste ato pelo sócio **HELISSON HENRIQUE SCHIAVINATO REZENDE**, proveniente do saldo de lucros acumulados conforme Balanço Patrimonial da sociedade.

CLÁUSULA SEGUNDA: O capital social no valor de **R\$ 1.000.000,00** (Um milhão de reais) divididos em 1.000.000 (um milhão) de quotas no valor nominal de R\$ 1,00 (um real) cada, subscrito e integralizado neste ato em moeda corrente do País, fica assim:

SÓCIO	(%)	QUOTAS	CAPITAL (R\$)
HELISSON HENRIQUE SCHIAVINATO REZENDE	100	1.000.000	1.000.000,00
TOTAL	100	1.000.000	1.000.000,00

CLÁUSULA TERCEIRA: Permanecem inalteradas as demais cláusulas e condições estabelecidas nos atos constitutivos da sociedade que não colidirem com as demais disposições do presente instrumento.

CLÁUSULA QUARTA: À vista da modificação ora ajustada, em consonância com o que determina o art. 2.031 da Lei n.º 10.406/2002, o sócio **RESOLVE**, por este instrumento, atualizar e consolidar o contrato social, tornando assim efeito, a partir desta data, as cláusulas e condições contidas no contrato primitivo que, adequando às disposições da referida Lei n.º 10.406/2002 aplicáveis a este tipo societário, passa a ter a seguinte redação:

CONSOLIDAÇÃO DE CONTRATO SOCIAL**IMAM PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA****CNPJ: 06.105.906/0001-57**

HELISSON HENRIQUE SCHIAVINATO REZENDE, brasileiro, maior, solteiro, natural da Cidade de Cornélio Procopio/PR, nascido no dia 24/08/1977, empresário, portador do CPF/MF sob n.º 004.129.639-73, Carteira Nacional de Habilitação CNH sob n.º 01537706375, expedida pelo Departamento Nacional de Trânsito DETRAN/PR e Carteira de Identificação CI/RG sob o n.º

IMAM PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA**CNPJ: 06.105.906/0001-57****NIRE 41600757386****DÉCIMA ALTERAÇÃO DE CONTRATO SOCIAL**

64428721-1, SSP/PR, residente e domiciliada na Cidade de Curitiba, no Estado do Paraná, na Rua Saint Hilaire, n.º 739, Apto 604, Bairro Água Verde, CEP 80.240-140.

Único sócio da Sociedade Empresária Limitada, que gira sob o nome empresarial **IMAM PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA**, com sede na Cidade de Curitiba, no Estado do Paraná, na Av. República Argentina, n.º 665, Conjunto 01, Andar TR, CONDOMÍNIO CURITIBANOS OFFICES, Bairro Água Verde, CEP 80.240-210, com o Contrato Social registrado na Junta Comercial do Estado do Paraná sob o NIRE 41205173661 por despacho em sessão em 13/02/2004 e a última alteração foi transformada automaticamente com base na Lei 14.195/2021 em 09/12/2022 e inscrita no CNPJ sob o n.º 06.105.906/0001-57, **RESOLVE** adaptar-se ao novo Código Civil conforme a Lei n.º 10.406/2002.

CLÁUSULA PRIMEIRA: A sociedade gira sob a denominação social de **IMAM PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA** com nome fantasia **IMAM PUBLICIDADE**.

CLÁUSULA SEGUNDA: A sociedade tem sua sede e foro na Cidade de Curitiba, no Estado do Paraná, na **Av. República Argentina, n.º 665, Conjunto 01, Andar TR, CONDOMÍNIO CURITIBANOS OFFICES, Bairro Água Verde, CEP 80.240-210**.

CLÁUSULA TERCEIRA: O capital social no valor de **R\$ 1.000.000,00** (Um milhão de reais) divididos em 1.000.000 (um milhão) de quotas no valor nominal de R\$ 1,00 (um real) cada, subscrito e integralizado neste ato em moeda corrente do País, fica assim:

SÓCIO	(%)	QUOTAS	CAPITAL (R\$)
HELISSON HENRIQUE SCHIAVINATO REZENDE	100	1.000.000	1.000.000,00
TOTAL	100	1.000.000	1.000.000,00

CLÁUSULA QUARTA: A sociedade tem como objeto social: **Prestação de serviços de propaganda e publicidade**.

CLÁUSULA QUINTA: A sociedade iniciou suas atividades em **13/02/2004** e seu prazo de duração é indeterminado. (art. 997, II, CC/2002)

CLÁUSULA SEXTA: As quotas são indivisíveis e não poderão ser cedidas ou transferidas a terceiros sem o consentimento do sócio, a quem fica assegurado, em igualdade de condições e preço direito de preferência para a sua aquisição se postas à venda, formalizando, se realizada a cessão delas, a alteração contratual pertinente. (art. 1.056, art. 1.057, CC/2002)

CLÁUSULA SÉTIMA: A responsabilidade do sócio é restrita ao valor de suas quotas, mas ele responde solidariamente pela integralização do capital social. (art. 1.052, CC/2002)

CLÁUSULA OITAVA: A administração da sociedade será exercida pelo sócio **HELISSON HENRIQUE SCHIAVINATO REZENDE**, que representará legalmente a sociedade e poderá praticar todo e qualquer ato de gestão pertinente ao objeto social.

Parágrafo Primeiro: Não constituindo o objeto social, a alienação ou a oneração de bens imóveis depende de autorização da maioria.

IMAM PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA**CNPJ: 06.105.906/0001-57****NIRE 41600757386****DÉCIMA ALTERAÇÃO DE CONTRATO SOCIAL**

Paragrafo Segundo: A empresa manterá um Departamento de Licitação onde credencia o **NÃO SÓCIO: JHONY CIT PALMAS**, portador da Carteira Nacional de Habilitação CNH sob n.º 01154345777, expedida pelo Departamento Nacional de Trânsito DETRAN/PR, portador do C/IRG n.º 6.521.531-4 SSP/PR e do CPF/MF n.º 007.288.239-50, residente de domiciliado na Cidade de Curitiba, Estado do Paraná, na Rua Dante Melara, 825, Cajuru, com os poderes para representatividade em Processos licitatórios – Sem reserva. Dos Poderes: Representar a empresa **IMAM PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA.**, em todo e qualquer processo Licitatório seja este: Concorrência, Tomada de preços, Leilão ou Convite. Retirar o envelope Apócrifo, ou seja, o invólucro para acondicionamento da via não identificada. Assinar documentos para a habilitação e ou credenciamento. Poderes amplos e irrestritos para apresentar documentação e propostas, participar de sessões públicas de abertura de documentos de habilitação e de propostas de Preço (invólucros 1, 2, 3, 4 e 5, etc.), assinar as respectivas atas, registrar ocorrências, formular impugnações, interpor recursos, renunciar ao direito de recurso, renunciar a recurso interposto, renegociar novos preços e condições, acompanhar todo o processo licitatório até o seu final, tomar ciência de outras propostas da Comissão Especial de licitação, firmar termos de compromisso e assinar todos os atos e quaisquer documentos indispensáveis ao bom e fiel cumprimento de toda e qualquer licitação.

CLÁUSULA NONA: Ao término de cada exercício social, em 31 de dezembro, o administrador prestará contas justificadas de sua administração, procedendo à elaboração do inventário, do balanço patrimonial e do balanço de resultado econômico, cabendo ao sócio, os lucros ou perdas apuradas. (art. 1.065, CC/2002)

Parágrafo Único: Fica a sociedade Limitada Unipessoal autorizada a distribuir antecipadamente lucros do exercício, com base em levantamento de balanço intermediário, observada a reposição de lucros quando a distribuição afetar o capital social, conforme estabelece o artigo 1.059 da Lei n.º 10.406/2002.

CLÁUSULA DÉCIMA: Nos quatro meses seguintes ao término do exercício social, o sócio deliberará sobre as contas e designará administrador (es) quando for o caso. (arts. 1.071 e 1.072, § 2º e art. 1.078, CC/2002)

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA: A sociedade poderá a qualquer tempo, abrir ou fechar filial ou outra dependência, mediante alteração contratual assinado pelo sócio.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA: O sócio poderá de comum acordo, fixar uma retirada mensal, a título de “pró-labore”, observadas as disposições regulamentares pertinentes.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA: Retirando-se, falecendo ou interditado o sócio, a sociedade continuará suas atividades com os herdeiros, sucessores e o incapaz, desde que autorizado legalmente. Não sendo possível ou inexistindo interesse destes ou do(s) sócio(s) remanescente(s) na continuidade da sociedade, esta será liquidada após a apuração do Balanço Patrimonial na data do evento. O resultado positivo ou negativo será distribuído ou suportado pelos sócios na proporção de suas quotas.

Parágrafo Único: O mesmo procedimento será adotado em outros casos em que a sociedade se resolva em relação ao sócio.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA: O Administrador declara, sob as penas da lei, de que não está impedido de exercer a administração da sociedade, por lei especial, ou em virtude de condenação criminal, ou por se encontrar sob os efeitos dele, a pena que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos; ou por crime falimentar, de prevaricação, peita ou suborno, concussão, peculato, ou contra a economia popular, contra o sistema financeiro nacional, contra normas de defesa da concorrência, contra as relações de consumo, fé pública, ou a propriedade. (art. 1.011, § 1º, CC/2002)

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA: O sócio declara sob as penas da Lei, que a empresa se enquadra na condição de

IMAM PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA

CNPJ: 06.105.906/0001-57

NIRE 41600757386

DÉCIMA ALTERAÇÃO DE CONTRATO SOCIAL

EMPRESA DE PEQUENO PORTE-EPP, nos termos da Lei Complementar n.º 123, de 14 de dezembro de 2006, e que não se enquadra em qualquer das hipóteses de exclusão relacionadas no § 4º do art. 3º da mencionada lei. (art. 3º, I, LC nº 123, de 2006)

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA: Fica eleito o foro de **Curitiba/PR** para o exercício e o cumprimento dos direitos e obrigações resultantes deste contrato.

E, por estar assim justo e contratado, lavra, data e assina o presente instrumento com certificado digital, elaborado em via única, para que valha na melhor forma do direito, sendo a única via destinada ao registro e arquivamento na Junta Comercial do Estado do Paraná.

Curitiba/PR, 03 Abril de 2023.

HELISSON HENRIQUE SCHIAVINATO REZENDE

CPF: 004.129.639-73

Sócio/Administrador



ASSINATURA ELETRÔNICA

Certificamos que o ato da empresa IMAM PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA consta assinado digitalmente por:

IDENTIFICAÇÃO DO(S) ASSINANTE(S)	
CPF/CNPJ	Nome
00412963973	