

## ATO CONVOCATÓRIO 003/2013

**OBJETO DA CONTRATAÇÃO:** CRIAÇÃO DA IDENTIDADE E  
CAMPANHA DE ASSINATURAS DA TEMPORADA 2014  
DA ORQUESTRA FILARMÔNICA DE MINAS GERAIS

O INSTITUTO CULTURAL FILARMÔNICA, pessoa jurídica de Direito privado sem fins lucrativos, qualificada como Organização da Sociedade Civil de Interesse Público - OSCIP, conforme publicado no Diário Oficial de Minas Gerais de 16 de dezembro de 2005, CNPJ nº 07.837.375/0001-50, com sede na Rua Paraíba, 330, 12º andar, bairro Funcionários, em Belo Horizonte – MG, vem, por meio desta e nos termos do artigo 5, alínea “c” do seu Regulamento de Compras e Contratações, divulgar ATO CONVOCATÓRIO, de acordo com as regras a seguir:

### 1 – Objeto

Constitui objeto do presente Ato Convocatório a contratação, pelo Instituto Cultural Filarmônica, dos serviços de:

- a) Criação da IDENTIDADE DA TEMPORADA 2014, com a entrega dos arquivos abertos contendo o projeto gráfico modelo de cada tipo de peça listada no presente Ato, de acordo com cronograma estabelecido neste edital;
- b) Criação e finalização das peças publicitárias relacionadas à CAMPANHA DE ASSINATURAS TEMPORADA 2014 e listadas no presente Ato, de acordo com a IDENTIDADE da Temporada, com o cronograma estabelecido neste edital e condições previstas no presente documento, incluindo a entrega dos arquivos abertos contendo os respectivos projetos gráficos.

### BRIEFING GERAL

#### **A Orquestra**

A Orquestra Filarmônica de Minas Gerais foi criada em 2008 pelo Governo de Minas com o intuito de inserir o Estado no circuito nacional e internacional da música clássica. Excelência artística e vigorosa programação – esse é o perfil da Filarmônica de Minas Gerais, formada por 90 músicos provenientes de todo Brasil, Europa, Ásia, Américas e Oceania.

A preocupação constante com a qualidade foi reconhecida com importantes premiações: em 2012 recebeu o Prêmio Carlos Gomes de melhor orquestra brasileira; em 2010 foi eleita como melhor grupo musical erudito do ano pela Associação Paulista de Críticos de Artes (APCA); e seu diretor artístico e regente titular, maestrô Fabio Mechetti, recebeu o Prêmio Carlos Gomes em 2009 como melhor regente brasileiro.

As apresentações da Filarmônica se fazem através de concertos no Grande Teatro do Palácio das Artes, em Belo Horizonte, turnês por Minas Gerais, outras cidades brasileiras e outros países, Concertos para a Juventude, Clássicos no Parque, Concertos Didáticos, presença em festivais e



iniciativas inovadoras como o incentivo a novos compositores (Festival Tinta Fresca) e a novos regentes brasileiros (Laboratório de Regência).

Desde sua segunda temporada, a Orquestra Filarmônica de Minas Gerais oferece o Programa de Assinaturas para os concertos do Palácio das Artes – iniciativa amplamente acolhida pelo público mineiro e cuja adesão cresce a cada ano.

### **O Instituto Cultural Filarmônica**

A Orquestra Filarmônica de Minas Gerais é administrada pelo Instituto Cultural Filarmônica, uma Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (Oscip). Instituídas pela Lei 14.870/03, as oscips constituem um modelo de gestão inovador que possibilita à sociedade civil viabilizar parcerias e levantar recursos públicos e privados para, neste caso, gerir a manutenção da Orquestra e a execução de sua programação artística.

O Instituto conta com uma Diretoria Executiva e equipes nas áreas de comunicação, marketing, produção e administração financeira e contábil, conferindo agilidade nas atividades essenciais à vida orquestral. Conta ainda com um Conselho Administrativo composto por 15 pessoas de notável reconhecimento no campo empresarial, artístico e governamental.

Com Certificação em Boa Gestão conferida pela Fundação Instituto de Administração da Universidade de São Paulo em 2010, todos os investimentos em produção, desenvolvimento, difusão e ampliação de audiência em música sinfônica são criteriosamente acompanhados e publicizados, garantindo confiabilidade, resultados e transparência administrativa.

### **O corpo artístico**

Responsável pela direção artística e regência principal da Orquestra Filarmônica de Minas Gerais, o maestro Fabio Mechetti une o talento, a dedicação e o engajamento de todos os músicos da Orquestra à sua convicção na música como veículo essencial na emancipação cultural da sociedade. Natural de São Paulo e com mais de 30 anos de vida profissional, Fabio Mechetti é também Diretor Artístico e Regente Titular da Orquestra Sinfônica de Jacksonville (EUA) desde 1999. Sua extensa trajetória inclui várias orquestras nos Estados Unidos, México, Espanha, Venezuela, Japão, Escócia, Nova Zelândia, Canadá, Dinamarca, Suécia, Finlândia e Itália. Igualmente aclamado como regente de ópera, em seu repertório destacam-se importantes produções do repertório lírico.

A Orquestra conta com um maestro associado, Marcos Arakaki. Natural de São Paulo, desde 2011 Arakaki vem conduzindo concertos destinados à formação de público para a música clássica, assim como algumas apresentações dentro das séries Allegro e Vivace, além de outras importantes orquestras brasileiras e internacionais.

Os músicos da Filarmônica são escolhidos por um criterioso processo de seleção através de audições realizadas tanto no Brasil como no exterior. Seus 90 músicos provêm das diversas regiões e cidades brasileiras, mas também de países como: Canadá, Estados Unidos, Colômbia, Chile, Inglaterra, Alemanha, Itália, Sérvia, Bielo-Rússia, Polônia, Rússia, Japão, Coreia do Sul e Filipinas.

A programação artística inclui obras essenciais do repertório sinfônico mundial de todos os tempos, executadas com a participação de regentes e solistas de destaque no cenário nacional e internacional erudito. Já dividiram o palco com a Filarmônica de Minas Gerais solistas como Nelson Freire, Arnaldo Cohen, Antônio Meneses, Shlomo Mintz, Alban Gehardt, Augustin Hadelich, Vadim Gluzman e Joshua Bell e regentes como Krzysztof Penderecki e Kazuyoshi Akiyama.





### **A Sala Minas Gerais**

Especialmente projetada para a execução de música sinfônica, a Sala Minas Gerais será a sede da Orquestra Filarmônica de Minas Gerais, já a partir da Temporada 2015. Esta sala, para 1400 pessoas, é parte do complexo denominado Estação da Cultura Presidente Itamar Franco, em construção pelo Governo de Minas. Este compromisso com a execução de concertos dentro de melhores condições acústicas é de fundamental importância para a consolidação do processo de inserção de Minas Gerais no cenário nacional e internacional da música sinfônica.

### **2 - Condições de participação**

Somente serão admitidos a participar deste Edital os fornecedores do ramo do objeto a ser contratado, legalmente constituídos no Brasil, com sede em Belo Horizonte - MG e habilitados para o exercício da atividade.

Consideram-se habilitados para o exercício da atividade os fornecedores que possuam, em seu contrato social ou documento equivalente de constituição legal, atividade de prestação de serviços compatíveis com o objeto da contratação e que cumpram todas as exigências indicadas no presente Ato Convocatório, especialmente quanto à relação de documentos necessários.

A participação no processo de seleção implica a aceitação integral e irrevogável dos termos deste Ato Convocatório, bem como a observância do Regulamento de Compras e Contratações do Instituto Cultural Filarmônica.

### **3 – Entrega dos Envelopes**

Os envelopes contendo os documentos relativos à proposta deverão ser entregues até as 15h00 do dia 24/07/2013, após o qual o Instituto não receberá nenhum outro documento, adendo ou acréscimo à proposta.

As propostas devem ser entregues no seguinte endereço:

**INSTITUTO CULTURAL FILARMÔNICA**

Rua Paraíba, 330, 12º andar - Funcionários

Cep: 30.130-917

Belo Horizonte – MG

Att.: Sra. Jacqueline Guimarães e/ou Sra. Zilka Caribé

### **4 – Proposta Comercial**

A proposta de orçamento deverá ser apresentada em uma via, datada e assinada pelo representante legal em papel timbrado da empresa, sem emendas, acréscimos, borrões, rasuras, ressalvas, entrelinhas ou omissões, salvo se, inequivocamente, tais falhas não impedirem a exata compreensão de seu conteúdo, devendo constar obrigatoriamente:

- Nome, número do CNPJ, endereço, e-mail, telefone e fax da empresa proponente;
- Relatório dos serviços a serem prestados;
- Indicação e qualificação do(s) profissional(is) que se responsabilizará(ão) pelos trabalhos;



- Prazo de validade da proposta, que será de, no mínimo, 30 (trinta) dias a contar da data final marcada para a entrega das propostas;
- Valor global da proposta nos termos do presente Ato Convocatório;
- Forma de pagamento;
- Declaração de que nos preços propostos encontram-se incluídos todos os gastos com reuniões, visitas a fornecedores, custos de materiais (inclusive os de consumo), mão-de-obra, encargos sociais e trabalhistas, bônus/desconto de agência, tributos (inclusive ISSQN), equipamentos, transporte de pessoal, equipamentos e materiais, frete e entrega, mobilização e desmobilização de equipamentos e pessoal, alimentação, uniformes, administração, seguros e quaisquer outros, inclusive o lucro do Contratado e quaisquer outros ônus que porventura possam recair sobre a prestação dos serviços de publicidade e dos fornecedores necessários para a elaboração/impressão/veiculação das peças como gráficas e meios de comunicação, nos termos do presente Ato Convocatório. Não será aceita, pelo Instituto, nenhuma despesa adicional.
- Declaração de que a empresa não atende, no momento, conta de um concorrente direto da Orquestra Filarmônica de Minas Gerais, no caso, outra instituição cujo negócio básico seja música clássica.

A Proposta Comercial deverá ainda ser acompanhada dos seguintes documentos, em uma via, sem emenda, rasuras ou entrelinhas:

- Cópia da Cédula de Identidade do Representante Legal;
- Registro Comercial, no caso de empresa individual;
- Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores;
- Prova de Inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas – CNPJ;
- Prova de Inscrição no Cadastro de Contribuintes Estadual ou Municipal, quando houver, relativo ao domicílio ou sede da agência, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;
- Certificado de Regularidade para com o FGTS, expedido pela Caixa Econômica Federal;
- Certidão Negativa de Débito para com o INSS/Previdência Social;
- Certidão Negativa Trabalhista;
- Prova de regularidade para com a Receita Federal (CND);
- Prova de regularidade para com a Receita Estadual (CND);
- Prova de regularidade para com a Rêceita Municipal (CND);
- Curriculum vitae de um profissional habilitado que será responsável pela condução do processo até sua conclusão. Esse profissional deverá estar presente no local da execução dos serviços durante todas as suas fases e deverá ser o representante da proponente para o relacionamento técnico com a contratante, sendo admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que aprovada pelo Instituto Cultural Filarmônica.
- Portfólio ou catálogo relacionado com o objeto da presente contratação que comprove que o fornecedor possui experiência igual ou superior a cinco anos no mercado de criação de Belo Horizonte.





Ressaltamos que os documentos listados acima são requisitos para a eventual prestação de serviços para o Instituto Cultural-Filarmônica – uma Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (Oscip), auditada periodicamente por diferentes instâncias – e devem ser encaminhados juntamente com a proposta. A empresa que não os enviar por completo será automaticamente desclassificada. Caso necessário, no momento da contratação as Certidões Negativas de Débito (CND) deverão ser renovadas.

Os serviços compreendidos neste Ato Convocatório deverão ser entregues por etapas, conforme cronograma apresentado neste documento.

### **5 – Parâmetros gerais para dimensionamento de custo da Proposta Comercial**

O Instituto Cultural Filarmônica informa que, a exemplo de outras grandes orquestras, internalizou parte de seus trabalhos de Comunicação. Atualmente, a área de publicidade está capacitada para executar tanto peças a partir de projetos gráficos desenvolvidos externamente, como para criar novos produtos que atendam à dinâmica artística e administrativa orientada pelo Instituto Cultural Filarmônica (ICF).

Para otimizar a operacionalização e execução de seus diversos produtos, o ICF-Comunicação renovou seus termos de apoio e contrapartidas em divulgação (TV Globo Minas) e institucional (Rede Minas) por meio dos quais realiza a propaganda das apresentações da Orquestra, bem como de sua campanha de assinaturas, a custo zero em mídia televisiva.

Também por este mesmo mecanismo, associou o plano de mídia radiofônica de apresentações e de assinaturas à cessão de conteúdos formativos (textos e gravações de concertos) na formatação de contratos anuais com a Rádio Inconfidência e Rádio Guarani, contratos esses ainda em vigor.

A capacidade de planejamento a longo prazo das ações artísticas tem garantido o planejamento a longo prazo também das áreas executivas. Desse modo, o plano anual de Comunicação permitiu prever a demanda para 2013/2014 e realizar os contratos de prestação de serviços continuados com gráficas, produtoras de áudio, de vídeo, de fotografia etc., incluindo neles peças da CAMPANHA DE ASSINATURAS 2014.

O Instituto Cultural Filarmônica informa ainda que as peças descritas abaixo compõem o escopo básico mínimo de divulgação das ações da Orquestra nos últimos anos. Sua aplicação tem sido exitosa, mas isso não impede a proposição de novas ações – em adição ou substituição daquelas aqui listadas –, desde que realizadas em comum acordo com as diretorias de Comunicação e de Marketing do ICF durante a elaboração da IDENTIDADE e da CAMPANHA DE ASSINATURAS DA TEMPORADA 2014.

### **IDENTIDADE DA TEMPORADA 2014**

A programação artística da Temporada 2014, semelhante aos anos anteriores, contará com as seguintes apresentações:

- 01 Série Allegro - 12 concertos apresentados no Palácio das Artes;
- 02 Série Vivace - 12 concertos apresentados no Palácio das Artes;
- 03 Concertos para a Juventude - 06 concertos apresentados no Sesc Palladium;
- 04 Concertos Didáticos - 03 concertos apresentados no Sesc Palladium;
- 05 Clássicos no Parque – 04 concertos em praças e parques da região metropolitana de Belo Horizonte;
- 06 Concertos de Câmara - 04 concertos no Memorial Minas Gerais Vale (a confirmar);



- 07 Festival Tinta Fresca – 01 concerto em local a definir;
- 08 Laboratório de Regência – 01 concerto em local a definir;
- 09 Concertos especiais (identidade única, independente do número de concertos);
- 10 Turnê Estadual – previsão de 10 cidades do interior de Minas Gerais;
- 11 Turnê Nacional – previsão de 03 cidades (Campos do Jordão, Rio de Janeiro, São Paulo);
- 12 Turnê Internacional

O desafio é manter uma unidade entre as 12 categorias de apresentações, cada qual com as seguintes peças:

#### 01 - Série Allegro:

**a) programa mensal de concerto:**

- Allegro I – março;
- Allegro II e III – abril;
- Allegro IV e V – maio;
- Allegro VI e VII – julho;
- Allegro VIII – agosto;
- Allegro IX – setembro;
- Allegro X – outubro;
- Allegro XI – novembro;
- Allegro XII – dezembro.

Obs.: a empresa vencedora deverá apresentar os projetos gráficos abertos das nove capas.

O projeto gráfico do miolo, obrigatoriamente sobre fundo branco e com a mesma estrutura de conteúdo dos anos 2012 e 2013, será o mesmo para as séries Allegro e Vivace pois a única diferença entre essas duas séries é o dia da semana em que são apresentadas: allegros às quintas e vivaces às terças.

**b) banner de fachada (1,5m x 5m);**

Obs.: criar um único projeto gráfico modelo para esta série.

**c) 04 banners institucionais (1m x 2m);**

**d) banner web (960 x 333px, em jpeg);**

Obs.: criar um único projeto gráfico modelo para esta série.

**e) convite eletrônico (largura 700px);**

Obs.: criar um único projeto gráfico modelo para esta série.

**f) roteiro de VT e Spot (26");**

Obs.: criar uma única estrutura de roteiro de VT/Spot para esta apresentação. Mas é importante observar que o áudio, com apenas uma locução, é válido tanto para o Spot como para o VT e que as imagens e o BG são do arquivo da Orquestra.

#### 02 - Série Vivace:

**a) programa mensal de concerto:**

- Vivace I – fevereiro;





Vivace II – março;  
Vivace III – abril;  
Vivace IV – maio;  
Vivace V – junho;  
Vivace VI – julho;  
Vivace VII e VIII – agosto;  
Vivace IX – setembro;  
Vivace X e XI – novembro;  
Vivace XII - dezembro.

Obs.: a empresa vencedora deverá apresentar os projetos gráficos abertos das dez capas.

O projeto gráfico do miolo, obrigatoriamente sobre fundo branco e com a mesma estrutura de conteúdo dos anos 2012 e 2013, será o mesmo para as séries Allegro e Vivace pois a única diferença entre essas duas séries é o dia da semana em que são apresentadas: allegros às quintas e vivaces às terças.

**b) banner de fachada (1,5m x 5m);**

Obs.: criar um único projeto gráfico modelo para esta série.

**c) 04 banners institucionais (1m x 2m);**

**d) banner web (960 x 333px, em jpeg);**

Obs.: criar um único projeto gráfico modelo para esta série.

**e) convite eletrônico (largura 700px);**

Obs.: criar um único projeto gráfico modelo para esta série.

**f) roteiro de VT e Spot (26");**

Obs.: criar uma única estrutura de roteiro de VT/Spot para esta apresentação. Mas é importante observar que o áudio, com apenas uma locução, é válido tanto para o Spot como para o VT e que as imagens e o BG são do arquivo da Orquestra.

### 03 - Concertos para a Juventude:

**a) 06 programas;**

Obs.: a empresa vencedora deverá apresentar os projetos gráficos abertos das seis capas.

O projeto gráfico do miolo, obrigatoriamente sobre fundo branco, contemplará a mesma estrutura de conteúdo dos anos 2012 e 2013.

**b) banner de fachada (1,2m x 2,4m);**

Obs.: criar um único projeto gráfico modelo para esta apresentação.

**c) 02 banners institucionais (1m x 2m);**

**d) banner web (960 x 333px, em jpeg);**

Obs.: criar um único projeto gráfico modelo para esta apresentação.

**e) convite eletrônico (largura 700px);**

Obs.: criar um único projeto gráfico modelo para esta apresentação.

**f) roteiro de VT e Spôt (26");**

Obs.: criar uma única estrutura de roteiro de VT/Spot para esta apresentação. Mas é importante observar que o áudio, com apenas uma locução, é válido tanto para o Spot como para o VT e que as imagens e o BG são do arquivo da Orquestra.

**g) cartaz (formato A3);**

Obs.: criar um único projeto gráfico modelo para esta apresentação;

**04 - Concertos Didáticos:**

**a) 01 programa;**

**b) banner web (960 x 333px, em jpeg);**

**05 – Clássicos no Parque:**

**a) 04 programas;**

Obs.: a empresa vencedora deverá apresentar os projetos gráficos abertos das quatro capas.

O projeto gráfico do miolo, obrigatoriamente sobre fundo branco, contemplará a mesma estrutura de conteúdo dos anos 2012 e 2013.

**b) banner web (960 x 333px, em jpeg);**

Obs.: criar um único projeto gráfico modelo.

**c) convite eletrônico (largura 700px);**

Obs.: criar um único projeto gráfico modelo.

**d) roteiro de VT e Spot (26");**

Obs.: criar uma única estrutura de roteiro de VT/Spot para esta apresentação. Mas é importante observar que o áudio, com apenas uma locução, é válido tanto para o Spot como para o VT e que as imagens e o BG são do arquivo da Orquestra.

**e) cartaz (formato A3);**

Obs.: criar um único projeto gráfico modelo;

**f) fundo de palco ou testeira (tamanho a definir, mínimo de 6m x 2m) e laterais de palco (duas de 5m x 1,5m e duas de 3,5m x 1,5m)**

**06 - Concertos de Câmara:**

**a) 04 programas;**

Obs.: a empresa vencedora deverá apresentar os projetos gráficos abertos das quatro capas.

O projeto gráfico do miolo, obrigatoriamente sobre fundo branco, contemplará a mesma estrutura de conteúdo dos anos 2012 e 2013.

**b) banner de porta (0,80m x 1m – anunciando os quatro concertos);**



- c) **banner web (960 x 333px, em jpeg);**

Obs.: criar um único projeto gráfico modelo.

- d) **convite eletrônico (largura 700px);**

Obs.: criar um único projeto gráfico modelo.

- e) **cartaz (formato A3);**

Obs.: criar um único projeto gráfico modelo.

#### 07 - Festival Tinta Fresca

- a) **programa;**

- b) **banner de fachada (1,2m x 2,4m);**

- c) **banner web (960 x 333px, em jpeg);**

- d) **convite eletrônico (largura 700px);**

- e) **roteiro de VT e Spot (26");**

Obs.: será executado um só VT/Spot para esta apresentação. Mas é importante observar que o áudio, com apenas uma locução, é válido tanto para o Spot como para o VT.

- f) **cartaz (formato A3).**

#### 08 - Laboratório de Regência

- a) **programa;**

- b) **banner de fachada (1,2m x 2,4m);**

- c) **banner web (960 x 333px, em jpeg);**

- d) **convite eletrônico (largura 700px);**

- e) **roteiro de VT e Spot (26");**

Obs.: será executado um só VT/Spot para esta apresentação. Mas é importante observar que o áudio, com apenas uma locução, é válido tanto para o Spot como para o VT.

- f) **cartaz (formato A3).**

#### 09 - Concertos especiais

- a) **programa de concerto:**

Obs.: criar cinco capas diferentes e um único projeto gráfico modelo para o miolo, obrigatoriamente sobre fundo branco.

#### 10 - Turnê Estadual:

- a) **10 programas;**

Obs.: criar dez capas diferentes e um único projeto gráfico modelo para o miolo, obrigatoriamente sobre fundo branco.

**b) banner web (960 x 333px, em jpeg);**

Obs.: criar um único projeto gráfico modelo.

**c) convite eletrônico (largura 700px);**

Obs.: criar um único projeto gráfico modelo.

**d) roteiro de VT e Spot (26");**

Obs.: criar uma única estrutura de roteiro de VT/Spot para esta apresentação. Mas é importante observar que o áudio, com apenas uma locução, é válido tanto para o Spot como para o VT e que as imagens e o BG são do arquivo da Orquestra..

**e) cartaz (formato A3);**

Obs.: criar um único projeto gráfico modelo;

**f) fundo de palco ou testeira (tamanho a definir, mínimo de 6m x 2m) e laterais de palco (duas de 5m x 1,5m e duas de 3,5m x 1,5m);**

**g) panfleto (formato a definir).**

Obs.: criar um único projeto gráfico modelo.

#### 11 - Turnê Nacional:

**a) banner web (960 x 333px, em jpeg);**

Obs.: criar um único projeto gráfico modelo.

**b) convite eletrônico (largura 700px);**

Obs.: criar um único projeto gráfico modelo.

#### 12 - Turnê Internacional:

**a) programa;**

**b) banner de fachada (1,2m x 2,4m);**

**c) banner web (960 x 333px, em jpeg);**

**d) convite eletrônico (largura 700px);**

**e) roteiro de VT e Spot (26");**

Obs.: será executado um só VT/Spot para esta apresentação. Mas é importante observar que o áudio, com apenas uma locução, é válido tanto para o Spot como para o VT.

**f) cartaz (formato A3).**



## **CAMPANHA DE ASSINATURAS 2014:**

Atualmente, a Filarmônica de Minas Gerais conta com 623 assinantes Allegro, 414 assinantes Vivace e 585 assinantes *Prestissimo* (que dá direito às duas séries). Trabalha-se com a possibilidade de aumentar o teto de 620 assinaturas para o limite máximo de 680 por pacote, o que significa que o número de assentos a ser colocado em venda em 2014 está em torno de:

Allegro – 57 assinaturas

Vivace – 266 assinaturas

Prestissimo – 95 assinaturas

Esses números são determinados, em parte, pela própria capacidade da sala. O número de lugares disponíveis para venda, hoje, no Grande Teatro do Palácio das Artes é de 1474 e busca-se manter cerca de cem ingressos em bilheteria de modo a possibilitar a prospecção de novos públicos.

Por que prospectar novos públicos? Porque a partir da Temporada 2015, quando a Filarmônica já estará em seu espaço próprio, a Sala Minas Gerais, serão criadas novas séries e, portanto, novas assinaturas.

Renovar uma assinatura em 2014 ou tornar-se um novo assinante em 2014 é uma forma de garantir um lugar na Sala Minas Gerais, na Temporada 2015.

É importante destacar que a CAMPANHA DE ASSINATURAS da Filarmônica conta com um alto nível de aceitação e o índice de renovação nos últimos anos tem se mantido em torno a 92%.

Por essas razões, o Instituto Cultural Filarmônica decidiu manter a mesma estratégia já exitosa de CAMPANHA e, para executá-la, necessita das seguintes peças:

### **Fase 1 – RENOVAÇÃO (de 24 de setembro a 19 de outubro)**

A) Caderno da Temporada com encarte Guia de Assinatura

Formato do caderno:

capa: 40x29cm.

miolo: até 64 págs, 20x29cm.

tiragem: 5.000 Impressos, grampeados – *material já lícitado*

Formato do encarte:

capa: 75x26cm (com picote e duas dobras)

miolo: até 12 págs, 15x26cm.

tiragem: 4.000 impressos, grampeados – *material já lícitado*

B) Adesivação do estande na entrada do Palácio das Artes com a identidade da campanha.

C) Banner web Fase 1

D) Convite eletrônico de lançamento para assinantes

- E) 2 divulgações eletrônicas (início e fim da fase)
- F) Banner lona para o foyer do Palácio das Artes
- G) Template para Facebook
- H) Template para Twiteer

#### **Fase 2 – TROCA (de 23 de outubro a 16 de novembro)**

- A) Banner web Fase 2
- B) 2 divulgações eletrônicas (início e fim da fase)
- C) Banner lona para o foyer do Palácio das Artes Fase 2

#### **Fase 3 – NOVAS ASSINATURAS (de 21 de novembro a 31 de janeiro)**

- A) VT
- B) SPOT
- C) Banner web Fase 3
- D) 2 divulgações eletrônicas (início e fim da fase)
- E) Banner lona para o foyer do Palácio das Artes Fase 3
- F) Kit Assinante – embalagem
- G) Calendário
- H) Porta-ingresso.
- I) Template para Facebook
- J) Template para Twitter

As peças descritas poderão ser substituídas de acordo com as demandas da Campanha, a critério exclusivo do Instituto Cultural Filarmônica, respeitando os valores acordados.

A entrega dos projetos gráficos e/ou peças executadas deverá respeitar o cronograma que consta ao final deste documento.

#### **6 - Critérios para Seleção**

Para fins de seleção do fornecedor serão adotados os seguintes critérios de avaliação:

##### **a – Preço**

Critério para melhor nota

NOTA = 10 X (MPG / PG)

Onde



MPG = Menor valor de preço global apresentado ao Instituto no presente processo seletivo

PG = Valor do preço global apresentado na proposta comercial

O Instituto não pagará nenhum valor a título de acompanhamento de serviços de terceiros, comissão de agência ou similar, devendo o preço global ser expresso em reais, sob pena de desclassificação.

Os honorários serão pagos em 03 (três) parcelas iguais, com vencimento estimados para a primeira quinzena dos meses de setembro, outubro e dezembro de 2013, condicionadas à entrega de todo material previsto em cada etapa do cronograma de trabalho.

### **b – Qualidade da Proposta**

Critério para melhor nota – Melhor Proposta

A avaliação considerará a apresentação gráfica, clareza da informação e alinhamento da proposta quanto à pertinência, coerência e inovação em relação ao *briefing* do Instituto Cultural Filarmônica e estrutura de averiguação dos preços.

### **c – Job test**

Critério para melhor nota – Melhor solução

Cada uma das empresas concorrentes deverá apresentar as peças relacionadas abaixo, solucionando o seguinte *briefing*:

PROGRAMA DE CONCERTO VIVACE, CONVITE ELETRÔNICO ALLEGRO, PRIMEIRAS 16 PÁGINAS DO CADERNO DA TEMPORADA E CONVITE ELETRÔNICO DA CAMPANHA DE ASSINATURAS FASE 1

Desde sua estreia em 2008, a Filarmônica imprimiu a intensidade “*crescendo*” na execução de seu projeto artístico: criar uma orquestra pautada pelo sentido da perfeição, da excelência, para disseminar beleza, arte.

Os resultados até agora alcançados estão expressos nos aplausos de mais de 450 mil pessoas, nos convites para apresentações em diversos espaços abertos e fechados de Minas Gerais e além fronteiras, na acolhida da imprensa e reconhecimento da crítica especializada, nas premiações do corpo artístico e equipe técnica.

Mas essas são apenas as primeiras páginas de uma história que se pretende bastante longa. Ainda estão por escrever os capítulos que permitirão apontar qual a especificidade, o que torna única e caracteriza a Orquestra Filarmônica de Minas Gerais dentro do universo da música sinfônica.

Consolidar a articulação desses dois momentos depende de mais um instrumento: uma sala, em condições acústicas adequadas à execução da música de concerto, o que permitirá que a Orquestra se ouça e, assim, construa sua identidade sonora.

2014 é, portanto, um ano de transição. Há muitas conquistas a celebrar e isso deve ser destacado, de modo a estimular, a ampliar o interesse e a comprometer o público com as mudanças que virão, inclusive por meio de suas assinaturas. Como traduzir isso visualmente?



Em 2014 a Filarmônica também mantém o alto nível de sua programação celebrando os 150 anos do nascimento do compositor alemão Richard Strauss (julho), assim como do compositor brasileiro, natural no Ceará, Alberto Nepomuceno. Outro destaque da próxima Temporada é a comemoração do centenário do compositor brasileiro César Guerra-Peixe. Assim como nos outros anos, solistas e regentes de renome nacional e internacional integram a lista de convidados da Orquestra.

Textos e fotos para simulação das peças deverão ser solicitados à Diretoria de Comunicação do Instituto Cultural Filarmônica.

#### ***d – Currículo e Portfólio***

Critério para melhor nota – A avaliação considerará a experiência da empresa e a qualidade técnica apresentada em seu portfólio.

#### **7 - Forma de Escolha:**

Cada quesito indicado no item 6 será considerado individualmente, com notas que variam de 0 a 10.

O fornecedor será escolhido de acordo com o seguinte critério, sendo selecionado o que obtiver a maior NOTA FINAL:

NOTA FINAL = Nota a + Nota b + 2x(Nota c) + Nota d

Para fins de cálculo das notas, somente serão consideradas as informações presentes nas propostas devidamente habilitadas, não sendo considerados quaisquer valores apresentados por fornecedores que tenham sido desclassificados por qualquer motivo.

Para efeito de somatório, cada um dos quesitos indicados nos itens “a”, “b” e “d” terá peso igual a 01 e o item “c” terá peso 02 na nota.

#### **8 – Pagamento:**

O pagamento será realizado por meio de crédito em conta nominativo ao credor, conforme condições especificadas em contrato, devendo a empresa selecionada fornecer a nota fiscal hábil emitida contra o Instituto Cultural Filarmônica, que procederá com as retenções fiscais cabíveis.

#### **9 - Disposições Finais**

Este Ato Convocatório deverá ser lido integralmente pela empresa, não sendo aceitas alegações de desconhecimento ou discordância de seus termos após a apresentação dos envelopes. A participação do fornecedor no processo implica em integral aceitação a todos os termos do Ato Convocatório.

É facultado ao Instituto promover diligência destinada a esclarecer ou complementar o processo deste Ato Convocatório e a análise das propostas, bem como solicitar a órgãos, entidades e empresas competentes a elaboração de pareceres técnicos destinados a fundamentar as decisões. É também permitido ao Instituto realizar acréscimos ou supressões ao objeto deste Ato Convocatório.

O fornecedor eventualmente selecionado deverá celebrar contrato de prestação de serviços por escrito com o Instituto, no qual o fornecedor deverá se comprometer a não utilizar ou fornecer produtos e/ou serviços provenientes de contrabando, pirataria ou trabalho infantil.



O Instituto Cultural Filarmônica terá direito de licença total, permanente e irrevogável sobre todos os direitos de Propriedade Intelectual sobre as peças e criações desenvolvidas em função da contratação, podendo utilizar livremente todo o material, inclusive após o encerramento do contrato de prestação de serviços, não sendo devido nenhum valor adicional à empresa fornecedora em função disso. O Instituto poderá utilizar, reproduzir, alterar, editar, adaptar, traduzir, incluir em fonogramas ou produção audiovisual, distribuir, comunicar ao público, armazenar e fixar o material licenciado em qualquer país e por qualquer meio, inclusive fotografias, filmagens e gravações de áudio e/ou vídeo, para qualquer finalidade, sendo-lhe ainda permitida a distribuição das gravações, filmagens, impressões e demais formas de fixação do material mediante cabo, fibra ótica, satélite, CDs, DVDs, arquivos eletrônicos/digitais, *websites* ou por meio de qualquer outro tipo de mídia impressa, televisiva, radiofônica, eletrônica ou digital. A empresa selecionada se obriga ainda a assinar todos os documentos e tomar as providências necessárias, junto a terceiros e ao Instituto, para assegurar plenamente a este as prerrogativas aqui listadas sobre os direitos de Propriedade Intelectual.


Qualquer emissão de faturas e notas fiscais, pela empresa selecionada ou por qualquer fornecedor relacionado à prestação dos serviços objeto do presente Ato Convocatório, inclusive veículos de comunicação e gráficas, somente poderá ser feita de acordo com as determinações da Diretoria Administrativo-financeira do Instituto, sob pena de não serem aceitas. Essa disposição se aplica inclusive a faturas e notas fiscais que envolvam o pagamento de custos de gerenciamento de serviços de terceiros.

O fornecedor selecionado deverá assinar contrato de prestação de serviços de acordo com minuta a ser elaborada pelo Instituto, contemplando todas as condições previstas no presente Ato Convocatório.

O Instituto Cultural Filarmônica é uma entidade privada, não integrante da Administração Pública, e se reserva o direito de não selecionar nenhuma das propostas.

Informações complementares que visam obter maiores esclarecimentos sobre o presente Edital serão prestadas pelo Instituto por e-mail [comunicacao@filarmonica.art.br](mailto:comunicacao@filarmonica.art.br) ou através do telefone (31) 3219-9000, no horário de 09h00 às 12h00 e de 14h00 às 18h00, de segunda a sexta-feira.

Atenciosamente,

  
Márcia Almeida  
Diretora Administrativo-financeira  
INSTITUTO CULTURAL FILARMÔNICA



**ATO CONVOCATÓRIO 003/2013 - CRONOGRAMA | IDENTIDADE E CAMPANHA DE ASSINATURAS TEMPORADA 2014**

Peça	Briefing	Apresentação	Retorno revisão	Retorno fornecedor	Retorno revisão 2	Retorno fornecedor 2	Envio produção	Peça pronta no ICF
Conceito	26/jul							
Caderno	26/jul	12/ago	16/ago	20/ago	22/ago	23/ago	26/ago	16/set
Banner Web fases 1, 2 e 3	26/jul	26/ago	02/set	06/set	09/set	11/set	12/set teste interno	16/set
Convite eletrônico	26/jul	26/ago	02/set	06/set	09/set	11/set	12/set teste interno	16/set
Divulgação Eletrônica fases 1, 2 e 3 (02 por fase)	26/jul	26/ago	02/set	06/set	09/set	11/set	12/set teste interno	16/set
Adesivo Stand	26/jul	26/ago	02/set	06/set	09/set	11/set	12/set	instalação no dia 20/09
Banner Lona 3 fases	26/jul	26/ago	02/set	06/set	09/set	11/set	12/set	16/set



Peça	Briefing	Apresentação	Retorno revisão	Retorno fornecedor	Retorno revisão 2	Retorno fornecedor 2	Envio produção	Peça pronta no ICF
Template Facebook fases 1 e 3	26/jul	26/ago	02/set	06/set	09/set	11/set	12/set	16/set
Template Twiteer fases 1 e 3	26/jul	26/ago	02/set	06/set	09/set	11/set	12/set	16/set
VT	12/set	23/set	26/set	30/set	02/out	03/out	04/out	07/nov
Spot	12/set	23/set	26/set	30/set	02/out	03/out	04/out	07/nov
Kit Assinante embalagem	26/jul	23/set	27/set	03/out	07/out	10/out	11/out	25/nov
Kit Assinante - Calendário	26/jul	23/set	27/set	03/out	07/out	10/out	11/out	25/nov
Kit Assinante Porta Ingresso	26/jul	23/set	27/set	03/out	07/out	10/out	11/out	28/out

A



Peça	Briefing	Apresentação	Retorno revisão	Retorno fornecedor	Retorno revisão 2	Retorno fornecedor 2	Entrega do projeto gráfico modelo
<b>PEÇAS DESCRITAS NO ATO CONVOCATÓRIO PARA A SÉRIE ALLEGRO</b>							
TODAS	26/jul	28/out	11/nov	25/nov	29/nov	03/dez	06/dez
<b>PEÇAS DESCRITAS NO ATO CONVOCATÓRIO PARA A SÉRIE VIVACE</b>							
TODAS	26/jul	28/out	11/nov	25/nov	29/nov	03/dez	06/dez
<b>PEÇAS DESCRITAS NO ATO CONVOCATÓRIO PARA CONCERTOS DA JUVENTUDE</b>							
TODAS	26/jul	28/out	11/nov	25/nov	29/nov	03/dez	06/dez
<b>PEÇAS DESCRITAS NO ATO CONVOCATÓRIO PARA CONCERTOS DIDÁTICOS</b>							
TODAS	26/jul	28/out	11/nov	25/nov	29/nov	03/dez	06/dez
<b>PEÇAS DESCRITAS NO ATO CONVOCATÓRIO PARA CLÁSSICOS NO PARQUE</b>							
TODAS	26/jul	28/out	11/nov	25/nov	29/nov	03/dez	06/dez



PEÇAS DESCRITAS NO ATO CONVOCATÓRIO PARA CONCERTOS DE CÂMARA						
TODAS	26/jul	28/out	11/nov	25/nov	29/nov	03/dez
						06/dez
PEÇAS DESCRITAS NO ATO CONVOCATÓRIO PARA FESTIVAL TINTA FRESCA						
TODAS	26/jul	28/out	11/nov	25/nov	29/nov	03/dez
						06/dez
PEÇAS DESCRITAS NO ATO CONVOCATÓRIO PARA LABORATÓRIO DE REGÊNCIA						
TODAS	26/jul	28/out	11/nov	25/nov	29/nov	03/dez
						06/dez
PEÇAS DESCRITAS NO ATO CONVOCATÓRIO PARA CONCERTOS ESPECIAIS						
TODAS	26/jul	28/out	11/nov	25/nov	29/nov	03/dez
						06/dez
PEÇAS DESCRITAS NO ATO CONVOCATÓRIO PARA TURNÊ ESTADUAL						
TODAS	26/jul	28/out	11/nov	25/nov	29/nov	03/dez
						06/dez

PEÇAS DESCRITAS NO ATO CONVOCATÓRIO PARA TURNÊ NACIONAL						
TODAS	26/jul	28/out	11/nov	25/nov	29/nov	03/dez
						06/dez
PEÇAS DESCRITAS NO ATO CONVOCATÓRIO PARA TURNÊ INTERNACIONAL						
TODAS	26/jul	28/out	11/nov	25/nov	29/nov	03/dez
						06/dez



Marcia Almeida

Diretora Administrativo-financeira  
INSTITUTO CULTURAL FILARMÔNICA