

ATO CONVOCATÓRIO 08/2014

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 (ICF), do serviço de Planejamento Estratégico de Comunicação compreendendo:

- a) CRIAÇÃO DE MARCA para incorporar e/ou identificar Orquestra, Instituto e nova Sala sob o mesmo manto que os motiva, a Filarmônica de Minas Gerais;
- b) CRIAÇÃO e DESENVOLVIMENTO da CAMPANHA DE ASSINATURAS para a TEMPORADA 2015 da Orquestra Filarmônica de Minas Gerais, de acordo com a nova programação artística e novas possibilidades de assinaturas;
- c) CRIAÇÃO e DESENVOLVIMENTO de CAMPANHA INSTITUCIONAL para a divulgação/lançamento da nova sede da Orquestra Filarmônica de Minas Gerais e Instituto Cultural Filarmônica, a Sala Minas Gerais, inserida dentro do complexo Estação da Cultura Presidente Itamar Franco;
- d) CRIAÇÃO da IDENTIDADE VISUAL para a TEMPORADA 2015 da Orquestra Filarmônica de Minas Gerais, de acordo com a nova programação artística.

Observação: A empresa que vier a ser contratada deverá entregar todos os arquivos abertos contendo os projetos gráficos modelo de cada tipo de peça listada no presente Ato e/ou peças que venham a ser propostas e aprovadas pelo ICF.

BRIEFING GERAL

Histórico ICF e Orquestra

Criada em 2008 pelo Governo de Minas, a Orquestra Filarmônica de Minas Gerais é um corpo artístico administrado 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, operação e administração financeira, conferindo agilidade nas atividades essenciais à vida orquestral, tanto no gerenciamento dos espaços físicos quanto na execução de suas apresentações. Conta ainda com uma assembleia de associados e um conselho administrativo composto por 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 (USP) 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 Orquestra Filarmônica de Minas Gerais é formado por 90 músicos provenientes de todo o Brasil, Europa, Ásia, Américas e Oceania. Seu trabalho é pautado pela excelência artística e vigorosa programação. 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, maestro Fabio Mechetti, recebeu o Prêmio Carlos Gomes em 2009 como melhor regente brasileiro.

O corpo artístico

Responsável pela direção artística e regência titular 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, Malásia, 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 regente associado, Marcos Arakaki. Natural de São Paulo, com atuação no Brasil e no exterior, desde 2011 Arakaki vem conduzindo concertos destinados à formação de público, assim como algumas apresentações dentro das séries de assinatura.

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

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, Conrad Tao, Eliane Coelho e Joshua Bell e regentes como Krzysztof Penderecki e Kazuyoshi Akiyama.

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 27/06/2014, 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, 12^º 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, que deverá ser em 05 (cinco) parcelas iguais, nos termos do item 7.a;
- 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 outra instituição cuja atividade seja a manutenção e programação artística de orquestra sinfônica.

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 Receita 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 proposta de conteúdo e proposta comercial

a) Capacidade instalada do ICF na área de Comunicação:

O Instituto Cultural Filarmônica tem em sua estrutura, a exemplo de outras grandes orquestras, uma equipe de Comunicação apta à execução de peças a partir de projetos gráficos desenvolvidos tanto interna como externamente, assim como à criação de novos produtos que atendam à dinâmica artística e administrativa orientada pelo Instituto Cultural Filarmônica (ICF).

O ICF conta com 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, sem custos de mídia televisiva para o Instituto.

Também por este mesmo mecanismo, o ICF 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 emissoras de rádio da grande BH, contratos esses ainda em vigor.

O ICF tem capacidade e realiza planejamento das ações artísticas a longo prazo, o que tem permitido a elaboração de plano anual de Comunicação, com previsão de demanda de serviços para 2014/2015 e contratos de prestação de serviços continuados com gráficas, produtoras de áudio, de vídeo, de fotografia etc.



As peças descritas adiante compõem o escopo básico mínimo de divulgação das ações da Orquestra nos últimos anos. Sua aplicação tem sido exitosa, o que 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 do objeto do presente Ato.

b) Características da SALA MINAS GERAIS/ESTAÇÃO DA CULTURA PRESIDENTE ITAMAR FRANCO

A SALA MINAS GERAIS, localizada dentro do complexo ESTAÇÃO DA CULTURA PRESIDENTE ITAMAR FRANCO, foi criada para inserir Minas Gerais no circuito nacional e internacional da música de concerto. Sua edificação é um desdobramento natural do desempenho artístico da Filarmônica que, mesmo antes de uma década de existência, já é uma orquestra de referência no Brasil e entrou para o mercado musical internacional através do selo Naxos, uma das três gravadoras de maior prestígio no setor.

Construída sob os mais rigorosos critérios acústicos e de ambiência espacial, a Sala Minas Gerais certamente contribuirá para consolidar Belo Horizonte no seleto grupo de cidades, no mundo, a possuírem infraestrutura orquestral de tal magnitude.

O corpo da sala, com volumetria destacada em vermelho, tem seu sistema estrutural totalmente independente do restante do edifício. Com capacidade para 1400 lugares, ela é um exemplo visível da aplicação das mais altas tecnologias em construção e acabamento, visando alcançar a perfeição acústica necessária a uma sala de concertos de padrão internacional. Por meio dessa solução construtiva, vibrações e ondas sonoras produzidas pela movimentação de veículos no entorno ou mesmo por ruídos provenientes de sistema de ar condicionado e espaços de convivência, *foyers* e cafés não interferem no ambiente da sala.



Esse mesmo cuidado com a qualidade acústica é verificável no tipo de tecido escolhido para a confecção das cadeiras, no revestimento de pisos e paredes, na possibilidade de movimentação dos rebatedores de som, aqui usados no teto. Nesse sentido, a Sala Minas Gerais é, ela mesma, um instrumento que amplifica e interage com a música.

Com estacionamento para 535 carros, 22 motocicletas e 22 bicicletas, a privilegiada localização da Sala Minas Gerais e da Estação da Cultura na malha viária de Belo Horizonte ainda permite ao público a opção de acesso ao novo equipamento por mais de 30 linhas de ônibus, assim como pelos táxis lotação da Rota B – Contorno, serviço de maximização de uso de táxis que circulam em faixas diferenciadas e a preço único.



A ESTAÇÃO DA CULTURA, por sua vez, ambiciona ser berço e palco de promoção e difusão de Cultura. Seu terreno com 14.400 m² abriga, além da Sala Minas Gerais, o edifício sede da Rádio Inconfidência e da Rede Minas de Televisão. Localizada próximo às avenidas do Contorno e Amazonas, entre o Colégio Pio XII e o 12º Batalhão de Infantaria do Exército, no quarteirão formado pelas ruas Gonçalves Dias, Tenente Brito Melo, Uberaba e Alvarenga Peixoto, a Estação da Cultura – cujo nome homenageia o ex-presidente da República e ex-governador de Minas, Itamar Franco – possui uma área de convivência a céu aberto com 8 mil m², composta por jardins, café, livraria, além de uma grande pérgula para sombreamento.



O conjunto arquitetônico contemporâneo da Estação da Cultura também integra um casarão de 1.200 m², tombado pelo Patrimônio Histórico Municipal. Dividido em dois pavimentos, ele será reabilitado material e funcionalmente para ser um centro gastronômico de referência, com restaurante, bistrô e café, apto a atender às demandas da Estação, assim como à vizinhança.



A inauguração de todo o complexo está prevista para fins de novembro, pouco depois do lançamento da Campanha de Assinaturas 2015, que deverá ocorrer no dia 04 de novembro de 2014. A abertura, ao público, da Temporada 2015, com as séries por assinaturas e as demais, terá início no dia 05 de março de 2015.

c) Características da campanha de assinaturas para a Temporada 2015

Desde sua segunda temporada e até 2014, o Instituto Cultural Filarmônica ofereceu o Programa de Assinaturas para a série *Allegro* (quintas) e para a série *Vivace* (terças) da Orquestra Filarmônica de Minas Gerais. Os assinantes podiam, ainda, adquirir as duas séries por meio do pacote *Prestissimo*.

A partir de 2015, serão **sete** modalidades de assinaturas: **Allegro** (12 concertos), **Animato** (12 concertos) **Vivace** (12 concertos), **Veloce** (12 concertos), **Prestissimo** (24 concertos), **Vivacissimo** (24 concertos) e **Fora de Série** (9 concertos). Espera-se alcançar 4.800 assinaturas sendo que, atualmente, a Orquestra conta com 1708 assinaturas e um índice de renovação da ordem de 80%.

Nesse sentido, entende-se que a CAMPANHA DE ASSINATURAS 2015 deve atingir dois públicos com características diferentes:

I – o já assinante que, apesar de conhecer um sistema de assinatura de concertos, deverá renovar sua assinatura e escolher seu assento em sala com características completamente diferentes do Grande Teatro do Palácio das Artes. Isso será feito entre os dias 04 e 24 de novembro de 2014, de acordo com o pacote que mais lhe interessar;

II – o novo assinante, que deverá ser motivado e informado sobre o funcionamento do sistema de assinaturas, os pacotes de venda disponíveis e que terá a oportunidade de escolher seu assento do dia 25 de novembro de 2014 até o dia 30 de janeiro de 2015, com possibilidade, a ser avaliada pelo ICF, de prorrogação até 13 de fevereiro de 2015.

Para os dois públicos há essa nova realidade a ser comunicada: os concertos passam a ser na Sala Minas Gerais e ambos precisam saber como é a nova sala, formas de acesso ao espaço e itens de conforto, entre eles o estacionamento. Tanto o assinante como aqueles potenciais futuros assinantes devem ser motivados e informados sobre os novos dias de concertos, quintas e sextas, bem como sobre a possibilidade de ampliar suas assinaturas aderindo também a outras séries, entre elas a *Fora de Série: Beethoven*, a ser realizada em nove sábados.

O momento de divulgação para cada público deve ser estrategicamente pensado e controlado. Como os atuais assinantes terão 20 dias para a renovação e escolha de seus assentos, as informações sobre a Sala Minas Gerais devem estar disponíveis antes do dia 04 de novembro. Por isso, o ICF já deu início à produção de fotos, maquete 3D, perspectiva 360º e aplicativo para tela multitoque referentes à Sala Minas Gerais/Estação da Cultura. Esses conteúdos serão disponibilizados no *foyer* do Palácio das Artes e no site da Orquestra, a partir de setembro deste ano, e novos conteúdos, como os pacotes de assinaturas, poderão ser incorporados ao sistema.

d) Características da programação artística para a Temporada 2015

A programação artística da Temporada 2015 da Orquestra Filarmônica de Minas Gerais será desenvolvida da seguinte maneira:

Na SALA MINAS GERAIS

SÉRIES POR ASSINATURAS:

Quintas, 20h30

- 01 – série *Allegro* – 12 concertos;
- 02 – série *Animato* – 12 concertos;
- 03 – pacote *Prestissimo* – 24 concertos;

Sextas, 20h30

- 04 – série *Vivace* – 12 concertos;
- 05 – série *Veloce* – 12 concertos;
- 06 – pacote *Vivacissimo* – 24 concertos;

Sábados, 17h

- 07 – série *Fora de Série* – 09 concertos destacando um só compositor. 2015 será o ano de Beethoven;



SÉRIES SEM ASSINATURAS

- 01 Concertos para a Juventude – 06 concertos – domingos – 11h;
- 02 Concertos Didáticos – 08 concertos – dias semanais alternados – 9h30 e 14h30;
- 03 Festival Tinta Fresca – 01 concerto – em data e horário a definir;
- 04 Laboratório de Regência – 01 concerto – em data e horário a definir;
- 05 Concertos especiais (identidade única, independentemente do número de concertos).

Em OUTROS LUGARES

- 01 Clássicos na Praça – 03 concertos na RMBH;
- 02 Concertos de Câmara – 04 concertos;
- 03 Turnê Estadual – previsão de 10 cidades do interior de Minas Gerais;
- 04 Turnê Nacional – previsão de 03 cidades;
- 05 Turnê Internacional

6 – Escopo do trabalho a ser contratado

6.1) PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

A Filarmônica de Minas Gerais – Orquestra e Instituto – mostrou, em seus primeiros oito anos de vida, que o êxito de sua atuação artística é intrínseco à sua vocação administrativo-empresarial.

Como resultado desse êxito, a partir de 2015 a Filarmônica terá ampliada sua intervenção na área cultural, seja pelo volume de sua programação artística, seja pela administração direta de sua sede própria, a Sala Minas Gerais, e de seus espaços correlatos.

Esse novo papel no cenário cultural possibilitará tornar ainda mais nítida a visão e compreensão que a Filarmônica tem da música sinfônica como um instrumento de educação e aprimoramento do ser humano, que transcende todas as barreiras étnicas, culturais e socioeconômicas. Mas essa nova realidade também implicará a ampliação de funções e objetivos da organização.

Daí a importância de se avaliarem atuais e novas estratégias de publicização da Filarmônica – Orquestra e Instituto + Sala Minas Gerais – em relação a seus ambientes interno e externo. É neste sentido que o ICF espera que o proponente apresente um planejamento estratégico.

6.2) CRIAÇÃO DE MARCA

O ICF entende que o momento da conquista da sede própria é também o momento adequado para repensar sua marca. Afinal, além do corpo artístico (a Orquestra), do corpo técnico (o Instituto), há agora a administração do novo espaço cultural – a Sala Minas Gerais. Todos estão sob o mesmo manto que os motiva: a Filarmônica de Minas Gerais. E a Filarmônica, com sua nova e renovadora energia, irá implantar, a médio prazo, a Orquestra Filarmônica Jovem e a Academia Filarmônica.

O ICF necessita, portanto, que essa capacidade de desdobramentos da Filarmônica esteja refletida em sua marca, de forma a abarcar atuais e futuras iniciativas. Uma marca que seja reflexo da própria Filarmônica, moderna sem se deixar dominar pelo tempo e tendências de um determinado período, e que fundamentalmente pauta seus trabalhos pela excelência.

6.3) CAMPANHA DE ASSINATURAS TEMPORADA 2015

Diante das considerações sobre a campanha de assinaturas 2015 feitas neste documento, as peças gráficas previstas, sem exclusão de novas peças que venham a ser sugeridas e aprovadas pelo ICF, são:

- a) **Caderno da Temporada com encarte Guia de Assinatura** em formato amigável com os atuais e futuros assinantes;
- b) **Adesivação do estande na entrada do Palácio das Artes** com a identidade da campanha, aproveitando a estrutura já existente;
- c) **Criação e adesivação de estande móvel para a Sala Minas Gerais** com a identidade da campanha, a ser utilizado a partir de janeiro de 2015;
- d) **Banners de lona** para o foyer do Palácio das Artes;
- e) **Banner web** da campanha, com foco na renovação de assinaturas;
- f) **Convite eletrônico** de lançamento da campanha para assinantes;
- g) **Roteiro e produção de VT e SPOT** para novas assinaturas;
- h) **Panfletagem segmentada** (cinemas, restaurantes, livrarias, teatros, lojas de discos etc.);
- i) **Backbus** com as vantagens de ser um assinante e/ou presentear uma assinatura da Filarmonica;
- j) **Banner web** da campanha, com foco nas novas assinaturas e/ou assinaturas como presente de Natal.

6.4) CAMPANHA INSTITUCIONAL

A campanha institucional de lançamento da Sala Minas Gerais deve ser reflexo do vigor demonstrado pela Filarmonica. Jovem, reconhecida por público e crítica, premiada, exemplo de gestão, ela agora vibra com o novo espaço cultural conquistado: a Sala Minas Gerais e seus espaços correlatos (restaurante, bistrô, cafés, área de convivência a céu aberto, livraria). É preciso dar a conhecer ao público que o selo de excelência já estampado na Orquestra e no Instituto será gravado também nas atividades e serviços da Sala Minas Gerais.

É preciso que todos saibam que a Sala Minas Gerais tem localização privilegiada em relação aos principais corredores viários da cidade, que sua edificação contou com várias inovações tanto do ponto de vista construtivo quanto acústico e que seu potencial de acolhimento permite à população usufruir de um espaço de cultura e lazer, com qualidade ambiental e estética. As peças a serem criadas dependerão da campanha a ser traçada.

6.5) IDENTIDADE VISUAL DA PROGRAMAÇÃO 2015

A identidade visual da programação artística de 2015 deverá estar em sintonia com a nova marca e manter uma unidade entre as diferentes apresentações. A criação deve levar em conta a possibilidade de desdobramento do projeto gráfico de cada categoria. Ou seja, a arte aprovada funcionará como referência para que a Comunicação interna do ICF possa, a partir de variações de cores, de imagens etc., aplicar o projeto gráfico na divulgação dos vários concertos de uma mesma série.

Projetos Gráficos a serem desenvolvidos:

a) Programa mensal de concertos das séries de assinaturas:

Até o momento, o ICF produz um único programa mensal para as séries por assinaturas. No início de 2014, os programas mensais da Filarmônica foram reconhecidos como referência intelectual e acadêmica. Desde então, passaram a ser indexados nos sistemas nacional e internacional de pesquisa com o título *Fortissimo* e sob o *International Standart Serial Number* (ISSN) 2357-7258, código numérico que constitui um identificador unívoco para esta publicação.

Em 2015 serão duas publicações: *Fortissimo*, relativa aos concertos de quinta e sexta e *Fortissimo ESPECIAL*, com todo o conteúdo dos nove concertos da série *Fora de série: Beethoven* em uma única edição.

b) Pôster para impressão digital e/ou impressão gráfica (aproximadamente 1,10m x 0,75m)

Na Sala Minas Gerais, a divulgação dos concertos se dará, especialmente, por mídia digital, o que não impede a eventual impressão gráfica de pôsteres de concertos. A ênfase será dada à Orquestra, obras/compositores, convidados, data, horário e local.

Para a série *Fora de Série*, no entanto, deve-se criar uma proposta diferenciada das demais séries, tendo o compositor Beethoven como referência.

c) Banner web, válido para as séries (960 x 333 px., em jpg, gif ou png).

d) Banner web, para a *Fora de série* (960 x 333 px., em jpg, gif ou png).

e) Convite eletrônico, válido para as séries (largura 700 px)

f) Convite eletrônico, para a *Fora de série* (largura 700 px)

g) Programa, pôster, banner web, convite eletrônico e cartaz (A3) dos Concertos para a Juventude

h) Programa dos Concertos Didáticos

i) Programa, pôster, banner web, convite eletrônico e cartaz (A3) do Festival Tinta Fresca

j) Programa, pôster, banner web, convite eletrônico e cartaz (A3) do Laboratório de Regência

k) Programa dos Concertos especiais

l) Programa, banner web, convite eletrônico e cartaz (A3) dos Clássicos na Praça

m) Programa, banner web, convite eletrônico dos Concertos de Câmara

n) Programa, banner web, convite eletrônico e cartaz (A3) de Turnê Estadual

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.

7 – 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 05 (cinco) parcelas, sendo 20% na assinatura do contrato, 20% na entrega referente à nova marca e campanha de assinaturas da Temporada 2015, 20% na entrega da campanha institucional para a Sala Minas Gerais e primeira versão do planejamento estratégico, 20% na entrega da identidade visual da Temporada 2015 e segunda versão do planejamento estratégico, e os restantes 20% na entrega do planejamento estratégico completo, condicionados aos prazos do cronograma de trabalho anexo.

b – Qualidade da Proposta

Critério para melhor nota – Melhor Proposta

A avaliação considerará a apresentação, consistência, 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:

- 1) um esboço da marca, acompanhado de sua defesa;
- 2) folder da Sala Minas Gerais, considerando a nova identidade;
- 3) caderno de assinaturas – um exemplo de cada seção, considerando a nova identidade;
- 4) programa de concerto *Fortissimo*, considerando a nova identidade;
- 5) convite eletrônico para as séries, considerando a nova identidade.

d – Currículo e Portfólio

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



8 - Forma de Escolha:

Cada quesito indicado no item 7 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.

9 – 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.

10 - 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 ou através do telefone (31) 3219-9000, no horário de 09h00 às 12h00 e de 14h00 às 18h00, de segunda a sexta-feira.

Atenciosamente,



Estevão Fiúza
Diretor Administrativo-financeira
INSTITUTO CULTURAL FILARMÔNICA

Cronograma da prestação dos serviços Ato Convocatório 08/2014

Item	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	dezembro	Janeiro	Fevereiro
	Período de trabalho da empresa contratada							
Planejamento Estratégico de Comunicação	Defesa da nova marca	Apresentação da estratégia e ações de pré-lançamento e lançamento da Campanha de Assinaturas	Apresentação da estratégia e ações de pré-lançamento e lançamento da Sala Minas Gerais	<p>Avaliação do pré-lançamento das assinaturas e realinhamento das ações para o lançamento</p> <p>Apresentação da estratégia de divulgação da Temporada 2015 e dos espaços correlatos à Sala Minas Gerais</p>	<p>Avaliação do pré-lançamento da Sala Minas Gerais e realinhamento das ações para o lançamento</p>	<p>Avaliação dos projetos gráficos modelo da Temporada 2015</p>	<p>Apresentação da redação final do Planejamento</p>	ICF
Marca	Apresentação do esboço da marca	Finalização da marca						
Campanha de assinaturas		Criação e finalização das peças de assinaturas			<p>Dia 04 – lançamento RENOVAÇÃO Dia 25 – lançamento NOVAS ASSINATURAS</p>			
Campanha Institucional Sala Minas Gerais		Criação e finalização de peças da Sala Minas Gerais						27 e 28 Concerto de abertura
Identidade visual Temporada 2015				Criação e entrega dos projetos gráficos modelo da Temporada 2015				

OBS.: O detalhamento de datas para a entrega de cada peça será feito em conjunto com a empresa vencedora.

