

ATO CONVOCATÓRIO 002/2011

OBJETO: Contratação de agência de publicidade para atendimento mensal.

1

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 Guajajaras nº 40, 6º andar, bairro Centro, em Belo Horizonte – MG, vem, por meio desta e nos termos do artigo 15, alínea “d” e §4º 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 de agência para realizar prestação de serviços de publicidade visando o atendimento mensal das atividades da Orquestra Filarmônica de Minas Gerais e demais corpos artísticos geridos pelo INSTITUTO CULTURAL FILARMÔNICA, no que diz respeito à criação e finalização de campanhas e peças publicitárias, bem como o acompanhamento da produção e veiculação, e de serviços de terceiros necessários à execução das atividades propostas, de acordo com as condições previstas no presente documento.

Briefing Geral:

A Orquestra

Sob liderança do seu Diretor Artístico e Regente Titular, maestro Fabio Mechetti, a Filarmônica de Minas apresenta grandes obras do repertório sinfônico, além de produções contemporâneas, com solistas de destaque no Brasil e no mundo. Nelson Freire, Arnaldo Cohen, Corey Cerovsek, Sonia Rubinsky, José Feghali, Shlomo Mintz, Cristina Ortiz, Antonio Meneses, Eliane Coelho, Marcelo Bratke, Augustin Hadelich, Yang Liu e Yoav Talmi são alguns dos nomes que já dividiram os palcos com a Filarmônica de Minas Gerais.

Suas apresentações incluem duas séries no Grande Teatro do Palácio das Artes, em Belo Horizonte, turnês por Minas Gerais e pelo Brasil, Concertos para a Juventude, Clássicos no Parque e Concertos Didáticos. Desde sua primeira temporada, a Filarmônica se apresenta

regularmente nos principais eventos de música clássica do país, como Festival Internacional de Inverno de Campos do Jordão, Festival Internacional de Música Colonial Brasileira e Música Antiga de Juiz de Fora e Rio Folle Journée. Em suas turnês, a Orquestra já esteve em 28 cidades mineiras, além de São Paulo, Rio de Janeiro, Brasília, Goiânia, Campos do Jordão, Salvador, João Pessoa, Recife, Natal, Fortaleza, Belém e Manaus.

2

A Orquestra Filarmônica promove, ainda, duas importantes ações de estímulo à música. Realizado de dois em dois anos, o Festival Tinta Fresca destina-se a compositores mineiros ou residentes em Minas Gerais e premia o vencedor com a encomenda de uma obra estreada pela Orquestra. Já o Laboratório de Regência, atividade anual inédita no Brasil, dá a jovens regentes brasileiros a oportunidade de reger uma orquestra profissional, sob orientação do maestro Fabio Mechetti.

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), criada para estruturar e gerir o projeto de uma grande orquestra em Minas Gerais. O Instituto tem a missão de manter a orquestra, além de estimular ações culturais e educativas para a difusão, promoção e formação de público para a música erudita.

Cada uma das agências concorrentes poderá solicitar agendamento de reunião ou esclarecimentos via telefone, para aprofundamento do Briefing, com equipe responsável pela Diretoria de Comunicação da Orquestra Filarmônica de Minas Gerais. A solicitação deve ser feita com até 03 (três) dias úteis de antecedência ao prazo máximo para recebimento das propostas, podendo ou não ser atendida, de acordo com a disponibilidade da Diretoria de Comunicação do Instituto.

2 – Condições de Participação

Somente serão admitidos a participar deste Edital os fornecedores do ramo do objeto a ser contratado, legalmente constituídos na 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 de comunicação social 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 na 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 das Propostas

Os envelopes contendo os documentos relativos à proposta deverão ser entregues até 15hs00 do dia 31/01/2011, 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 Guajajaras 40, sala 605

Cep: 30.180-100

Belo Horizonte – MG

A/C: Sr. Fernando Lara

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, 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 agência 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.

Os serviços compreendidos neste Ato Convocatório têm previsão de vigência estimada de 07 de fevereiro de 2011 até 31 de janeiro de 2012, ficando a critério único e exclusivo do Instituto a definição de alteração, prorrogação ou rescisão do contrato.

5 – Parâmetros gerais para dimensionamento de custo da Proposta Comercial

O valor da proposta global apresentada pela agência deve contemplar todas as despesas necessárias para a realização dos serviços, incluindo remuneração da própria agência e acompanhamento de produção gráfica e mídia.

O Instituto Cultural Filarmônica informa que as peças descritas abaixo compõem o escopo básico mínimo de divulgação das ações da Orquestra que vem sendo desenvolvido nos últimos anos. Entretanto, outras peças e ações poderão ser propostas pela agência – em adição ou substituição daquelas aqui listadas – em comum acordo com o Instituto Cultural Filarmônica, durante o

planejamento e a execução do plano anual de comunicação da Orquestra Filarmônica de Minas Gerais, sem que isso implique em alteração do valor do Fee Mensal.

Séries Allegro e Vivace

5

Concertos com obras do repertório sinfônico e convidados de renome internacional realizados às terças e quintas, entre março e dezembro de 2011, no Palácio das Artes.

Número de concertos: 21 (11 Allegro e 10 Vivace)

Peças principais:

- **10** Cadernos de programação mensal (março a dezembro), entre 30 e 50 páginas
- **21** roteiros de rádio e TV
- **21** banners animados para página da orquestra na Internet
- **21** convites eletrônicos
- **21** banners de lona para fachada do Palácio das Artes
- **5** anúncios de revista ou jornal

Peça de apoio: Panfleto para concertos com necessidade de divulgação extra.

Observações: Banner animado, convite eletrônico e banner de lona seguem a identidade desenvolvida para os cadernos de programação mensal.

Concertos de Câmara

Concertos realizados com os principais instrumentistas de cada naipe, que proporcionam maior intimidade com a música.

Número de concertos: 7

Peças:

- **7** Cartazes
- **7** panfletos (4 x 0 cores)
- **7** programas (1 dobra, 4x4 cores)
- **7** banners animados para página da orquestra na Internet

- 7 convites eletrônicos

- 1 banner de lona

Observação: Todas as peças da série seguem a mesma identidade, com pequenas variações.

6

Clássicos no Parque

Concertos gratuitos, em praças e parques do estado, ampliando o acesso à música clássica.

Número de concertos: 5

Peças principais:

- 5 programas (4x4 cores)

- 5 roteiros de rádio e TV

- 5 banners animados para página da orquestra na Internet

- 5 convites eletrônicos

- 1 cartaz

- 2 panfletos

Peças de apoio: Cartaz e panfleto para concertos com necessidade de divulgação extra.

Observação: Todas as peças gráficas da série seguem a mesma identidade, com pequenas variações.

Concertos para a Juventude

Realizados em manhãs de domingo, com ingressos a preços populares e participação de jovens solistas.

Número de concertos: 5

Peças:

- 5 programas (4x4 cores, 2 dobras)

- 5 panfletos (4 x4 cores)

- 5 roteiros de rádio e TV

- 5 banners animados para página da orquestra na Internet
- 5 convites eletrônicos
- 1 banner de lona

Observação: Todas as peças da série seguem a mesma identidade, com pequenas variações.

7

Turnês Estaduais

Concertos em diferentes regiões de Minas Gerais levam a música sinfônica de excelência para novos públicos.

Número de turnês: 4

Número de concertos: 12

Peças:

- 12 programas (4x4 cores, 2 dobras)
- 12 panfletos (4x4 cores)
- 12 testeiras para palco
- 4 banners animados para página da orquestra na Internet
- 4 convites eletrônicos
- 4 banners de lona
- 4 roteiros de rádio
- 1 anúncio de revista ou jornal

Turnês Nacionais

Concertos em diferentes regiões do Brasil levam a música sinfônica de excelência para novos públicos.

Número de turnês: 3

Número de concertos: 10

Peças:

- **2** cadernos de programação, aproximadamente 30 páginas
- **1** programa (1 dobra, 4x4 cores)
- **10** panfletos (4 x4 cores)
- **10** cartazes
- **2** anúncios de revista ou jornal
- **2** kits de imprensa (release, DVD fotos, brinde)
- **3** roteiros de rádio.
- **3** banners animados para página da orquestra na Internet
- **3** convites eletrônicos
- 10** banners de lona

Peças de apoio: Outdoor para concertos com necessidade de divulgação extra.

Festival Tinta Fresca

Concurso destinado a valorizar compositores mineiros e fomentar o surgimento de novos talentos.

Número de concertos: 1

Peças:

- **1** livreto programação, aproximadamente 10 páginas
- **1** cartaz
- **1** panfleto (4x4 cores)
- **1** roteiro de rádio e TV
- **3** banners animados para página da orquestra na Internet
- **3** convites eletrônicos
- 1** banner de lona
- **1** diploma

Laboratório de regência

Concerto de encerramento do concurso que permite que jovens regentes brasileiros desenvolvam suas habilidades e pratiquem com uma orquestra profissional.

Número de concertos: 1

9

Peças:

- 2 cartazes
- 2 banners animados para página da orquestra na Internet
- 1 programa (4x4 cores, 1 dobra)
- 1 roteiro de rádio e TV
- 1 diploma
- 1 kit de imprensa (release, DVD fotos, brinde)

Concertos Didáticos

Apresentações para grupos de crianças e jovens da rede escolar pública e particular, instituições sociais e universidades.

Número de concertos: 3

Peças:

- 3 livretos de programação, aproximadamente 10 páginas

Concertos Especiais

Concertos extras, que não fazem parte das tradicionais séries de concertos da Orquestra.

Número de concertos: 5

Peças:

- 2 livretos de programação, aproximadamente 10 páginas
- 2 banners animados para página da orquestra na Internet
- 2 convites eletrônicos

- 1 cartaz
- 1 panfleto (4x0 cores)
- 3 programas (1 dobra, 4x4 cores)

10

Campanha de Assinaturas 2012

Campanha de divulgação do Programa de Assinaturas da Orquestra para a Temporada 2012.

Peças:

- 1 caderno, aproximadamente 50 páginas
- 2 cartazes
- 1 banner de lona
- 3 anúncios para revista ou jornal
- 1 peça de apoio, formato a definir, trazendo de forma reduzida as informações sobre a temporada e sobre o programa de assinaturas.
- 1 roteiro de TV
- 1 roteiro de rádio
- 4 banners animados para página da orquestra na Internet
- 5 convites eletrônicos
- 1 kit do assinante, com embalagem, calendário 2012, brinde, porta-ingresso.
- 1 ação para web
- 1 camiseta

Programação Mensal

Peças produzidas para reforçar a programação mensal da Orquestra.

- 12 cartazes
- 12 postais
- 1 livreto de aproximadamente 50 páginas com programação completa do ano

- 1 cartão de fim de ano

- 5 adesivos

- 5 modelos de ingresso

- 2 banners institucionais de lona

11

As peças descritas poderão ser substituídas de acordo com as demandas do projeto, a critério exclusivo do INSTITUTO CULTURAL FILARMÔNICA, respeitando o valor acordado.

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;
- 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 comprovem que a agência possui experiência igual ou superior a cinco anos no mercado publicitário 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 agência que não os enviar por completo será automaticamente desclassificada. Caso necessário, no momento da contratação as Certidões Negativas de Débito (CND) deverão ser renovadas.

12

6 - Critérios para Seleção

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

a - Fee Mensal

Critério para melhor nota – Menor Preço Mensal

Para cálculo do Fee Mensal, a proponente deverá considerar, no mínimo, a produção de peças para o período contratado, conforme indicado no item 5 do presente Ato Convocatório.

A nota do item será calculada de acordo com a seguinte fórmula:

$$\text{NOTA} = 10 \times (\text{MF} / \text{FP})$$

Onde

MF = Menor valor de FEE mensal apresentado ao Instituto no presente processo seletivo

FP = Valor do FEE mensal apresentado na proposta comercial

b – Desconto sobre criações adicionais (além do Fee Mensal)

Critério para melhor nota – Maior desconto sobre tabela SINAPRO

Caso sejam solicitadas criações e finalizações de peças adicionais ao pactuado no contrato pelo Fee Mensal, a empresa contratada deverá usar, como referência para novas produções, o percentual de desconto pactuado para cada peça, sobre o valor da tabela SINAPRO vigente à época da solicitação de nova peça.

A nota do item será calculada de acordo com a seguinte fórmula:

$$\text{NOTA} = 10 \times (\text{DP} / \text{MD})$$

Onde

DP = Valor do desconto apresentado na proposta comercial em termos percentuais

MD = Maior desconto, em termos percentuais, apresentado ao Instituto no presente processo seletivo

13

c – Custo de Gerenciamento de serviços de Terceiros

Critério para melhor nota – Menor Percentual sobre serviço de terceiros

Percentual a ser pago para as agências a título de acompanhamento de serviços de terceiros compreendidos:

- Percentual cobrado para acompanhamento de produção de Terceiros
- Percentual cobrado para acompanhamento de veiculação de Terceiros

A nota do item será calculada de acordo com a seguinte fórmula:

$$\text{NOTA} = 10 \times (\text{MCAP} / \text{CAP} + \text{MCAV} / \text{CAV}) / 2$$

Onde

MCAP = Menor custo de acompanhamento de produção, em termos percentuais, apresentado ao Instituto no presente processo seletivo

CAP = Custo de acompanhamento de produção apresentado na proposta em termos percentuais

MCAV = Menor custo de acompanhamento de veiculação, em termos percentuais, apresentado ao Instituto no presente processo seletivo

CAV = Custo de acompanhamento de veiculação apresentado na proposta em termos percentuais

Não será aceito, sob pena de desclassificação da proposta, nenhum custo adicional além do previsto no presente item, a qualquer título, que incida sobre os gastos realizados pelo Instituto com fornecedores em função do contrato de prestação de serviços e trabalhos correlatos, tais como veiculação e impressão.

d – Qualidade da Proposta

Critério para melhor nota – Melhor Proposta

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

e – Job Test

Critério para melhor nota – Melhor solução

Cada uma das agências concorrentes deverá apresentar uma solução/estratégia para o seguinte briefing:

14

PROGRAMA MENSAL PALÁCIO DAS ARTES – SÉRIES ALLEGRO E VIVACE

Entre os meses de março e dezembro de 2011, a Orquestra Filarmônica de Minas Gerais fará 21 apresentações no Palácio das Artes, dentro das duas principais séries – Allegro e Vivace. Para estes concertos, serão produzidos, mensalmente, um caderno de programação que traz texto de apresentação do maestro, currículo do maestro, texto sobre as obras interpretadas, informações sobre os compositores, ficha técnica da orquestra, entre outras informações.

Para a temporada 2010, os cadernos tinham entre 30 e 50 páginas, no formato 14x22cm, 4x4 cores em Couche Fosco 230g, dobrado e grampeado, com custo unitário aproximado de R\$2,80 para uma tiragem de 2200 unidades. (Alterações podem ser propostas nas especificações técnicas aqui listadas.)

O desafio é desenvolver uma nova identidade para os programas de 2011, mantendo a qualidade de apresentação das informações e diminuindo o custo unitário em, aproximadamente, R\$ 1,00 por unidade.

Textos e fotos para simulação de um programa mensal poderão ser solicitados à Diretoria de Comunicação da Orquestra Filarmônica de Minas Gerais.

f – Currículo e Portfólio

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

7 - Forma de Escolha

Cada quesito indicado no item 5 será considerado individualmente, como 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 + Nota c + Nota d + Nota e + Nota f

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” a “f” terá peso igual a 01.

15

8 - Pagamento

O pagamento será realizado por meio de cheque nominativo ao credor, depósito bancário ou ordem de pagamento, 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.

A agência eventualmente selecionada 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 agência em função disso. O Instituto poderá se 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 agência selecionada se obriga ainda a assinar todos os documentos e tomar as providências necessárias, junto a terceiros e ao Instituto, para assegurar plenamente a estas prerrogativas aqui listadas sobre os direitos de Propriedade Intelectual.

16

Qualquer emissão de faturas e notas fiscais, pela agência 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 Administrativa 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.

A agência selecionada 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 apresentadas para realização da Campanha de Assinaturas 2011.

Informações complementares que visam obter maiores esclarecimentos sobre o presente Edital serão prestadas pelo Instituto por e-mail ou através do telefone (31) 3219-9000 no horário de 09hs00 às 12hs00 ou de 14hs00 às 18hs00, de segunda a sexta-feira.

Atenciosamente,

Tiago Cacique Moraes
Diretor de Administração e Finanças
INSTITUTO CULTURAL FILARMÔNICA