

ATO CONVOCATÓRIO 03/2026

O Instituto Cultural Filarmônica vem, por meio deste, publicar resposta a questionamentos referentes ao Ato Convocatório 03/2026, para seleção de empresa especializada na prestação de para prestação de serviços de publicidade e design para criação e implementação de nova identidade visual institucional da Orquestra Filarmônica de Minas Gerais.

Pergunta 01:

O item 5 do edital menciona que a proposta deve contemplar as "despesas necessárias para realização dos serviços gráficos", enquanto o escopo fala em diagramação de materiais "prontos para produção gráfica e/ou veiculação". O orçamento global deve contemplar os custos de impressão física (produção em gráfica) dos materiais ou apenas a entrega dos arquivos digitais fechados (arte-final) para que o próprio Instituto realize a impressão?

Resposta 01:

Os custos de impressão física não devem ser incluídos no orçamento final, pois serão cobertos à parte pelo Instituto Cultural Filarmônica. A empresa escolhida será responsável por fornecer os arquivos finais prontos para impressão e por orientar sobre o tipo de material a ser utilizado na gráfica.

Pergunta 02:

Para o correto dimensionamento das horas de diagramação, existe uma estimativa prévia (média histórica) do número de páginas do "Livro da temporada anual de concertos 2027" e do "Guia de venda de assinaturas"?

Resposta 02:

A quantidade de páginas pode variar dependendo do formato escolhido para a produção dos materiais. No entanto, a média é de 124 a 184 páginas para o Livro da Temporada e de 28 a 32 páginas para o Guia de Venda de Assinaturas.

Pergunta 03:

Em relação à Fase 1, o Instituto disponibilizará o mailing de assinantes, parceiros e públicos estratégicos para a realização das entrevistas? Há alguma expectativa mínima de amostragem quantitativa ou qualitativa por parte da Filarmônica para essa etapa?

Resposta 03:

O *mailing* estará disponível. Espera-se uma amostragem de, aproximadamente, 400 participantes.

Pergunta 04:

O escopo prevê a criação e o desenvolvimento das campanhas de Assinaturas 2027 e Amigos da Filarmônica. O orçamento da agência deve prever valores destinados à compra de mídia (veiculação impulsionada em redes sociais, OOH, rádio, etc.) ou nossa responsabilidade financeira se restringe exclusivamente à criação e desdobramento das peças?

Resposta 04:

Não está prevista a criação ou o desenvolvimento de estratégias de campanha, mas sim o desdobramento da identidade visual para essas campanhas. O orçamento da empresa deve cobrir apenas o desdobramento visual, excluindo estratégias de comunicação e marketing.

Pergunta 05:

Os custos referentes à aquisição de licenças comerciais definitivas de tipografias e bancos de imagens (para uso do Instituto) devem ser embutidos no Preço Global da proposta, considerando a cessão total e permanente de direitos de Propriedade Intelectual prevista no edital?

Resposta 05:

Não é necessário incluir no orçamento as licenças para tipografias e bancos de imagens. Contudo, a proposta visual não deve se limitar apenas ao uso de fontes pagas, devendo também explorar a liberdade de escolha de fontes gratuitas e acessíveis. Isto porque a aquisição de tipografias ou banco de imagens específicos que não sejam de livre acesso poderá gerar custos extras para o ICF, cabendo ao Instituto aprovar ou não o uso desses recursos na nova identidade.


Pergunta 06:

A Segunda Etapa (Defesa) menciona convocação para reunião "presencial ou virtual". Ao longo do cronograma de trabalho (Fases 1 a 6), há a obrigatoriedade de reuniões presenciais de alinhamento em Belo Horizonte, ou o fluxo de aprovações poderá ser conduzido de forma remota? (Dúvida visando o cálculo exato de custos de deslocamento previstos no Anexo II).

Resposta 06:

Caso a empresa não seja sediada em Belo Horizonte, as reuniões da segunda etapa, assim como todo o processo de execução do contrato, poderão ocorrer de forma virtual.

Belo Horizonte, 25 de março de 2026.



Zilka Caribé

Diretora de Marketing e Comunicação



Joaquim Barreto Guimarães

Diretor Administrativo-financeiro

INSTITUTO CULTURAL FILARMÔNICA