



A Sinfonia do Cerrado terá cinco apresentações da Orquestra Sinfônica de Goiânia no Teatro Rio Vermelho, com acesso de 2kg de alimentos para o publico, destinados a instituição OVG. Serão homenageados e apresentados espetáculos de compositores brasileiros com, Villa Lobos, Carlos Gomes, Lorenzo Fernandez, Francisco Mignone, Radamés Gnatalli, Camargo Guarnieri, Guerra-Peixe, Cláudio Santoro e Edino Krieger Também iremos brindar a cidade com espetáculos musicais de qualidade durante as comemorações dos 80 anos da capital goiana..



JUSTIFICATIVA

A Música Erudita, ou Clássica, ou de Concerto, no Brasil dos primeiros séculos de colonização portuguesa, vinculava-se estritamente à Igreja e à catequese. Com o passar do tempo, irmandades de música, salas de concerto e manuscritos brasileiros vão traçando o perfil de uma atividade crescente no país, onde pontificaram nomes como Antônio José da Silva, cognominado "O Judeu", José Joaquim Emerico Lobo de Mesquita, Caetano de Mello Jesus, entre outros.

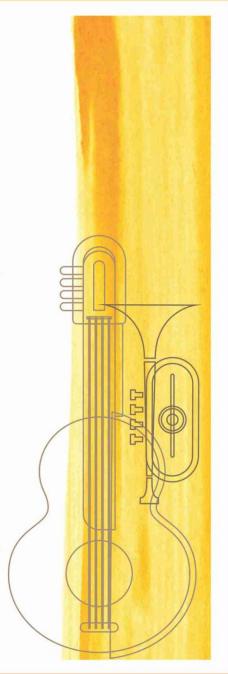
Nessa época, ignorava-se alguns compositores, exatamente por causa da excessiva brasilidade de suas composições. Por devido ao grande sucesso da europa.

É a partir de Villa-Lobos que o Brasil descobre a música erudita e o país passa, desde então, a produzir talentos em série: Lorenzo Fernandez, Francisco Mignone, Radamés Gnatalli, Camargo Guarnieri, Guerra-Peixe, Cláudio Santoro e Edino Krieger são alguns desses expoentes.

Mas mesmo hoje, o Brasil ainda é um país que não percebeu o devido valor da música clássica ou erudita ou de concerto, talvez por causa de nossa história ou de nossa situação político-econômica. Os músicos eruditos e os artistas em geral são, como na opinião do professor Koellreutter, "uma espécie de Quixotes, que lutam contra os moinhos de ventos".

O projeto em questão se torna viável dada a sua relevância no cenário cultural de nossa cidade, tendo em vista que Goiás hoje se destaca somente como um estado sertanejo, queremos mudar esta realidade, possibilitando outros tipos de públicos, onde possam experimentar novas formas de cultura, principalmente a musica erudita.

Este projeto se justifica pois pretende modificar a realidade cultural de nossa cidade, colocando estes concertos na lista de calendário oficial dos eventos do nosso estado, fazendo que com isto possamos atingir um publico culto entre as classes ABC+ com idades de 25 a 50 anos.



OBJETIVOS

A Temporada 2013 tem como objetivo geral desenvolver atividades voltadas para a promoção das séries tradicionais de concertos que ganham as denominações Villa Lobos, Carlos Gomes, Lorenzo Fernandez, Francisco Mignone, Radamés Gnatalli, Camargo Guarnieri, Guerra-Peixe, Cláudio Santoro e Edino Krieger.

A programação oficial prevê á realização de cinco concertos no Teatro Rio Vermelho. Os concertos serão distribuídos ao longo do período compreendido entre os meses de maio, junho e julho de 2013. A programação de concertos busca abranger um número maior de público, não deixando de valorizar os frequentadores assíduo que há muito prestigia as apresentações da orquestra, mas procurando cativar, também, novos entusiastas, para os quais se procura programar apresentações que despertem o interesse pela música sinfônica.

Nosso objetivo e ampliar a gama de projetos para proporcionar o acesso á cultura em Goiânia e no estado. Fomentar a cultura musical erudita



METODOLOGIA

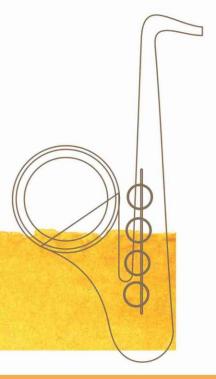
Dados da 3ª Pesquisa Anual "Comunicação por atitude nas maiores empresas do Brasil", realizada pela Significa, em 2006, mostram que 73% das organizações pesquisadas investem em cultura objetivando criar uma reputação cidadã e 71% delas objetivam relacionamento com o público-alvo. Deve-se observar que as empresas podiam apontar mais de um objetivo.

Além disso, a pesquisa também mostrou que, dos recursos totais destinados à comunicação, 25% foram aplicados em comunicação por atitude.

Outro dado importante é que 78% das empresas pesquisadas aumentaram ou mantiveram seus investimentos em atitudes.

Ressalta-se também que 73% das empresas afirmaram que, nos últimos anos, o retorno sobre o investimento em atitudes aumentou. E 17% das organizações observaram que o mesmo retorno foi mantido. Apenas 3% tiveram redução no retorno.

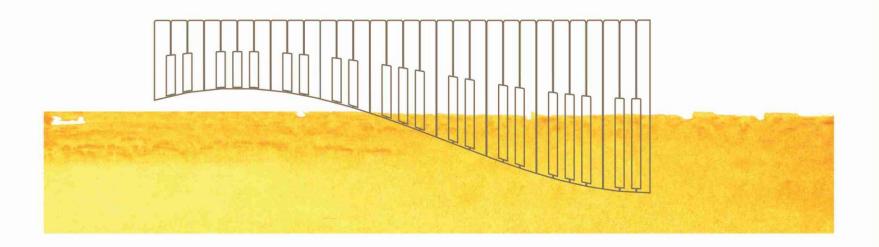
Por tudo isso ao incentivar projetos culturais, as empresas estão assumindo seu papel na democratização e difusão da cultura, na promoção da cidadania e no desenvolvimento do bem comum e da sociedade, por meio de todas as dimensões da cultura: simbólica, econômica, e a de direito e cidadania. Desta forma, as organizações crescem junto com a comunidade, desenvolvendo-se com sustentabilidade.



METODOLOGIA

CALENDARIO DE AÇÕES

ITENS	MÊS 1	MÊS 2	MÊS 3	MÊS 4	MÊS 5	MÊS 6	MÊS 7
CAPTAÇÃO	Х	Х					
PRÉ PRODUÇÃO	Х	X					
PRODUÇÃO			Х	Х			
DIVULGAÇÃO			Х	X	Х		
REALIZÇÃO				Х	Х		
PÓS-PRODUÇÃO					Х	X	
PRESTAÇÃO DE CONTAS						Х	Х



LEI ROUANET ART. 18

Concebida em 1991 para incentivar investimentos culturais, a Lei Federal de Incentivo à Cultura (Lei nº. 8.313/91), ou a Lei Rouanet, como também é conhecida, pode ser usada por empresas e pessoas físicas que desejam financiar projetos culturais.

Ela institui o Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac), que é formado por três mecanismos: o Fundo Nacional de Cultura (FNC), o Incentivo Fiscal (Mecenato), e o Fundo de Investimento Cultural e Artístico (FICART).

Pronac

O Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac) tem a finalidade de captar recursos para fomentar a atividade cultural e artística.

Incentivo Fiscal (Mecenato)

Mecenato é um dos mecanismos de implementação do Pronac e consiste em uma forma de captar recursos junto às pessoas físicas e jurídicas, por meio de dedução do imposto de renda, para projetos culturais previamente aprovados pelo MinC.

Quem pode incentivar:

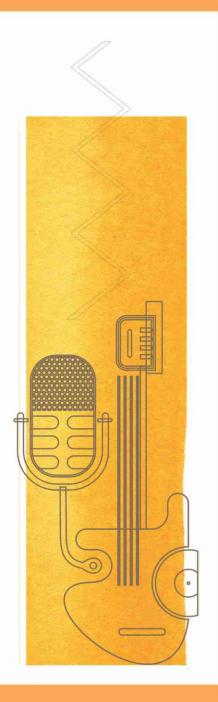
- Pessoas Jurídicas tributadas com base no lucro real;
- Pessoas Físicas pagadoras de Imposto de Renda.

Pessoa Física

Quando o projeto cultural apoiado enquadrar-se no artigo 18, as pessoas físicas poderão deduzir do Imposto de Renda das Pessoas Físicas (IRPF) 100% do valor incentivado, mas até o limite de 6% do imposto devido.

Pessoa Jurídica

Se o projeto cultural apoiado enquadrar-se no artigo 18, as pessoas jurídicas podem deduzir do imposto de renda 100% do valor incentivado até o limite de 4% do imposto devido, independentemente da forma de incentivo – doação ou patrocínio. Isto quer dizer que se o valor incentivado for menor do que 4% do imposto de renda devido deduz-se do imposto de renda das pessoas jurídicas (IRPJ) 100% do valor incentivado, mas se for maior, deduz-se os 4% do imposto devido.



Benefícios para a sua empresa

Benefícios Diretos

O MinC concederá certificados de reconhecimento, que poderão ser usados para fins promocionais a incentivadores, beneficiários e entidades culturais que se destaquem. Ressalta-se que esse certificado está em fase de implementação.

Os patrocinadores podem receber até 10% do produto cultural para distribuição promocional gratuita. Caso haja mais de um patrocinador, a distribuição dos produtos resultantes do projeto deve ser feita proporcionalmente ao investimento feito, respeitando-se o referido limite de 10% para o conjunto de incentivadores.

O patrocinador pode inserir sua marca no produto cultural e em todo material de divulgação.

NOTA: Vale salientar que os incentivadores podem usar, cumulativamente, leis de incentivo federal, estadual e municipal. Dados da 3ª Pesquisa Anual "Comunicação por Atitude nas Maiores Empresas do Brasil", realizada pela Significa / Articultura, em 2006, mostram que das empresas pesquisadas que utilizam leis de incentivo, 95% usam a federal, 42% usam lei estadual e12% usam lei municipal.

As empresas conseguem interagir, relacionar-se com o público-alvo, inclusive pela possibilidade de distribuir convites para eventos, fazer mais contatos e fortalecer vínculos. Esse relacionamento permite que se conquiste uma boa reputação perante o público. Isso melhora a imagem corporativa, a qual é um atributo intangível importante para as empresas diferenciarem-se das demais, já que não pode ser copiada, porque é resultado da impressão dos consumidores, formada em decorrência de um conjunto de ações da organização.



Benefícios para a sua empresa

Além da boa imagem, as ações culturais geram valorização da marca e dá maior credibilidade a ela. Assim, a organização pode conquistar importante posicionamento estratégico.

Tudo isso mostra os benefícios do marketing cultural e social no ambiente externo da empresa. No entanto, há também benefícios internos, na medida em que ações culturais propiciam o endomarketing. Por meio do incentivo a projetos, a empresa pode ampliar o acesso de funcionários e de suas famílias aos bens culturais, quando distribui o produto do projeto entre eles. Além disso, a organização expressa os valores da cultura organizacional.

Desta forma, aumenta-se o estímulo e a auto-estima dos funcionários e proporciona-se identificação deles com a empresa em que trabalham. Os funcionários sentem mais orgulho de trabalhar em uma organização que tem compromisso com o bem comum. Conseqüentemente, tornam-se mais produtivos e mais fiéis à empresa. Vale salientar também que assim a organização amplia a capacidade de contratar e de manter talentos.



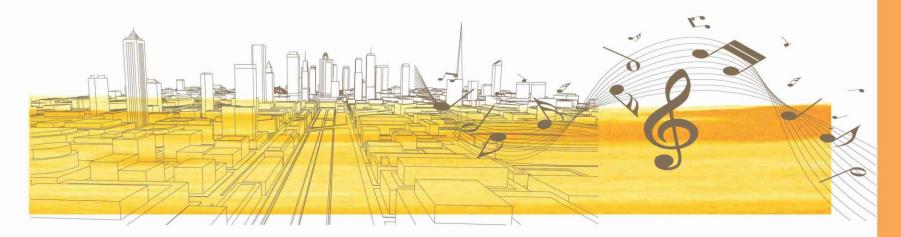
Responsabilidade Social Empresarial

De acordo com o Grupo de Instituições, Fundações e Empresas (GIFE), a Responsabilidade Social Empresarial é uma forma ética de conduzir os negócios de tal maneira que a torna parceira e co-responsável pelo desenvolvimento do país. Essa postura ética envolve a relação com todos os públicos de interesse dos negócios - fornecedores, acionistas, governo, funcionários e a comunidade. Por meio da Responsabilidade Social, seriam alocados recursos privados para fins privados.

Vários fatores impulsionaram as organizações a exercerem atividades sociais, como a globalização, o advento de organismos internacionais e a crescente preocupação com o desenvolvimento sustentável. Além disso, em um mercado bastante competitivo e em constante mudança, até pelos fatores citados, torna-se cada vez mais importante que as organizações consigam diferenciar-se da concorrência. Para atingir esse objetivo, as empresas têm optado por incrementar ativos intangíveis, como a boa imagem corporativa, uma vez que eles são mais difíceis de serem copiados do que os tangíveis.

As organizações que realizam um trabalho de responsabilidade social contínuo e dinâmico conseguem a empatia da comunidade e têm maior possibilidade de subsistirem, na medida em que conseguem se adaptar às demandas da sociedade, que compõe o ambiente externo da empresa.

Além disso, o incentivo à cultura local é um dos mais importantes e atraentes meios éticos e socialmente responsáveis de construir um vínculo com a comunidade, na medida em que demonstra o compromisso da organização com ela.



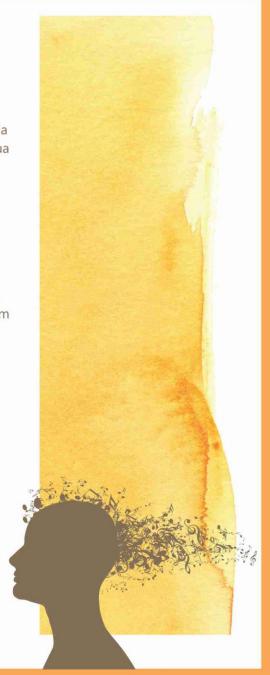
Investimento Social Privado

Quanto ao Investimento Social Privado, a referida organização conceitua-o como uma especificação da Responsabilidade Social e ocorre no momento em que a empresa profissionaliza ou institucionaliza sua ação social com a comunidade, ou seja, quando ela decide repassar recursos privados para fins públicos. Ao transferir para a área social seu know-how de gestão, planejamento, cumprimento de metas, avaliação de resultados para promover transformação social, ela está praticando Investimento Social Privado.

Cada vez mais empresas têm percebido como o investimento social é uma ótima ferramenta de comunicação, até mesmo pelo fato de que a organização permite que suas ações comuniquem suas qualidades a seus stakeholders, o que tem causado muito mais impacto e obtido mais eficácia do que ferramentas de comunicação por meio das quais as organizações apenas falam sobre si mesmas. E com esse tipo de conduta, elas estão se adaptando às mudanças ambientais, visto que atendem aos interesses de seus públicos estratégicos, os quais têm se tornado mais críticos e exigido, de forma crescente, que as empresas não cumpram apenas seu papel tradicional, mas também que assumam sua responsabilidade de colaborar para construir uma sociedade melhor.

Na pesquisa Responsabilidade Social das Empresas – Percepção do Consumidor Brasileiro, realizada em 2005, pelo Instituto Ethos, foi questionado o grau de concordância ou discordância com a afirmação: "Estou muito interessado em saber como as empresas tentam ser socialmente responsáveis". A soma dos que concordaram totalmente ou em parte foi de 78%.

A fim de que a comunicação por atitude seja eficaz, o patrocínio de projetos deve seguir um planejamento de longo prazo, ao invés de restringir-se a alguns eventos isolados. Além disso, essas ações refletem os valores da empresa. Desta forma, a marca permanece na memória das pessoas e os benefícios para a sociedade vão ser permanentes.



Plano de mídia

Maior destaque x - - 50.000 Panfletos de Altíssima qualidade e gramatura 21x30 cm. x x x 10 Banners impressos 1x1,5m. x x x 10 Banners impressos 1.20x0,80 m. x x x 10.000 Cartazes 45x64cm. x x x 10.035 Convites (tamanho não definido). x x x 100.000 Disparos de mailing list. x x x 40 Outdoor x x - 40 Busdoor x x - 20 Crachás x x - Slides - Telão do evento x x x 45.000 DVD's x x x 1 Site do evento x x x 8 Banners digital x - - 8 Super banners digital x - - 8 Half banners digital x - - 10.035 SMS x x x 20 Bonés x	BENEFÍCIOS	DIAMANTE	OURO	PRATA
10 Banners impressos 1x1,5m. x x x 10 Banners impressos 1.20x0,80 m. x x x 10.000 Cartazes 45x64cm. x x x 10.035 Convites (tamanho não definido). x x x 100.000 Disparos de mailing list. x x x 40 Outdoor x x - 40 Busdoor x x - 20 Crachás x - - Slides - Telão do evento x x x 15:000 DVD's x x x 1 Site do evento x x x 8 Banners digital x - - 8 Super banners digital x - - 8 Half banners digital x - - 10.035 SMS x - - 20 Camisetas x x x 20 Bonés. x x x 20 Bonés. x x x	Maior destaque	x	-	-
10 Banners impressos 1.20x0,80 m. x x x 10.000 Cartazes 45x64cm. x x x 10.035 Convites (tamanho não definido). x x x 100.000 Disparos de mailing list. x x x 40 Outdoor x x x 40 Busdoor x x - 20 Crachás x - - Slides - Telão do evento x x x 15.000 DVD's x x x 1 Site do evento x x x 8 Banners digital x - - 8 Super banners digital x - - 8 Half banners digital x - - 10.035 SMS x - - 20 Camisetas x x x 20 Bonés. x x x 20 Bonés. x x x 10.035 informativos (tamanho não definido). x x x </td <td>50.000 Panfletos de Altíssima qualidade e gramatura 21x30 c</td> <td>em. x</td> <td>X</td> <td>Х</td>	50.000 Panfletos de Altíssima qualidade e gramatura 21x30 c	em. x	X	Х
10.000 Cartazes 45x64cm. x x x 10.035 Convites (tamanho não definido). x x x 100.000 Disparos de mailing list. x x x 40 Outdoor x x - 40 Busdoor x x - 20 Crachás x - - Slides - Telão do evento x x x 15.000 DVD's x x x 1 Site do evento x x x 8 Banners digital x - - 8 Super banners digital x - - 8 Half banners digital x - - 10.035 SMS x - - 20 Camisetas x x x 20 Bonés. x x x 20 Bonés. x x x 10.035 informativos (tamanho não definido). x x x Dedução do Imposto fiscal x x x	10 Banners impressos 1x1,5m.	x	Х	Х
10.035 Convites (tamanho não definido). x x x 100.000 Disparos de mailing list. x x x 40 Outdoor x x - 40 Busdoor x x - 20 Crachás x - - Slides - Telão do evento x x x 15.000 DVD's x x x 1 Site do evento x x x 8 Banners digital x - - 8 Super banners digital x - - 8 Half banners digital x - - 10.035 SMS x - - 20 Camisetas x x x 20 Camisetas x x x 20 Bonés. x x x 10.035 informativos(tamanho não definido). x x x Dedução do Imposto fiscal x x x Divulgação em Jornais da cidade x x x	10 Banners impressos 1.20x0,80 m.	х	Х	Х
100.000 Disparos de mailing list. x x x 40 Outdoor x x - 40 Busdoor x x - 20 Crachás x - - Slides - Telão do evento x x x 15.000 DVD's x x x 1 Site do evento x x x 8 Banners digital x - - 8 Super banners digital x - - 8 Half banners digital x - - 10.035 SMS x - - 20 Camisetas x x x 20 Camisetas x x x 20 Bonés x x x 10.035 informativos(tamanho não definido). x x x Dedução do Imposto fiscal x x x Divulgação em Jornais da cidade x x x Sites locais x x x -	10.000 Cartazes 45x64cm.	x	Х	Х
40 Outdoor x x - 40 Busdoor x x - 20 Crachás x - - Slides - Telão do evento x x x 15.000 DVD's x x x 1 Site do evento x x x 8 Banners digital x - - 8 Super banners digital x - - 8 Half banners digital x - - 10.035 SMS x - - 20 Camisetas x x x 20 Camisetas x x x 20 Bonés x x x 10.035 informativos(tamanho não definido). x x x Dedução do Imposto fiscal x x x Divulgação em Jornais da cidade x x x Sites locais x x - Comerciais locias em TV. (GLOBO, SBT) X - -	10.035 Convites (tamanho não definido).	х	Х	Х
40 Busdoor x x - - 20 Crachás x -	100.000 Disparos de mailing list.	x	х	Х
20 Crachás x - - Slides - Telão do evento x x x 15.000 DVD's x x x 1 Site do evento x x x 8 Banners digital x - - 8 Super banners digital x - - 8 Half banners digital x - - 10.035 SMS x - - 20 Camisetas x x x Certificado para os patrocinadores x x X 20 Bonés. x x x 10.035 informativos (tamanho não definido). x x x Dedução do Imposto fiscal x x x Divulgação em Jornais da cidade x x x Sites locais x x x Comerciais locias em TV. (GLOBO, SBT) X -	40 Outdoor	x	X	₹.
Slides - Telão do evento x x x 15.000 DVD's x x x 1 Site do evento x x x 8 Banners digital x - - 8 Super banners digital x - - 8 Half banners digital x - - 10.035 SMS x - - 20 Camisetas x x x Certificado para os patrocinadores x x x 20 Bonés. x x x 10.035 informativos(tamanho não definido). x x x Dedução do Imposto fiscal x x x Divulgação em Jornais da cidade x x x Sites locais x x x Comerciais locias em TV. (GLOBO, SBT) X -	40 Busdoor	x	Х	-
15.000 DVD's x x x 1 Site do evento x x x 8 Banners digital x - - 8 Half banners digital x - - 10.035 SMS x - - 20 Camisetas x x x Certificado para os patrocinadores x x X 20 Bonés. x x x 10.035 informativos(tamanho não definido). x x x Dedução do Imposto fiscal x x x Divulgação em Jornais da cidade x x x Sites locais x x x Comerciais locias em TV. (GLOBO, SBT) X -	20 Crachás	х	9 4	-
1 Site do evento	Slides - Telão do evento	х	Х	х
8 Banners digital x 8 Super banners digital x 8 Half banners digital x	15.000 DVD's	х	x	Х
8 Super banners digital x 8 Half banners digital x	1 Site do evento	х	Х	X .
8 Half banners digital x 10.035 SMS x 20 Camisetas x x x x x x x x x x x x x x x x x x x	8 Banners digital	Х	-	-
10.035 SMS	8 Super banners digital	x	-	_
20 Camisetas x x x X Certificado para os patrocinadores x x X 20 Bonés. x x x x x 10.035 informativos(tamanho não definido). x x x x Dedução do Imposto fiscal x x x x Divulgação em Jornais da cidade x x x x Sites Iocais x x x x Comerciais Iocias em TV. (GLOBO, SBT) X	8 Half banners digital	X	-	- 1
Certificado para os patrocinadores x x X 20 Bonés. x x x - 10.035 informativos(tamanho não definido). x x x Dedução do Imposto fiscal x x x - Divulgação em Jornais da cidade x x x x Sites locais x x x - Comerciais locias em TV. (GLOBO, SBT) X	10.035 SMS	X	-	-
20 Bonés.	20 Camisetas	х	Х	Х
10.035 informativos(tamanho não definido). Dedução do Imposto fiscal Divulgação em Jornais da cidade X X X X Comerciais locias em TV. (GLOBO, SBT) X X X X -	Certificado para os patrocinadores	X	Х	Χ
Dedução do Imposto fiscal x x - Divulgação em Jornais da cidade x x x Sites locais x x - Comerciais locias em TV. (GLOBO, SBT) X - -	20 Bonés.	х	Х	
Divulgação em Jornais da cidade x x x Sites locais x x - Comerciais locias em TV. (GLOBO, SBT) X - -	10.035 informativos (tamanho não definido).	х	Х	Х
Sites locais x x - Comerciais locias em TV. (GLOBO, SBT) X	Dedução do Imposto fiscal	х	Х	-
Comerciais locias em TV. (GLOBO, SBT) X	Divulgação em Jornais da cidade	х	Х	Х
	Sites locais	х	х	-
Vinhetas locas em Radio (CBN FM, EXECUTIVA FM) X	Comerciais locias em TV. (GLOBO, SBT)	X	n-	-
	Vinhetas locas em Radio (CBN FM, EXECUTIVA FM)	X	-	



Orçamento

PRÉ-PRODUÇÃO	20%
PRODUÇÃO	30%
DIVULGAÇÃO	30%
PRESTAÇÃO DE CONTAS	20%
Total do Investimento	R\$ 1.243.050,00

Datas dos Eventos

23 de maio de 2013	Teatro Rio Vermelho
06 de junho de 2013	Teatro Rio Vermelho
20 de junho de 2013	Teatro Rio Vermelho
11 de julho de 2013	Teatro Rio Vermelho
25 de julho de 2013	Teatro Rio Vermelho

*Essas datas estão sujeitas a alteração.

Valor das Cotas

Cotas OURO	55.000,00
Cota DIAMANTE	150.000,00
Cotas PRATA (Apoio Cultural)	30.000,00
	(NÃO INCLUI NO IMPOSTO FISCAL)

^{*}Valores sugerido, sujeito a negociações.

Veículos











OUTDOOR / BUSDOOR / CARTAZ / FLYER





REALIZAÇÃO:

Ministério da **Cultura**





