



PERIFERIA

COM ARTE E CULTURA

EQUIPE TÉCNICA

ADVOGADA

Luciana de Melo
Falcão

CONTADOR

Michel Costa
da Silva

PROPONENTE

Sérgio Rafael Mendes Gomes

COORDENAÇÃO
GERAL

Joelma Andrade de Lima

COORDENADOR
DE OFICINAS

Centro Educacional, Cultural e Social do Ibura

COORDENADOR
DE PRODUÇÃO

Felipe da Silva Oliveira

EQUIPE APOIO

PROFISSIONAIS A
SEREM CONTRATADOS:

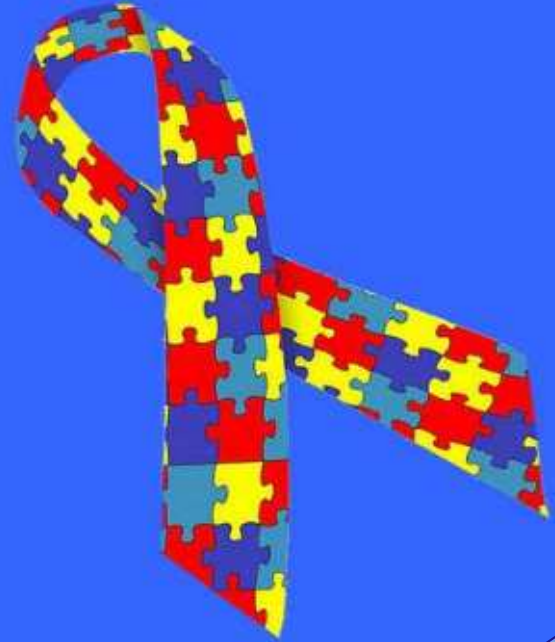
**Assistentes; Assistente Narrador;
Intérprete de Libras e Fotógrafo.**

OBJETIVO

O projeto visa a realização de oficinas, exposição visual, além de palestra cultural e revitalização visual nas comunidades totalmente grátis.

Sendo certo que todas as atividades são voltadas ao público infantil, jovem e idosos, moradores de regiões periféricas que queiram participar, sem precisar passar por processo seletivo.

ACESSIBILIDADE



**Infraestrutura e
adaptação de espaços
para priorizar e
facilitar acesso;**

intérprete de libras;

Assistente Narrador;

**Monitores capacitados
para ajudar alunos com
necessidades especial.**

DESENVOLVIMENTO CRIATIVO-ECONÔMICO



O PROJETO
CAPACITARÁ OS
ALUNOS A
DESENVOLVEREM SUA
CRIATIVIDADE E
TRANSFORMAR EM
FONTE DE RENDA



REVITALIZAÇÃO VISUAL

Projeto
continuará
produzindo
revitalizações
visuais em
comunidades
e espaços
públicos





LIVRE-SE DA
PRISÃO DA MENTE



SEJA NOSSO PARCEIRO

Tendo conhecimento e reconhecimento dos grandes esforços de responsabilidade social e cultural que o MARCA vem desenvolvendo no Brasil e especialmente em Pernambuco. Seremos mais uma ponte entre essa visão de responsabilidade social e cultural e o povo de Pernambuco.

Por estarmos realizando esse projeto em uma das mais importantes capitais do Nordeste do Brasil, essa parceria irá ajudar a fortalecer a marca e difundir seu protagonismo no setor.

VALORES QUE O PROJETO EMPRESTA A MARCA

CONEXÃO
HUMANA

SUSTENTABILIDADE

EDUCAÇÃO
CULTURAL

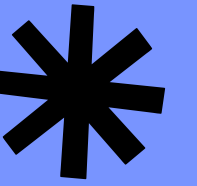
ACESSIBILIDADE

IDENTIDADE COLETIVA

ECONOMIA
CRIATIVA



Brand Experience



Não é fácil criar uma Brand Experience duradoura, e as empresas de hoje precisam monitorar o valor da marca com cada vez mais frequência.

Gerenciar a Brand Experience (e a história da marca) ajuda a aumentar o volume de vendas, consolidar preços mais altos para os produtos e criar percepções de marca motivadoras. 80% dos consumidores dizem que são mais fiéis às marcas que se mantêm relevantes para eles.

Com finalidade de fortalecimento da experiência de marca, teremos área temática para o Brand Experience, fotografias e compartilhamento em redes sociais.

Aumentando assim o engajamento nas redes sociais do patrocinador e do projeto.

OBJETIVOS DO PATROCÍNIO

VISIBILIDADE
DA MARCA

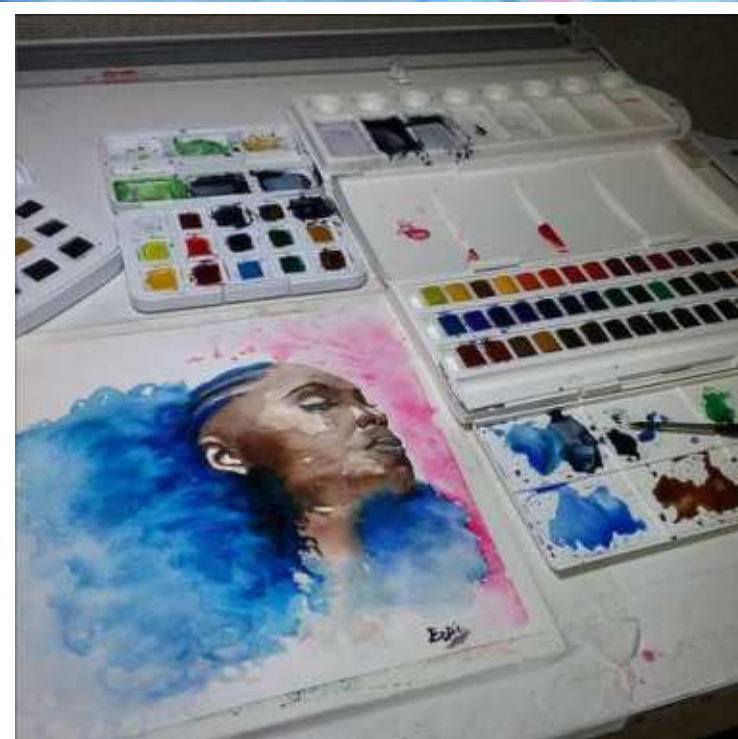
DIFUSÃO DOS
VALORES DA
MARCA

AUMENTAR O
BRAND LOVE

EXPERIÊNCIA
DE MARCA

AUMENTAR VENDAS

TRABALHAR O
ENDOMARKETING



IMPACTO AMBIENTAL

TODO MATERIAL
POSSÍVEL DE SER
RECICLADO PRODUZIDO
PELO PROJETO SERÁ
ENVIADO PARA
ASSOCIAÇÃO
RECICLADORA

TODAS AS
PUBLICAÇÕES
IMPRESSAS E
DISTRIBUÍDAS TERÃO A
MENSAGEM:
“Não jogue nas vias
públicas, preserve o
meio ambiente”



SERÁ PRIORIDADE A UTILIZAÇÃO DE INSUMOS RECICLADOS
NO MATERIAL DE DIVULGAÇÃO E UTILIZAÇÃO NAS AULAS.

ODS



CONTRAPARTIDAS | COTAS DE PATROCÍNIO

COTA DE PATROCÍNIO	PARCEIRO PREMIUM	PARCEIRO PLATINUM (50%)	PARCEIRO DIAMOND (100%)
Inserção de Logomarca em: Material gráfico, Anúncios impressos, Uniformes, Banner do evento, Pórtico de entrada/Balcão entrada, Mesa de debate;	OK	OK	OK
Projeção na parede/Pintura/Banner ou Adesivos, Hotsite/twitter/blog do evento, Cordão do crachá;	X	OK	OK
Espaços de publicidade no site/Redes sociais do evento;	OK	OK	OK
Inclusão de material institucional no encarte ou kit;	X	OK	OK
Banner na entrada;	X	OK	OK
Exibição de vídeo institucional ou comercial (tempo do vídeo negociável);	X	X	OK
Menção de abertura;	OK	OK	OK
Divulgação pela assessoria de imprensa;	X	OK	OK
Panfletagem na entrada ou saída do evento;	X	OK	OK
Espaço para estande;	X	X	OK
Possibilidade de Participação de Funcionários como voluntários dentro do projeto;	X	OK	OK
Brand Love	X	OK	OK
Naming Rights.	X	X	OK
Brand Experience	X	OK	OK
Endomarketing	X	OK	OK



CUSTO DO PROJETO

R\$492.453,90


PRONAC: 222198

DADOS PARA DEPÓSITO

BANCO: 001 (BANCO DO BRASIL)

AGÊNCIA: 3250-6

**CONTA CORRENTE:
41699-1**



**PORTARIA: 716
14/12/2022**

EXPECTATIVA DE PÚBLICO

300

ALUNOS NO PROJETO

3.500

EXPOSIÇÃO DE ARTE

30.500

REDES SOCIAIS



51.000

REVITALIZAÇÃO VISUAL

85.300

PÚBLICO TOTAL



VR Projetos
Culturais e Educacionais

Fone 51 3737 0809
contato@vrprojetos.com.br