

**SEJA UM  
PATROCINADOR**



*Apresenta:*





O Projeto Cadenza tem como início e finalidade:

- 🎻 Desenvolver o aluno como um todo.
- 🎻 Permitindo que ele possa se perceber e executar obras instrumental ou na voz cantada.

 Fomento à cultura

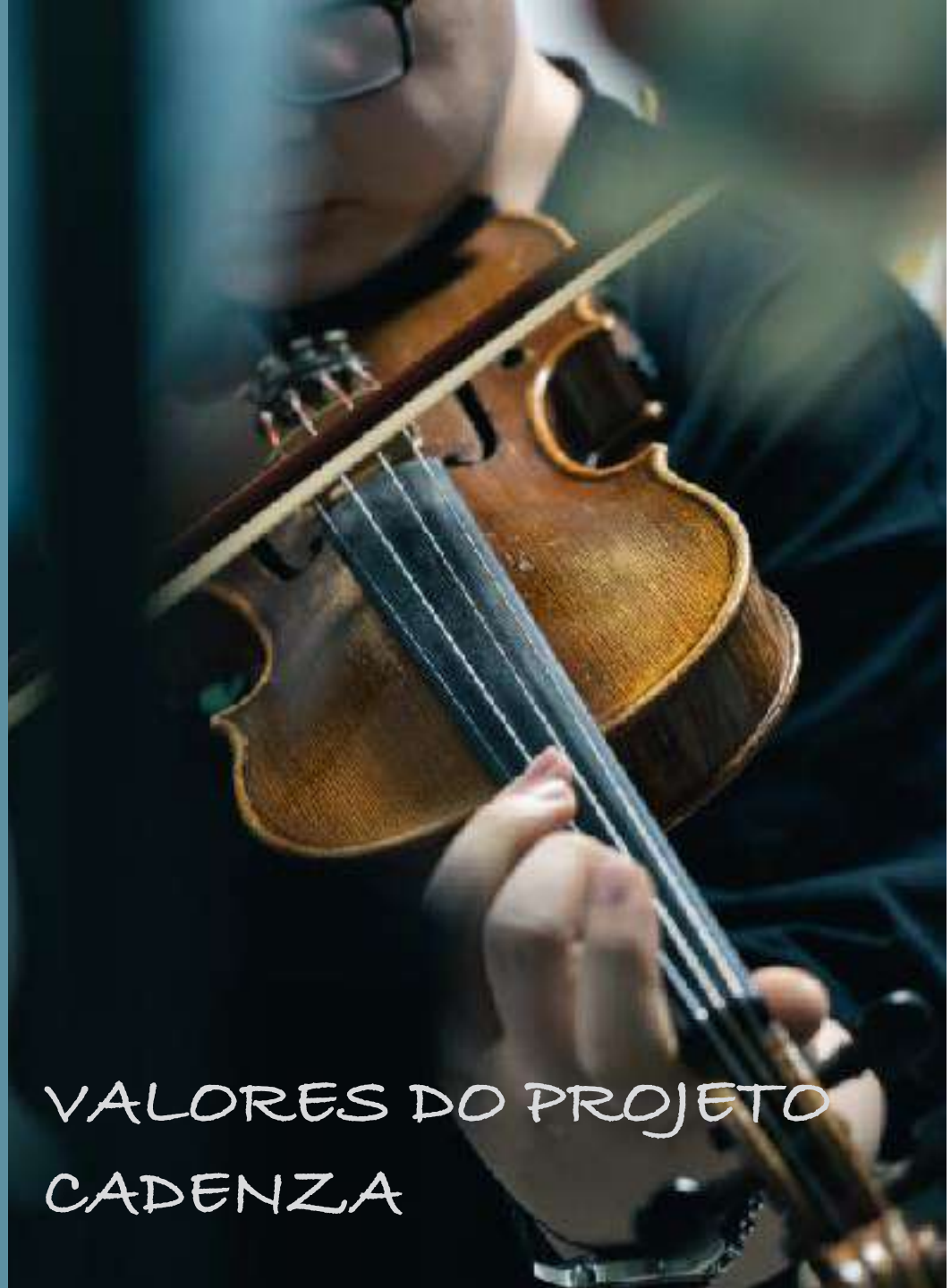
 Capacitação de jovens

 Democratização e acesso à música

 Conexão

 **INCLUSÃO**

VALORES DO PROJETO  
CADENZA



# OBJETIVO ESPECÍFICO

## OFICINA

Realizar durante 8 meses oficinas de música para:  
Violão, Piano, Técnica Vocal, Violino, Violoncelo e Bateria.  
**Serão disponibilizadas 80 vagas.**

## APRESENTAÇÃO MUSICAL

Realizar 4 apresentações musicais dos participantes das oficinas, com duração de uma hora e meia.  
**Público Total Estimado: 2.320 pessoas.**

## CONTRAPARTIDA SOCIAL

Realizar Palestras com Tema: Orquestra de Camara como contrapartida social.  
**Serão disponibilizadas 240 vagas.**





## **PÚBLICO-ALVO**

**Crianças a partir  
de 7 anos de idade  
em situação de  
vulnerabilidade.**

**Jovens e adultos  
até 60 anos.**

**Alunos e  
professores de  
escola pública**

# DEMOCRATIZAÇÃO DO ACESSO



## OFICINAS

60% das vagas serão distribuídas de forma gratuita como bolsas integrais (crianças e adolescentes em situação de vulnerabilidade), enquanto 40% das vagas serão distribuídas para Comunidade Geral, também de forma gratuita.

## APRESENTAÇÃO MUSICAL

20% dos ingressos será distribuído de forma gratuita para a população e 10% será vendido a preço popular.

## CONTRAPARTIDA SOCIAL

Serão distribuídos 240 vagas para comunidade (Escolas - Públicas)  
Tema - Orquestra de Camara.

A man with a beard, wearing a blue cap and a grey hoodie, is seen from behind, sitting in a black wheelchair on a city sidewalk. The background shows a street with parked cars, trees, and a building under a clear sky.

# ACESSIBILIDADE

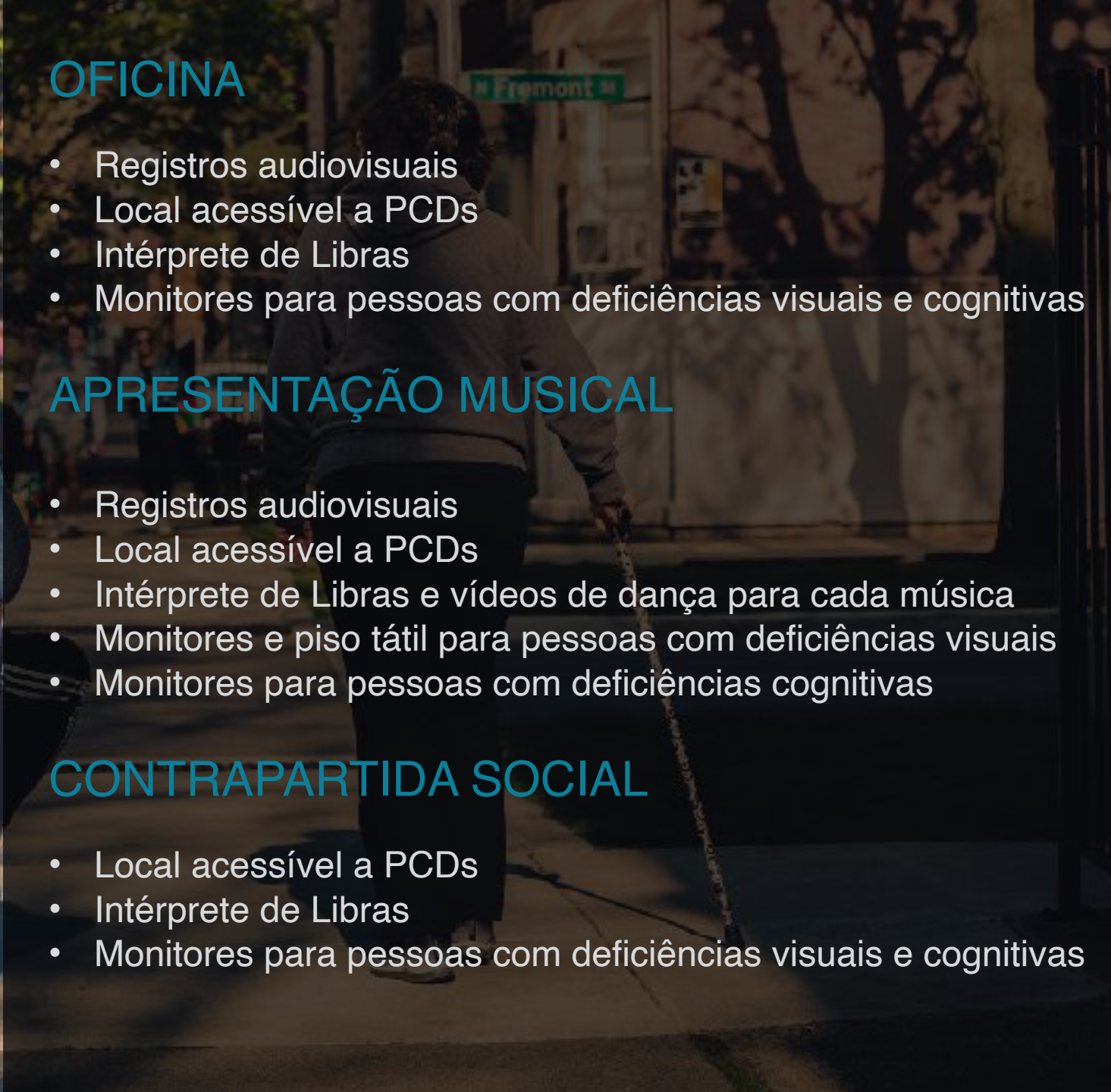
## OFICINA

- Registros audiovisuais
- Local acessível a PCDs
- Intérprete de Libras
- Monitores para pessoas com deficiências visuais e cognitivas

## APRESENTAÇÃO MUSICAL

- Registros audiovisuais
- Local acessível a PCDs
- Intérprete de Libras e vídeos de dança para cada música
- Monitores e piso tátil para pessoas com deficiências visuais
- Monitores para pessoas com deficiências cognitivas

## CONTRAPARTIDA SOCIAL

- Local acessível a PCDs
  - Intérprete de Libras
  - Monitores para pessoas com deficiências visuais e cognitivas
- 
- A person wearing a grey hoodie and dark pants is walking away from the camera on a sidewalk. They are using a long, thin cane to navigate. In the background, there are trees and a street sign that says "Fremont".



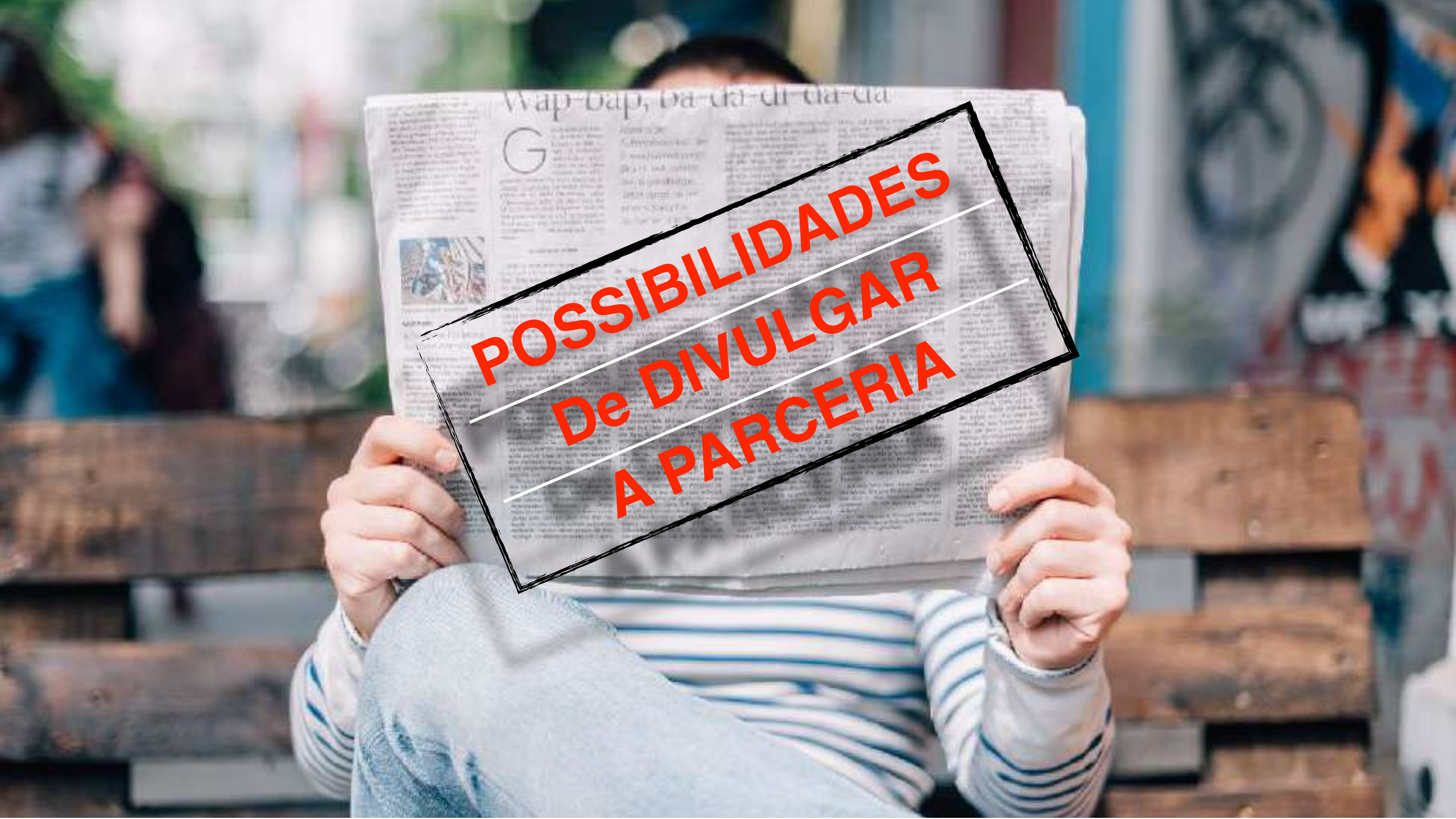
**Projeto aprovado no  
Artigo 18 da Lei Federal de  
Incentivo à cultura, Lei 8.313/91.**



**Permite abatimento de 100% do  
valor despendido pelo  
patrocinador.**




**A restituição é limitada a 4% do I.R.  
devido por Pessoas Jurídicas.**



**POSSIBILIDADES  
De DIVULGAR  
A PARCERIA**

# TELÃO DE ABERTURA APRESENTAÇÕES:

 A marca estará presente em um vídeo de cerca de 1 minuto (será veiculado antes das apresentações).

Objetivos ativados:

- Engajamento de marca
- Visibilidade da marca
- Naming Rights



# FLYERS DAS APRESENTAÇÕES



A marca estará presente nos flyers produzidos para as apresentações musicais, independente de onde aconteçam.

Objetivos ativados

- Brand Love
- Relações públicas



# TELEVISORES

A marca será veiculada em televisores instalados na recepção da sede do projeto.

Objetivos ativados:

- Engajamento de marca
- Brand Love
- Visibilidade da marca



# BANNERS




Serão utilizados na Entrada da Recepção e em todas as Ações de Apresentações e Contrapartidas Sociais do Projeto.

Objetivos Ativados:

- Brand Love.
- Visibilidade da marca.
- Engajamento de marca.



# OUTDOORS


 Serão instalados ao longo da cidade - Outdoor divulgando o Projeto e a Marca Patrocinadora.

Objetivos Ativados:

- Visibilidade da Marca
- Engajamento da Marca
- Fortalecimento Marca.



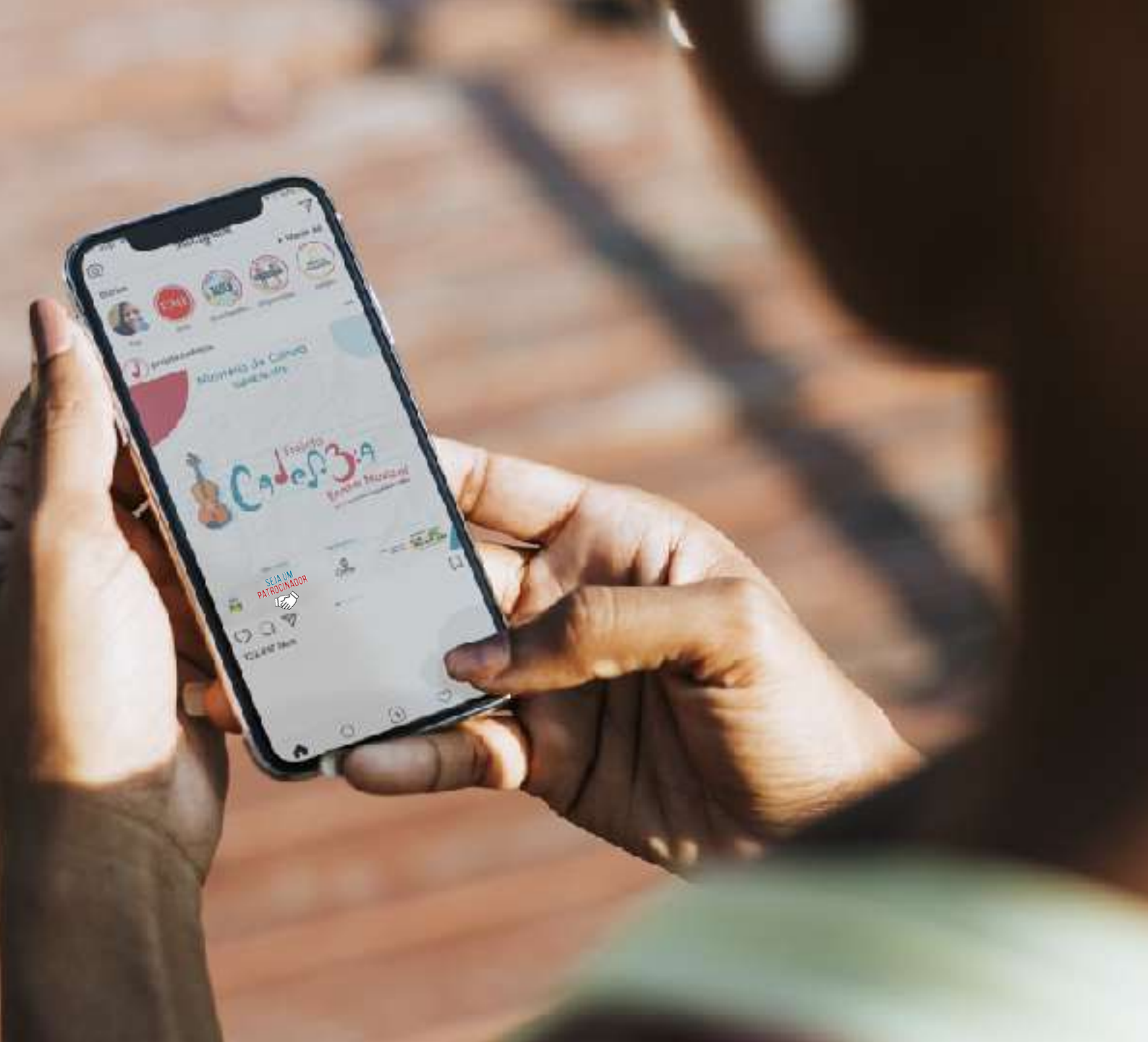
## PROPAGANDAS DE TV / RÁDIOS / JORNAL

 A Marca será Veiculada em Propagandas Televisivas do Projeto.

### Objetivos Ativados:

- Visibilidade da Marca
- Engajamento da Marca
- Fortalecimento Marca.





# REDES SOCIAIS



A marca será veiculada em peças de divulgação veiculadas nas redes sociais do projeto.

## Objetivos Ativados:

- Visibilidade da marca
- Engajamento de marca
- Brand love

Wap-bap, ba-da-di-ta-da


G



**ATIVACÕES  
De MARCA**



# ***PALCO COM NOME PATROCINADOR:***

 Poderá dar nome ao palco do evento. |

Ex: Palco  Music.

Objetivos ativados:

- Engajamento de marca
- Visibilidade da marca
- Naming Rights



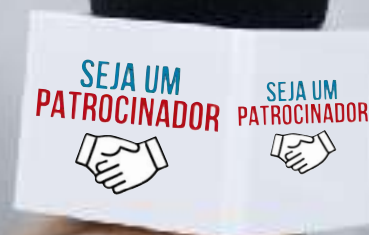
## REPÓRTER




Nas Apresentações a empresa poderá ir com repórter para realizar com os convidados ações de entrevista, etc.

### Objetivos Ativados:

- Visibilidade da Marca
- Engajamento da Marca
- Fortalecimento Marca.



# TELÃO DE ABERTURA APRESENTAÇÕES:

 A marca estará presente em um vídeo de cerca de 1 minuto (será veiculado antes das apresentações).

Objetivos ativados:

- Engajamento de marca
- Visibilidade da marca
- Naming Rights





# TROFÉU





Na Apresentação no Teatro será realizado premiação dos melhores alunos de cada categoria, e o nome da sua marca poderá estar no troféu

Objetivos Ativados:

- Visibilidade da Marca
- Engajamento da Marca
- Fortalecimento Marca
- Naming Rights

# ***AULAS DE MÚSICA:***

 Uma parte das vagas das aulas será destinado a Comunidade em Geral.


 Você ou os Colaboradores poderão fazer parte do quadro de alunos do Projeto.

**SEJA UM  
PATROCINADOR**



**Projeto  
Cade3:A**

## DEGUSTAÇÃO MUSICAL

 A Marca Patrocinadora poderá ter no Hall de sua empresa, Refeitório ou em alguma data especial/comemorativa uma Degustação Musical.

### Objetivos Ativados:

- Visibilidade da Marca
- Engajamento da Marca
- Fortalecimento Marca.

SEJA UM  
PATROCINADOR



# INGRESSOS APRESENTAÇÃO



Na Apresentação no Teatro será disponibilizado parte de ingressos para o Patrocinador.

Objetivos Ativados:

- Visibilidade da Marca
- Engajamento da Marca
- Naming Rights

BILHETERIA



SEJA UM  
PATROCINADOR





# REDES SOCIAIS



A marca será veiculada em peças de divulgação nas redes sociais do projeto (Youtube/Instagram/Facebook).

## Objetivos Ativados:

- Visibilidade da marca
- Engajamento de marca
- Brand love

# ATIVAÇÕES DE MARCA



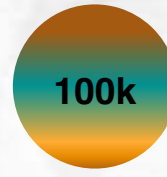
OURO



PRATA



BRONZE



LATÃO

Palco com nome do patrocinador



Repórter a serviço do patrocinador



Vídeo de 1 minuto no telão



Troféu com nome do patrocinador



Vagas para aulas de música



Degustação musical



Ingressos para as apresentações



Anúncio com a marca nas redes de mídia



# RESULTADOS

Ao longo da execução do projeto serão entregues dois relatórios completos com as seguintes informações:

Total de pessoas  
no evento.

Total de  
pessoas  
atingidas pela  
mídia.

ROI  
(Retorno sobre  
Investimentos)

ROO  
(Retorno sobre  
Objetivos)



**MUITO  
OBRIGADO!**



# VR Projetos

Culturais e Educacionais

Fone 51 3737 0809  
[contato@vrprojetos.com.br](mailto:contato@vrprojetos.com.br)