

Festival de Rock & MPB
Edição Goiânia · Maio 2027

Proposta de patrocínio · 2 dias · ~10 mil pessoas

LEI DE INCENTIVO À CULTURA · PRONAC 267904 · ART. 18

NOSSA PREMISSA

“As marcas não compram ativos. Elas compram outcomes.”

Por isso, cada página a seguir responde a um dos 10 critérios que sua empresa usa para decidir — com o resultado que a marca leva, não só o espaço que ocupa.

- Objetivos da Marca
- Público
- Visibilidade
- Vendas
- Impacto Comunitário
- Potencial de Marketing
- Mídia
- Relacionamento
- Mídias Sociais
- Engajamento Interno

O FESTIVAL

Dois dias de rock e MPB brasileiros em Goiânia

Maio de 2027 · Arena Multiplace · shows, feira gastronômica, arte urbana, acessibilidade total e ingresso social.

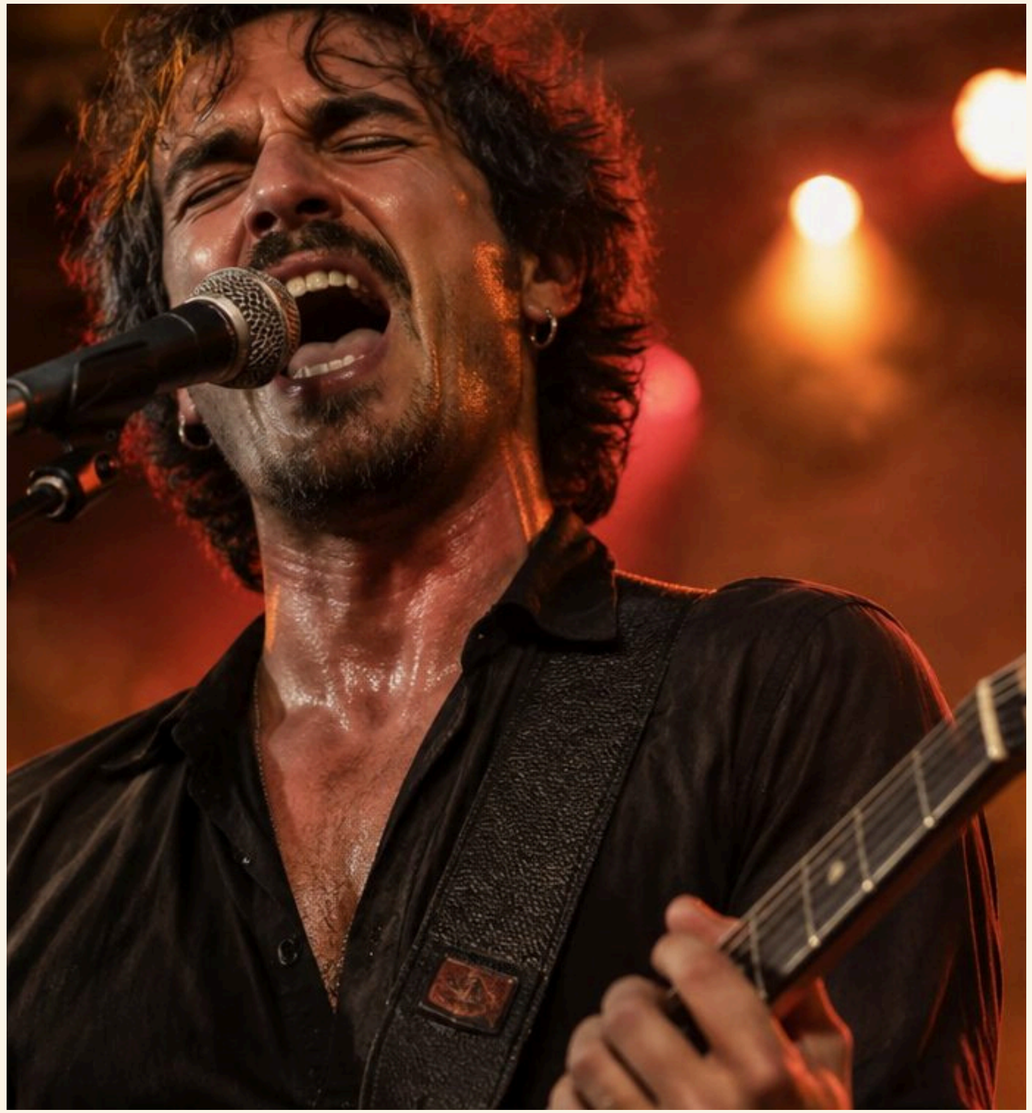
Dia 1

Ira! · Rodrigo Suricato · Legião Urbana Cover · 3 bandas locais

Dia 2

Zeca Baleiro · Fernando Bocão · David Coelho · Cássia Eller Cover · 3 bandas locais

Line-up previsto, sujeito a confirmação contratual.



O FESTIVAL EM NÚMEROS

Escala para gerar resultado mensurável

10 mil
pessoas presentes (~5 mil por dia)

~3 mi
habitantes em Goiânia e raio de 200 km

14.850
ingressos no plano de distribuição

1.485
ingressos reservados aos patrocinadores

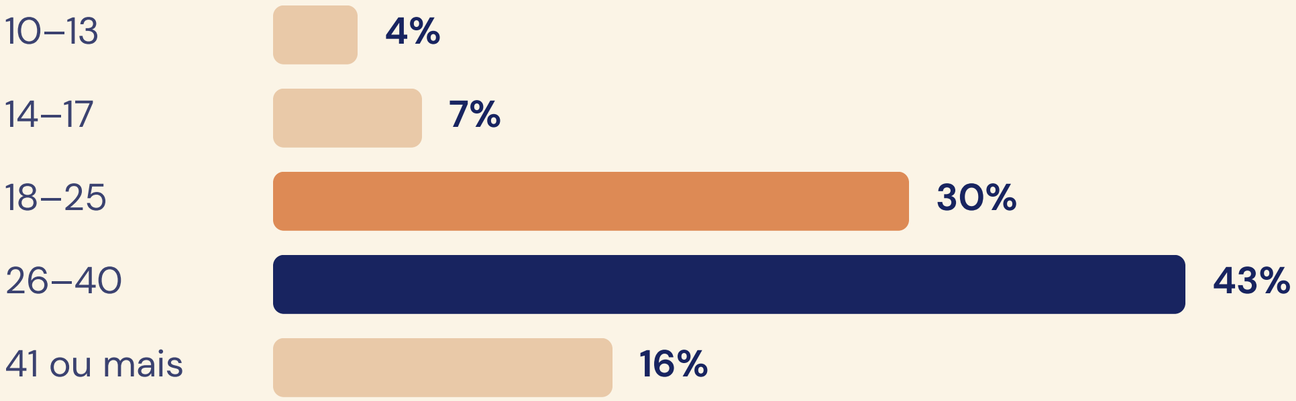
120+
países ouvem Fernando Bocão, idealizador

10 meses
de ciclo de comunicação com a marca

Fontes: projeto do proponente e plano de distribuição Salic · 04

CRITÉRIO · PÚBLICO

Adultos de 18 a 40 anos: quem decide a compra



Perfil estimado de público por faixa etária.

73%

entre 18 e 40 anos — renda ativa, alto consumo e forte presença digital

54% • 46%

homens e mulheres: público equilibrado, pronto para marcas de massa

CRITÉRIO · OBJETIVOS DA MARCA

Seu objetivo, nossa entrega, o indicador

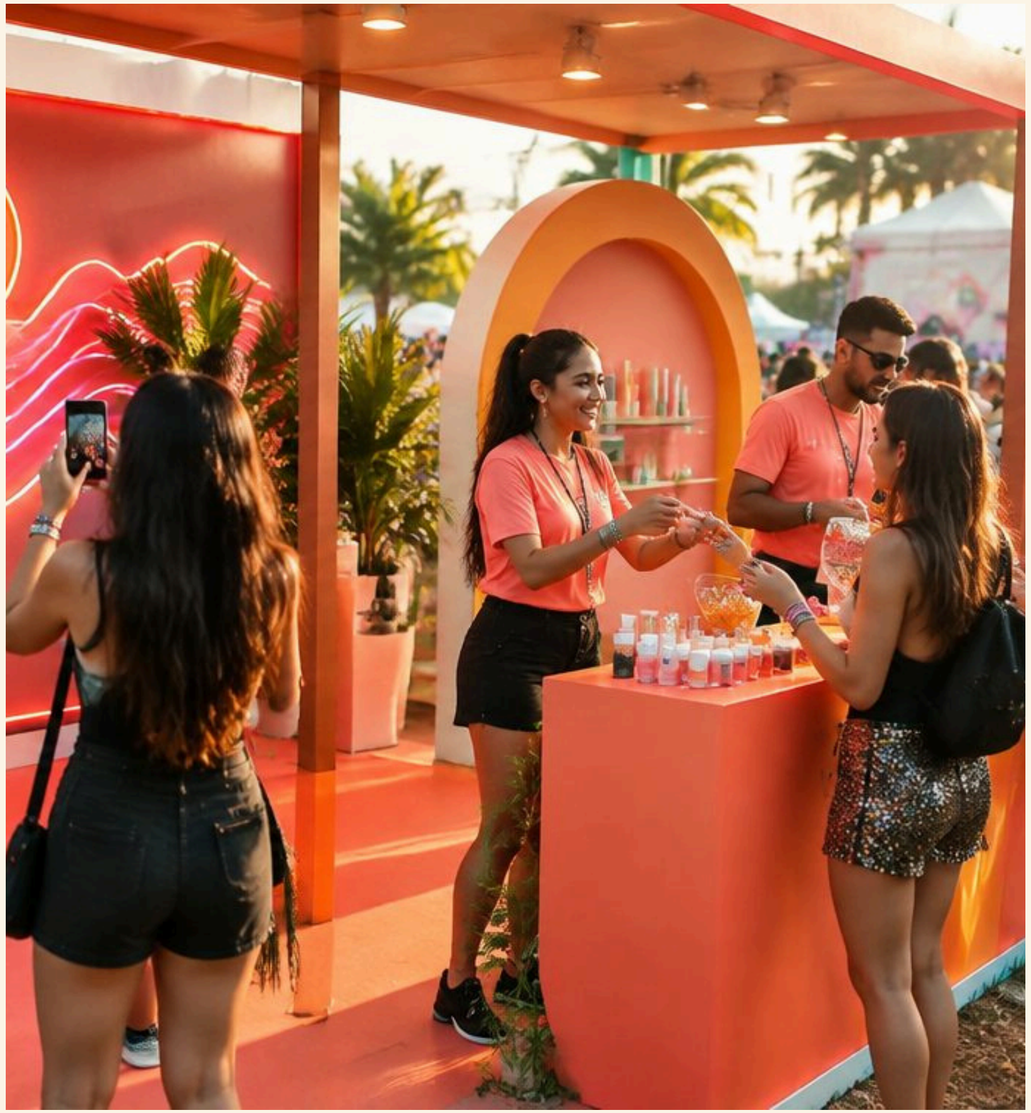
Objetivo da marca	O que o festival entrega	Como medimos
Awareness regional	Marca no palco, outdoors, mídia e redes por 10 meses	Alcance e impressões
Afinidade e rejuvenescimento	Conexão emocional com rock e MPB, público 18–40	Lembrança de marca no evento
Reputação ESG	Ingresso solidário, acessibilidade, meta Lixo Zero	Kg doados, pessoas atendidas
Vendas e leads	Stand 4x4, sampling e cupons via QR code	Leads, cupons, vendas no local
Relacionamento	Ingressos para clientes e parceiros-chave	Convidados recebidos
Orgulho interno	Ingressos e voluntariado para colaboradores	Adesão e pesquisa interna



CRITÉRIO · VISIBILIDADE

Sua marca onde todos os olhares estão

Telões do palco principal · balões e flag winds · banners e outdoors · camisetas da equipe · copos ecológicos



CRITÉRIO · VENDAS

Do contato à conversão, no mesmo dia

Estande 4x4 de ativação
Experimentação, demonstração e venda direta ao público

Sampling para 10 mil pessoas
Produto na mão do consumidor, no momento de maior afeto

Leads qualificados via QR code
Cadastro com consentimento (LGPD) para a base da marca

Cupons rastreáveis
Conversão medida no pós-evento, loja física ou online

CRITÉRIO · IMPACTO COMUNITÁRIO

Cultura que chega a quem mais precisa

Ingresso solidário

1 kg de alimento por ingresso, doado a instituições sociais de Goiânia

Pé-de-Meia

Cota de ingressos gratuitos para estudantes da rede pública

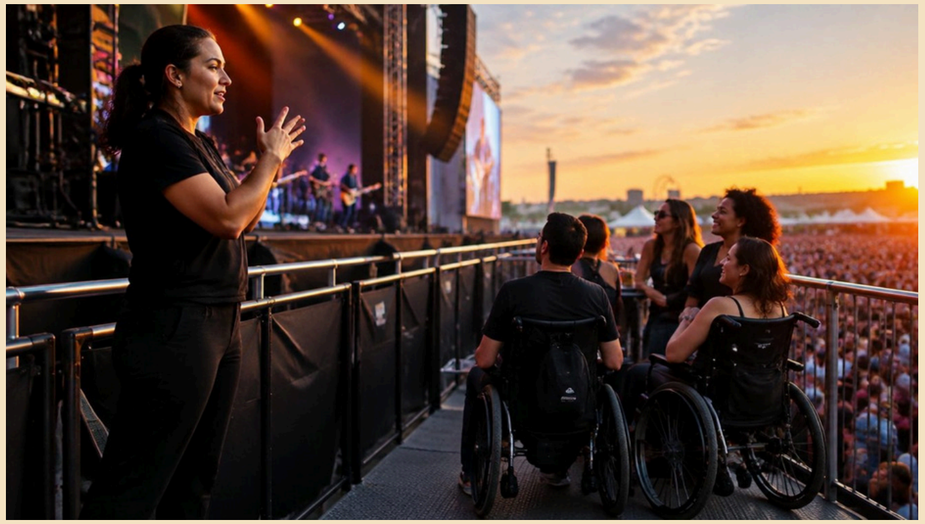
Acessibilidade

Libras, audiodescrição, áreas reservadas e equipe treinada

Economia local

6 bandas locais, food trucks e fornecedores goianos







ESG · SUSTENTABILIDADE

Rumo ao Lixo Zero, com a sua marca na mão do público

Copo ecológico
Item reutilizável que o público leva para casa

Coleta seletiva e educação ambiental
Descarte orgânico e seco, economia circular

Dados para o relatório ESG
Quilos de resíduos reciclados, reportados ao patrocinador

CRITÉRIO · POTENCIAL DE MARKETING

Plataformas proprietárias para a sua marca contar histórias

Concurso de bandas
Votação no Instagram escolhe a banda local — naming disponível

Conteúdo com artistas
Marca presente em vídeos e posts criados pelos músicos

Grafite ao vivo
Painéis de arte urbana pintados durante o festival

Feira gastronômica
Food trucks goianos: espaço ideal para naming e experiência

Vídeo do festival
Registro publicado no YouTube: mídia perene após o evento



CRITÉRIO · MÍDIA

Mídia paga, espontânea e própria trabalhando juntas

Paga

- Outdoors na cidade
- Anúncios patrocinados na internet
- Link patrocinado do festival
- Rádio e TV

Espontânea

- Assessoria de imprensa dedicada
- Veículos e mídia especializada
- Cobertura de shows nacionais

Própria

- Redes oficiais do festival
- Vídeo no YouTube
- Relatório de resultados

3 mi+ de pessoas no alcance previsto das campanhas em Goiânia e região, durante os 6 meses de pré-produção

CRITÉRIO · MÍDIAS SOCIAIS

Cada fã com um celular é um canal da sua marca

Redes dos artistas
Marca citada nos perfis dos músicos — milhões de seguidores somados

Concurso por engajamento
Bandas mobilizam seus fãs para votar nos posts oficiais

Conteúdo gerado pelo público
Hashtag, filtro e photo spot da marca multiplicam o alcance





CRITÉRIO · RELACIONAMENTO

Momentos que fortalecem negócios

1.485 ingressos para patrocinadores
Convites para clientes, distribuidores e parceiros-chave

Lounge de hospitalidade
Espaço reservado com vista para o palco

Encontro com artistas
Meet & greet para convidados, conforme agenda dos músicos

Promoções com parceiros
Ingressos como prêmio em campanhas de trade e varejo

CRITÉRIO · ENGAJAMENTO INTERNO

Colaboradores que vivem o propósito da marca

01

Ingressos para o time

Parte da cota de patrocinador vai para colaboradores e famílias, como reconhecimento

02

Voluntariado corporativo

Equipes na triagem dos alimentos do ingresso solidário e na coleta seletiva

03

Orgulho de pertencer

Conteúdo exclusivo para a comunicação interna e camisetas do festival

Resultado: endomarketing com propósito, medido por adesão às ações e pesquisa de clima.

COTAS DE PATROCÍNIO

Escolha o tamanho do seu resultado

Entrega	Master · 1	Ouro · 2	Prata · 3	Apoio
Investimento por cota	R$ 300 mil	R$ 150 mil	R$ 50 mil	de R$ 10 mil
Marca nos telões	Destaque	Grande	Média	Pequena
Naming	Apresenta	Palco ou feira	Concurso	—
Estande 4x4	Sim	Sim	—	—
Copo ecológico	Exclusivo	—	—	—
Ingressos de cortesia	600	250	80	até 35
Posts e conteúdo	8 posts	4 posts	2 posts	1 menção
Materiais e relatório	Sim	Sim	Sim	Sim

LEI DE INCENTIVO À CULTURA · ARTIGO 18

100% do valor deduzido do Imposto de Renda

Empresas do lucro real abatem integralmente o patrocínio, até 4% do IR devido. O recurso que iria ao imposto vira resultado para a marca.

1
Escolha da cota e assinatura do termo

2
Depósito na conta de captação do projeto

3
Recibo de mecenato emitido pelo proponente

4
Dedução na apuração do IR da empresa

Pronac 267904 **Aprovado** R$ 783.750,01 **Captação até** 31/12/2026 **Proponente** regular

Fonte: Salic/MinC e DOU · Lei 8.313/1991 · 17

MENSURAÇÃO

Outcomes comprovados em relatório

Alcance e impressões
Mídia paga e redes oficiais

Público presente
Controle de bilheteria e acesso

Leads e cupons
QR codes do estande e ações

Menções e UGC
Monitoramento de hashtag e marca

Mídia espontânea
Clipping com valoração

Impacto social
Kg de alimentos e pessoas atendidas

Resíduos reciclados
Pesagem da coleta seletiva

Lembrança de marca
Pesquisa com o público no evento

Relatório de resultados entregue ao patrocinador em até 90 dias após o festival, com fotos, vídeo e números.

Captação aberta até 31/12/2026 · cotas a partir de R$ 10 mil



good vibes

Vamos juntos fazer o maior festival de Goiânia?

Alvaro Minduim – Minduim Produções

(62)98298-7848 · contato@minduimproducoes.com.br