LEI FEDERAL DE INCENTIVO À CULTURA · PRONAC 268767

Orquestra Sinfônica UFG

Temporada 2027 · 120 músicos · 8 apresentações gratuitas · Goiânia

Proposta de patrocínio

FUNAPE · Universidade Federal de Goiás · Escola de Música e Artes da Cena

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

Por isso, as próximas páginas respondem aos 10 critérios de decisão da sua empresa com o resultado que cada um entrega — e com a forma de medi-lo.

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

O PROJETO · VALOR APROVADO R$ 1.484.406

Uma plataforma cultural de 8 meses, em números

120

músicos em formação continuada: orquestra, coro e duas cameratas

8

apresentações gratuitas: 5 concertos da temporada e 3 dos grupos de câmara

1.500

ingressos gratuitos, 300 por apresentação

188 h

de formação: 48 ensaios, masterclasses, oficinas, palestras e seminários

2.000

exemplares gratuitos: livro técnico e cadernos educativos

100%

das atividades com Libras, audiodescrição, legendas e Braille

TEMPORADA 2027 · JUNHO A NOVEMBRO

Cinco estreias, cinco ciclos de visibilidade

JUNHO

Concerto de Gala

Abertura oficial com todos os grupos no palco

JULHO

Concerto Didático “Grandes Compositores”

Mediação para estudantes, professores e famílias

AGOSTO

Concerto Especial “70 anos EM”

Celebra os 70 anos da Escola de Música da UFG

SETEMBRO

Aniversário da UFG

A universidade abre a festa para a cidade

NOVEMBRO

Grande Concerto de Natal

Encerramento sinfônico-coral da temporada

+ 3 recitais dos grupos de câmara

- Quinteto de Sopros · “Músicas do Cerrado”
- Camerata Jean Douliez · “Brasil e seus Cantos”
- Coro Sinfônico · “EnCANTOS Goianienses”

CRITÉRIO 01 DE 10 · OBJETIVOS DA MARCA

Associe sua marca a excelência, educação e orgulho goiano

Reputação de excelência

A Escola de Música da UFG, uma das mais tradicionais do país, celebra 70 anos em 2027.

Pilar social da agenda ESG

Educação, inclusão e acessibilidade em 100% das ações: evidências prontas para o relatório de sustentabilidade.

Raiz no território

Presença qualificada em Goiânia, com repertório que valoriza o Cerrado e a música goiana.

COMO MEDIMOS Pesquisa de percepção pré e pós-temporada · associação da marca a “educação” e “cultura”

CRITÉRIO 02 DE 10 · PÚBLICO

Fale ao mesmo tempo com famílias, estudantes e a comunidade universitária

1.500 pessoas na plateia

8 apresentações gratuitas, 300 lugares cada: famílias, idosos, estudantes e amantes da música.

Comunidade UFG

Mais de 25 mil estudantes, além de docentes, servidores e egressos: público formador de opinião.

Escolas e comunidades

6 visitas de escolas públicas, 180 pessoas em oficinas e acesso pleno para pessoas com deficiência.

COMO MEDIMOS Público por sessão e perfil, via cadastro na retirada de ingressos · alcance digital dos registros

CRITÉRIO 03 DE 10 · VISIBILIDADE

Sua marca em cada palco, página e tela, durante 8 meses

Ao vivo

8 apresentações: painel de palco, programas impressos e em Braille, citação pelo mestre de cerimônias.

Impresso que permanece

1.000 livros técnicos e 1.000 cadernos educativos em escolas e bibliotecas, mais versões digitais.

Audiovisual permanente

Documentário curto e 5 concertos gravados em Full HD, livres nas plataformas da UFG.

COMO MEDIMOS Impressões de marca somadas: público presencial + visualizações + exemplares distribuídos

CRITÉRIO 04 DE 10 · VENDAS

Preferência de marca que vira conversa comercial

Convites que abrem portas

Até 150 ingressos da cota de patrocínio (10% da tiragem) para clientes, parceiros e prospects.

Momento proprietário

Recepção do patrocinador antes do Concerto de Gala ou de Natal: ambiente ideal para negócios.

Marca lembrada na escolha

Quem cuida da cultura da cidade ganha simpatia na hora da compra, e isso se mede em pesquisa.

COMO MEDIMOS Convidados que viram reuniões · pipeline originado na hospitalidade · lembrança e preferência

CRITÉRIO 05 DE 10 · IMPACTO COMUNITÁRIO

Impacto real, mensurável e com nome e sobrenome

120 músicos formados

188 horas de formação orquestral e coral, com trabalho e renda para artistas e professores.

Música para quem nunca tocou

6 oficinas gratuitas de iniciação para 180 pessoas e 6 visitas de escolas públicas aos ensaios.

100% acessível

Libras, audiodescrição, legendas, Braille e fonte ampliada em todas as atividades.

COMO MEDIMOS Beneficiários diretos e horas formativas · relatório pedagógico final com dados auditáveis

CRITÉRIO 06 DE 10 · POTENCIAL DE MARKETING

Três marcos que já nascem com uma história para contar

70 anos da Escola de Música

Agosto de 2027: tradição, ex-alunos e professores. Narrativa de longevidade ao lado da sua marca.

Aniversário da UFG

Setembro de 2027: a universidade celebra com a cidade, e sua marca está no convite.

Grande Concerto de Natal

Novembro de 2027: âncora emocional para a campanha de fim de ano da marca.

COMO MEDIMOS Peças co-criadas · engajamento das campanhas sazonais · uso do conteúdo nos canais da marca

CRITÉRIO 07 DE 10 · MÍDIA

Pauta pronta: cultura, educação e universidade pública

5 ciclos de mídia espontânea

Cada estreia mensal é uma nova pauta para jornais, TVs e rádios de Goiânia e do estado.

Canais da UFG

Portal ufg.br, imprensa institucional e @ufg_oficial (185 mil seguidores) divulgam a temporada.

Mídia de cauda longa

Documentário e concertos gravados seguem gerando audiência depois do último acorde.

COMO MEDIMOS Clipping e valoração da mídia espontânea · número de citações da marca patrocinadora

CRITÉRIO 08 DE 10 · RELACIONAMENTO

Momentos exclusivos que nenhum anúncio compra

Ensaio aberto exclusivo

Clientes e parceiros nos bastidores, com mediação do maestro Alexandre Muratore.

Encontro com os artistas

Conversa com maestro e solistas convidados após os concertos de maior destaque.

Rede institucional

Aproximação com UFG, FUNAPE, poder público e comunidade acadêmica de Goiás.

COMO MEDIMOS Convidados atendidos · NPS dos convidados · contatos qualificados após cada encontro

CRITÉRIO 09 DE 10 · MÍDIAS SOCIAIS

Seis meses de conteúdo vivo, com bastidores e emoção

Série de bastidores

48 ensaios viram reels e stories: naipes, solistas e a jornada dos 120 músicos.

Posts colaborativos

Collabs da sua marca com o @ufg_oficial, que soma 185 mil seguidores, a Escola de Música e o projeto.

Inclusão visível

Vídeos com Libras e legendas: a acessibilidade vira valor de marca percebido.

COMO MEDIMOS Alcance, engajamento e seguidores ganhos nos posts co-branded · views dos 5 concertos

CRITÉRIO 10 DE 10 · ENGAJAMENTO INTERNO

Orgulho de pertencer: cultura para quem faz a empresa

Equipe na plateia

Parte dos ingressos da cota para colaboradores e famílias, com mediação cultural antes do concerto.

Voluntariado cultural

Colaboradores apoiando as visitas de escolas públicas e as oficinas de iniciação musical.

Música dentro de casa

Apresentação do Quinteto de Sopros ou da Camerata em evento interno, a combinar.

COMO MEDIMOS Adesão dos colaboradores · horas de voluntariado · orgulho de pertencer na pesquisa de clima

RESUMO PARA O COMITÊ DE PATROCÍNIO

Dez critérios, dez outcomes, dez indicadores

Critério	Outcome para a marca	Indicador
Objetivos da Marca	Associação a excelência, educação e Goiás	Percepção pré e pós
Público	Famílias, estudantes e comunidade UFG	Público por sessão e perfil
Visibilidade	Marca no palco, nos impressos e nos vídeos	Impressões totais
Vendas	Hospitalidade com até 150 convites	Reuniões e pipeline
Impacto Comunitário	120 músicos e 180 pessoas em oficinas	Beneficiários e horas
Potencial de Marketing	70 anos EM, aniversário UFG e Natal	Engajamento das campanhas
Mídia	5 ciclos de pauta espontânea	Clipping e valoração
Relacionamento	Ensaios e encontros exclusivos	Convidados e NPS
Mídias Sociais	6 meses de bastidores co-branded	Alcance e engajamento
Engajamento Interno	Ingressos, voluntariado e evento interno	Adesão e clima

LEI FEDERAL DE INCENTIVO À CULTURA · ARTIGO 18

Seu imposto vira cultura, sem custo adicional

100%

do valor patrocinado é deduzido do Imposto de Renda devido

Empresas no lucro real: até 4% do IR devido. Pessoas físicas: até 6%.

1 **Aporte na conta do projeto**
Depósito na conta vinculada ao PRONAC 268767, já aberta.

2 **Recibo de mecenato**
A FUNAPE emite o recibo que comprova o incentivo.

3 **Dedução na apuração do IR**
O valor é abatido do imposto devido no período do aporte.

Captação autorizada até 31/12/2026: aportes feitos neste ano abatem o IR de 2026.

GOVERNANÇA E SEGURANÇA DO INVESTIMENTO

Gestão de quem administra bilhões, arte de quem forma gerações

FUNAPE · proponente e gestora

40+ anos
de apoio à pesquisa e à cultura

1.136
projetos ativos geridos em 2025

R$ 2,56 bi
em carteira de projetos

Sem ressalvas
contas auditadas, atestado do MPE-GO

UFG · direção artística

Maestro Alexandre Muratore Gonçalves
Diretor artístico. Doutor em Música (UFPR), professor da Escola de Música da UFG.

Alvaro Alberici Junior
Coordenação de produção, com mais de uma década em projetos incentivados.

PRONAC 268767 · Portaria SEFIC/MinC nº 686, de 08/10/2026 · captação autorizada

PRÓXIMO PASSO

Afine sua marca com a Orquestra Sinfônica UFG

As cotas de patrocínio e suas contrapartidas estão no documento anexo.
Vamos desenhar juntos a cota que entrega os outcomes da sua empresa.

Alvaro Alberici Junior · Coordenação de Produção
(62) 98298-7848 · contato@minduimproducoes.com.br