



FILARMONICA DE MONTEVIDEO

Propuesta de patrocinio

Abril 2000 - Marzo 2001



ORQUESTA
FILARMONICA
DE MONTEVIDEO

PLAZA INDEPENDENCIA 822, SEGUNDO ENTREPISO. CP 11000. TELFAX: +598 2 902 05 04 / 902 06 90

E-MAIL: ofm@netgate.com.uy. INTERNET: <http://www.filarmonica.edu.uy>

MONTEVIDEO - URUGUAY



INTENDENCIA DE MONTEVIDEO

El patrocinador y la Orquesta Filarmónica de Montevideo

La Filarmónica considera al patrocinador un socio que se integra a la vida de la institución artística para aportar ideas y recursos que mejoren su *performance*.

Como contraparte, la Orquesta comparte con él su imagen y le ofrece retornos concretos.

Presentaciones públicas de la Orquesta Filarmónica de Montevideo

Las presentaciones públicas de la Orquesta Filarmónica de Montevideo se agrupan en los tres conjuntos siguientes:

Temporada de Verano
Ciclo de aproximadamente ocho presentaciones en espacios cerrados y al aire libre, con programas de carácter popular o masivo, como *Galas de Tango*, *Una noche en Viena* y *Mozart para una noche de verano*.

Transcurre en los meses de febrero y marzo, en Montevideo y balnearios.

Temporada Principal
Ciclo de once a trece presentaciones de repertorio predominantemente clásico (sinfonías, conciertos) en las que participan maestros y solistas invitados extranjeros y nacionales de nivel internacional.

Transcurre entre los meses de abril y noviembre, con presentaciones de frecuencia quincenal, en días lunes a las 20 horas.

Tradicionalmente se lleva a cabo en el Teatro Solís, sede de la Orquesta Filarmónica. Hasta tanto culmine la refacción del Solís, el ciclo se presenta en el Atrio Municipal, acondicionado como auditorio para cada concierto, con buena acústica y visibilidad.

Producciones especiales
Son presentaciones o ciclos especiales que ocupan un lugar importante en la realización anual de la Filarmónica. El más conocido ha sido *Filarmónica cartoon*, el espectáculo para niños que se presentó en 1998 en el Teatro Solís y el Teatro de Verano, para el cual se vendieron más de 30.000 entradas.

Otras producciones o ciclos fueron *Homenaje a Gardel* (1999–2000), *Crepúsculo de un siglo* (1999) y la ópera *Ana Bolena* (1998).

Premisas básicas del patrocinio

1.

La premisa fundamental es que su marca ingresa como patrocinadora para todas las presentaciones públicas de la Orquesta Filarmónica de Montevideo.
2.

Para *producciones especiales* la Filarmónica se reserva el derecho de abrirse a otros patrocinadores que respalden esas realizaciones —muy costosas— en forma puntual.
3.

En estos proyectos especiales, los patrocinadores estables —los de las temporadas de Verano y Principal— quedan protegidos e integrados de la siguiente forma:
 - Serán los primeros a quienes la Filarmónica les ofrezca patrocinar también estos eventos, reforzando su condición de patrocinadores estables.
4.

Si no desean o no pueden integrarse, serán considerados igualmente en los retornos, pero con menor jerarquía de la que resulta de patrocinar las temporadas de Verano y Principal.
5.

Para todas las formas de patrocinio, la Filarmónica compromete fidelidad a las marcas que la apoyen, por lo que no aceptará estar asociada en forma simultánea a empresas claramente competitivas entre sí.
6.

Período del patrocinio: desde abril del 2000 hasta marzo del 2001.

Por qué ser patrocinador de la Orquesta Filarmónica de Montevideo

1.

Porque su marca quedará asociada al emprendimiento cultural que recrea la tradición y el acervo musical universal, que ha conquistado el mayor impacto y reconocimiento social.
2.

Porque es una oportunidad para su empresa de cumplir con las finalidades sociales.
3.

Porque la figura carismática del director estable, Federico García Vigil, quedará integrada a la imagen de su empresa.
4.

Porque los retornos ofrecidos son reales, pueden ser controlados y tienen un valor tangible.

Esquema de patrocinio estable
Abril 2000 / Marzo 2001

Categoría de patrocinio	Precio	Retornos
PRESENTADOR (1 Presentador)	US\$ 30.000	Televisión, radio, diario, estática, programas, invitaciones, presentación privada de la Filarmónica.
COOPERA (1 Cooperera)	US\$ 20.000	Televisión, radio, diario, estática, programas, invitaciones.
AUSPICIANTES (3 Auspiciantes)	US\$ 10.000	Radio, diario, estática, programas, invitaciones.

Retornos y Pautas

Televisión – Canal 12

Por cada concierto:

Desde 5 días antes, 5 menciones diarias de 25 segundos, 1 en horario central y 4 en horario lateral. (Retorno sólo para los patrocinadores que *presentan* o *cooperan*.)

Radio – El Espectador

Por cada concierto:

Desde 10 días antes, 5 menciones diarias de 30 segundos, 2 en horario de la mañana y 3 repartidas en el resto del día.

Diario – El País

Por cada concierto:

Durante un mínimo de 2 semanas, publicación de un aviso de 15 x 15 cm en las ediciones de los días viernes, sábados, domingos y lunes.

Estática en los conciertos

Panel especialmente realizado en el que figura el logo de cada uno de los patrocinadores.

Programas de mano

Impresión del logo de cada una de las marcas patrocinadoras.

Invitaciones

Por cada concierto se otorgarán invitaciones a cada uno de los patrocinadores, según el siguiente detalle:

Presentador:

hasta 8 invitaciones.

Cooperador:

hasta 6 invitaciones.

Auspiciante:

hasta 4 invitaciones.

Presentación privada de la Orquesta

Es una función exclusiva para la empresa que patrocina bajo la modalidad de *presentación*. Deberán acordarse el programa, la fecha y otros detalles.

Flexibilidad y financiamiento

Estamos abiertos a recibir propuestas de otros retornos que imaginen los potenciales patrocinantes. En ese caso evaluaremos conjuntamente su viabilidad.

Las formas de pago del patrocinio se pactan de común acuerdo.