FESTIVAL INTERNACIONAL DE ARTES VIVAS - FIAV BOGOTÁ 2024

ALIANZAS Y TAQUILLA
Primer Informe – Contrato 152 de 2024

Responsable: Valeria Brayan Alvarez.

- **Estrategia de gestión de alianzas y fidelización de patrocinadores.**

Como parte del esquema de articulación y gestión de alianzas que garanticen la viabilidad y sostenibilidad del Festival Internacional de Artes Vivas se ha planteado un esquema de beneficios que capture la atención de posibles patrocinadores, enfocándose en la creación de valor agregado y en la alineación de objetivos entre ambas entidades.

Dentro de esta nueva apuesta para el ecosistema cultural de Bogotá es necesaria la integración de diversos actores que apoyen y garanticen la sostenibilidad del festival. Por ello implementar una estrategia integral de gestión de alianzas y fidelización de patrocinadores permitirá al Festival Internacional de Artes Vivas de Bogotá no solo asegurar los recursos necesarios para su realización, sino también construir relaciones duraderas que fortalezcan su posición como un evento cultural de relevancia global. La clave del éxito radica en la creación de valor compartido y en la adaptación constante a las necesidades de los patrocinadores y el entorno cambiante.

En ese sentido, el desarrollo de esta estrategia de alianzas cuenta con los siguientes objetivos:

Objetivo General

Desarrollar y mantener alianzas estratégicas sólidas y duraderas con patrocinadores clave que contribuyan al crecimiento, sostenibilidad y éxito continuo del Festival Internacional de Artes Vivas de Bogotá, a través de una gestión efectiva de relaciones, visibilidad y fidelización.

Objetivos Específicos

- Identificar patrocinadores potenciales cuya misión y objetivos se alineen con los valores y la visión del festival.
- Crear paquetes de patrocinio adaptados a las necesidades y objetivos individuales de cada patrocinador.
- Establecer un sistema de gestión de relaciones con patrocinadores que garantice una comunicación continua y efectiva.
- Asegurar que los patrocinadores reciban una visibilidad prominente y significativa antes, durante y después del festival.
- Proporcionar informes detallados y personalizados a cada patrocinador que demuestren el valor generado por su participación en el festival.

Como parte de la implementación de esta estrategia se planteó la siguiente ruta de trabajo:

1. **Mapeo Actores:** Donde se establecen las entidades y actores priorizados.
2. **Estructura esquema de patrocinio:** Donde se planta un esquema que permite a los aliados tener claridad del impacto impacto, beneficios y exposición de su marca.

Enlace entregable: **Estrategia Alianzas FIAV Bogotá.pdf**

- **Mapeo de aliados:**

Como parte integral del proceso de desarrollo de alianzas estratégicas para el Festival Internacional de Artes Vivas se ha generado un primer mapeo de aliados estratégicos desde el cual se buscan priorizar las visitas estratégicas y esenciales para el desarrollo del festival. Desde cada una de estas visitas, adicional a la obtención de recursos (económicos o en especie), se buscan garantizar los permisos, espacios y enlaces fundamentales para el desarrollo del evento. Dentro de los sectores priorizados en el mapeo inicial se encuentra:

- **Sector Financiero:** Con el fin de buscar un aliado financiero que garantice el desarrollo de descuentos y facilidades de pago de los ingresos al festival para sus clientes.
- **Cajas de Compensación:** Entendiendo que las cajas de compensación ofrecen recursos y beneficios a sus afiliados, incluyendo el apoyo a eventos culturales. Pueden proporcionar financiamiento directo, auspicio, o facilidades para la organización del evento. Además, tienen una amplia base de afiliados que pueden convertirse en audiencia potencial.
- **Embajadas:** Con el fin de garantizar algún tipo de apoyo cultural y financiero que facilite la participación de compañías teatrales internacionales y promoviendo la diversidad cultural. También pueden ayudar en la gestión de visas y la logística para artistas extranjeros.
- **Gobierno Nacional:** Apuntando al carácter misional y estratégico del festival se busca generar acercamientos que desde el gobierno puedan fortalecer y robustecer las diversas áreas del festival.
- **Bogotá:** Dado que el festival se lleva a cabo en Bogotá, la ciudad misma debe ser un socio clave. La administración local puede apoyar con permisos, logística, seguridad y promoción..
- **Gremios:** Los gremios de diferentes industrias pueden proporcionar apoyo financiero, en especie o logístico. Además, su respaldo puede legitimar el festival dentro de sus respectivos sectores.
- **Cooperación Internacional:** Organizaciones internacionales y agencias de cooperación que desde su misionalidad cuenten con líneas de apoyo a la cultura y el arte.
- **Medios:** Entendiendo la importancia de los medios de comunicación para la promoción del festival, buscamos garantizar alianzas que permitan la cobertura mediática puede aumentar la visibilidad y atraer a más asistentes y patrocinadores
- **Hoteles:** Los hoteles pueden ofrecer alojamiento a artistas y participantes, así como paquetes promocionales para visitantes del festival. Pueden ser aliados estratégicos en la promoción turística.
- **Académico:** Desde esta área buscamos fortalecer la formación de audiencias, la producción de eventos académicos paralelos y la participación de estudiantes y profesores en el festival.
- **Restaurantes / Cafés:** Buscando activar la conexión del festival con diversos puntos de la ciudad, se plantea la articulación con diversos establecimientos que pueden ofrecer opciones de catering y patrocinio, además de ser puntos de encuentro y entretenimiento para los asistentes al festival.
- **Empresas Alimentación:** Las empresas del sector alimenticio pueden patrocinar el festival, proporcionando alimentos y bebidas para eventos o participando en la creación de experiencias culinarias para los asistentes.
- **Empresas:** Las empresas de diversos sectores pueden proporcionar financiamiento, patrocinios y recursos en especie. Su participación también puede fortalecer su responsabilidad social corporativa.

Enlace entregable: Mapa de Alianzas

- **Modelo posicionamiento de marcas y otras contraprestaciones (cortesías, entre otros).**

Como parte del esquema de beneficios y contraprestaciones del festival para los diversos aliados que deseen participar del Festival, se planteó un esquema que permite a los aliados tener claridad del impacto impacto, beneficios y exposición de su marca. En ese sentido se planteó un esquema de contraprestaciones que contiene el siguiente esquema:

- **Componentes:**
  - Presencia de Marca
  - Presencia Digital
  - Incentivos Fiscales
  - Boletería

- **Estructura:**
  - **Palco Presidencial:**
    - **Inversión**: $1.000.000.000 - $500.000.000
    - **Beneficios**:
      - Presencia de marca en:
        - Piezas de marketing digital. Segmentadas.
        - Tres meses en espacios por toda la ciudad. Un mes en eucoles, pasacalles, paraderos.
        - +30 teatros. +30 parques.
        - Desfile comparsas carrera séptima. Inauguración y clausura en Plaza de Bolívar.
        - Activaciones en función de estreno.
        - Conferencias (10 días) y rueda de negocios (5 días)
        - Presencia digital en página web, redes sociales del Festival (pauta).
        - Campaña publicitaria alineada con los valores de su marca
        - Acceso y presencia de marca en contenido exclusivo: entrevistas, detrás de cámara y registro de activaciones en la ciudad.
      - Incentivo fiscal COCREA
      - Boletas distribuidas entre función de premier y otras.
      - Cinco cupos para invitados VIP en conferencias con grandes speakers internacionales.
  - **Platea:**
    - **Inversión**: $500.000.000 - $300.000.000
    - **Beneficios:**
      - Presencia de marca en:
        - Piezas de marketing digital. Segmentadas.
        - +30 teatros. +30 parques.
        - Desfile comparsas carrera séptima. Inauguración y clausura en Plaza de Bolívar.
        - Conferencias (10 días) y rueda de negocios (5 días)
        - Presencia digital en página web, redes sociales del Festival (pauta).
        - Campaña publicitaria alineada con los valores de su marca
        - Acceso y presencia de marca en contenido exclusivo: entrevistas, detrás de cámara y registro de activaciones en la ciudad.
      - Incentivo fiscal COCREA

- Boletas distribuidas entre función de premier y otras.
- Tres cupos para invitados VIP en conferencias con grandes speakers internacionales.

➢ **Graderías:**
- **Inversión:** $3.000.000 - $100.000.000
- **Beneficios:**
  - Presencia de marca en:
    - Desfile comparsas carrera séptima. Inauguración y clausura en Plaza de Bolívar.
    - Conferencias (10 días) y rueda de negocios (5 días)
    - Presencia digital en página web, redes sociales del Festival (pauta).
    - Acceso y presencia de marca en contenido exclusivo: entrevistas, detrás de cámara y registro de activaciones en la ciudad.
  - Incentivo fiscal COCREA
  - Boletas distribuidas entre función de premier y otras.
  - Dos cupos para invitados VIP en conferencias con grandes speakers internacionales.

➢ **Marca Aliada:**
- **Inversión:** Menos de $100.000.000
- **Beneficios:**
  - Presencia de marca en:
    - Conferencias (10 días) y rueda de negocios (5 días)
    - Presencia digital en página web, redes sociales del Festival (pauta).
    - Acceso y presencia de marca en contenido exclusivo: entrevistas, detrás de cámara y registro de activaciones en la ciudad.
  - Incentivo fiscal COCREA
  - Boletas distribuidas entre función de premier y otras.

Enlace entregable: Contraprestaciones .pdf

❖ **Balance inicial de resultados de la gestión de aliados.**

En el marco de la organización del Festival Internacional de Artes Vivas de Bogotá, hemos llevado a cabo una serie de encuentros productivos con múltiples entidades clave, incluyendo cajas de compensación, instituciones gubernamentales y empresas de diferentes sectores. Estas reuniones han sido fundamentales para establecer alianzas estratégicas que garantizan el óptimo desarrollo del festival. Cada una de estas entidades ha ofrecido su perspectiva y recursos únicos, contribuyendo de manera significativa a la infraestructura, la promoción y la sostenibilidad del evento.

❖ Dentro del listado de encuentros iniciales se encuentra:
❖ Canal Capital
❖ Transmilenio
❖ Universidad Javeriana / Centro Atico
❖ Banco de La República
❖ TGI
❖ ENEL
❖ Sayco
❖ Grupo de Energía de Bogotá
❖ Secretaría Distrital de Integración Social
❖ Maloka
❖ Instituto Distrital de Turismo
❖ Cancillería

- ❖ Procolombia
- ❖ Compensar

Enlace entregable: 1er Balance - Mapa de Alianzas.pdf

- ❖ **Avances en el proceso de selección del operador de taquilla y del modelo de gestión de ingresos por taquilla.**

Como parte de la coordinación de los procedimientos de taquilla, se avanzó en el desarrollo de los términos de referencia para la apertura del proceso de convocatoria abierta que permita seleccionar un operador que garantice el desarrollo de de todas las gestiones y acciones técnicas, operativas, tecnológicas y logísticas para la venta venta al público de la boletería del festival.

Enlace entregable:

- Lineamientos convocatoria abierta: Convocatoria Abierta Taquilla FIAV Bogotá .pdf
- Modelo financiero de taquilla FIAV Bogotá 2024: Modelo financiero FIAV.xlsx



Valeria Brayan Álvarez
CC. 1032498087