

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES - CFI

PROVINCIA DE MISIONES

IGUAZÚ EN CONCIERTO

*X Festival Internacional de
Orquestas Infanto-Juveniles*

PLANIFICACION, SUPERVISION Y COORDINACION DEL
X FESTIVAL DE ORQUESTAS Y COROS INFANTO-JUVENILES

INFORME FINAL

GOLDEN COMPANY S.R.L.

AGOSTO 2019, CIUDAD AUTÓNOMA DE BUENOS AIRES

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES - CFI

SR. SECRETARIO GENERAL
ING. JUAN JOSÉ CIACERA

GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE MISIONES

SR. GOBERNADOR
HUGO PASSALACQUA

SR. REPRESENTANTE DE LA PROVINCIA DE
MISIONES EN EL CFI
ARQ. VIVIANA ROVIRA

IGUAZÚ EN CONCIERTO 2019

ÍNDICE TEMÁTICO

COMPENDIO	4
FACTIBILIDAD	10
MARCA	17
DIRECCIÓN ARTÍSTICA	19
PÁGINA WEB	22
PROVEEDORES	27
LOCACIONES	55
PRENSA	61
EVENTOS	65
CAMPAÑA PUBLICITARIA / PIEZA DE MEDIOS	67
PIEZAS DE PROMOCIÓN	71
PIEZAS DE PRENSA	73
PIEZAS INSTITUCIONALES	76
DIRECCIÓN	79
ANEXO I	85

COMPENDIO

COMPENDIO

El festival **Iguazú en Concierto** en su décima edición se desarrolló desde el martes 18 al sábado 22 de junio del 2019. Participaron algo más de 700 niños que durante 7 días en promedio realizaron conciertos individuales y ensayaron todos los días para el Mega Concierto Final en el Parque Nacional Iguazú.

Para este encuentro de niños y jóvenes, el más grande festival de world music en su tipo de participaron los siguientes países:

Argentina –

Brasil –

Colombia –

España –

Estados Unidos –

Francia –

Paraguay -

Perú –

Tailandia –

Trinidad y Tobago -

La delegación argentina estuvo compuesta por los *Grillos Sinfónicos* como Anfitriones y además estuvieron representadas la provincia de Jujuy con la orquesta *Sistema de Orquestas Juveniles de Jujuy*, la orquesta *Las Cuerdas Método Jaffe en Buenos Aires*, el *Coro de Niños Doña Mercedes* de Misiones, la *Escuela de Niños Cantores de Córdoba (I.S.E.A.M. Domingo Zipoli)* y los *Niños Cantores de Mendoza*. También participó la *Academia Ballet de Moscú* representando en ballet a la provincia de Misiones, y el *Ballet de El Portal Escuela de Arte* de Buenos Aires.

Además de alrededor de 250 niños y jóvenes misioneros que representaron a la provincia de Misiones y se incorporaron a la mega orquesta que participó en el cierre del festival.

El éxito obtenido de público fue rotundo con un lleno total en cada una de las presentaciones, sobresaliendo la concurrencia en el Anfiteatro Ramón Ayala y en el Parque Nacional Iguazú. Las buenas condiciones climáticas permitieron que estas dos locaciones al aire libre, ambas estuvieran colmadas de público.

El cronograma del festival dio comienzo el domingo 16 de junio con los primeros ensayos. A medida que cada delegación o participante iba llegando entre el domingo y el lunes se iban incorporando a los ensayos previamente establecidos. La locación para esta actividad fue una vez más el Instituto Tecnológico - ITEC -, que abrió sus puertas durante toda la semana.

Los niños y jóvenes fueron invitados a un recorrido por las Cataratas del Iguazú acompañados tanto por sus auxiliares mayores como por personal de la dirección artística.

Los conciertos que se realizaron fueron los siguientes:

.

Martes 18 de junio

* 17.30 hs - Concierto en la Escuela n° 875 Doña Mercedes García de Taratuty

* 20.30 hs - Concierto en el Hotel Iguazú Grand - Grand Salón

Miércoles 19 de junio

* 19.00 hs - Concierto en la Aripuca (complejo turístico de concientización ambiental)

* 20.30 hs - Concierto en el Salón de Convenciones y Eventos del Hotel Amerian

Jueves 20 de junio

*20.00 hs - Concierto en el Anfiteatro Ramón Ayala.

Viernes 25 de junio

*19.00 hs - Concierto en el Hotel Gran Meliá.

*21.00 hs - Concierto en el Hotel Iguazú Grand - Grand Salón

Sábado 22 de junio

*17:30 hs - Gran Concierto final en el Anfiteatro del Parque Nacional Iguazú

En esta edición contamos con un invitado especial que acompañó a los participantes musicalmente, tanto en el Concierto del Hotel Meliá como en el concierto final: Maxi Trusso quien interpretó algunos temas con la Orquesta Las Cuerdas Método Jaffé en el Hotel Meliá y varios temas con la Mega Orquesta en el Parque Nacional en el último concierto de cierre. Además estuvo acompañado con su grupo musical.

Iguazú en Concierto contó una vez más con las máximas autoridades a nivel provincial (de gobierno, municipal, judicial) y del Consejo Federal de Inversiones. Estuvieron presentes en distintos conciertos el señor Gobernador de la Provincia de Misiones Lic Hugo Passalacqua y el Secretario General del Consejo Federal de Inversiones Ing. Juan José Ciácerá y la Arq. Viviana Rovira representante de la Provincia ante el Consejo Federal de Inversiones.

Por la provincia de Misiones estuvieron presentes además el Vice Gobernador electo Dr. Carlos Arce, la ministra de Educación, Cultura, Ciencia y Tecnología Lic. Ivonne Estela Maris Aquino y el ministro de Turismo el Dr. José María Arrúa, además de otras personalidades de diferentes ministerios y organismos provinciales, como el Sr. Intendente de Puerto Iguazú Dr. Claudio Filippa, el Sr Leopoldo Lucas máxima autoridad del Iguazú Turismo Ente Municipal. Empresarios de diversos sectores y representantes artísticos de la provincia de

Misiones también estuvieron presentes. Periodistas de primer nivel nacional y de distintas provincias también compartieron varios días de conciertos.

Desde el punto de vista turístico, la semana del festival fue un éxito rotundo. Según datos del ITUREM hubo una ocupación hotelera del 80%, cifra que resulta extraordinariamente interesante por tratarse de temporada baja en el turismo misionero.

Respecto de la difusión de evento, este año se hizo hincapié en incentivar la comunicación a través de las redes sociales y la vía pública en Buenos Aires. En ambos casos se cumplieron con creces los objetivos. Hubo presencia en los principales medios gráficos y on-line argentinos como La Nación, Clarín, Revista Noticias, Diario Perfil, La Voz del Interior, Página 12, Revista Rumbos, entre otros y casi todos en su versión papel y on line. Notas y gacetillas en infinidad de portales nacionales, y provinciales.

A nivel televisivo se transmitieron varios de los conciertos semanales por el Canal 12 de Posadas y por Youtube. Está prevista la televisación por la TV Pública Nacional pero aún no está confirmada la fecha de emisión.

Para esta edición del 2019 nuevamente se realizó el concurso ***Iguazú en Concierto Audition***, con el objetivo de lograr una mayor difusión del evento además de la participación de valores musicales de muchos países del mundo. La repercusión fue superior a años anteriores ya que en sólo un mes y medio se lograron superar los videos de otras ediciones con un período de convocatoria menor. Cabe destacar que por primera vez uno de los ganadores del concurso por la Dirección Artística fue un niño misionero: Thomas Valentino Rossi, saxofonista de 12 años de edad. Nuevamente la convocatoria fue de voces e instrumental con un total de 4 ganadores.

Iguazú en Concierto llegó a su décima edición en este 2019, en forma ininterrumpida. Fue por ello que el slogan de esta edición fue **Iguazú es una Fiesta**: es un mérito enorme haber podido llegar a esta celebración, con todo el acompañamiento y entusiasmo de los niños participantes, pero también por el compromiso asumido tanto por las autoridades provinciales como por el Consejo Federal de Inversiones. La continuidad de acciones culturales, educativas y formativas como lo es **Iguazú en Concierto** permite fomentar e incentivar verdades valores y compromiso en el crecimiento de las generaciones jóvenes.

FACTIBILIDAD

FACTIBILIDAD

La *Fundación Iguazú* entró en contacto con las autoridades representantes de la provincia de Misiones ante el Consejo Federal de Inversiones desde casi la finalización de la novena edición. Se reunió con la Arq. Viviana Rovira para fines de noviembre de 2018 y luego también para Febrero de 2019. Por supuesto que entre esos meses y anteriormente hubo contactos telefónicos pero no se podía confirmar hasta esos momentos la realización o no del festival. Estaban las elecciones a Gobernador de la Provincia y las prioridades de la provincia estaban volcadas hacia allí.

La *Fundación* tomó la precaución para el mes de octubre de comenzar a trabajar para el evento a su propio riesgo pues sino después sería demasiado tarde para muchas de las actividades a desarrollar. Recién para fines del primer trimestre del año cuando se confirmó la realización del festival y especialmente la fecha, se pudieron comenzar a concretar muchas de las acciones que si bien estaban iniciadas no se podían formalizar pues no había una fecha cierta.

Un compromiso importante era que el 2019 era la décima edición y por lo tanto había que esforzarse por desarrollar algo que ameritara esa celebración.

También una vez confirmada la fecha y el presupuesto la realidad nos ponía frente a un gran desafío: cumplir los requerimientos que nos pedía la Arq. Rovira con un presupuesto que no alcanzaba a cubrir los porcentajes de inflación de un año al otro. Estos requerimientos consistían en mantener la internacionalidad del evento; mantener la participación misionera dentro del festival; mantener la repercusión tanto en relación a la convocatoria en cada

concierto como a la repercusión en medios nacionales y provinciales; ajustarse al presupuesto elaborado considerando lo antes expuesto.

Los ítems relevantes y los que permitieron determinar la factibilidad del evento fueron los siguientes:

Fecha del evento

Si bien la fecha típica del festival siempre fue la última semana de mayo, en el 2019 esto se modificó. La Arq. Rovira nos informó que la fecha elegida para las elecciones a Gobernador sería el 2 de junio y que la idea era alejarse de esa fecha para que el festival no se viera inmerso en tal acontecimiento. Es por esto que de común acuerdo se fijó que fuera la tercera semana de junio la fecha para desarrollar la nueva edición. Si bien seguía siendo temporada baja, o sea desde el punto de vista turístico cumpliría los mismos objetivos, este cambio trajo algunos inconvenientes con las orquestas que históricamente habían participado y que ya tenían apalabradas en sus lugares de origen, la fecha de fin de mayo para esta participación. .

La fecha finalmente aceptada fue la semana entre el 18 y 22 de junio de 2019, siempre con el domingo considerado para una posible opción lluvia.

Duración del evento

Si bien desde hace ya más de cuatro años que se viene solicitando extender la estadía de los chicos para poder tener más tiempos de ensayos, este año una vez más nos vimos en la necesidad de no poder ampliar dicha estadía por una cuestión presupuestaria. Esto trajo aparejado un encorsetamiento de actividades con los chicos, los profesores, los traslados, etc., que complicó

muchísimo el mejor desarrollo de todas las actividades diarias, mayor cantidad de ensayos e incluso los preparativos de los chicos para sus presentaciones diarias.

Finalmente se tomó como día de llegada de las diversas delegaciones el domingo 16 de junio hasta el domingo 23 y para los grupos provenientes de destinos más lejanos con transportaciones vía aérea, el lunes 24 de junio.

Participantes

La convocatoria para la décima edición de **Iguazú en Concierto** debía responder a lo solicitado por la Arq., Rovira de mantener la internacionalidad del evento y la participación misionera. La búsqueda de las orquestas, coros, tríos y solistas se profundizó a partir del conocimiento de la fecha exacta del festival. Se encomendó a la Dirección Artística que respetara estas inquietudes, sabiendo que los tiempos eran escasos para muchas de las representaciones con las cuales ya se estaba en contacto. Todos tenían que conseguir los fondos para solventar sus pasajes y si bien el festival daba un mes más de plazo, en general se necesitan más de 10 meses en muchos casos para realizar los trámites, visados y juntar los fondos necesarios que generalmente se realizan a través de eventos, concursos, búsqueda de subsidios gubernamentales o sponsors particulares.

Se fueron realizando las primeras selecciones de posibles orquestas, tratando de lograr la diversidad y la internacionalidad solicitadas. Prevalció la búsqueda hacia orquestas y coros en detrimento este año de las presentaciones de ballet.

En total entonces hubo 700 niños y jóvenes, de ellos 400 fueron de los siguientes países: Argentina – Brasil – Colombia – España – Estados Unidos –

Francia – Paraguay – Perú – Tailandia – Trinidad y Tobago. Hubo además 226 participantes misioneros, entre la Orquesta Anfitriona Grillos Sinfónicos con 65 participantes más los restantes 161 pertenecientes a distintos CEMUS de localidades de la provincia de Misiones.

Repertorio

Este 2019 y con motivo de los festejos de la décima edición se trabajó sobre el tema de *Iguazú es una Fiesta*, slogan que se utilizó en la campaña publicitaria.

Esta idea también fue utilizada para definir muchos de los temas del repertorio del concierto final. También se instruyó a las distintas delegaciones y en la medida de sus posibilidades, que en sus repertorios individuales tomaran el concepto de fiesta para la elección de los temas que los representarían. Este fue el mensaje que la Dirección Artística transmitió a los directores de cada una de las orquestas y coros participantes. El tema de los arreglos musicales de este año según Fundecua a cargo de la Dirección Artística, fue bastante complicado pues hubo muchas demoras para su ejecución más el inconveniente de ser algunos nuevos proveedores y sus pagos solicitados por adelantado.

Público

Año tras año se vienen buscando nuevas locaciones con mayor capacidad de público. Hoy en día el evento cuenta con público local de Puerto Iguazú, pero además con público que especialmente viaja durante la semana para presenciar el festival. Este público se moviliza desde distintas localidades de la provincia de Misiones, de otras provincias del interior del país, de la Capital Federal, de países limítrofes y muy especialmente turistas que están en esa semana en Puerto Iguazú. Hay gente que ya es habitué y deja esa semana en

el invierno para asistir al festival. Hemos tenido varios comentarios de personas que ya se habían comprometido para el mes de mayo y tuvieron que cambiar pasajes y reorganizar sus agendas.

Todavía no contamos con algún espacio cerrado con buena acústica como para realizar algunos conciertos más numerosos que los que se ofrecen en los grandes salones de los hoteles de Puerto Iguazú.

Nos quedan entonces las alternativas de los conciertos al aire libre como el Anfiteatro Ramón Ayala, donde se juntan más de 3500 personas y el Anfiteatro del Parque Nacional donde los guardaparques calcularon entre 4500 y 5000 personas.

También se incrementó la participación de público en todas las propuestas realizadas en las redes sociales. Lo mismo la convocatoria tanto de participantes como de público en el concurso ***Iguazú en Concierto Audition***.

Respecto del acceso del público y de la desconcentración del mismo en cada concierto, *La Fundación* se encargó de estas actividades. Para ello se estableció con cada locación especialmente con los hoteles y con el Parque Nacional cuales serían las acciones a desarrollar, donde y desde que horarios se harían los operativos con personal suministrado por la organización de ***Iguazú en Concierto***. Además se contó en muchos casos con el apoyo también de personal de los hoteles en cuanto a seguridad.

Respecto de los accesos vía automotor también se contó con personal de la organización de ***Iguazú en Concierto*** tanto en los hoteles como en el Parque Nacional. En muchos casos además se contó con el apoyo de la Policía de

Tránsito local y la Policía sobre todo en el Anfiteatro Ramón Ayala, donde se realizaron cortes en las calles anteriores y en la costanera como para agilizar el acceso peatonal de las personas que asistieron al evento. En el Parque Nacional por ejemplo según la licenciataria del parque, se utilizaron los dos estacionamientos con micros y autos particulares, con más de 1100 autos en el día del concierto final.

En todos los casos y para establecer las pautas generales del sistema de accesos y egresos se solicitaron los planos de las distintas locaciones; así se determinaron los esquemas de evacuación, seguridad, vallados y la cantidad necesaria de personal.

MARCA

MARCA

La edición 2019 fue una edición muy particular, ya que se cumplieron 10 años ininterrumpidos de la realización del festival. Por lo que *La Fundación* puso de manifiesto la necesidad de realizar un *aggiornamiento* del isotipo y logotipo de la marca.

La idea fue modificar la representación gráfica de la marca que en este caso viene dada por su isotipo que es la clave de sol. Si bien se estudió que a lo largo de los 9 años anteriores se habían realizado algunas modificaciones en un par de oportunidades, se concluyó que el 2019 sería una excelente oportunidad para que las modificaciones pudieran ser un poco más importantes y notables y sobretodo *aggiornadas* a los momentos actuales. Se presentaron varias opciones a las autoridades provinciales y finalmente quedó aprobada una de ellas, que fue la que se utilizó en prácticamente toda la comunicación, ya sea gráfica, en internet, en escenografías, banners, y otras implementaciones.

En cuanto al logotipo que es el grupo de símbolo o letras que representan en este caso la marca **Iguazú en Concierto**, también se realizaron algunas nuevas versiones de tipografías y una de ellas fue la aprobada por las autoridades provinciales.

Además este año se propuso realizar un sello o emblema de la instancia del cumplimiento de los 10 años. Es por esto que se diseñó un isotipo que se pudiera utilizar solo o en conjunto con el iso-logotipo de **Iguazú en Concierto**. Este se utilizó en varias oportunidades, como en el programa de mano del festival y en el escenario del Parque Nacional.

Se adjuntan muestras en el anexo 1

DIRECCIÓN ARTÍSTICA

DIRECCIÓN ARTÍSTICA

Como se comentara en el ítem anterior *La Fundación* comenzó a trabajar en algunos ítems antes de contar con una confirmación de la ejecución del festival.

Entre las primeras acciones que encaró fue la de determinar quién haría la Dirección Artística del mismo. Para ello se puso en contacto con Fundecua, quien llevó acabo esa dirección en las ediciones anteriores. Hubo una buena predisposición en principio de comenzar a encarar la búsqueda de orquestas y participantes para la décima edición. Se compartió la idea de trabajar bajo la idea de *Iguazú es una fiesta* tema que fue rápidamente compartido como un excelente leitmotiv que podría ser utilizado también desde la parte musical. Entonces se combinó que se le iba a solicitar a todas las orquestas, coros y solistas que en la medida de sus posibilidades incorporaran el tema fiesta en sus repertorios.

El tema presupuestario fue una ardua negociación con Fundecua pero finalmente se logró llegar al número indicado en el presupuesto general del evento.

Se le encomendó a la Dirección Artística respetar los puntos remarcados por las autoridades provinciales a mantener:

- la internacionalidad del festival a través de los participantes.
- la multiculturalidad de los mismos
- el nivel musical
- la participación misionera

- creatividad artística en las propuestas para en concierto final

Dado el historial de Fundecua en el festival, el haber acordado finalmente un presupuesto y el haberse avenido a los tiempos disponibles para ejecutar la Dirección Artística se concluyó en que esta fundación tomaría nuevamente esta dirección.

En esta edición se notaron algunas deficiencias por parte de la parte artística como demasiadas dilaciones en cuanto a concreción de las orquestas participantes, disponibilidad con muy poco tiempo de los arreglos musicales para que los chicos pudieran traer sus piezas estudiadas y varios problemas de logística de su propio staff. También se tomaron algunas decisiones como algunas sorpresas en el concierto final que no fueron evaluadas ni consensuadas con *La Fundación* y que fueron en desmedro del estilo que históricamente ha reflejado el festival y el nivel musical y artístico que pretende mantener **Iguazú en Concierto**.

PÁGINA WEB

PÁGINA WEB

La Fundación consideró que las redes sociales eran una herramienta poderosísima para hacer trascender el festival más allá del tiempo y del espacio en que se realizaba y la comunicación más institucional debía basarse en la página web.

Para ello, en el caso de la página web, se renovó integralmente el diseño, partiendo de una plantilla utilizada todos los años para el evento. El punto fuerte del diseño fue el video de la portada, con música, como resumen de lo que es **Iguazú en Concierto**. Desde ese inicio, se fue planteando toda la información: del festival, calendario completo incluido; de sus locaciones; de Iguazú y de la Provincia de Misiones; de todos los participantes músicos del evento, así como también de sus profesores; de los padrinos, madrinas y embajadores que ha tenido el festival en toda su historia; etc.

A su vez, *La Fundación* se encargó de buscar proveedores para llevar adelante una nueva edición de **Iguazú en Concierto Audition**: el concurso online en el que cualquier niño y joven del mundo puede participar por un lugar en **Iguazú en Concierto**. Este concurso además de funcionar como un "semillero" de talentos a nivel mundial, también es una gran estrategia para que el festival permanezca vigente por un mayor periodo de tiempo.

Este año, **Iguazú en Concierto Audition** tuvo una enorme repercusión, alcanzando estadísticas que nunca antes se habían logrado. Se suscribieron más de 560 videos y se realizaron 135.000 votos, es decir un 40% más de lo

alcanzado el año pasado en un lapso de tiempo mucho menor (este año el concurso duró 45 días, y el año pasado duró 75 días). Con niños y jóvenes representantes de países como Argentina, Brasil, Colombia, México, Perú, Rusia, Paraguay, Costa Rica, Ecuador, Venezuela, Ucrania, España, Letonia, Rumania, Chile, Francia, Bolivia, Honduras, Suiza, entre otros.

El sitio web creado especialmente para el concurso recibió un total de 554.000 visitas pertenecientes a 270.000 usuarios provenientes de todo el mundo. Y en total se han visitado más de 1.200.000 páginas dentro del sitio web.

A diferencia de años anteriores, **Iguazú en Concierto Audition 2019** cambió el sistema de votación con el fin de hacer más transparente y equitativa la selección de los ganadores. Este año, el total de ganadores fueron cuatro. Dos, por elección del jurado. Y otros dos que primero fueron preseleccionados por el público, dando un total de diez finalistas por categoría, de los cuales el jurado eligió los otros dos ganadores. Todo esto conllevó un refuerzo en la comunicación del concurso para informar los cambios.

La Fundación desarrolló la idea de **Iguazú en Concierto Audition**, y lideró la ejecución realizada por la agencia Follow Us. Entre las tareas desarrolladas, se puede destacar:

- * Propuesta creativa
- * Seguimiento de todas las etapas de diseño web
- * Elaboración y corrección de todos los textos de la web
- * Aprobación de videos subidos (varias veces por día)

- * Moderación de comentarios dentro del sitio (varias veces por día)
- * Respuesta de consultas sobre el concurso

Tanto **Iguazú en Concierto Audition**, como el festival en sí mismo, tienen una fuerte presencia en las redes sociales. Se han generado miles de contenidos relacionados al evento, la mayoría de ellos de forma orgánica por sus seguidores. Y otros tantos ideados estratégicamente por *La Fundación* para ampliar el alcance del evento. Entre las acciones realizadas, se destacan:

- * 6 posteos semanales entre los meses de marzo, abril, mayo, y junio
- * Gestión y moderación de comentarios y consultas
- * Generación de historias interactivas para estimular la interacción de los seguidores
- * Acciones específicas con influencers (cobertura del evento + covers publicados en sus perfiles personales)
- * Amplificación de contenidos generados por seguidores

La prioridad del 2019 estuvo en fortalecer el perfil de Instagram del festival. Para ello, por ejemplo, se realizaron acciones especiales con cuatro influencers que en su totalidad sumaban alrededor de 500.000 seguidores. Generando contenidos para sus perfiles personales, **Iguazú en Concierto** logró entrar a miles y miles de jóvenes músicos y aspirantes.

A su vez se utilizaron las acciones de preguntas y encuestas para mantener una comunicación fluida con los seguidores del evento. Se compartieron contenidos generados por los mismos seguidores, alentando a que de manera orgánica las personas siguieran amplificando el alcance del festival.

Estos son solo algunos ejemplos de cómo **Iguazú en Concierto** utilizó las redes sociales para seguir creciendo y fortaleciéndose como evento. **Iguazú en Concierto** ostenta una comunidad que ronda los 350.000 seguidores entre todos sus perfiles (Facebook, Instagram, YouTube y Twitter). Con registros de fotos y videos que datan de todas sus ediciones, Y con seguidores que interactúan y apoyan constantemente el festival. Esto representa un patrimonio invaluable.

En el Anexo 1 muestras de publicaciones online

PROVEEDORES

PROVEEDORES GENERALES

La Fundación se encargó de la búsqueda de todos los proveedores necesarios para el desarrollo del festival. A modo de síntesis los rubros más destacados fueron:

- 1.- Alojamientos
- 2.- Gastronomía
- 3.- Escenografías
- 4.- Escenarios
- 5.- Luces y sonidos
- 6.- Vestuarios
- 7.- Televisación
- 8.- Fotografía y Filmación
- 9.- Imprenta
- 10.- Logística de Campo
- 11.- Médico y Ambulancia
- 12.- Sillas
- 13.- Alquiler de Handys y Megáfonos
- 14.- Seguros
- 15.- Baños Químicos
- 16.- Fletes para Instrumentos

En cada uno de los rubros antes mencionados, las actividades realizadas fueron:

- a.- Búsqueda de proveedor por rubro.
- b.- Solicitud de antecedentes, referencias, detalle de productos o servicios compatibles con el evento.

- c.- Elección de los potenciales prestadores. Reuniones personalizadas con cada uno, ya sea en sus fábricas/talleres u oficinas como en las de *La Fundación*. Invitación a presupuestar en base a los datos proporcionados para cada caso.
- d.- Estudio de los presupuestos, plazo de entrega y formas de pago.
- e.- Reuniones con los elegidos para interiorizarlos del sistema de contratación, requerimientos y plazos.
- f.- Control y seguimiento de cada uno de los proveedores.
- g.- Recepción de la documentación para ser presentada a la Provincia de Misiones para su autorización y luego el seguimiento dentro del Consejo Federal de Inversiones.
- h.- En el caso de productos, control de la mercadería entregada en cantidad y calidad. Preparación para su envío a Misiones. Embalaje en algunos casos. Entrega a transportista. Y lo mismo en el caso de la devolución de los productos alquilados.
- i.- En el caso de servicios, seguimiento de la calidad de los mismos y de los tiempos acordados.
- j.- Solicitud a cada proveedor de muestras de los materiales realizados y de los servicios prestados para los informes y de acuerdo a la solicitud del Consejo Federal de Inversiones.

A continuación desarrollaremos sintéticamente rubro por rubro lo efectuado con cada uno:

1.-Alojamiento

La Fundación en su primer viaje a Misiones antes de la confirmación del evento y de un presupuesto, comenzó a su riesgo la búsqueda de la hotelería para albergar a los niños en la semana del festival.

Antes de viajar se realizó el primer sondeo telefónico para indagar sobre los servicios que prestaban los hoteles en cuanto a disponibilidad de comensales en los restaurantes, de tipo de habitaciones, de sistemas de calefacción, la propuesta gastronómica entre otros puntos. Siempre se trató de contactar a hoteles 3 estrellas o aparts con una categoría similar de prestaciones.

También *La Fundación* se encargó de buscar distintos hoteles para los alojamientos de los periodistas, influencers u otras personalidades o funcionarios que fuera necesario albergar. En este caso se consultó a la hotelería 5 y 4 estrellas como alternativas viables.

En la primer visita a Puerto Iguazú para el mes de octubre se constató el estado de los hoteles que históricamente habían participado del festival, más los nuevos para conocer sus instalaciones y su ubicación respecto del lugar de ensayo de los niños, entre otras inquietudes. Dentro de los primeros preseleccionados estuvieron los siguientes hoteles:

Cabaña El Leñador, Carmen, Complejo Turístico Americano, Don Horacio ,El Libertador, Jardín de Iguazú, Hostel Inn, Los Helechos Hostería, Marco Polo Suites, Pirayú, Rain Forest, Sol Cataratas, Tourbillón, Tropical e Yretá Apart.

Quedaron fuera por distintos motivos (no contar con posibilidad de brindar el servicio gastronómico en un único turno, disponer de muy pocas habitaciones por ejemplo) los siguientes hoteles:

Alexander, Azaleas, Lilian, Pasaros, Kelta Hotel, Selva del Laurel y Nuevo Raíces Apart.

Respecto de los hoteles para los periodistas, influencers, presentadores, y algún invitado de la provincia de Misiones o el CFI, los hoteles consultados fueron:

Amerian, El Pueblito Iguazú, Exe Hotel Cataratas, Falls Iguazú, Grand Crucero, Iru Iguazú Sind. TV, La Aldea de la Selva, La Sorgente, Meliá, Mercure Hotel, Ocio Apart, Panoramic, Saint George, Village Cataratas, YvY Hotel de Selva.

Tanto para una categoría como para la otra se pidieron a todos los hoteles las cotizaciones con detalle de los servicios a proveer y condiciones de contratación.

Allí surgió el primer inconveniente ya que para los hoteles preexistentes las primeras cotizaciones llegaban con incrementos de entre el 65% y el 85%, lo que hacía inviable sus propuestas pues nosotros teníamos en el presupuesto un aumento del 40%. Su postura estaba argumentada sobre la valuación del dólar para mayo del 2018 y la que se tenía en ese momento a principio del 2019 con la inseguridad que podía seguir aumentando hasta la fecha del festival.

Las alternativas para albergar a los niños participantes eran disminuir su cantidad o pelear los precios sin bajar la calidad y prestación de los servicios. Después de varios intercambios incluso hubo una nueva visita a Puerto Iguazú los hoteles para los participantes con los que pudimos contar, considerando que se pudieron obtener valores similares a los que teníamos de presupuesto fueron:

Carmen, Complejo Turístico Americano, Los Helechos Hostería, Marco Polo Suites, Pirayú, Rain Forest, Sol Cataratas, Tourbillón, Tropical e Yretá Apart.

Respecto a los alojamientos en hoteles 4 y 5 estrellas como los precios eran realmente muy superiores al presupuesto *La Fundación* contactó al Bureau de Puerto Iguazú para que los hoteles apoyaran al evento como no lo habían hecho ningún año anterior brindando hospedaje sin cargo para periodistas e influencers. Las negociaciones del Bureau no resultaron muy beneficiosas y conseguimos a través de la propietaria de la empresa Cuenca del Plata, Sra. Patricia Duran que en forma personal y por su condición de mayorista de

turismo, solicitara a los hoteles el acompañamiento que se les estaba peticionando. Fue así que algunos pocos hoteles dispusieron dar algunas habitaciones sin cargo entre ellos: Falls Iguazu (4), Loi Suites (2), Mercure (2). Saint George (1). Gran Crucero (1), Iguazu Jungle (1).

Todavía faltaba solucionar el tema de las comidas de los periodistas, y se hizo cargo la empresa Cuenca del Plata de las cenas para todos en el Hotel El Pueblito y en La Aldea de la Selva. El almuerzo del día sábado se realizó directamente en el Parque Nacional.

Durante la semana del festival, *La Fundación* realizó las visitas de supervisión de los establecimientos de los niños para corroborar que el servicio fuera acorde a lo presupuestado.

La Fundación solicitó a cada uno de los hoteles todos los documentos y facturación necesarios para ser presentados en el Gobierno de la Provincia de Misiones. En general se realizaron 2 pagos, uno de anticipo y otro de saldo. Al cierre de este informe final ya no queda facturación por recibir. Y los pagos se han ido realizando directamente desde la provincia.

La prestación de los servicios por parte de la hotelería de Iguazú se desarrolló sin ningún inconveniente, tanto en los alojamientos de los niños como de los profesionales que nos acompañaron de prensa y comunicación.

2.- Gastronomía

La Fundación para esta edición consiguió que todos los hoteles de los participantes brindaran el servicio de pensión completa a diferencia del festival del 2018. Se le envió a cada hotel un plan de nutrición con detalle, variedad y cantidad de ingesta tanto líquida como sólida para cada día. Con esto los

hoteles pudieron efectuar sus presupuestos y *La Fundación* pudo cotejar los presupuestos enviados en cuanto a la parte gastronómica.

La Fundación tal como se indicó en los informes anteriores realizó la búsqueda adicional para la producción de viandas para los días de ensayos de los chicos locales en el Parque Nacional Iguazú al igual que para los servicios médicos, de seguridad y bomberos que nos acompañan por la noche en los hoteles y en el ensayo y concierto final en el Parque Iguazú. Finalmente de los dos proveedores preseleccionados, el elegido final fue Sebastian Calgaro-Insfran Pérez Juan José quien ya trabajó en otras ediciones del festival. Su presupuesto fue mejor y sus antecedentes también.

A los hoteles de los niños se los instruyó con tiempo cuales debían ser las características de las viandas a preparar para los dos días especiales de ensayos y concierto en el Parque Nacional Iguazú.

Todos los hoteles respetaron las recomendaciones recibidas, con algunas adaptaciones de aquellos que tienen buffet en vez de comidas servidas al plato.

La Fundación supervisó durante toda la semana del festival el cumplimiento de los servicios pactados tanto en los hoteles como en el servicio de viandas.

También hubo algunas adaptaciones para participantes celíacos que fueron resueltos ni bien fueron planteados al llegar los chicos. Se verificó la higiene de sectores de cocinas, depósitos y servicios de mesa; calidad y cantidad de los productos elaborados, temperatura de los mismos y atención entre otras observaciones.

La Fundación acompañó al proveedor en la entrega de la documentación necesaria para su cobranza. Aquí también se dividió en dos partes la

facturación: una etapa de anticipo y un saldo final. La facturación se envió a las autoridades provinciales para su aprobación y luego se siguió en el Consejo Federal de Inversiones con la recepción de dicha documentación y su posterior pago.

3.- Escenografías

Las propuestas de escenografías del festival se desarrollaron más ampliamente para los conciertos que se realizaron al exterior, especialmente por una cuestión de presupuesto y una relación costo-beneficio: los salones de los hoteles o en La Aripuca donde se suelen realizar los conciertos son espacios con una afluencia de público menor que los conciertos al aire libre como lo son los dos anfiteatros: el Ramón Ayala en plena ciudad y el del Parque Nacional Iguazú.

Por lo tanto los mayores esfuerzos en plantear escenografías se realizaron en estas dos locaciones en exteriores. Tanto en los hoteles como en La Aripuca se vistieron los escenarios con luces, efectos de iluminación, efectos de humo y banners. En los hoteles además se colocaron pantallas led y se combina con la televisación de pasar parte de lo que se televisa en vivo. Además se realizaron placas especialmente diseñadas con los logotipos, tanto de **Iguazú en Concierto**, como de los sponsors que acompañan el festival.

La Fundación comunicó a la empresa encargada de los diseños que el leitmotiv de esta edición era *Iguazú es una Fiesta*, por lo que las escenografías tenían que respetar e incentivar la consigna volcada.

Escenografía en el Anfiteatro Ramón Ayala: tal como fue indicado en el último Informe Parcial la escenografía final fue presentada a las autoridades provinciales para su aprobación. Se siguieron realizando algunas modificaciones finales ya in situ y bajo la supervisión de *La Fundación*.

El proyecto y la dirección de obra estuvo a cargo de Federico Jacobo y la ejecución en este caso fue a cargo de estudio del Palo-Pablo Marturet. Los tiempos se cumplieron y se pudieron realizar los ensayos en tiempo y forma de acuerdo a lo pautado previamente.

La Fundación realizó los pedidos necesarios a la Municipalidad de Puerto Iguazú. La locación fue cedida sin inconvenientes pero no se cumplieron los requisitos por parte del ente de la limpieza del lugar, la iluminación y el perfecto estado de los baños. Se tuvo que contratar un servicio especial para el día del concierto para mantener la limpieza de los baños que son los que utilizan los niños por la cercanía al escenario. Para el público se instalan baños químicos como se detallará más adelante.

Se adjuntan fotografías del escenario Ramón Ayala ya en el concierto.

Escenografía en el Parque Nacional Iguazú: para esta edición se volvió a tomar la locación del año 2018, por ser el mejor lugar disponible a la fecha para reunir la cantidad de gente que asiste al evento. De todas formas el espacio queda chico por lo que se instaló una pantalla de 4 x 6 metros para que la gente que no puede acceder al lugar principal igual pueda ver el espectáculo a través de una pantalla. La misma se colocó ni bien se atravesaba el acceso y en esta edición también se colmó de público.

Una vez aprobados los diseños por las autoridades provinciales a través de la Arq. Viviana Rovira, como representante de la provincia de Misiones ante el Consejo Federal de Inversiones y tal como se detallara en el informe anterior, se comenzó rápidamente con la ejecución de la escenografía, que se realizó el primer tramo en la ciudad de Posadas y luego se trasladaron las estructuras a Iguazú para proceder al montaje y armado de toda la escenografía.

El diseño también estuvo a cargo del estudio de Federico Jacobo y la ejecución a cargo de PINTAGRAM-Rolaband Studio SA. También estuvo a cargo de esta última el desarme y armado posterior de toda la pérgola de madera que envuelve el anfiteatro. Trabajo minucioso y complicado ya que el estado de la misma no es bueno por falta de mantenimiento y al ejecutarlo hay piezas que se quiebran, astillan o directamente ya no se pueden utilizar más. Se hizo un trabajo de numeración de cada listón/tabla de vigas y columnas para poder volver a armarlo como estaba.

La Fundación solicitó al estudio de Federico Jacobo que hubiera un profesional diariamente que estuviera a cargo de la dirección para poder controlar con él, los tiempos pautados y cualquier contingencia que ocurriera.

El clima claramente colaboró muchísimo ya que todos los días se pudo trabajar sin inconvenientes, sólo media mañana de lluvia en una semana de trabajo.

La escenografía fue entregada en tiempo y forma y hubo una excelente simbiosis con la gente de Produsom que realizó el montaje del escenario.

Se adjuntan fotografías de la escenografía en el concierto final del Parque Nacional Iguazú.

La Fundación solicitó en su momento además de los diseños, los presupuestos para cada locación. Una vez que todos los presupuestos y condiciones fueron acordes a lo que estaban pre-establecido, se comenzaron los diseños definitivos, los planos correspondientes, los esquemas de tiempos generales. *La Fundación* también se encargó de la certificación por etapas, de anticipos y saldos, de la solicitud de los presupuestos y facturas. También del envío a la provincia para su aprobación formal y luego el seguimiento con el Consejo Federal de Inversiones.

4.-Escenario

Para la etapa del último informe aún no habíamos obtenido los presupuestos de nuevos proveedores argentinos. Si bien contábamos con el presupuesto de Produsom que nos mantenían el precio del año anterior por tratarse de una estructura similar, la diferencia cambiaría lo hacía inviable. Se había pasado de una relación real-pesos de más del 80% entre el 2018 y 2019. Llegaron los presupuestos con opciones nacionales pero aún seguían siendo más caros, la falta de tiempo para contratarlos tampoco ayudaba y la cuestión de las distancias también influía negativamente en el número final. Finalmente se resolvió tratar de invitar a la empresa brasilera a que reconsiderara el precio en base a que durante las 9 ediciones anteriores habían trabajado para el festival, y que no habían tenido problemas ni durante la ejecución ni posteriores. Finalmente y después de varias conversaciones logramos que bajaron el precio un 14.8% bajo el argumento que ya habían realizado algo muy similar, que seguramente algunas piezas curvas podrían llegar a servirles si es que las habían conservado, y que su personal ya sabía cómo ejecutar la obra. Finalmente se consiguió la reducción mencionada y se les dio la obra.

Los planos fueron entregados por la empresa de Federico Jacobo a la cual se le hicieron algunas adaptaciones para el coro y sobretodo la parte plana de adelante ya que no había tanta participación de los ballets clásicos.

También se incorporó una pantalla led en el piso. Además se montaron estructuras para los fotógrafos y los camarógrafos. Se realizó un house mix para el equipo de sonido, e iluminación. Y se armó una estructura a nivel +1.00 sobre el piso para el sector vip para albergar alrededor de 70 sillas.

La empresa Produsom fue el primer proveedor en llegar a Puerto Iguazú. En esta edición pudieron hacer Aduana sin mayores inconvenientes. Tampoco en

el Parque Nacional tuvieron problemas. Si hubo por parte del Parque y diariamente un estricto control de medidas de seguridad del personal así como de los seguros de cada uno de los trabajadores involucrados.

La Fundación asesoró a la empresa Prodosom en la realización de la facturación correspondiente, sobre todo por el tema de la facturación en reales.

El escenario fue entregado en la fecha estipulada que era el jueves 20 de junio. El desarme se produjo en el tiempo acordado sin prejuicios ni inconvenientes con el Parque Nacional.

5.-Luces y sonido

En el último informe volcado aún se estaba a la espera de los presupuestos, sabiendo que muchos de los redes estaban aún sin terminar de definir. Finalmente se consiguieron los riders con bastante poco tiempo pero de todas formas los proveedores pudieron pasar sus presupuestos con la salvedad que algún futuro cambio sería menor y no tendría que ocasionar diferencias presupuestarias. Se describen a continuación los proveedores contratados y los servicios prestados en cada caso:

- Sancí Equipamientos, Milagros Sancí, Tupa/Mesia y Patricia Quiroga fueron los encargados de la puesta de sonido del evento final. Proveyeron todos los equipos necesarios, el traslado de los mismos desde la ciudad de Buenos Aires, ida y vuelta, los profesionales y asistentes para la ejecución del sonido final. Si bien en años anteriores se había trabajado solo con la empresa Sancí, a efectos de poder bajar los costos y adaptarlos al 25% de aumento que teníamos en este rubro se decidió que la empresa tercerizara algunos servicios y con ello se logró el objetivo buscado.

- Julio Piacentini fue el encargado de la supervisión técnica de la instalación eléctrica en los dos anfiteatros, proveyendo la mano de obra y materiales necesarios para el suministro de electricidad para todos los proveedores en ambos escenarios. Incluido las conexiones a los generadores previstos por alguna contingencia en el Ramón Ayala, y los dos generados en el Parque (uno para sonido y otro separado para luces). Más un tercero de back up.
- FMra/Casanello fue la empresa encargada del suministro de luces y sonido generales en las siguientes locaciones: Escuela Taratuti, Grand Salón del Hotel Iguazú Grand en dos días diferentes, Salón del Centro de Convenciones del Hotel Amerian, Aripuca y en el Anfiteatro Ramón Ayala. En cada locación *La Fundación* se encargó de solicitarle los servicios necesarios tanto de iluminación como de sonido, estructuras acordes y equipos y consolas en función de las necesidades de cada concierto. También se le solicitó proveyera las pantallas led que fueron utilizadas en el Hotel Iguazú Grand, en el Centro de Convenciones del Amerian y en el Parque Nacional Iguazú.
- 2M Group fue el encargado de la iluminación general del evento final. Además proveyó la pantalla de piso del escenario final.
- Marturet Juan proveyó la iluminación led y controlador del escenario del Parque Nacional.
- Elortegui Juan fue el sonidista encargado de los conciertos de los Hoteles Amerian, Iguazu Grand, Hotel Meliá y en el Anfiteatro Ramón Ayala, operando los equipos provistos por FMra / Casanelo.
- Cesar Cuevas se encargó del diseño de la pantalla de piso del escenario en el concierto final provista por 2M Group.
- Ricardo Rodríguez fue en encargado de proveer el sonido con el equipamiento y su operación en el Itec para todos los ensayos

más el día viernes en el Hotel Iguazú Grand, con la puesta ya probada por Elortegui del día martes.

- Jhonatan Genske fue el proveedor encargado de la afinación del piano utilizado y cedido por el Hotel Iguazú Grand tanto en el montaje como al finalizar el concierto.

La Fundación además de la búsqueda de los distintos proveedores, pedido de presupuestos y elección de los más idóneos, durante la semana del festival hizo un trabajo diario de control de cada servicio y equipamientos entregados, seguimiento de los armados y desarmes en cada locación y devolución a las distintas locaciones de las instalaciones en las mismas condiciones entregadas.

La Fundación instruyó a cada proveedor sobre el formato de entrega de facturas y presupuestos, procedimientos, tiempos y formas de pago. Todos los pasos se fueron cumpliendo de acuerdo a lo establecido incluidas las aprobaciones por parte de la provincia y luego el seguimiento con el Consejo Federal de Inversiones.

6.-Vestuario

Como se adelantara en el Informe Parcial anterior, el proveedor de remeras y gorras ya había sido elegido. Se esperaron las aprobaciones correspondientes de diseños de parte de las autoridades provinciales a los efectos de comenzar las producciones. Se solicitó al proveedor toda la documentación necesaria para comenzar a solicitar su anticipo.

La idea en el caso de la vestimenta también fue desarrollada en base a que acompañara el concepto de fiesta por lo que se optó por materiales fluo tan de

moda en estos momentos en fiestas y eventos especiales. Los diseños fueron minimalistas con la incorporación del nuevo logo para no competir con la coloración de las remeras. En la parte posterior se enfatizó la idea con la frase *Iguazú es una Fiesta*. Fueron 4 colores de fluo separados para grupos de cuerdas, vientos, coros y exóticos.

Las gorras también llevaron el nuevo logo de **Iguazú en Concierto** y se hicieron todas en un mismo color negro y se bordó el logotipo en el mismo color de la remera. La empresa encargada de la ejecución de las remeras y las gorras fue Aktitud-Diseño de Moda.

También se realizaron los bocetos y luego la confección de las cintas que llevan las tarjetas identificatorias que usan tanto los niños participantes, como el staff, la gente de prensa e invitados especiales. Las mismas una vez aprobadas también por la provincia, se mandaron a confeccionar. En este caso el mejor precio se consiguió con la empresa Conar Latinoamericana SRL.

En cuanto a las tarjetas identificatorias se hicieron 4 modelos: prensa, participantes, staff e invitados, a dos idiomas. También una vez aprobados los diseños se enviaron a producir a la empresa Novocard SRL.

Los 3 proveedores entregaron sus productos en tiempo y forma. Los mismos fueron luego transportados a la ciudad de Puerto Iguazú antes del comienzo del festival.

Se compraron también los sobres plásticos porta credenciales para poder incorporar a las tarjetas identificatorias, las entradas que otorga el Parque Nacional, sin la cual no es posible el acceso al mismo. En este caso el proveedor fue Plásticos Rafer.

En cada caso *La Fundación* procedió con los requerimientos de presentación de facturas y presupuestos de cada proveedor para que se pudieran cobrar los anticipos y luego los saldo finales.

En el Anexo 1 se muestran fotografías de los trabajos terminados

7.-Televisación

Para la transmisión televisiva del festival si bien se había comenzado a dialogar con la TV Pública todavía estaba pendiente la transmisión del festival anterior, lo que finalmente ocurrió el domingo 16 de junio. Para la transmisión del 2019 la TV Pública nuevamente se ha comprometido a emitir un programa pero sin fecha cierta. Tanto la Lic Erika Schmocker que es la Presidenta del Consejo Federal de Televisión Pública y Representante de la provincia de Misiones en dicho Consejo como *La Fundación* han tenido varias reuniones al respecto. Incluso *La Fundación* se ha entrevistado con Emilio Laferriere ,Vice Presidente de Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado y con el productor Artístico y han obtenido de ellos el compromiso de la emisión del programa.

Durante la semana se transmitió el festival en vivo durante varios días a través del Canal 12 de Posadas, con varios canales del interior tomando la señal en vivo. También se transmitió por streaming y están subidos en youtube todos los programas tanto de la semana como el concierto final.

Para este año el recorte presupuestario en este rubro específico fue importante. De todas formas el Canal 12 llevó un equipo compuesto por camión de exteriores, cámaras y un shimmy. También hubo un equipo diario (más pequeño que el año anterior) para realizar durante la semana entrevistas, acompañar a influencers, y realizar algunas producciones con los chicos en las cataratas, durante los ensayos y durante los conciertos semanales.

Este año no se pudo contar con una producción especial para realizar un programa especial pero si está todo el material registrado que se había comprometido. Y en la medida que surgiera presupuesto se podría ejecutar.

Todas las tramitaciones de facturación y presupuestos se realizaron directamente con la provincia de Misiones.

8.-Fotografía y filmación-videos

La magnitud del festival amerita según la visión de *La Fundación* que en el caso del material fotográfico se realice con dos equipos en paralelo. Se busca tener dos tipos de fotografías distintas: una enfocada a la fotografía instantánea o de reportero gráfico, y otra más enfocada a encuadres especiales, cuidado de luces, primero planos de secuencias distintas, captura de momentos, etc.

Se buscó para el primer caso un estudio profesional con el cual ya el festival vino trabajando, que es de Puerto Iguazú y que conoce la mecánica del evento. Debe entregar el material para subir a las redes sociales el mismo día de cada concierto o en su defecto la mañana siguiente. En este caso el proveedor fue Juan V Romero-Vision 2000. Ya se ha enviado al CFI toda la documentación de las fotografías obtenidas por el equipo profesional.

Para la segunda instancia se buscaron opciones y finalmente se seleccionó a una profesional de Posadas, cuyo material enviado y presupuesto se adaptaba a las necesidades del festival. En este caso el profesional elegido fue Victoria Venturino, quien estuvo presente a lo largo del festival. El resultado de su trabajo hasta el momento cumple con las expectativas encomendadas.

Cabe destacar que el material fotográfico y fílmico es de un valor incuestionable ya que es el material que queda para el futuro en cada edición.

Tener material de buena calidad ha permitido este año hacer una revista especial de los 10 años, con un material y edición de excelencia.

A su vez para la edición fílmica como se indicara en el ítem televisación se trabajó con un equipo de Posadas Free Medios SRL.

Tanto la parte fotográfica como la fílmica fue utilizada diariamente por el equipo de Community Manager de *La Fundación* para subir a las redes sociales Instagram, Facebook, para anuncios en Google, para enviar a las distintas redacciones de diarios y canales de diarios. El material entregado fue de calidad y los tiempos estuvieron acorde a lo necesario.

Como con los demás proveedores *La Fundación* se encargó de la solicitud de la facturación y presupuestos, del material necesario para ser enviado a la provincia para la firma y autorización de las autoridades a cargo, para luego seguir la tramitación vía el Consejo Federal de Inversiones.

9.-Imprenta

La Fundación se encargó de la creación y realización de todos los diseños correspondientes a los elementos gráficos y de vía pública, así como la determinación del formato de cada pieza, cantidades y calidades de los objetos a imprimir. Ya se detalló en el Informe Parcial los proveedores a los cuales se invitó a participar. En este Informe se detallan los proveedores que finalmente fueron seleccionados, luego de las evaluaciones realizadas en cuanto a expertise, presupuestos, tiempos de entrega y condiciones de pago.

A continuación el detalle del proveedor de cada producto:

Programa Oficial de la 10 Edición: la impresión del mismo la realizó la empresa Amison SA. El producto final fue un programa de tamaño 30 x 23 cms abierto y 15 x 23 cms cerrado, con bordes redondeados. El pliego de tapa

impreso en papel ilustración importado mate de 250 grs y el interior de 135 grs. Se ejecutaron 3500 ejemplares todos a 4 colores frente y dorso.

*Volantes A5: se imprimieron 10.000 Volantes en papel ilustración brillante de 115 grs. a 4 colores frente. El proveedor fue Amison SA.

*Front-Table en formato Carpitass: se imprimieron 1000 unidades con un troquel especial y borde recto y se utilizó cartulina duplex de 260 grs a 4 colores frente. La imprenta a cargo fue Amison SA.

*Afiches A3: se imprimieron 500 afiches en papel ilustración brillante de 170 grs a 4 colores frente. La medida final fue de 42 x 30 cms. La imprenta a cargo fue Amison SA.

*Revista Especial Homenaje a los 10 años: la imprenta a cargo fue Artes Gráficas del Sur. Se realizaron 1000 ejemplares de una medida final cerrada de 29.8 x 36.8 cms y abierta de 59.6 x 36.8 cms, toda a 4 colores; con pliego de tapa en papel ilustración importado de 300 grs e interior de 170 grs.

*Banners: se reimprimieron las lonas Black Out 1440 ppi de 18 banners utilizando las estructuras en buen estado de las ediciones anteriores. La empresa a cargo de esta impresión fue Igraf Soluciones Gráficas.

*Back de prensa: se imprimió la tela y la estructura. La empresa a cargo de esta impresión fue Igraf Soluciones Gráficas.

*Entradas: se imprimieron 2400 entradas a un color con papeles de 3 colores distintos que fueron entregadas al público para que accediera sin inconvenientes en los salones de los hoteles American e Iguazú Grand en cada función.

Todas estas impresiones fueron llevadas finalmente a Puerto Iguazú por medio de la contratación de expresos y algunos bultos los llevó la empresa Rio Uruguay sin cargo en un par de micros. Las entregas se realizaron sin problema y llegaron a tiempo.

La Fundación se encargó de la distribución de los volantes y los afiches que fueron entregados a comercios de Puerto Iguazú, al Duty Free Shop, al Aeropuerto y en restaurantes del centro de la ciudad. Así como los banners que una cantidad fue entregada en los lobbys de los mejores hoteles de la ciudad y algunos restaurantes y otros fueron llevados diariamente de hotel en hotel donde se realizaban los conciertos: colocados en los lobbys y en los escenarios. Lo mismo ocurrió con el banner de prensa que se montó y desmontó cada día según el concierto de turno.

Los programas fueron entregados en las distintas funciones por promotoras quienes además acompañaban al público en el ingreso en cada concierto.

En cuanto a las revistas especiales de la 10^a Edición fueron entregadas a autoridades, e invitados especiales en el Hotel Meliá, y en el sector Vip del Concierto Final en el Parque Nacional.

Se entregaron ejemplares al Iturem – Iguazú Turismo Ente Municipal y al Iguazú Convention Bureau. Fueron entregados además 300 ejemplares al Consejo Federal de Inversiones y el resto fue entregado a los ministros Ivonne Aquino y José María Arrua, como material de difusión del festival de Orquestas Infante Juveniles que auspicia el Gobierno y el CFI desde hace 10 años.

La Fundación además de la búsqueda y la selección de cada proveedor, realizó el asesoramiento para la tramitación de las facturas y presupuestos. Luego

cada uno fue enviado para la aprobación provincial y luego su seguimiento ante el CFI, para los anticipos y posteriores saldos de cada uno.

10.-Logística de Campo

La Fundación entiende como Logística de Campo, tres equipos diferentes:

- 1.- equipo de seguridad
- 2.- equipo de contingencias
- 3.- equipo de accionamiento con el público.

La Fundación con cada uno de estos equipos, se encarga de establecer las actividades a desarrollar, los lugares donde se realizan las posibles acciones y los tiempos y horarios en los cuales se desarrollan las acciones. Se entregaron planos de las locaciones indicando a cada grupo el área a cubrir y tarea a realizar.

Con estas indicaciones se buscaron los proveedores, se los contactó, se les entregaron los lineamientos antes mencionados, se solicitaron antecedentes en trabajos similares y se los invitó a cotizar según lo entregado.

La Fundación entendió que para lograr el objetivo en estas 3 áreas, era aconsejable trabajar con gente local o de la zona, pues de otra forma se incrementarían muchísimos los costos de cada equipo ya que habría que adicionar alojamientos, viáticos y comidas. Por lo tanto se buscaron empresas de Puerto Iguazú, de Posadas o empresas cuyas filiales no estuvieran más de 300m km. También se consultó en el rubro hotelero y gastronómico de la ciudad sobre posibles candidatos al ver que las opciones de contratación no abundaban.

Finalmente y luego de estudiar las distintas propuestas presentadas, los seleccionados en cada rubro fueron:

1.- Equipo de seguridad.

En este caso se optó por la empresa VIP Seguridad. Este equipo fue el encargado de mantener la seguridad en las siguientes locaciones: a) en el Instituto Tecnológico donde los chicos ensayaron diariamente. Cubrieron todos los horarios, de acuerdo a los cronogramas enviados por la dirección artística. b) en los salones de los conciertos, tanto en la parte exterior (en las filas que se forman para los ingresos), como en el interior de las salas. c) en el Anfiteatro Ramón Ayala, donde es fundamental la contención del público pues siempre es mayor la concurrencia convocada que el espacio disponible. d) en el Anfiteatro del Parque Nacional donde también hay mayor concurrencia de público respecto del espacio de sillas disponibles frente al escenario.

La Fundación diariamente controló el accionar del personal contratado por parte de la empresa. Se ajustaron algunas consideraciones pero el comportamiento general fue ampliamente aceptable.

2.- Equipo de contingencias

Este equipo es de fundamental importancia ya que tiene a su cargo accionar ante cualquier posible desmán por exceso de público o cualquier otra controversia que surja; también está a su cargo ordenar el público respecto de las salidas y pasillos de emergencia, custodiar que no se sobrepase la capacidad máxima de público en los espacios cerrados como los salones de hoteles; acciones de evacuación, etc. En este caso se seleccionó a Ravelli-Núñez da Silva como responsable a cargo del plantel subalterno presentado.

3.- Equipo de accionamiento con el público.

Este equipo es un equipo de promotores que realizan el acompañamiento y ubicación general del público en cada locación; entrega de los

programas; recepción de las entradas que fueron dadas en el exterior a cada invitado y asesoramiento general del público para el concierto en cuestión y los demás conciertos de la semana. Fue seleccionada María Cristina Padin en este caso, que también había colaborado en ediciones anteriores del festival.

Durante toda la semana hubo coordinadores de *La Fundación* supervisando el trabajo realizado por cada grupo; horarios; trato con el público; vestimenta, etc.

Como con los demás proveedores se procedió a solicitarles las facturas de anticipo, los presupuestos acordes y luego los saldos finales. Una vez recibida cada documentación y chequeada fue enviada a la provincia para su aprobación y luego se continuó con el seguimiento en el CFI.

11.Médico y Ambulancia

Una vez recibidas las cotizaciones de las dos empresas mencionadas en el informe anterior, se seleccionó a Clínica Sam para que brinde el servicio de asistencia médica de los niños y de las personas que concurren a los conciertos. Esta empresa cuenta con el expertise además de haber realizado en varias oportunidades la cobertura en otras ediciones del festival.

La particularidad de esta edición es que hubo más de 120 consultas totales, ya sean dentro de los horarios preestablecidos por planillas como fuera de los horarios (generalmente en horarios nocturnos, en los hoteles). Cabe destacar

que las patologías no fueron en general muy complejas, pero sí muy abundantes. El servicio cumplió con las expectativas ya que fueron cubiertas todas las demandas tanto ambulatorias dentro de la ambulancia como en los hoteles donde se hospedaban o en los conciertos.

.

12.- Sillas

El equipamiento que necesitan los chicos para sus ensayos y luego en los conciertos, además de sus propios instrumentos son las sillas donde sentarse. Y el problema como ya se planteó en el informe anterior es que para esta edición y debido a un robo durante el año, el Festival no contaba con ninguna silla. Esto no estuvo contemplado en el presupuesto pues siempre se abastecían sólo aquellas que se habían roto en el transcurso del año o estaban muy deterioradas por el uso.

La búsqueda de sillas negras en Puerto Iguazú fue tediosa pues no había empresas donde alquilar, tampoco en las localidades cercanas, y traerlas desde Buenos Aires o Posadas excedían el presupuesto. Finalmente se consiguió que el Itec se hiciera cargo de la compra de una cantidad de 160 sillas y el resto fueron alquiladas vía una tercera empresa al Sindicato de Comercio de Puerto Iguazú. Única opción.

La Fundación tuvo que buscar luego proveedores para el traslado de las sillas alquiladas tanto para el Itec, como para llevarlas al Parque Nacional para el evento final. También *La Fundación* hizo una gestión con el hotel Meliá, para que nos prestara sin cargo, sillas de mayor calidad para el sector Vip del concierto final. Se buscó el proveedor que realizara el traslado del préstamo y de la devolución. La empresa a cargo de todos estos servicios fue Follow Us SRL. Se le solicitaron los presupuestos y las facturas correspondientes para

presentarlos para su aprobación en la provincia y luego el seguimiento en el CFI.

13. Alquiler de teléfonos, handies y megáfonos

Para la provisión de handys y megáfonos finalmente y luego de haber recibido un par de presupuestos se seleccionó a Bacigaluppi para la provisión de los mismos. Se alquilaron 2 megáfonos que fueron utilizados por la Dirección Artística en los ensayos del Itec y en los ensayos del Parque Nacional. La misma empresa proveyó los handys que son imperiosos para la coordinación de los distintos equipos en los hoteles, y en los dos anfiteatros. Se alquilaron 20 handys distribuidos de diferente manera según las necesidades diarias. *La Fundación* dispuso una persona responsable de la entrega y luego devolución de cada aparato para evitar pérdidas o robos.

En cuanto al tema telefonía, sigue siendo Puerto Iguazú un lugar difícil para las comunicaciones. Muy pocas empresas brindan un servicio de alquiler incluso desde Buenos Aires y finalmente se eligió a Phonerental SA que fue quien brindó los servicios. También aquí ambas empresas presentaron sus presupuestos y facturas y *La Fundación* envió a la provincia para su aprobación y luego el seguimiento para la cobranza final.

14. Seguros

Tal como se detallara en el Informe Parcial y luego de recibidas las propuestas de varias compañías de seguro, *La Fundación* optó por seleccionar a las siguientes empresas:

- a) Chubb Seguros Argentina SA con quien se libraron los seguros de Accidentes Personales para todos los participantes, más un grupo de 20 adultos como periodistas.

- b) Seguros Sura SA con quien se libró la póliza de Responsabilidad Civil para el período total del festival y para cada una de las locaciones donde el festival realizó alguna acción o concierto.

Para la cobertura de los niños, *La Fundación* entregó al seguro un listado con los 750 niños involucrados, tarea que no fue fácil pues hasta último momento no hubo confirmación exacta de quienes eran finalmente los chicos que subieron al micro o tomaron un avión. Siempre suele haber cambios a último momento por cuestiones de salud o permisos de padres o tutores no conseguidos. Los listados solicitados contenían el nombre completo y documento nacional de identidad o pasaporte de cada integrante.

Para el seguro de Responsabilidad Civil se entregó a la aseguradora el listado de todas las locaciones con el nombre de la Razón Social, nombre de Fantasía, número de Cuit y dirección.

Se solicitaron los presupuestos con los cuales se emitieron las pólizas. A la fecha aún estamos a la espera de las facturas pertinentes de ambas compañías, a pesar de habérselas reclamados en varias oportunidades vía mail y vía telefónica.

15. Baños químicos

De los dos proveedores consultados por *La Fundación* para consultarles sobre servicios y precios (Baquímicos y Baños Químicos de Misiones de la localidad de Posadas), finalmente se optó por seleccionar a Baquímicos por su menor cotización. Se contrataron finalmente baños durante 13 días distribuidos de la siguiente forma:

Se proveyeron 6 baños en total (5 más 1 para discapacitados) el día Jueves en el Anfiteatro R. Ayala y el viernes, día de ensayo, en el Parque Nacional. A su

vez durante 10 días se proveyeron en el Parque 2 baños químicos para el personal del montaje del escenario y escenografías del concierto final y finalmente 11 baños en total el día del evento final (10 comunes más 1 para discapacitados). Todos los baños contaron con el servicio de limpieza diario, más el de elementos de higiene.

La Fundación también contempló la supervisión en cada lugar del servicio y mantenimiento detallado por presupuesto. Se encargó de petitionar el presupuesto y las facturas acordes a lo ejecutado. Envío para la aprobación a la provincia y luego el seguimiento en el CFI.

16.Fletes para instrumentos

La Fundación se encargó de buscar proveedores para el traslado de los instrumentos que se alquilan para la formación de la Mega Orquesta Iguazú en Concierto. Hay instrumentos y otros elementos como contrabajos, campanarios, xilofones, atriles, podios, amplificadores, pianos eléctricos y gradas para coros, entre otros muchos que hay que trasladar a la ciudad de Puerto Iguazú. El tema presupuestario aquí fue decisivo pues el aumento de este rubro era de un 25% y no se pudo lograr tener esa variación respecto del monto del año anterior. Los precios de la nafta y de la mayoría de los insumos en dólares no coincidían con los valores que manejaba *La Fundación*. El proveedor que más cerca estuvo su presupuesto respecto del 2018 fue Transporte GAV-Villalba que por otra parte ya conocía la mecánica no sólo del traslado Buenos Aires-Iguazú-Buenos Aires, sino la rutina diaria de la carga y descarga de instrumentos y sillas desde el Itec a los conciertos y el regreso ya pasada la media noche de cada día.

Se optó por la selección de un camión de 28 m³ de chasis, que incluía el chofer, la estadía del chofer, el trabajo diario de carga y descarga como se indicó más arriba y los 1300 km de ida y vuelta.

La condición de pago acordada fue un anticipo del 50% para la reserva del camión y el restante 50% antes de la partida del mismo. Se trató de cumplir con las exigencias del proveedor pues no teníamos un recambio al mismo precio y mucho menos a un precio menor. Se agilizó al máximo la solicitud del presupuesto final que fue bajado en dos oportunidades, la factura del anticipo, para ser enviada rápidamente a la provincia y luego dando conocimiento en el CFI la posición con la que se contaba.

LOCACIONES

LOCACIONES

La Fundación hizo un análisis respecto de las locaciones y los conciertos diarios que se realizaban en los hoteles y en La Aripuca en cuanto a los tiempos de participación de los chicos. Se visualizó que por hacer hasta 3 conciertos diarios las presentaciones individuales eran sumamente cortas y no se terminaba de apreciar el nivel, el esfuerzo, los vestuarios y la producción de cada grupo en particular. También para el público era un poco desmoralizante presentarse con mucha antelación, hacer una cola y luego que el concierto durara apenas algo más de una hora. La gente se quedaba con las ganas de más y los participantes también. Se conversó esto con la Dirección Artística y se concluyó que sería mejor hacer dos conciertos por día con una duración mayor, más tiempo para los participantes y más tiempo para que el público disfrutara. Así fue que tanto en el Hotel Amerian como en el Iguazú Grand se hizo solo un concierto por día, más otro en otra locación.

Se decidió también mantener los dos conciertos masivos en el Anfiteatro Ramón Ayala y en el Parque Nacional Iguazú. Ya desde el primer viaje que realizó *La Fundación* a Puerto Iguazú se contactaron a las autoridades municipales a través de su Intendente Claudio Filippa y su Secretaria de Gobierno la señora Marcela Gonzalez para comunicarles la necesidad de contar para el día 20 de junio con el Anfiteatro. Justo coincidía que ese jueves era día feriado por lo que era ideal contar con esa fecha. La solicitud fue aceptada y también se pidió la colaboración de tener el anfiteatro en condiciones de limpieza e iluminación acordes al evento y a la cantidad de público que asiste, incluidas autoridades nacionales, provinciales y sponsors.

Respecto del Parque Nacional *La Fundación* solicitó para el mes de marzo la autorización a Parques Nacionales. Hubo un par de reuniones en Buenos Aires en la sede Central de la Administración de Parques Nacionales para ajustar de ambos lados las peticiones y permisos necesarios. Se estuvo en diálogo continuo con la promesa de poder sacar la misma en tiempo. La autorización formal fue firmada el miércoles 19 de junio o sea posterior a haber ingresado y prácticamente terminadas las obras en Puerto Iguazú. Se rescata que a pesar de esto, los guardaparques locales no pusieron objeción en dejar entrar y trabajar a todo el plantel de gente involucrada, pues la demora era interna de su administración.

La elección de un concierto en La Aripuca obedece a que es un lugar pequeño pero muy relacionado con la naturaleza de la zona y es uno de los destinos a visitar por los turistas en su visita a Iguazú.

También *La Fundación* se contactó con las autoridades del Instituto Tecnológico para solicitarles sus instalaciones para los ensayos la semana del festival. Rápidamente la solicitud fue aceptada.

Tanto el Hotel Iguazú Grand como el Hotel Amerian fueron visitados, se recorrieron las instalaciones, se habló con sus gerencias, se solicitaron formalmente las fechas, se revisaron las partes técnicas de iluminación y posibilidades de colocación de pantallas, de ampliación de escenarios, de ingresos y egresos de público. Por ejemplo en el Iguazú Grand se tuvo que diagramar el acceso del público por otro sector que no era el que se utilizaba históricamente. El Casino por donde se pasaba para acceder estaba en remodelación y el acceso por la calle lateral del fondo estaba cerrado. Se consensuó entonces con la gente de seguridad del hotel, la mejor forma para no interrumpir la afluencia de público al Casino pero también que fuera accesible para el público que llegaba a la sala a ver el concierto. Se contó con toda la colaboración por parte del hotel para que el público tuviera un acceso

acorde, no se hicieran avalanchas, tuvieran iluminación y lugar donde dejar los autos. La gente de la organización, *La Fundación* y el equipo tanto de seguridad como los anfitriones acompañaron hasta las puertas de acceso al público, les entregaron una entrada personal a cada uno de manera de evitar congestión, empujes y disgustos y saber de antemano en que momento la capacidad de la sala se colmaba. Este mismo sistema se implementó en el Centro de Convenciones del Hotel Amerian con excelente resultados.

La Fundación se contactó también con el Hotel Gran Meliá para invitarlos a formar parte de los festejos del **Iguazú en Concierto**. Como ya estaban cerradas las demás locaciones y el presupuesto que se tenía no permitía una nueva locación, la condición planteada era que acompañaran el evento pero que para el festival no tenía que significar ningún costo adicional . Así fue que se convino con su Gerente General que se haría un concierto en la medida que el hotel costeara todos los gastos de iluminación, sonido, pantalla, ambientación, etc. Finalmente el hotel accedió y el concierto se realizó. Se contó allí con la presencia del Sr. Gobernador de la Provincia de Misiones, Hugo Passalacqua y con el Secretario General del Consejo Federal de Inversiones Ing Juan José Ciácerá, a quienes **Iguazú en Concierto** les entregó un recuerdo por su apoyo incondicional de las 10 ediciones ininterrumpidas del festival. El Sr. Gobernador recibió un cuadro del artista plástico Andrés Paredes y el Secretario del CFI una escultura de Juan Carlos Pallarols. Además estuvo presente la Representante del Gobierno de Misiones ante el CFI la Arq. Viviana Rovira, importantes autoridades provinciales, y principales referentes de la hotelería y red comercial de Iguazú.

También se entregaron en el Anfiteatro Ramón Ayala una escultura de Juan Carlos Pallarols a la Arq. Rovira, por haber continuado con el festival durante su gestión y permitido cumplir con la X edición en forma ininterrumpida y a la Señora Patricia Durán de la empresa Cuenca del Plata en representación de toda la comunidad empresarial que apoya año tras año el festival al igual que al

Sr. José Darío Skrabiuk de Rio Uruguay que recibió una escultura de Andrés Paredes. Se entregó en este caso al gerente de Puerto Iguazú en su representación. En el Concierto de la Escuela se le entregó al Sr Taratuti una escultura también de Juan Carlos Pallarols, recibiendo en este caso su hija María la distinción.

Finalmente las locaciones y horarios donde se realizaron los conciertos fueron:

Martes 18 de junio:

*Escuela N° 875 Doña Mercedes García de Taratuty: 17.30 hs

Miércoles 19 de junio:

*La Aripuca: 19 hs

*Centro de Convenciones del Hotel Amerian: 20.30hs.

Jueves 20 de junio:

*Anfiteatro Ramón Ayala: 20 hs

Viernes 21 de junio:

*Exteriores del Hotel Gran Meliá: 19 hs

*Grand Salón del Hotel Iguazú Grand: 20.30 hs.

Sábado 22 de junio:

*Anfiteatro del Parque Nacional Iguazú: 17.30 hs

A modo de síntesis las acciones llevadas a cabo por *La Fundación* una vez determinadas cuales eran, (con sus días y horarios respectivos, con las autorizaciones pertinentes) las necesidades de luces, sonidos y pantallas, estructuras y ubicaciones de generadores fueron:

- Plan de ingreso y egreso del público.
- Plan de ingreso y egreso de proveedores.
- Lugares y horarios de carga y descarga de proveedores.
- Seguridad: formación de equipo y capacitación.
- Promotoras: formación de equipo y capacitación.
- Vallados de ingreso.
- Manejo y gestión de crisis.
- Comunicación del plan de locaciones.
- Ubicación y logística de cámaras fotográficas y de filmación.
- Ubicación y logística de todo lo necesario para las transmisiones televisivas y de streaming diario.

PRENSA

PRENSA

Como se mencionara en el informe precedente, la empresa que se seleccionó para que ejecutara la prensa del festival fue Bi Media SRL. Se le encomendó lograr una difusión a nivel nacional a través de los principales medios de comunicación especialmente gráficos y en las redes sociales.

La Fundación hizo un listado de los medios que no debían faltar para la cobertura del festival. También se hizo hincapié en ver posibilidades televisivas, sabiendo de antemano que por una cuestión presupuestaria sería difícil encararlas finalmente.

Bi Media presentó varias propuestas de medios detallando los periodistas que podrían cubrir el evento. Finalmente los convocados fueron:

- Diario Clarín – Marina Zucchi
- Diario La Nación - Mauro Ariel Apicella
- Editorial Perfil – Agustín Jamele
- Página 12 - Marcos Hernán Panessi
- Rumbos – Revista Dominical del Interior - Ximena Sol Pascutti y Federico López
- La Voz del Interior de Córdoba - José Heinz
- Canal 12 de Córdoba - Maria Florencia Ferrero y Marcelo Gabriel Carretero
- Revista Noticias - Adriana Lorusso

También a pedido de *La Fundación* se consultó sobre la posibilidad de invitar a Influencers para que cubran el festival. La propuesta por parte de la agencia de

prensa fue compartida de inmediato y finalmente las personas que fueron al festival fueron:

Bruno Yagüe

Julieta Sofia Nair Obregón

Camila Noelia Ibañez

Luana Aylen Figueredo

La Fundación se encargó de gestionar las gacetillas de prensa, corregirlas, buscar los materiales para adicionar a dichas gacetillas. También se enviaron todos los datos e informaciones que nos iban solicitando la agencia como nombres y contacto de los directores de cada orquesta, de los solistas, de los coros, y luego de los ganadores del concurso **Iguazú en Concierto Audition**. Se fue evaluando pre festival los medios que se iban consiguiendo y durante y post evento las repercusiones obtenidas.

A modo de resumen se vuelcan aquí las repercusiones de los medios más importantes donde hubo cobertura del festival:

- La Nación: varias notas y gacetillas en su versión diario y on line.
- Clarín: varias notas y gacetillas en su versión diario y on line.
- Revista Noticias: en revista y on line
- Perfil: en su versión diario
- La Voz del Interior: en su versión diario y on line
- Canal 12 de Córdoba: 4 salidas al aire y 2 notas en la página del canal
- Página 12: on line
- Rumbos: tapa y nota en su versión revista dominical y on line
- Canal 12 de Posadas: transmisiones en vivo durante la semana y la transmisión del Mega Concierto final.
- Más de 60 repercusiones de los medios on line y fm de todo el país.

Según el informe final de prensa hubo 283 repercusiones de prensa y cuantificada de acuerdo al centimil obtenido equivale a más de \$ 26.000.000.-

En cuanto a la repercusión de los Influencers se obtuvo un alcance total de 1.300.000 compuesto por 7 posteos y 58 ig stories.

También se le encargó a la agencia de prensa la búsqueda de un o una presentadora que acompañara el festival durante la semana. Se barajaron varios nombres pero finalmente *La Fundación* propuso a Roxi Vázquez, periodista y locutora del noticiero de canal de cable más visto de la TV argentina de la señal TN. Se informó a la agencia que debía contactarla, comentarle la idea de participación, gestionar con esta persona su posibilidad de asistencia así como un presupuesto que debía ser acorde a los números que manejaba el festival. La negociación resultó exitosa y la periodista hizo las presentaciones en el concierto del Anfiteatro Ramón Ayala, del concierto en el Hotel Gran Meliá, y el sábado compartido con Martin Wullich la conducción del evento final. Esto dio un upgrade importante respecto de cada una de las locaciones donde se presentó. Históricamente sólo se había contado con un presentador en el evento final.

La agencia también realizó una propuesta para que **Iguazú en Concierto** tuviera presencia en uno de los programas musicales que se emiten por la señal de TN con la presencia de la periodista Eleonora Perez Caressi. Hubieron dos reuniones con el productor del programa, *La Fundación* y el equipo de prensa, pero finalmente el horario del programa y el costo de la producción excedía el monto manejable y *La Fundación* concluyó que el costo beneficio en este caso no era apropiado.

En el Anexo I se adjuntan algunas repercusiones del trabajo de prensa.

EVENTOS

EVENTOS

Tal como se indicara en el Informe Parcial las autoridades provinciales prefirieron dejar presupuesto sobrante, en el caso que lo hubiere, para realizar otras acciones dentro del propio evento.

La idea de realizar un concierto dentro de la balsa navegando por el río Iguazú se profundizó pero no se pudo concretar por varios motivos: la de bandera argentina no iba a estar para la fecha del festival en Puerto Iguazú. Durante un par de meses iba a estar trabajando en Formosa río abajo, por lo que de ninguna manera se podía contar con ella. La de bandera paraguaya no contaba con los permisos adecuados además de no querer dejar de realizar los cruces diariamente que ya tienen en el año. Además se habló con las autoridades portuarias y nos plantearon una serie de requisitos y limitaciones que no iban a poder ser cumplidas en tiempo y forma y además sin ninguna seguridad de parte de autoridades de poder obtener los permisos inherentes. Se informó a las autoridades misioneras respecto de las limitaciones y se descartó oficialmente.

Finalmente se realizó como único evento la presentación de la X Edición de **Iguazú en Concierto** en la ciudad de Posadas para días antes del festival. Primero se había previsto realizarlo en la ciudad de Puerto Iguazú, para lo cual integrantes de *La Fundación* viajaron a Puerto Iguazú pero una vez allí y en reuniones con las máximas autoridades de la provincia, éstas decidieron postergarlo y realizarlo en la ciudad de Posadas.

CAMPAÑA PUBLICITARIA PIEZAS DE MEDIOS

CAMPAÑA PUBLICITARIA

Los integrantes de *La Fundación* gracias a su expertise tuvieron que agudizar sus esfuerzos para comunicar la décima edición del festival con un presupuesto que solo era un 25% respecto del año anterior. Todos los medios más reconocidos y a los cuales se apuntaba, tenían tarifas y ofrecían negociaciones con hasta porcentajes del 70% respecto de lo que el presupuesto permitía.

Desde un comienzo se tuvo claro que había medios televisivos a los cuales no se podría aspirar. De todas formas igual se intentó y contactaron medios nacionales a los efectos si no podríamos pautar publicitariamente por lo menos pudieran enviar profesionales a cubrir el evento.

Los medios contactados fueron:

* Televisión a nivel nacional:

América y América 24 - TV Pública - Canal Encuentro - Canal 13 - Telefé y TN

* Televisión a nivel local:

TV Canal 12 de Posadas - TV Canal 12 de Córdoba

* Radios a nivel nacional

* Medios gráficos a nivel nacional:

Clarín - Cuerpo principal - Suplemento Espectáculos - Suplemento Turismo - Revista Ñ

La Nación - Cuerpo principal - Suplemento Espectáculos - Suplemento Turismo

Revista Viva

Revista La Nación

Revista Nueva
Revista Rumbos

* Vía pública en Buenos Aires

* Vía pública en Misiones

* Medios de comunicación online:

Clarín.com - Lanación.com - Infobae.com - Misionesonline.com

El docetv.com -Córdoba

* Redes Sociales:

Facebook - Instagram -Twitter - Google - YouTube

*Youtubers e influencers

Finalmente y con las negociaciones efectuadas con la mayoría de estos medios (tarifas, descuentos, condiciones generales comerciales) se optó por realizar en Buenos Aires una campaña de vía pública y destinar un presupuesto también para la provincia de Misiones. Además realizar campañas en Instagram, Facebook, y en Google. Trabajar con un par de Influencers para incentivar la presencia en redes sociales a través de sus seguidores, como ya se detalló en capítulo Prensa

Las empresas seleccionadas para realizar vía pública en Buenos Aires fueron Publicidad Sarmiento y Boschle SRL.

Lo que finalmente se realizó fue:

- 1600 cara-pantallas municipales (4 circuitos por 400 cara-pantallas)
- 150 séxtuples con una duración de 15 días más 150 séxtuples que fueron entregados al Ministerio de Turismo de Misiones y a la Municipalidad de Puerto Iguazú.

El diseño de la campaña fue enteramente realizado por *La Fundación* tal como se detalló en el Informe Parcial.

En el Anexo 1 se adjuntan fotografías de la campaña y los listados de ubicaciones fueron enviados oportunamente al Consejo Federal de Inversiones.

En el Anexo 1 también se adjuntan los posteos y anuncios efectuados tanto en Instagram como en Facebook y Google. Antes, durante y post evento se fueron mostrando las novedades, los conciertos y lo más sobresaliente de cada día. .

PIEZAS DE PROMOCIÓN

PIEZAS DE PROMOCIÓN

La Fundación realizó la creatividad, los bocetos y originales correspondientes a las piezas de promoción. Las mismas fueron aprobadas por las autoridades provinciales tanto desde lo artístico como desde la cantidad y especificaciones técnicas de cada producto. Para cada pieza se trató de transmitir la idea de Fiesta que debía reinar en esta X Edición.

Las piezas ejecutadas fueron:

- Banners institucionales.
- Banner de Prensa
- Credenciales institucionales identificatorias de los distintos grupos
- Cintas colgantes y porta credenciales
- Front-Table o carpitas
- Flyers en tamaño A5
- Posters tamaño A3

El uso de cada uno fue detallado en este mismo informe en el sector Imprenta.

En el anexo 1 se muestran las piezas ya impresas.

PIEZAS DE PRENSA

PIEZAS DE PRENSA

La Fundación realizó en este caso los temarios primarios para la ejecución de las distintas gacetillas que confeccionó luego la agencia de prensa. Se corrigieron y se le dio el material fotográfico o audios para que la agencia acompañara y enviara a cada medio.

La información en este caso debía enfatizar desde el inicio la importancia de la X Edición.

Las gacetillas enviadas a los medios tocaron los siguientes tópicos:

- a.- Lanzamiento del festival
- b.- Intérpretes participantes
- c.- Lanzamiento del Audition de Iguazú en Concierto
- c.- Ganadores del concurso
- e.- Fechas de los Conciertos
- f.- Locaciones de los Conciertos
- g.- Participantes - orquestas y coros
- h.- Solistas
- i.- Maxi Trusso como figura acompañante de la Mega Orquesta.

Toda la comunicación debía mantener el lenguaje acorde a los valores intrínsecos del festival, por lo que se trató de un trabajo conjunto entre *La Fundación* y la agencia de prensa. Así los periodistas y medios que levantasen la información enviada tendrían una coherencia y exactitud de lo que iba a suceder o estaba sucediendo durante el festival. Se buscó al respecto una correcta diagramación: títulos grandes, no repetitivos y creativos en lo posible. También que las fotografías y audios enviados fueran lo más atractivos posibles para que pudieran sentir los periodistas lo mismo que anhelaban que

sintieran sus lectores al leer sus notas. Se buscaron testimonios de historias interesantes y ricas en anécdotas.

En el Anexo I se adjuntan Ejemplos volcados directamente en piezas de prensa.

PIEZAS INSTITUCIONALES

PIEZAS INSTITUCIONALES

Para este año *La Fundación* propuso dos piezas institucionales:

** Programa Oficial de **Iguazú en Concierto**: se pensó en un objeto que fuera utilizado durante toda la semana del festival y que fuera la guía para saber quién, cuando y donde se realizarían cada uno de los conciertos. Se investigó y se concluyó que el programa ya es una pieza de colección para todas aquellas personas que siguen el festival año tras año, por lo que se continuó con el formato.

**Revista Conmemoración del X Aniversario: se pensó en una revista de envergadura que fuera un recuerdo de momentos inolvidables de ediciones anteriores del festival.

- En el caso del Programa Oficial *La Fundación* proyectó la estructura general y cada una de las secciones internas: calendario, locaciones, profesores, orquestas, coros, danza, Iguazú y agradecimientos. Estéticamente se diseñó el pliego de tapa y cada una de las páginas interiores; se seleccionaron las fotos utilizadas; se retocaron las fotografías que finalmente se publicaron; se redactó y tradujo todo el material a los idiomas inglés y portugués; se armaron los originales finales; se envió todo el material a imprenta; se controló la impresión a pie de máquina; se controló la cantidad final entregada; se despachó con destino a Puerto Iguazú. Se distribuyó diariamente el programa en los distintos conciertos.
- En el caso de la revista Conmemoración el trabajo que realizó *La Fundación* fue similar: se buscó un formato original para mostrara que

se trataba de un producto diferente que marcaba un hito importante dentro del festival. Se pensó que la revista fuera básicamente visual, e impactante. Costó bastante trabajo elegir el material fotográfico, si bien había mucho y muy bueno, elegir sólo algunas piezas tenía sus inconvenientes: había que dejar fuera material que también era muy bueno, pero a mayor cantidad disminuía el alto impacto de una foto a doble página que casi es un poster. Se diseñó a pedido de la Arq. Viviana Rovira un mapa especial que mostrara específicamente dónde se hacía el festival en el mundo. Se realizó una ilustración del continente americano donde se marcó especialmente la Argentina y de allí salía un mapa con el detalle de la provincia de Misiones con la característica de su enorme suelo natural.

Para la tapa también se ejecutó una ilustración especial con la idea de mostrar el entorno natural donde se realiza el **Iguazú en Concierto**, pero se quiso salir de la coloración tan típica de los verdes y rojos y se viró hacia colores un poco más fríos, incorporando también los azules del agua, colores todos que estarían reflejados también en el interior.

Se redactaron los textos y sólo se tradujo al inglés en la última página para no romper con el clima que se iba generando página tras página; se armaron todos los originales para mandar a imprenta; también se hizo el seguimiento de impresión a pie de máquina; se controlaron los papeles utilizados y la cantidad final de impresión; se despachó con destino a Puerto Iguazú y se hizo una entrega personalizada según se detallé en el capítulo Imprenta.

En el Anexo 1 se muestran imágenes de ambos productos

DIRECCIÓN

DIRECCIÓN

Como se comentara anteriormente en otra parte de este presente informe, *La Fundación* comenzó a trabajar a su riesgo antes de la fecha de confirmación de la ejecución del festival. Se pudieron adelantar algunas acciones, especialmente las más creativas, pero no aquellas que necesitaban de una fecha concreta de ejecución o compromiso.

Se detallan las actividades más relevantes que efectuó *La Fundación* desde el inicio cuando se comenzó a planificar la X Edición de **Iguazú en Concierto**:

- Lineamientos generales del formato del festival.
- Desarrollo conceptual de la décima edición y del concepto *Iguazú es una Fiesta* como leit-motiv.
- Realización de un aggiornamento de la imagen institucional basada en la importancia del festejo de la nueva edición. También la creación de un sello por los “10 años”. Sus características y modos de implementación en distintos escenarios.
- Determinación de la fecha final del festival junto con las autoridades misioneras luego de haberse conocido la postergación de la fecha típica de mayo por cuestiones eleccionarias.
- Determinación de la cantidad de conciertos a desarrollar junto con la Dirección Artística: cantidad, procedencia, géneros musicales de artistas a invitar.

- Seguimiento y supervisión a la Dirección Artística en cuanto a su personal afectado para los conciertos, en los hoteles donde estaban hospedados los participantes, acompañamientos de los grupos a las Cataratas y en cada movimiento que los mismos efectuaran y demás tareas diarias a realizar por el equipo de Fundecua que no fuera específicamente la parte artística.
- Referido a la logística de alojamientos para los participantes, *La Fundación* se encargó de la búsqueda, selección, solicitud de presupuestos y relevamiento in situ de los establecimientos necesarios para albergar la cantidad de niños pre-establecidos. Confirmación del rooming por hotel y seguimiento de los servicios de catering brindados por los hoteles y del servicio de viandas.
- En cuanto a las locaciones donde realizar los conciertos *La Fundación* hizo los relevamientos previos y contactos con los referentes de los lugares preseleccionados para solicitarles los salones o demás instalaciones. Solicitud de los equipamientos de luces y sonidos disponibles existentes y las posibilidades de nuevas incorporaciones ya sean provistos por ellos o por el festival. Entrega y devolución de cada instalación en el mismo estado recibido.
- Referido a proveedores *La Fundación* ha analizado y seleccionado todos los proveedores de los rubros del presente informe: alojamientos, gastronomía, vestuarios, escenarios, escenografías, equipamientos durante los ensayos, equipamientos de comunicación de la organización, sistemas de salud, vigilancia, de contingencia y de accionamiento con el público que se utilizaron en cada locación, entre otros. Ha supervisado todos y cada uno de los servicios y/o productos con el objetivo de lograr los mejores resultados en cada caso.

- Idea y supervisión del concurso **Iguazú en Concierto Audition**: desde el proyecto del concurso, su implementación en la web, seguimiento diario de la evolución, de las respuestas diarias a demandas concretas de los interesados y de la comunicación realizada en las redes del concurso.
- *La Fundación* estableció contacto con los ganadores del concurso; búsqueda de pasajes en colaboración con la agencia de turismo de Posadas Carlotta Stockar, referenciada por las autoridades provinciales.
- *La Fundación* realizó los trabajos de creación, diseño y realización final de todas las piezas de promoción, de prensa e institucionales necesarias para el evento, según se fueron detallando en los informes y en los distintos anexos.
- Relacionado con el trabajo de prensa, *La Fundación* ha realizado un trabajo de selección y seguimiento de cada una de las tareas encomendadas, envió del material solicitado para gacetillas y difusión del festival. Aprobación del staff periodístico recomendado por la agencia de prensa; búsqueda de los alojamientos de los mismos en conjunto con la empresa Cuenca del Plata que tal como se detalló y a solicitud de *La Fundación* consiguió el 90% de estos alojamientos sin cargo. Seguimiento pre, durante y post evento de las repercusiones obtenidas.
- En cuanto a la difusión y comunicación por la vía publicitaria se analizaron todas las propuestas de los proveedores pre-seleccionados y también *La Fundación* diseñó la campaña publicitaria y todas las piezas institucionales, y de promoción necesarias. También se seleccionaron los medios que luego fueron contratados por el Consejo Federal de Inversiones.

- En cuanto al relacionamiento con autoridades, instituciones locales o nacionales *La Fundación* se ha contactado con cada una de las entidades o personas necesarias para cumplir con cada prestación:

*Se contactó a la Intendencia de Puerto Iguazú para comunicarles las fechas y lugares donde se desarrollaría el festival y para solicitarle la disponibilidad del Anfiteatro Ramón Ayala.

*Se contactó en el mes de marzo a las autoridades nacionales de la Administración General de Parques para solicitarles que vía resolución, autorizaran brindar sin cargo la locación del Anfiteatro del parque y 1300 entradas junto con la empresa concesionaria, también sin cargo, para todos los chicos y acompañantes pudieran visitar las cataratas. Se detalló anteriormente toda la gestión y su finalización.

*También se visitó en dos oportunidades la Intendencia del Parque Iguazú y durante la semana previa y la semana del festival se estuvo en contacto permanente con las máximas autoridades del Parque Iguazú y los guardaparques a cargo.

*Se visitaron a efectos de dejarles material de promoción y solicitar su apoyo a la Comisaria n 1 de Puerto Iguazú, a Tránsito de la ciudad, a Gendarmería y al cuartel de bomberos.

*Una de las primeras medidas ejecutadas por *La Fundación* fue establecer contacto con lo que sería el Centro Logístico diario del festival, que fue el Instituto Tecnológico – ITEC – para solicitarle las instalaciones durante la semana del festival. En este caso se tomó la seguridad y limpieza de algunas instalaciones a cargo del festival.

- En cuanto a los escenarios y escenografías tanto exteriores de mayor envergadura como interiores *La Fundación* supervisó todos y cada una de las siguientes etapas: ideas, bocetos, anteproyectos, proyectos, armados y desarmes de cada instalación y en todos los casos hubo una

recepción de cada intervención por parte de los distintos comitentes sin ningún inconveniente.

- En cuanto a las transmisiones televisivas se estuvo en contacto con el Canal 12 de Posadas, que finalmente transmitió varios conciertos en la semana y el concierto final. Además tanto *La Fundación* como la Presidente del Consejo Federal de la Televisión Pública Lic Erika Schomoker mantuvieron reuniones con las máximas autoridades de la TV Pública, con el compromiso por parte de estos últimos de la transmisión de un programa especial.

Cabe destacar que durante el festival y a la finalización del concierto final se han recibido palabras de elogio por el desarrollo y organización del Festival, tanto de las autoridades provinciales y municipales como del público en general, empresarios del ámbito turístico, gastronómico y del transporte. Y por supuesto de todos y cada una de las delegaciones y participantes que ya están a la espera de una nueva invitación para el 2020.

ANEXO I

IEC 2019



LOGOTIPO IEC

IEC 2019



LOGOTIPO 10 años

IEC 2019



LOGOTIPO 10 años

IEC 2019

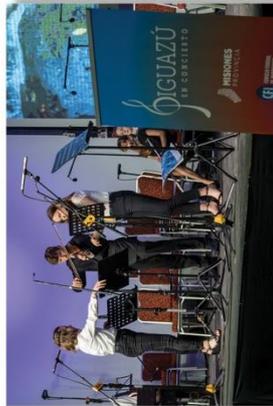


WEB Iguazú Audition

IEC 2019



ESCENARIOS
Iguazu Grand



ESCENARIOS
Hotel American

IEC 2019



ESCENARIOS
La Aripuca

IEC 2019



ESCENARIOS
Anfiteatro R. Ayala

IEC 2019



ESCENARIOS
P.N. Iguazú

IEC 2019



ESCENARIOS
P.N. Iguazú

IEC 2019

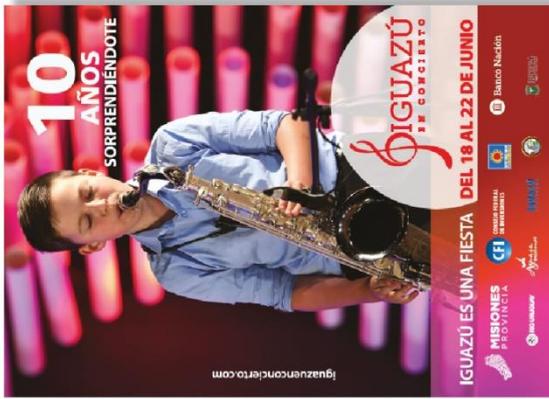
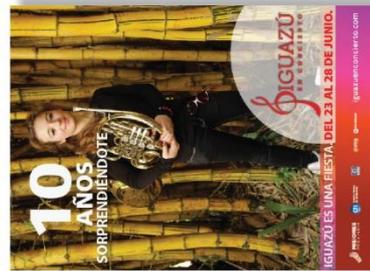
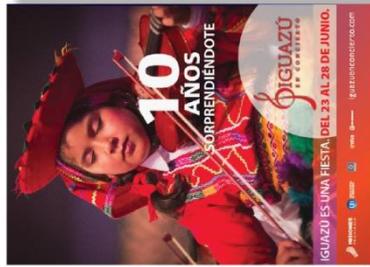


REMERAS



PROGRAMA

IEC 2019



FLYER
CARPA
AFICHETA

BANNERS

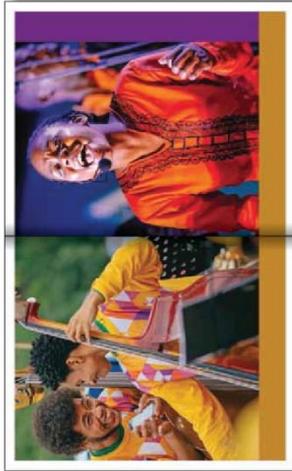
IEC 2019

TAPA / CONTRATAFA



REVISTA

DOBLES INTERIORES



DOBLE INTRODUCCIÓN





ENTRADAS

IEC 2019



BANNERS

IEC 2019



BANNERS

IEC 2019



BANNERS

LA NACIÓN
DIARIO
21 AL 24/6/2019

IGUAZU EN CONCIERTO
CUANDO LA MÚSICA PROPICIA
HISTORIAS ÚNICAS
ESPECTÁCULOS



Iguazú en Concierto. Cuando la música propicia historias únicas
 El concierto se celebró en el marco de la celebración de los 10 años de la creación del Instituto de Estudios y Promoción Cultural de la Provincia de Misiones.



El método de una inclusión
 La música es un lenguaje universal que trasciende las barreras físicas y culturales. En este sentido, el método de inclusión que se utiliza en el concierto de Iguazú en Concierto es un ejemplo de cómo la música puede ser una herramienta poderosa para promover la inclusión y la igualdad.



Iguazú en Concierto. Diez años de historias asombrosas con la música como fin
 El Concierto se celebró en el marco de la celebración de los 10 años de la creación del Instituto de Estudios y Promoción Cultural de la Provincia de Misiones.



LA NACIÓN
online
Del 21 al 25/6/2019

Niños haciendo música en el festival Concierto Iguala festeja sus diez años



El festival de música infantil 'Concierto Iguala' celebra su décimo aniversario con un programa de actividades que incluye conciertos, talleres y actividades lúdicas. El evento se realizará el próximo 21 de junio en el Auditorio de la Universidad de Guanajuato.

DEGAT

DEGAT es un programa de apoyo a la gestión empresarial que ofrece asesoría y capacitación a emprendedores y pequeñas empresas. El programa es gratuito y está dirigido a personas que deseen iniciar o mejorar su negocio.

El día del estudiante, el día del docente y el día del profesor son días importantes para la comunidad educativa. Estos días se celebran en honor a quienes dedican su vida a la enseñanza y al aprendizaje.



El día del estudiante, el día del docente y el día del profesor son días importantes para la comunidad educativa. Estos días se celebran en honor a quienes dedican su vida a la enseñanza y al aprendizaje.

JAFI, una empresa mexicana

La compañía JAFI, una empresa mexicana, se dedica a la producción y distribución de alimentos saludables y orgánicos. Su misión es proporcionar productos de alta calidad que beneficien la salud y el medio ambiente.



La compañía JAFI, una empresa mexicana, se dedica a la producción y distribución de alimentos saludables y orgánicos. Su misión es proporcionar productos de alta calidad que beneficien la salud y el medio ambiente.

PRENSA

LA NACIÓN
online
Del 21 al 25/6/2019

Iguazu en concierto: los niños prodigio que quieren divertirse



El grupo de niños prodigio de Iguazu en concierto en el marco del programa de apoyo a la cultura de la provincia de Buenos Aires. Foto: P....

El grupo de niños prodigio de Iguazu en concierto en el marco del programa de apoyo a la cultura de la provincia de Buenos Aires. Foto: P...



El grupo de niños prodigio de Iguazu en concierto en el marco del programa de apoyo a la cultura de la provincia de Buenos Aires. Foto: P...

30 de junio de 2019

IEC 2019 La Academia Internacional de Cine de Argentina se reúne en Buenos Aires para celebrar su 20.º aniversario. El evento se realizará el 21 de junio en el teatro El Gran Splendid. Durante el encuentro se presentarán películas de cine argentino y extranjero, así como también se realizará un foro de debate sobre el cine argentino actual. El evento será transmitido en vivo por el canal de YouTube de la Academia. El evento será transmitido en vivo por el canal de YouTube de la Academia. El evento será transmitido en vivo por el canal de YouTube de la Academia.

El concierto final tuvo todo eso. La música, más todo, la pasión del compositor, la emoción, porque está escrito en cada una de las canciones en sus producciones y con los instrumentos que se escuchan en cada una de las canciones. Es un momento muy especial, el que hizo que la obra tuviera un rol tan importante. Además, el rol tan importante que tuvo la iluminación en su producción en cada una de las canciones.

Y si en un momento tuvo su parte más divertida, la música, también, con los años que se fueron pasando, que se fue pasando en un momento tan especial. La obra de teatro se fue pasando en un momento tan especial. La obra de teatro se fue pasando en un momento tan especial.



CLARIN
Diario y online
Del 21 al 25/6/2019

Música
MÁS INFORMACIÓN

Que se vengan los chicos...

El tradicional encuentro en el que los chicos de la escuela se reúnen para cantar y bailar en un momento de la fiesta del IEC 2019.

El tradicional encuentro en el que los chicos de la escuela se reúnen para cantar y bailar en un momento de la fiesta del IEC 2019. Este año, los chicos de la escuela se reúnen para cantar y bailar en un momento de la fiesta del IEC 2019. Este año, los chicos de la escuela se reúnen para cantar y bailar en un momento de la fiesta del IEC 2019.

Agenda de eventos
Nuestro programa de actividades para este fin de semana.

Reservar entradas
Reservar entradas para este fin de semana.



Final de la última edición

El momento más esperado de la fiesta del IEC 2019.

El momento más esperado de la fiesta del IEC 2019. Este año, los chicos de la escuela se reúnen para cantar y bailar en un momento de la fiesta del IEC 2019.

Agenda de eventos
Nuestro programa de actividades para este fin de semana.

Reservar entradas
Reservar entradas para este fin de semana.



Con la música en la cabeza

El momento más esperado de la fiesta del IEC 2019.

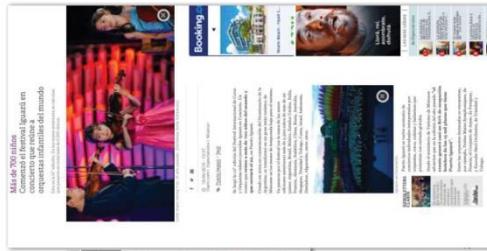
El momento más esperado de la fiesta del IEC 2019. Este año, los chicos de la escuela se reúnen para cantar y bailar en un momento de la fiesta del IEC 2019.

Agenda de eventos
Nuestro programa de actividades para este fin de semana.

Reservar entradas
Reservar entradas para este fin de semana.



CLARIN
Online
Del 21 al 25/6/2019



PRENSA

REVISTA
NOTICIAS
26/06/19

MÚSICA PARA EDUCAR
El programa de integración social "Español y Lengua" de la comunidad que
El grupo de música instrumental "Español y Lengua" de la comunidad que

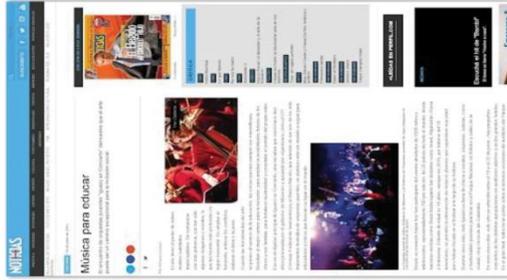
CULTURA
El programa de integración social "Español y Lengua" de la comunidad que

CULTURA
El programa de integración social "Español y Lengua" de la comunidad que

CULTURA
El programa de integración social "Español y Lengua" de la comunidad que

PRENSA

REVISTA
NOTICIAS
ONLINE
26/06/19



PERFIL
Diario
23/6/2019

La celebración por los diez años del concierto multitudinario



El concierto multitudinario que se celebró el pasado fin de semana en el estadio de fútbol de San Sebastián, con la participación de más de 100 artistas, fue un éxito. El evento, que se celebró por los diez años del concierto multitudinario, fue un éxito. El evento, que se celebró por los diez años del concierto multitudinario, fue un éxito.



El concierto multitudinario que se celebró el pasado fin de semana en el estadio de fútbol de San Sebastián, con la participación de más de 100 artistas, fue un éxito. El evento, que se celebró por los diez años del concierto multitudinario, fue un éxito.



El concierto multitudinario que se celebró el pasado fin de semana en el estadio de fútbol de San Sebastián, con la participación de más de 100 artistas, fue un éxito. El evento, que se celebró por los diez años del concierto multitudinario, fue un éxito.



El concierto multitudinario que se celebró el pasado fin de semana en el estadio de fútbol de San Sebastián, con la participación de más de 100 artistas, fue un éxito. El evento, que se celebró por los diez años del concierto multitudinario, fue un éxito.



El concierto multitudinario que se celebró el pasado fin de semana en el estadio de fútbol de San Sebastián, con la participación de más de 100 artistas, fue un éxito. El evento, que se celebró por los diez años del concierto multitudinario, fue un éxito.



