



ENCANTADOS

PLANO DE PATROCÍNIO- TV GLOBO



ENCANTADO'S

Os irmãos Olímpia e Eraldo Ponza, moradores do Encantado, tradicional bairro do subúrbio carioca, herdaram do falecido pai dois negócios- um supermercado e uma escola de samba- que hoje são o principal motivo de suas paixões e desavenças.

Conduzido às custas de muito trabalho e suor, o Encantado's é, como todo supermercado, um microcosmo da sociedade brasileira. Entre gôndolas e promoções, pessoas de todas as classes, credos e cores se encontram. É neste ambiente que trabalham caixas, estoquistas, faxineiros, seguranças, pessoas que, para muitos, são invisíveis.





ENCANTADO'S

No Encantado's, porém, os funcionários também têm seu dia de estrela. Quando as luzes do supermercado se apagam, acendem-se as da quadra da Joia do Encantado, escola de samba do grupo D que desfila na Estrada Intendente Magalhães, a Passarela do Povão.

A caixa assume o posto de porta-bandeira; o açougueiro vira compositor; o segurança transforma-se em ritmista; a estoquista se destaca como rainha de bateria. Dia após dia, os funcionários dividem-se entre a rotina de trabalho no supermercado e os preparativos para o desfile do carnaval, seu momento de glória.



A ARTE E A IMPORTÂNCIA DO FAZER RIR

Humor traz a dose de leveza que nos ajuda a digerir a rotina. Ele é capaz de alterar nosso estado de espírito, nos conectando com histórias, pessoas e lugares sem sair de casa. E tudo isso através de uma das ferramentas mais antigas e elementares da humanidade: o riso.

Dentre os diversos tipos de conteúdos que o audiovisual oferta, o humor estimula o hábito de assistir acompanhado e ainda é bastante presente para o brasileiro, mostrando o poder gregário e socializante que esse conteúdo possui.



ENTREGA **COMERCIAL**

INSERÇÕES TV GLOBO

Vinheta patrocinada abertura..... 11

Vinheta patrocinada encerramento..... 11

TV GLOBO: 22 INSERÇÕES

MERCADO: LOCAL

Nº DE COTAS: 1 COTA POR PRAÇA

PREÇO DA COTA: Conforme plano comercial





ESQUEMA COMERCIAL

PERÍODO 02/5 a 11/7/23

**NÚMERO DE
EPISÓDIOS** 11

HORÁRIO TERÇA-FEIRA, APÓS NOVELA III
(22h25**)

DURAÇÃO 30'

SIGLA SHT1

PREÇO DE 30" CONFORME LISTA DE PREÇOS VIGENTE

COEF. PARA 15" 0,50

GÊNERO DRAMATURGIA

* Chamadas poderão ser exibidas antes do primeiro episódio do programa. ** Horário aproximado

PREÇOS 30” – 120 MERCADOS



SUL	
RS1	14.538
CXS	1.492
SMA	945
PEL	928
PFO	903
STR	544
STC	854
CAL	407
BAG	431
URU	459
ERE	340
RGE	404

OBSERVAÇÕES COMERCIAIS

- O preço do patrocínio/projeto é fixo, válido para compras realizadas até 25 de abril de 2023, independentemente do período de veiculação. Cotas não comercializadas até este prazo, poderão ter atualizações.
- A Globo poderá desenvolver outras oportunidades comerciais (Top de 5", cota de participação, ações no conteúdo etc.) ligadas ao projeto. Essas oportunidades não poderão ser comercializadas para concorrentes dos patrocinadores deste projeto, desde que as cotas de patrocínio tenham sido adquiridas até o prazo de comercialização descrito no plano.
- Prazo de comercialização: dia 25/4/2023 (16h, horário de Brasília)
- Dias e horários de exibição do programa estão sujeitos a alteração.
- Não existe posicionamento especial para exibição dos comerciais que fazem parte dos planos de patrocínio, exceto quando mencionado.
- As caracterizações dos patrocínios (abertura, encerramento, vinheta de passagem, chamadas) da programação de linha deverão seguir as seguintes orientações:
 - Vídeo:
 - Duração de 3", 5" ou 7" de imagens com movimento.
 - Não serão permitidas imagens de atores com movimentos labiais.
 - O material não poderá apresentar mais do que uma marca/produto.
 - Caso o programa seja patrocinado por uma linha de produtos, as imagens não poderão dar destaque a nenhum produto particularmente; a ênfase deve ser apenas na linha de produtos.

OBSERVAÇÕES COMERCIAIS

- Áudio*:
 - 3": máximo de 4 palavras.
 - 5": máximo de 10 palavras.
 - 7": máximo de 12 palavras.
- Identificação do patrocinador ou marca no início do texto.
- Se mais de uma palavra for usada para designar uma marca ou produto, serão contabilizadas individualmente.
- Caso o texto apresente números ou siglas, estes serão computados por elementos, isoladamente.
- Se o programa for patrocinado por linha de produtos, poderá haver menção apenas da linha de produtos.
- *A validação é feita com o cronômetro.
- Não será aceita multiplicidade nas caracterizações.
- Para os programas com cotas Mercado Nacional, a Globo está aberta à análise de novas alternativas comerciais. Nessa situação, se a vinheta tiver duração de 10", poderá apresentar o máximo de 20 palavras.
- Caso ocorra falha na exibição de vinhetas de abertura ou encerramento, a entrega poderá ser compensada com a exibição de vinhetas de passagem no mesmo programa.
- Além das chamadas definidas nos planos comerciais, poderão ser exibidas chamadas sem assinatura do patrocinador, em função de necessidades estratégicas e promocionais dos programas.
- Os patrocinadores poderão fazer ofertas e promoções, tanto em áudio quanto em vídeo, nas vinhetas caracterizadas (abertura, encerramento, chamada, passagem, bloco e etc).

OBSERVAÇÕES COMERCIAIS

- A duração deve ser igual ou superior a 5", desde que respeitada a seguintes condições:
 - Áudio: Locução com citação do valor da oferta e/ ou menção específica da promoção.
 - Vídeo: Possibilidade de mostrar explicitamente preço/oferta na tela, (informação vazada sobre fundo original do material, sem tarja ou fundo específico).
- Cabe ao patrocinador arcar com os custos de envio dos seus materiais através dos players homologados pela Globo. Para mais informações consulte a Lista de Preços.
- O patrocínio do programa não bloqueia a venda de comerciais avulsos nos intervalos, inclusive para concorrentes, exceto quando informado.
- O patrocínio do programa bloqueia a venda de posições premium (break exclusivo, comercial em primeiríssima posição) para concorrentes).
- O programa pode ter ações no conteúdo e/ou projetos especiais comercializados, na TV e/ou no Digital, que não bloqueiam o patrocínio.
- Deverão ser emitidas autorizações distintas em relação à mídia TV Aberta, TV por Assinatura e Digital.
- O plano de veiculação segue orientações estabelecidas pelo Manual de Práticas Comerciais, Manual de Formatos, Lista de Preços e Código de Ética e Conduta do Grupo Globo.



rbstv