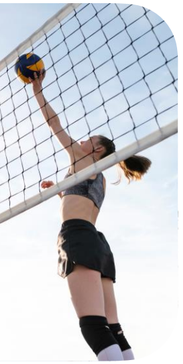
GLOBO ESPORTE

PLANO COMERCIAL/2025

LOCAL

Globo Esporte



Exibido de **segunda a sábado,** o programa traz lances, entrevistas e as principais notícias esportivas com um forte **apelo regional.**

Com uma linguagem irreverente, o **Globo Esporte** tem foco no futebol, mas também aborda outras modalidades com análises técnicas, além de momentos de descontração.

É tudo o que o telespectador busca para se atualizar rapidamente no horário do almoço.

E todos sabemos que esporte é uma das maiores paixões dos brasileiros, né?

Por isso, o **Globo Esporte já foi assistido por 7 em 10 pessoas** no ano, além de ser o **programa esportivo com a maior fidelidade da RBS TV**!

Fonte: Kantar Ibope Media – Instar Analytics – RM Completo – TT. Ind. – Cov%, Fid% (programas gênero Esportes) – período: 01.01 a 31.08.24 | Pesquisa Pinion – Globo Tracking Globo Esporte SP - Globo - Insights de Mídia e Mercado – Julho 2024

ESQUEMA COMERCIAL

FORMATOS LINEARES

Vinhetas de patrocínio são MUITO eficientes em impulsionar a resposta de engajamento atencional para a comunicação da marca durante o comercial que é precedido pelo formato.

VINHETAS DE ABERTURA

CONTEÚDO DO GLOBO ESPORTE

VINHETAS DE ENCERRAMENTO

As vinhetas de encerramento ajudam no envelopamento do programa e na memorização da comunicação, principalmente quando estão acompanhadas de elementos do comercial

globo

SÓ NO GE.GLOBO VOCÊ ENCONTRA UMA COBERTURA COMPLETA DOS PRINCIPAIS EVENTOS ESPORTIVOS

Além da visibilidade na TV, no ge, oferecemos uma solução de mídia display geolocalizada, com a possibilidade de impactar diretamente os usuários em todo o Rio Grande do Sul. No ambiente digital, ampliamos essa cobertura, proporcionando uma interação contínua com os fãs de esportes e garantindo que a audiência permaneça engajada, mesmo fora do horário de exibição na TV. Isso permite que a sua marca alcance um público apaixonado e altamente engajado em todas as plataformas.

Plano de Patrocínio

tvglobo

QUANTIDADE DE COTAS:
2 Cotas

TIPO DE COTA:
Mercado local

PLANO DE INSERÇÕES*:
- 1 vinheta de abertura de 7”
- 1 vinheta de encerramento de 7”

PREÇO DA COTA POR 04 SEMANAS:
Conforme detalhamento no próximo slide

DIA:
Segunda a Sábado

HORÁRIO*:
13H (sujeito a alteração)

DURAÇÃO DO PROGRAMA:
18’

SIGLA
GESP

GÊNERO
ESPORTE

* Cotas locais na TV Globo existe a opção da troca da assinatura (abertura e encerramento) de 7” pela de 3” ou 5” sem alteração no preço. Caso o patrocinador opte pela assinatura de 3” nas caracterizações de abertura e encerramento terá um comercial de 10” no intervalo do programa.

PREÇO PATROCÍNIO

GLOBO ESPORTE

PREÇO PATROCÍNIO – COTA LOCAL LINEAR

PREÇO REFERENTE AO PERÍODO DE 4 SEMANAS

Sul

RS1	187.920
CXS	35.982
SMA	27.540
PEL	28.242
PFO	28.278
STR	19.692
STC	22.824
CAL	14.292
BAG	13.860
URU	14.166
ERE	13.176
RGE	12.852

OPORTUNIDAD E EXTRA PLANO

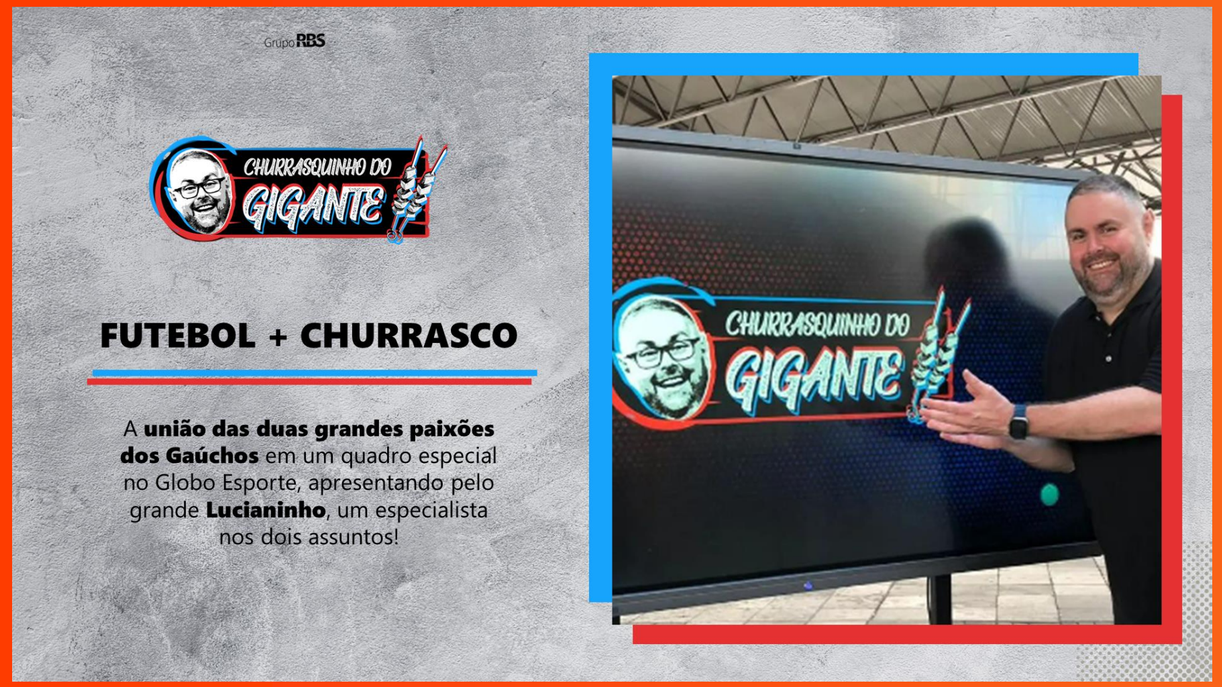
GLOBO ESPORTE

AÇÃO DE CONTEÚDO

Os anunciantes têm a oportunidade de participar do *Globo Esporte* através de ações de conteúdo, onde a mensagem ou os objetivos da marca se integram de forma natural ao programa.

Outra maneira de inserção das marcas no *Globo Esporte* é por meio do patrocínio ou participação nos diferentes quadros do programa.

Com uma adaptação cuidadosa da temática aos objetivos da marca, produtos e serviços podem ser destacados e reforçados através de formatos de vídeo que incorporam a logomarca ao conteúdo.



Churrasquinho do Gigante

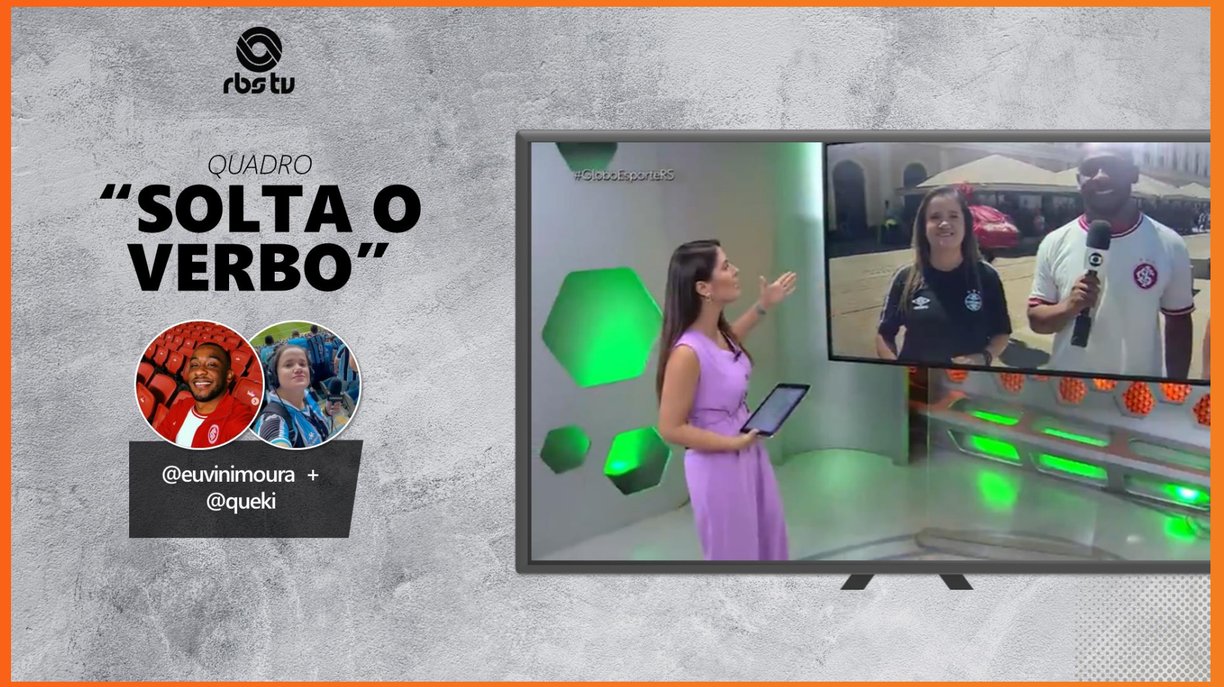
Lucianinho vai as ruas conversar com a audiência e claro, saborear um tradicional churrasquinho.

- Temporada de no mínimo 6 episódios;
- Consulte valores e disponibilidade Via Produto TV

Botequim do Maurício

Maurício Saraiva encontra personalidades da música e da bola, para um bate papo em clima de boteco.

- Temporada de no mínimo 6 episódios;
- Consulte valores e disponibilidade Via Produto TV



Central do Torcedor

Quadro de interatividade com a audiência, onde os comunicadores respondem do estúdio, as perguntas enviadas sobre os jogos da rodada.

- Temporada de no mínimo 6 episódios;
- Consulte valores e disponibilidade Via Produto TV

Solta o Verbo

Em clima descontraído os comunicadores do GE vão interagir com o público para ouvir sugestões, reclamações e palpites.

- Temporada de no mínimo 6 episódios;
- Consulte valores e disponibilidade Via Produto TV

PROJETOS CUSTOMIZADOS

Vem Alice

Alice Bastos Neves vai invadir locais tradicionais de jogos e iniciativas sociais para contar histórias

e encontrar personagens

- Temporada de no mínimo 6 episódios;
- Consulte valores e disponibilidade Via Produto TV

Em clima descontraído os comunicadores do GE vão interagir com o público para ouvir sugestões, reclamações e palpites.

- Temporada de no mínimo 6 episódios;
- Consulte valores e customizações Via Produto TV

OBSERVAÇÕES COMERCIAIS

OBSERVAÇÕES COMERCIAIS – LINEAR

1. O preço do patrocínio é fixo e válido para compras realizadas entre 1º de julho e 31 de dezembro de 2024, independentemente do período de veiculação. Cotas não comercializadas até esse prazo poderão sofrer atualizações.
2. Os dias e horários de exibição do programa estão sujeitos a alterações.
3. Eventuais alterações de preços serão informadas e válidas apenas para cotas não comercializadas.
4. O pagamento deverá ser feito até o dia 15 do mês subsequente ao de veiculação.
5. A Globo poderá desenvolver outras oportunidades comerciais (cotas extras de patrocínio, top de 5 segundos, cota de participação, quadros etc.) ligadas ao programa. Essas oportunidades não poderão ser comercializadas para concorrentes do patrocinador deste projeto.
6. Renovações de patrocínios devem ser informadas até 28 dias antes da última veiculação contratada. Após esse prazo, a prioridade deixa de existir, e a cota fica disponível para negociação com outro anunciante.
7. A aquisição mínima estabelecida para compra ou renovação segue as seguintes diretrizes: Mínimo de 4 semanas, sem prioridade de renovação. Nota: para comercialização a partir de 8 semanas, há prioridade de renovação de 28 dias antes do término do contrato;
8. Não há posicionamento especial para exibição dos comerciais nos planos de patrocínio, exceto quando mencionado.
9. Se o programa for reprisado no SporTV, em dia e horário a serem definidos, uma proposta complementar será feita para contemplar as caracterizações comerciais dessa nova exibição.
10. As caracterizações dos patrocínios (abertura, encerramento, vinheta de passagem, chamadas) para a programação regular devem seguir as seguintes orientações:
11. O patrocínio do programa não bloqueia a venda de comerciais avulsos nos intervalos, inclusive para concorrentes.
12. Marcas de categorias de produtos concorrentes do patrocínio não poderão estar/comprar formatos especiais no intervalo do programa, tais como Break Exclusivo, Primeiríssima posição e inserções Inter programas.
13. Nas vinhetas integradas, a aplicação é uma decisão editorial e será apenas com a marca do anunciante. Não serão aceitos slogans.
14. 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 segundos com imagens em movimento.
- Não serão permitidas imagens de atores com movimentos labiais.
- O material não pode exibir mais de uma marca/produto.
- Caso o programa seja patrocinado por uma linha de produtos, as imagens não podem destacar nenhum produto individualmente, apenas a linha de produtos como um todo.

Áudio:

- **3 segundos:** Máximo de 4 palavras.
- **5 segundos:** Máximo de 10 palavras.
- **7 segundos:** Máximo de 12 palavras.
- A identificação do patrocinador ou marca deve aparecer no início do texto.
- Se mais de uma palavra for usada para designar uma marca ou produto, elas serão contabilizadas individualmente.
- Números ou siglas serão contados separadamente.
- Se o programa for patrocinado por uma linha de produtos, apenas a linha pode ser mencionada.
- *A validação do tempo de áudio será feita com cronômetro.*

15. Não será aceita multiplicidade de marcas/produtos nas caracterizações.
16. Para programas com cotas de Mercado Nacional, a Globo está aberta à análise de novas alternativas comerciais. Nessa situação, se a vinheta tiver 10 segundos, poderá conter até 20 palavras.
17. Nos programas com cotas locais na TV Globo, há a opção de troca da assinatura de 7 segundos (abertura e encerramento) por uma de 3 ou 5 segundos, sem alteração no preço. Se o patrocinador optar pela assinatura de 3 segundos, será incluído um comercial de 10 segundos no intervalo do programa.

OBSERVAÇÕES COMERCIAIS – AÇÃO DE CONTEÚDO

1. A compra de ações no conteúdo não bloqueiam eventuais ações de concorrentes em outras matérias no programa.
2. As oportunidades comerciais disponibilizadas são ofertadas a partir do conteúdo editorial dos programas e não deverão ser associadas à comunicação do cliente, tanto em campanhas quanto comunicados por assessoria de imprensa;
3. O cliente deverá aprovar o briefing da ação e disponibilizar as informações/produtos para a gravação da matéria em tempo hábil, caso não seja respeitado os prazos estabelecidos na reunião de briefing, uma nova data de exibição da matéria deverá ser marcada respeitando os compromissos já assumidos pelo programa.
4. Os custos de Redes Sociais, Direitos e Conexos e Produção são líquidos, e portanto sobre esses valores não incidirão descontos de negociação e comissão da agência..
5. Os times editoriais tem total liberdade de aprovação, recusa ou alteração nos roteiros e nas sugestões de ação da marca e, caso aconteçam, as mesmas serão comunicadas ao cliente/agência.
6. O Globo Esporte é um programa de cunho jornalístico e as ações não podem comprometer o fluxo das narrativas.
7. A definição do conteúdo e dos convidados do quadro são de responsabilidade da produção do programa;
8. . A presença de comunicadores dependem de escala de trabalho e são de definição editorial;
9. Não há aproveitamento comercial nas chamadas de exibição do programa;
10. Redes sociais: os conteúdos divulgados são de responsabilidade editorial, não é permitido a divulgação de ofertas, mensagens institucionais da marca ou collab com a página do cliente
11. A realização projeto só será autorizada mediante envio da planilha assinada via e-mail para o marketing da rbs tv, respeitando o prazo de comercialização estipulado no projeto;

rbs tv