



GLOBO ESPORTE

PLANO DE PATROCÍNIO

LOCAL  

O BRASILEIRO E A PAIXÃO PELOS ESPORTES

O esporte atrai devido aos valores e atributos trazidos por ele. Sentimentos como inspiração, emoção, união, afeto, respeito fazem parte do “pacote” torcer.

85%

dos entrevistados concordam que o esporte ensina valores como disciplina, determinação, superação.

83%

da população brasileira são consumidores de esportes o que comprova a paixão por esportes





GLOBO ESPORTE

De **segunda a sábado**, o programa traz uma **linguagem irreverente**, os **lances**, as **entrevistas** e as principais **notícias dos esportes** que os **brasileiros** gostam com forte apelo regional.

Não à toa, o programa já falou com mais de **136 milhões de pessoas** no 1º semestre, por alguma plataforma Globo.





APRESENTADORES



ZÉ MAURICIO

| Apresentadora do GE-DF



ALEX ESCOBAR

| Apresentador do GE-RJ



FELIPE ANDREOLI

| Apresentador do GE-SP



TIAGO MEDEIROS

| Apresentador do GE-PE



MAURICIO PAULUCI

| Apresentador do GE-MG



PROGRAMA DE MILHÕES

Líder no horário no PNT, com **78%** mais audiência que o concorrente, o **consumo** do programa é o maior desde **2017**.

Audiência média



por exibição

Alcance médio



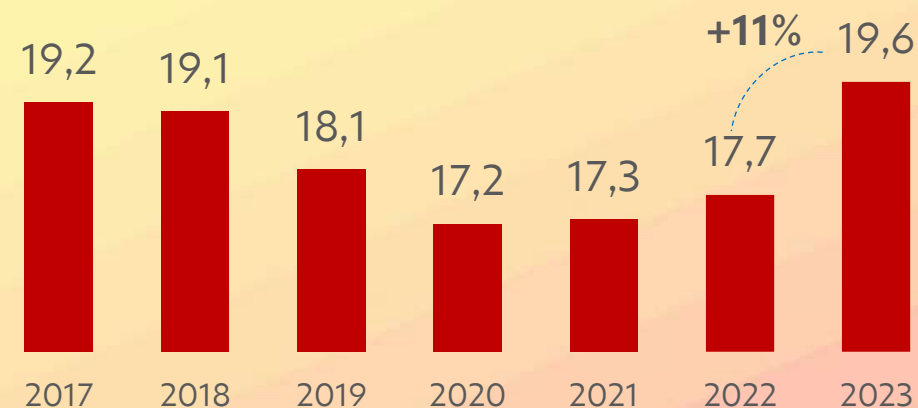
por mês

Novos telespectadores



em média, por mês

tempo médio dedicado ao programa



LÍDER TAMBÉM NAS 5 GLOBOS



AUDIÊNCIA



Felipe Andreoli



Alex Escobar



Mauricio Paulucci



Zé Mauricio



Tiago Medeiros

Telespectadores
em média por minuto

866
MIL

922
MIL

317
MIL

151
MIL

264
MIL

Telespectadores
em média por programa

1.2
MILHÃO

1.2
MILHÃO

441
MIL

206
MIL

382
MIL



ESQUEMA COMERCIAL

GLOBO ESPORTE

DIA

Segunda a Sábado

HORÁRIO

13H*

DURAÇÃO DO PROGRAMA

18'

SIGLA

GESP

PREÇO COMERCIAL 30"

Conforme Lista de Preço vigente

COEFICIENTE DE 15"

0,75

GÊNERO

Esporte



PLANO DE PATROCÍNIO

GLOBO ESPORTE

QUANTIDADE DE COTAS

Exclusiva

TIPO DE COTA

Mercado Local

PLANOS DE INSERÇÕES*

1 Vinheta de abertura de 7"

1 Vinheta de encerramento de 7"

PREÇO POR COTA DE 4 SEMANAS

R\$ 28.242,00

*A Globo oferece ao patrocinador da cota local a possibilidade de usar a assinatura de 3" ou 5" nas vinhetas de abertura, encerramento e chamadas sem alteração de preço.



OBSERVAÇÕES COMERCIAIS

- O preço do patrocínio é fixo, válido para compras realizadas entre o período de **1º de julho a 31 de dezembro de 2023**, independente do período de veiculação. Cotas não comercializadas até este prazo, poderão ter atualizações.
- A Globo poderá desenvolver outras oportunidades comerciais (top de 5 segundos, cota de participação, ações no conteúdo etc.) ligadas ao projeto. Essas oportunidades não poderão ser comercializadas para concorrentes dos patrocinadores deste projeto.
- Dias e horários de exibição do programa estão sujeitos a alteração.
- As renovações dos patrocínios deverão ser informadas até 28 dias antes da última veiculação contratada. Após este prazo, deixa de existir a prioridade, ficando a cota disponível para negociação com outro anunciante.
- A aquisição mínima estabelecida para compra/renovação seguirá da seguinte forma:
 - Programas diários (seg/sex, seg/sáb ou seg/dom): mínimo 4 semanas, sem prioridade de renovação. Obs.: para comercialização a partir de 8 semanas, prioridade de renovação de 28 dias antes do término do contrato;
 - Programas semanais: mínimo 8 semanas, com prioridade de renovação de 28 dias antes da última veiculação contratada.
- Não existe posicionamento especial para exibição dos comerciais que fazem parte dos planos de patrocínio, exceto quando mencionado.
- Caso o programa seja reprisado na GloboNews, em dia e horário a serem definidos, será feita uma proposta complementar à esta oferta, contemplando as caracterizações comerciais desta nova exibição.
- 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 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.
 - Áudio*:
 - 3 segundos: máximo de 4 palavras.
 - 5 segundos: máximo de 10 palavras.
 - 7 segundos: 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 segundos, poderá apresentar o máximo de 20 palavras.
- Para os programas com 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 a um comercial de 10" no intervalo do programa.



OBSERVAÇÕES COMERCIAIS

- 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, etc.). A duração deve ser igual ou superior a 5 segundos, 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.
- Deverão ser emitidas autorizações distintas em relação à mídia TV Globo, Digital e Globosat.
- 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.
- Para programas com quadros:
 - O programa poderá apresentar quadros com planos de patrocínio específicos. Esses planos não poderão ser comercializados para concorrentes dos patrocinadores do programa.
 - Caso a compra do patrocínio do programa ocorra depois da compra do patrocínio do quadro, por uma marca concorrente, o patrocínio do quadro será cancelado e o preço correspondente ao saldo será revertido em outras entregas.

