



PLANO DE PATROCÍNIO



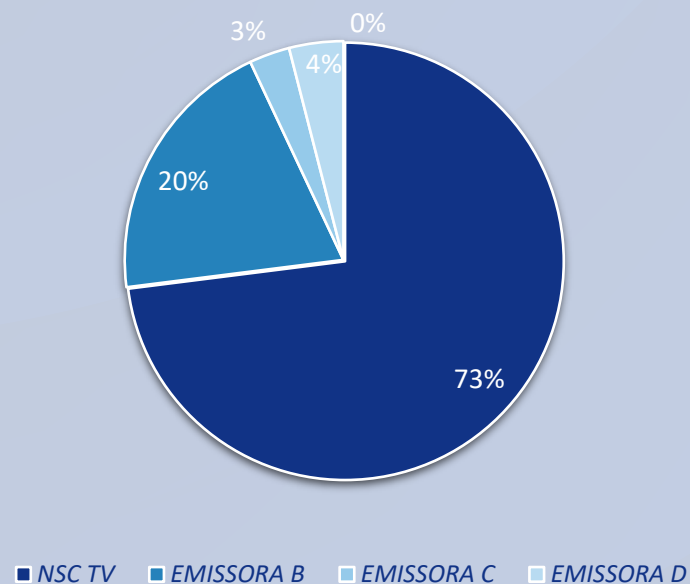
O telejornal noturno, apresentado por Fabian Londero, aborda os principais assuntos do dia e antecipa as manchetes do dia seguinte em Santa Catarina.

Com ampla cobertura, o programa aborda temas que vão desde política, economia, consumo, serviços e esportes, até comportamento e cultura, oferecendo uma visão abrangente de tudo o que acontece no nosso estado.

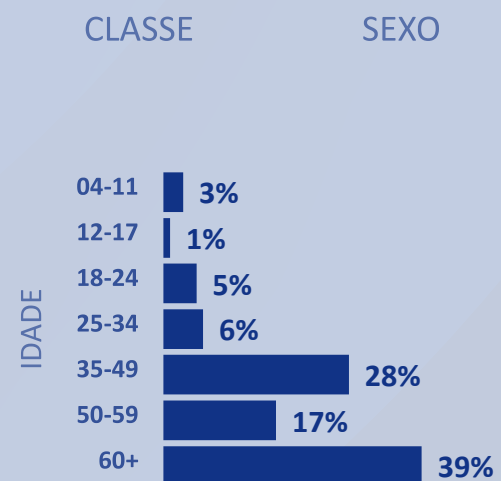
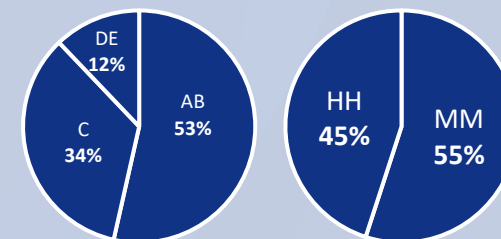
AUDIÊNCIA



SHARE TV ABERTA



PERFIL AUDIÊNCIA



TELESPECTADORES IMPACTADOS

PRAÇA	POR MINUTO	POR EXIBIÇÃO	POR MÊS
SCE	605 MIL	737 MIL	2.3 MI
SC1	111 MIL	136 MIL	439 MIL
BLU	155 MIL	189 MIL	613 MIL
JOI	128 MIL	156 MIL	503 MIL
CRI	82 MIL	100 MIL	325 MIL
CHA	69 MIL	84 MIL	271 MIL
JOA	57 MIL	70 MIL	226 MIL



Resumo de Programa

DIA

Segunda a Sábado

HORÁRIO

19h

DURAÇÃO DO PROGRAMA

30'

SIGLA

PTV2

PREÇO COMERCIAL 30"

Conforme Lista de Preço vigente

COEFICIENTE DE 15"

0,75

GÊNERO

Jornalismo



QUANTIDADE DE COTAS

03 cotas

APROVEITAMENTO SEMANAL

Quantidade	6 inserções	6 inserções	6 inserções	10 inserções
Opção 1	Abertura 7"	-	Encerramento 7"	Chamadas 5"
Opção 2	Abertura 5"	-	Encerramento 5"	Chamadas 5"
Opção 3*	Abertura 3"	Comercial 10"	Encerramento 3"	Chamadas 5"

	VALOR (SEMANA)	VALOR (4 SEMANAS)
	NSC TV	TOTAL
Florianópolis	R\$ 38.850	R\$ 155.399
Blumenau	R\$ 23.514	R\$ 94.056
Joinville	R\$ 20.380	R\$ 81.521
Criciúma	R\$ 12.284	R\$ 49.135
Chapecó	R\$ 7.268	R\$ 29.073
Centro-Oeste	R\$ 6.019	R\$ 24.076

*Opção 3 é um formato diferenciado de aproveitamento, diminuindo o tempo da vinheta e incluindo um comercial 10" exclusivo do patrocinador em cada programa. Valores permanecem os mesmos.

Observações Comerciais

- O preço do patrocínio é fixo, válido para compras realizadas até Junho de 2025, 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.).
- O patrocinador local do programa não bloqueia outras ações realizadas no programa;
- 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 (exibição 1 vez por semana): mínimo 8 semanas, com prioridade de renovação de 28 dias antes da última veiculação contratada.
- As caracterizações dos patrocínios (abertura, encerramento, vinheta de passagem, chamadas) da programação de linha deverão seguir as seguintes orientações:
- As caracterizações de patrocínios (vinhetas de abertura e encerramento, vinhetas de passagem e chamadas) destinam-se a identificar o patrocinador de um programa ou evento e deverão divulgar exclusivamente o nome “marca” e o slogan do mesmo;
- Quantidade de palavras permitida para cada vinheta:
- Vinheta de 3" - áudio de até 4 palavras;
- Vinheta de 5" - áudio de até 8 palavras;
- Vinheta de 7" - áudio de até 12 palavras;
- Vinheta de 10" - áudio de até 20 palavras
- Observação: Cronômetro não se aplica para vinhetas, padrão apenas números de palavras.
- É indispensável a identificação do anunciante ou sua marca no início da frase. Considera-se na contagem das palavras qualquer número, artigo, pronome, etc.
- O prazo para recebimento de material para produção de vinhetas (3", 5", 7", 10") é de 2 dias úteis a exibição até as 15h;
- Nenhuma caracterização de programa poderá ter mais de um produto do mesmo patrocinador;
- Vinheta com informações de contato, como telefone, site ou redes sociais, deve ser apresentada em formato de vídeo. É possível inserir discretamente o logotipo das redes sociais, alterado o formato “exemplo altera a cor”;
- Não é permitido multiplicidade em vinhetas;
- Não é permitido Selo de identificação de Órgão Público ou Governo “Federal | Estadual | Municipal”;
- É permitido duas trocas sem custo no mês, a terceira vinheta terá um custo de uma inserção do BPRA local;
- O cliente pode utilizar uma vinheta de abertura e outra de encerramento;
- A possibilidade de sua utilização está condicionada à consulta prévia e aprovação, observando-se restrições de canais e projetos;
- As informações de preço e promoções serão aceitas em áudio e vídeo (desde que observada a quantidade de palavras permitida na vinheta);
- Na locução é permitido ofertas, mas não é permitido citação de marca;
- Possibilidade de mostrar explicitamente preço/oferta na tela (informação vazada sobre fundo original do material, sem tarja ou fundo específico);
- Será aceito apenas um único preço e produto;
- Os preços anunciados devem ser expressos em moeda corrente nacional conforme Artigos 31, 52, 53 em seu parágrafo 3º do CDC;
- Comercial que divulgue venda à prestação deve indicar, de maneira legível, o preço do produto à vista, número e valor das prestações, custo total, taxa de juros e demais encargos financeiros a serem pagos pelo consumidor;
- As ofertas em vídeo devem estar em de ¼ de tela.

