



TV FRONTEIRA



BOM  
DIA 

**PLANO DE PATROCÍNIO**

BOM  
DIA



# BOM DIA FRONTEIRA



TV FRONTEIRA

**Programa de linha local**

**Emissora:** TV Fronteira

**Estado:** São Paulo

**Mercado:** PRP

**Faixa horária:** Segunda a Sexta, às 7h30

**Sigla:** BPLO

## RESUMO DO PROJETO

**Quantidade de cotas:** 03

**Tipo de cota:** Local

**Aproveitamento:**

- **Vinhetas** de Abertura e Encerramento
- **Pre-roll – com skip** (no catálogo do Globoplay)
- **Mídia de apoio/ mídia de divulgação** (banners no g1 e ge local)

**Período mínimo de aquisição:** 4 semanas

**Investimento PRP:** R\$ 9.025,00 (4 semanas)

Válido para compras realizadas até 30 de junho de 2024

Com pautas importantes para sociedade, os **programas de jornalismo** são destaque no planejamento de qualquer campanha.

○ **Bom Dia Fronteira**, apresentado por **Talita Lopes e Tiago Rodrigues**, é o primeiro jornal local do dia, e traz os principais assuntos que marcaram as últimas horas no Oeste Paulista.



**LÍDER ABSOLUTO**  
DE AUDIÊNCIA NA FAIXA HORÁRIA



**380%**  
MAIOR QUE A EMISSORA  
SEGUNDA COLOCADA



**270%**  
SUPERIOR AO STREAMING



Para começar o dia bem-informado, o **Bom Dia Fronteira** traz os principais assuntos da manhã e os acontecimentos que marcaram as últimas horas no Oeste Paulista.

É uma hora de programação dedicada a informar aos telespectadores as notícias mais relevantes da manhã, além de esporte, economia, serviços e previsão do tempo.

Talita Lopes e Tiago Rodrigues apresentam o Bom Dia Fronteira, de segunda a sexta, a partir das 7h30.



# TALITA LOPES

APRESENTADORA

EDITORA-CHEFE

**Formada há 16 anos**, está desde então fazendo parte do quadro de jornalistas da emissora e há **10 anos comanda o Bom Dia Fronteira**.

Já atuou como editora de imagens, produtora de reportagens e apresentadora da previsão do tempo. Responsável pelo telejornal da manhã, preza pelas primeiras notícias do dia bem apuradas, pela prestação de serviço e ajuda à comunidade. Sem esquecer das boas histórias e curiosidades de cada cantinho da região.

Sempre com um **sorriso no rosto**, é a companhia de milhares de famílias, no café da manhã.



# TIAGO RODRIGUES

APRESENTADOR

Jornalista há 12 anos, está na apresentação do **Bom Dia Fronteira** há quase 4 anos.

Antes, teve passagem pela apresentação da previsão do tempo, onde é lembrado com carinho pelos telespectadores.

Ágil, trabalha aliando a seriedade do jornalismo com seu **carisma natural**.





**13**

PONTOS DE AUDIÊNCIA

**LÍDER ABSOLUTO**  
NA FAIXA HORÁRIA

**+57 MIL**

TELESPECTADORES IMPACTADOS  
A CADA INSERÇÃO NO INTERVALO  
DO PROGRAMA

**380%**

MAIOR QUE A EMISSORA 2ª COLOCADA

**+75 MIL**

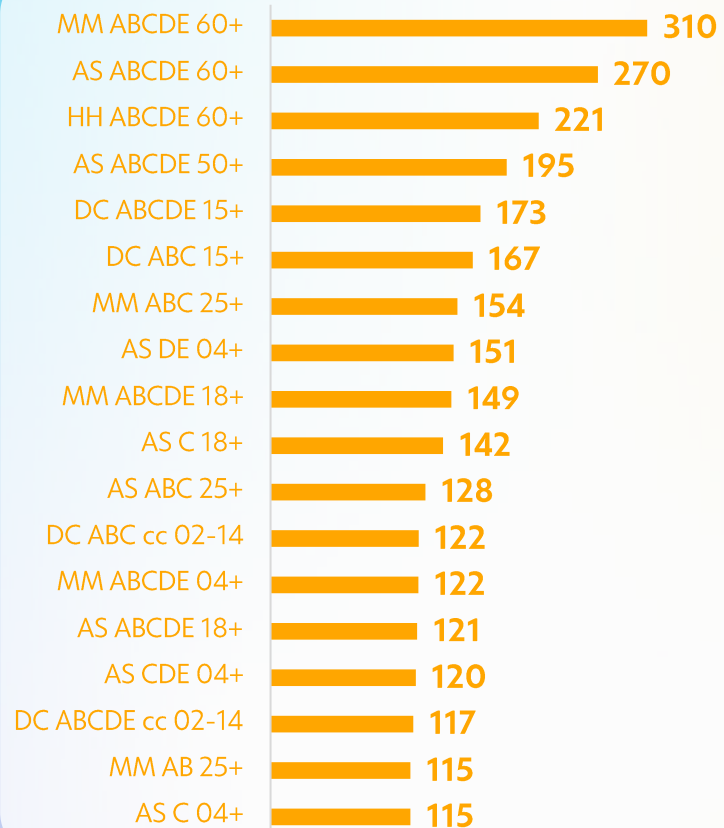
TELESPECTADORES DIFERENTES  
ALCANÇADOS POR DIA

**270%**

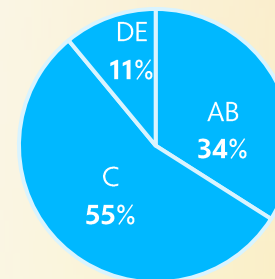
SUPERIOR AO STREAMING



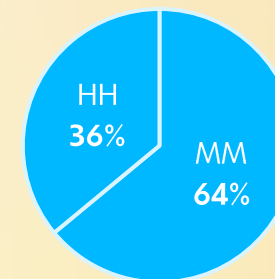
## AFINIDADE C/ TARGET BOM DIA FRONTEIRA



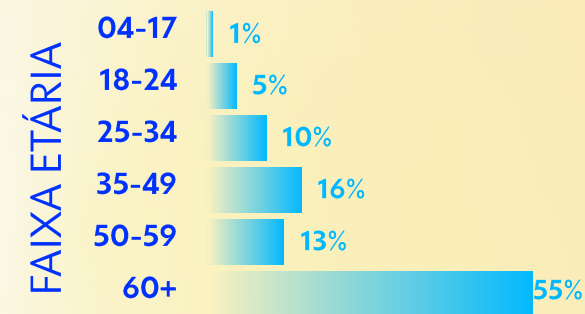
## TELESPECTADORES BOM DIA FRONTEIRA



CLASSE



SEXO





**DIA**

Segunda a Sexta-feira

**HORÁRIO**

7h30

**DURAÇÃO DO PROGRAMA \***

60'

**SIGLA**

BPLO

**PREÇO COMERCIAL 30"**

Conforme Lista de Preço vigente

**COEFICIENTE DE 15"**

0,50

**GÊNERO**

Telejornal

\* Duração aproximada do programa





## Esquema de Patrocínio

### QUANTIDADE DE COTAS

3 cotas

### TIPO DE COTA

Mercado Local

### PLANOS DE INSERÇÕES\*

1 Vinheta de abertura de 7" por exibição

1 Vinheta de encerramento de 7" por exibição

Pre-Roll - com skip no catálogo do Globoplay

Mídia de apoio - banners na editoria do programa

Mídia de divulgação - banners na home do g1 e ge local

### PREÇO POR COTA DE 4 SEMANAS

	PRP
Mídia TV	R\$ 8.325,00
Mídia Digital	R\$ 700,00
<b>Total</b>	<b>R\$ 9.025,00</b>

\*A Globo oferece ao patrocinador da cota local a possibilidade de alterar a assinatura das vinhetas de abertura e encerramento para 5", ou 3" + comercial de 10", sem alteração de preço.

# Observações Comerciais

- O preço do patrocínio/projeto é fixo, válido para compras realizadas entre o período de 1º de janeiro a 30 de junho de 2024, independentemente do período de veiculação.
- Cotas não comercializadas até este prazo, poderão ter atualizações.
- Não haverá alteração de preços para pagamento antecipado, realizado antes do início das veiculações.
- Comercializações superiores a 12 meses poderão sofrer alterações nos valores do 13º mês em diante.
- A Globo poderá desenvolver outras oportunidades comerciais (cota de participação, ações no conteúdo etc.) ligadas aos programas. Essas oportunidades não poderão ser comercializadas para concorrentes dos patrocinadores dos programas, exceto quando mencionado no plano comercial.
- Dias e horários de exibição dos programas 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. 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.
- 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 locais 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 direito a um comercial de 10" no intervalo do 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 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.
- O patrocínio do programa não bloqueia a venda de comerciais avulsos nos intervalos, inclusive para concorrentes.
- O programa pode ter ações de merchandising 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 Linear 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 da Globo. Em caso de dúvida entrar em contato com OPEC ou com o Executivo de Contas.

## ENTREGA, TROCA E REUTILIZAÇÃO DE MATERIAL

- Entregas de materiais, trocas, produções de peças e reutilizações deverão ser consultados à OPEC – [opec@tvfronteira.com.br](mailto:opec@tvfronteira.com.br)

# Observações Comerciais - digital

Formatos Digitais para programas locais:

- Vídeos: Pre-Roll 3", 7", 15" ou 30" - mesmo vídeo que irá na TV.
- Maxiboard 1: 970x150 pixels; formatos do arquivo .jpg, .gif, .png ou html5 - Peso 150kb;
- Billboard 2: 970x250 pixels; formatos do arquivo: .jpg, .gif, .png ou html5 - Peso 150kb;
- Retângulo 1, 300x250 pixels; formatos do arquivo .jpg, .gif, .png ou html 5 - Peso 150kb;

A produção dos formatos considerados para as Mídias de Patrocínio e Mídias de Apoio é de inteira responsabilidade do anunciante;

A produção dos formatos considerados para as Mídias de Divulgação é de responsabilidade da TV Fronteira. O patrocinador deverá encaminhar sua logo em vetor (Illustrator.ai, eps ou PDF) para o departamento de marketing: [marketing@tvfronteira.com.br](mailto:marketing@tvfronteira.com.br) até 07 dias úteis antes do início da veiculação;

O anunciante deve enviar o link para redirecionamento das Mídias de Patrocínio;

Envio de material: o patrocinador deve enviar os materiais de internet para [opec.internet@tvfronteira.com.br](mailto:opec.internet@tvfronteira.com.br), até 07 dias úteis antes do início da veiculação;

Para mais especificações de material e prazos de implementação, consulte a Equipe de Operações Comerciais através do e-mail [opec.internet@tvfronteira.com.br](mailto:opec.internet@tvfronteira.com.br);

Visibilidade estimada com base em análise história de audiência.

O g1 Prudente e Região se reserva no direito de proceder alterações na estrutura dos sites e, eventualmente, substituições nos formatos originalmente previstos no plano de inserções. Em nenhum caso haverá prejuízo na entrega comercial para o patrocinador.

No caso de falta de inventário em qualquer formato, durante o período da campanha, o g1 Prudente e Região se reserva no direito de estender a campanha, ou compensar essas entregas em um outro formato. Em nenhum dos casos, o patrocinador terá prejuízo comercial e será avisado previamente.

Considerações Globo.com

- A Globo.com e a TV Fronteira se reservam ao direito de proceder alterações/substituições na estrutura do conteúdo dos sites e nos formatos originalmente previstos no plano, sem prejuízo na entrega comercial para o anunciante;
- A assinatura do PI pelo anunciante ou agência obriga as partes e seus sucessores, a qualquer título, tanto aos termos do próprio PI quanto aos termos e condições estabelecidos no Manual de Práticas Comerciais da Globo.



**TV FRONTEIRA**