

# VALE A PENA VERO PRIMO



TV FRONTEIRA

SEGUNDA A SEXTA, APÓS SESSÃO DA TARDE



TV FRONTEIRA

# A FAVORITA

Uma novela que conquistou o público pelo estilo inovador está de volta, a **partir do dia 16 de maio no 'Vale a Pena Ver de Novo'**.

Ambientada em São Paulo, 'A Favorita' apresenta como trama central a rivalidade entre Flora (Patrícia Pillar) e Donatela (Claudia Raia), antigas parceiras da fictícia dupla sertaneja Faísca e Espoleta.

Flora foi condenada a 18 anos de prisão pelo assassinato do marido de Donatela, Marcelo Fontini (Flavio Tolezani). Ao sair da prisão, ela luta para provar sua inocência, acusando a ex-amiga do crime que ela já pagou.

Donatela, por sua vez, foi quem criou Lara (Mariana Ximenes), a filha de Flora com seu marido morto e herdeira única de um império de papel e celulose. A ex-presidiária garante que foi vítima de uma farsa armada por Donatela, a quem acusa de estar interessada na fortuna da família Fontini.

**Duas mulheres e um crime no passado:  
duas versões para a mesma história.  
Quem está dizendo a verdade?**

AUDIÊNCIA

11 PONTOS  
DE AUDIÊNCIA

200%

MAIOR QUE O PRINCIPAL  
CONCORRENTE  
DA FAIXA HORÁRIA



FONTE: KANTAR IBOPE MEDIA - INSTAR ANALYTICS - PRES. PRUDENTE - AGO/21 -  
DADOS DOMICILIARES (RAT%) MÉDIA DE SEGUNDA A SEXTA, DAS 16H45 ÀS 18H.  
VALORES ARREDONDADOS.



TV FRONTEIRA

# PERFIL

**67%**  
mulheres

**76%**  
+ de 25 anos

**89%**  
Classes ABC

## PERFIL DO TELESPECTADOR

FONTE: KANTAR IBOPE MEDIA - INSTAR ANALYTICS- PRES. PRUDENTE - AGO/21 -  
DADOS INDIVIDUAIS (ADH%). VALORES ARREDONDADOS.



A OPORTUNIDADE PERFEITA PARA  
**DAR DESTAQUE E CONTEXTO**  
PARA A SUA MARCA!



# INTERVALOS COMERCIAIS

Oportunidade do anunciante exibir seu comercial de acordo com a estratégia de comunicação de sua marca.

Obs.: A produção do material é de responsabilidade do cliente.

Os preços a serem faturados aos anunciantes correspondem àqueles aplicáveis no momento da exibição da mensagem publicitária e poderão ser necessárias alterações nos valores ao longo do período de exibição do programa.

\*O programa pode apresentar diferentes horários conforme o dia da semana.

\*\*O programa pode apresentar diferentes durações conforme o dia da semana.

Poderão ser comercializados comerciais de 10" usando o coeficiente 0,45.

Consulte o seu Executivo de Contas para mais detalhes.



TV FRONTEIRA

## ESQUEMA COMERCIAL

**DIA:** segunda a sexta-feira

**HORÁRIO\*:** 17h

**MERCADO:** PRP

**DURAÇÃO DO PROGRAMA\*\*:** 75"

**SIGLA:** VALE

**PREÇO DE 30":**

**OUT** R\$ 950,00

**NOV** R\$ 968,00

**DEZ** R\$ 950,00

**JAN** R\$ 895,00

**COEFICIENTE PARA 15":** 0,50

**GÊNERO:** Novela



# PLANO DE PATROCÍNIO DO PROGRAMA

Com **uma cota local e exclusiva**, o patrocínio é um formato que permite associação com a Sessão de Sábado, criando uma relação direta entre a marca do anunciante e o público local.

## PLANO COMERCIAL

**QUANTIDADE DE COTAS:** Exclusiva

**TIPO DE COTA:** Mercado Local

**PLANO DE INSERÇÕES POR EXIBIÇÃO:**

- 1 vinheta de abertura de 7" + 1 vinheta de encerramento de 7"  
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 (aos sábados). Estes comerciais serão exibidos exclusivamente dentro do programa patrocinado, durante o período de vigência do contrato.

**PREÇO DA COTA POR 4 SEMANAS: R\$ 13.425,00**

# OBSERVAÇÕES COMERCIAIS

- O preço do patrocínio/projeto é fixo, válido para compras realizadas entre o período de 1º de julho a 31 de dezembro de 2022, 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 ao programa. Essas oportunidades não poderão ser comercializadas para concorrentes do patrocinador do programa, exceto quando mencionado no plano comercial.
- 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. 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
- O patrocinador poderá 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 respeitadas as 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)