


Plano Comercial

Encontro 2026





De segunda à sexta, o **Encontro** é referência em informação e entretenimento. E é **sua marca**, presença certa no **início da rotina da audiência**.

Presença em todas as regiões do Brasil

116 MILHÕES

de pessoas assistem o programa anualmente ¹

Vozes femininas que guiam conversas

Patricia Poeta

guiou um período com o maior tempo médio de consumo (últimos 3 anos) ²

Impacto de marca desde o início do dia

88%

afirmam que tem vontade de comprar a marca após assistir o programa ³

O dia começa e a sua marca já tem um encontro marcado com o público!

Em 2026, o Encontro segue como um dos **espaços de conversa mais fortes da TV brasileira** – um programa que conecta diferentes realidades do país com leveza, informação e proximidade. No centro disso está **Patricia Poeta**, cuja credibilidade e carisma ampliam a identificação do público e fortalecem a relação com o conteúdo.

Com presença consistente em **todas as regiões do Brasil**, o Encontro cria um ambiente de diálogo e confiança que impulsiona a afinidade com as marcas. Patrocinar o programa é participar de uma conversa diária que move o país e reforça presença onde o público realmente está.



Período: Janeiro a Dezembro/2026

Exibição: Segunda a sexta-feira

Duração: 50'

Quantidade de programas: 251

Sigla: ENCT

Resumo do Projeto | Cotas

Tipo de Cota: Local

Mercado: 122 mercados locais

Quantidade de Cotas: 1 por praça

Período mínimo: 4 semanas

Preço da Cota: Conforme praça

Prazo de vendas: 15 dias antes da exibição

Prioridade de Compra: 30 dias antes da última exibição do Patrocínio Local comprado



Resumo do Projeto
Clique e baixe o Excel



As **manhãs** mais assistidas do Brasil são também as mais poderosas para a **sua marca**

Através de programas que combinam informação, entretenimento e afeto, o anunciante acompanha o brasileiro desde o começo do dia

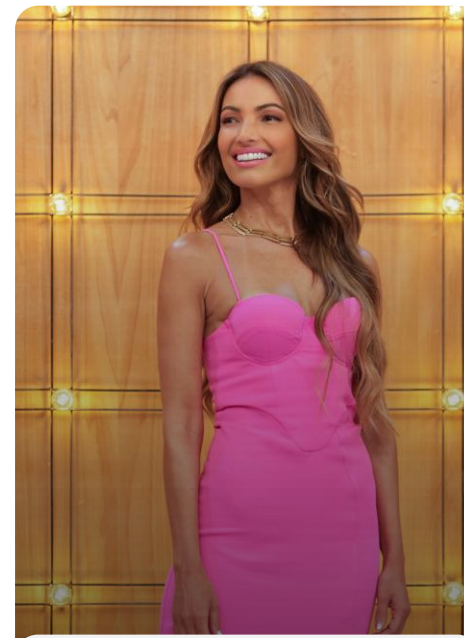
Mais Você, **Encontro** e **É de Casa** formam um ecossistema completo nas **manhãs da Globo**. Juntos, eles criam uma faixa multitemática e de alta conexão emocional, que reflete o cotidiano, inspira boas histórias e mantém vivo o hábito de iniciar a rotina com a programação matinal da emissora.



+146 milhões
de brasileiros
alcançados pelos
programas das
manhãs
(jan - out/2025)



Audiência **22% superior** à soma de todas as emissoras de TV aberta



9 em cada 10
lares brasileiros já assistiram ao **Mais Você**, **Encontro** e **É de Casa** em 2025



Juntos, os três programas atingiram o **o melhor tempo de consumo** dos últimos cinco anos



E é no **Encontro** que tudo começa: **as manhãs da Globo** ganham vida com o primeiro “**ao vivo**” da faixa

Desde 2012, o programa segue **consolidado** como um dos principais pontos de contato do início do dia

Diariamente, o público tem um encontro marcado com informação, prestação de serviço e dicas práticas para o dia a dia. Com **leveza e emoção**, o programa também abre espaço para histórias inspiradoras, convidados especiais, uma plateia animada, música, diversão e temas que aproximam o público ao que está acontecendo no país.

Mais do que um espaço de atualidade e diálogo, o **Encontro** é uma companhia na rotina – um programa que se adapta, se renova e continua sendo sinônimo de credibilidade e conexão.



De segunda à sexta, o **Encontro** é referência em informação e entretenimento. E a sua marca, presença certa no **início da rotina** da audiência.



Em **todas as regiões** do Brasil, o Encontro é **presença diária**: o espaço onde **engajamento e frequência** se encontram



A **força de uma conversa consolidada** nas manhãs da Globo, guiada por **vozes femininas** que transformam histórias reais em grandes vínculos



Aqui, sua marca se conecta de forma genuína e impacta nas decisões **desde o início do dia**

Em todas as regiões do Brasil, o Encontro é presença diária: o espaço onde engajamento e frequência se encontram

Com um DNA que é a cara do país, o **Encontro é potência: uma verdadeira vitrine para as marcas!**

Todos os dias, **milhões de brasileiros** acompanham o programa como parte da rotina. Ele inspira conversas, movimentam as redes e mantém o público conectado – uma força que se transforma em ponto de contato entre **audiência, conteúdo e marca.**

Diariamente, o Encontro é assistido pelo equivalente à **toda população de Portugal**

10 MILHÕES¹
de pessoas

Anualmente, é como se **1.400 Maracañas lotados** se reunissem para assistir ao programa

116 MILHÕES¹
de pessoas

Líder absoluto na faixa horária

audiência **106% superior** à da emissora concorrente mais próxima

FONTE: Kantar IBOPE Media, Instar Analytics – RM – Base TLE – Domicílios, Indivíduos, AS 18-24 E as ab 04+ | Rat%, Coview%, AvLenStm e Fid% (01/01/2025 a 31/10/2025 vs. mesmo período do ano anterior)

8 em cada 10

lares brasileiros já assistiram ao programa em 2025

FONTE: Kantar IBOPE Media – Instar Analytics – RM – Encontro – Globo – Rat%, AvRch%, AvMRch%, AvWRch% e Cov% - Período: 01/01/2025 a 30/09/2025 – Projeção individual baseada no EDTV 2025 (Kantar): 194.458.143 (Indivíduos) e 69.073.404 (Domicílios)



globoplay
TOP 2
Programa de variedades **mais assistido** no ao vivo do Globoplay²

51%
da audiência busca o **Globoplay como segunda** fonte para consumir o programa²

gshow
TOP 3
Programa de variedades com os **vídeos mais acessados** no Gshow²

+67%
Visitas na página do Encontro no Gshow vs. mesmo período em 2024²

viu®
+53 horas
no **Trending Topics Brasil** em 2025 (#ENCONTRO)³



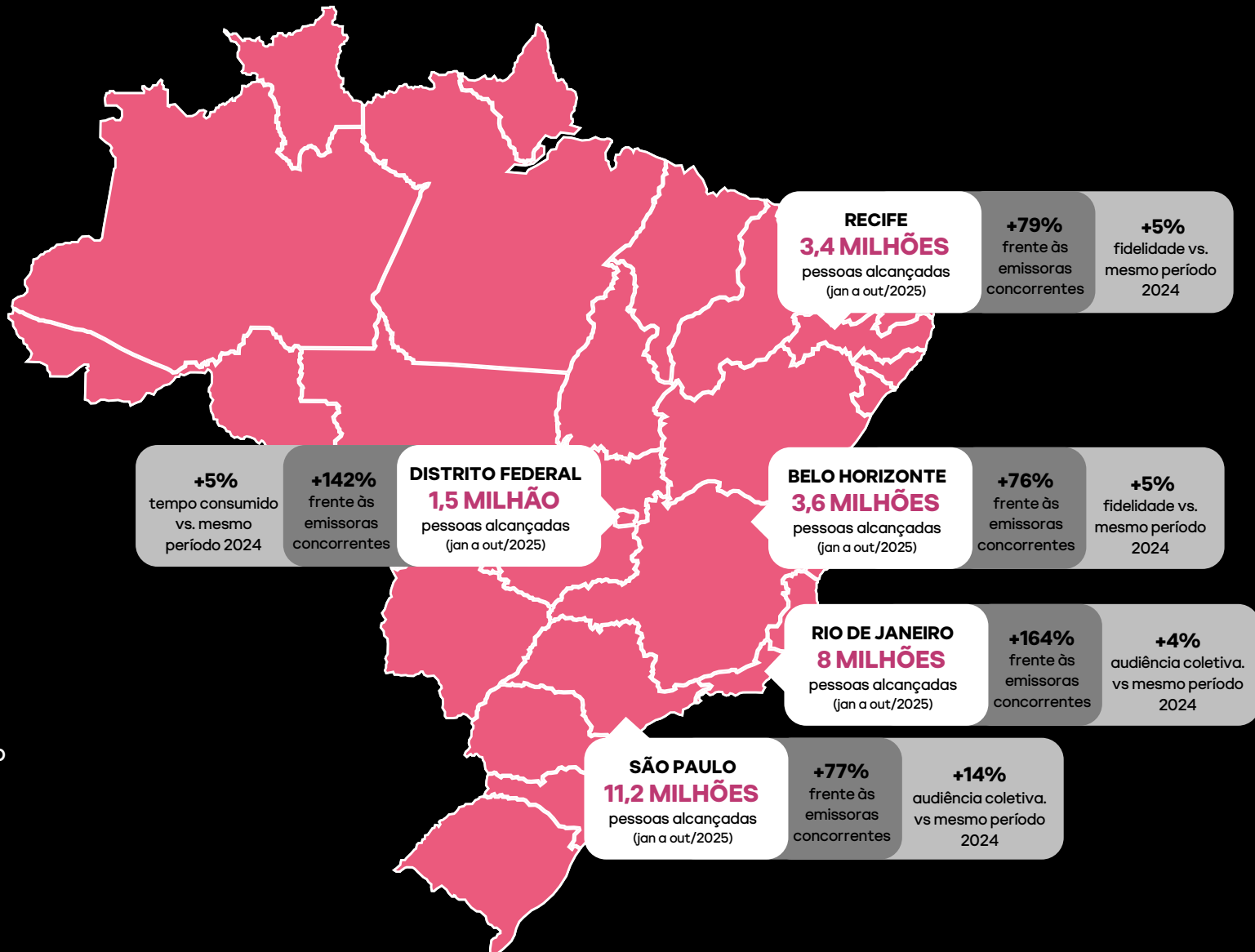
Fonte: 1- Kantar IBOPE Media, PNT. Base TLE. Total Indivíduos (RCH%). Programa "Encontro", 1/jan a 31/jul/2025. Atividade: Consolidado. Dado extraído em 07/08/2025. Projeção individual baseada no EDTV 2025 do Kantar, cujo tel. pot. é de 202.917.665 | 2 – Google Analytics – Globoplay e Gshow – Jan a Out/2025 vs. mesmo período do ano anterior | 3 – Twitter Enterprise Powertrack: Jan a Out/2025



Nas principais regiões, o programa também é líder na conversa

Com resultados de impacto nas 5 Globos, o Encontro reforça sua força local e a potência para entregas direcionadas

De São Paulo a Recife, o Encontro mantém desempenho sólido e presença diária nas principais praças da Globo. Com altos índices de audiência e identificação regional, o programa reflete a pluralidade do público brasileiro e transforma essa conexão em entregas estratégicas para os anunciantes, combinando alcance nacional e relevância local em um mesmo espaço.





A força de uma conversa consolidada nas manhãs da Globo, guiada por vozes femininas que transformam histórias reais em grandes vínculos



Em 2026, o Encontro segue consolidado: audiência fiel e um novo olhar para o mood da manhã

Um programa forte em qualquer faixa

O horário mudou, mas o vínculo ficou ainda mais forte. Desde 2022 em uma nova janela nas manhãs, o Encontro mantém uma **audiência sólida e presença constante**, despertando o público com leveza, informação e histórias que fazem parte da rotina de milhões de pessoas em todo o país.

43%

afirmam ter ficado **mais tempo ligados no período da manhã** na TV Globo desde o lançamento das Super Manhãs, incluindo o Encontro



A audiência tem encontro marcado com um novo tom

Sob nova direção de **Ariel Jacobowitz**, o programa ganha um ritmo renovado: mais leve, próximo e com pautas que refletem **o espírito das manhãs**. Com uma condução mais solar e dinâmica, o Encontro abre espaço para novas histórias repletas de afeto, troca e aconchego.

Ao longo do ano, a audiência tem um encontro marcado com quadros que conversam sobre diversos assuntos

Desde saúde à empreendedorismo, o Encontro **atinge espectadores que são o público-alvo de diferentes pautas**. Com novos quadros e outros já amados pela audiência, a marca tem a oportunidade de **embarcar em conversas nichadas e de relevância** de maneira orgânica e estratégica.

Encontro com o Brasil

NEW

O reformulado “**Encontro Itinerante**” trará edições especiais diretamente de diferentes cidades do país, valorizando a diversidade e riqueza das culturas regionais.

*Cidades a serem definidas

Apresentação



Patricia Poeta

Caça-Golpes

Semanal

Em linguagem dinâmica e cheia de efeitos visuais, o repórter Cauê Fabiano explica como os brasileiros podem escapar de armadilhas montadas por golpistas.

Apresentação



Cauê Fabiano

Bem Estar

Diário

Informações úteis sobre saúde de forma didática e popular, onde o intuito é estimular a prevenção de doenças e instruir sobre tratamentos, sempre tendo como fonte médicos conceituados em suas áreas.

Apresentação



Valéria Almeida



Thelma Assis

Você no Sofá

Mensal

O quadro levará Patricia Poeta junto com o sofá do Encontro para bairros de São Paulo para convidar pessoas a literalmente se sentarem e baterem um papo com ela. Dali vai sair risada, emoção e superação.

Apresentação



Patricia Poeta

Encontro Pet

Semanal

Histórias e dúvidas de tutores de animais de estimação – principalmente cães e gatos. No palco, dicas de como cuidar melhor dos nossos pets, além de benefícios dessa convivência com os bichos.

Apresentação



Alexandre Assis (veterinário)

Gente Boa

Semanal (sexta-feira)

Um quadro que busca trazer momentos “do bem” e valorizar flagrantes, histórias, situações, fotos e imagens que traduzam esperança aos telespectadores. *Os destaques podem ser no palco ou em links produzidos com repórteres e os personagens das histórias.

Apresentação



Patricia Poeta

NEW

Ao longo do ano, a audiência tem um encontro marcado com quadros que conversam sobre diversos assuntos

Desde saúde à empreendedorismo, o Encontro **atinge espectadores que são o público-alvo de diferentes pautas**. Com novos quadros e outros já amados pela audiência, a marca tem a oportunidade de **embarcar em conversas nichadas e de relevância** de maneira orgânica e estratégica.

Vai, Danada!

Mensal

Após o sucesso do "Economia", a ex-BBB Bia Reis tem uma nova missão: ajudar **pequenos empreendedores** que estão com dificuldades nos negócios. Como? Usando o talento que a projetou para o Brasil: a lábia de vendedora do Brás.

Apresentação



Beatriz Reis

Encontro em Família

Mensal

No sofá do Encontro, Patricia Poeta surpreende o artista com a chegada dos parentes mais próximos.

Apresentação



Patricia Poeta

Pode ou Não Pode

Quinzenal

Quadro em que dúvidas do dia a dia - como direitos do consumidor, regras de convivência e limites legais - são respondidas de forma clara e bem-humorada.

Apresentação



Patricia Poeta

Encontrar Você

Bimestral

Histórias emocionantes de pessoas que não se veem há muito tempo ou que ainda não se conhecem pessoalmente. No palco, essas pessoas se encontram ao vivo, sendo surpresa para um dos lados.

Apresentação



Patricia Poeta

Pequenas Empresas, Grandes Encontros

Mensal

Cross entre os programas "Encontro" e "PEGN"*, mostrando a jornada de dois empreendedores que estão em etapas diferentes de seus negócios.

Sexta-feira: mostrar a história dos personagens em VTs no Encontro
Sábado: o PEGN promove o encontro entre os empreendedores

*Pequenas Empresas, Grandes Negócios

Te Encontro em Casa

Bimestral

Patricia Poeta sai do estúdio para conhecer a história de quem assiste ao "Encontro", chegando de surpresa na casa de um telespectador.

Apresentação



Patricia Poeta

A força da apresentadora

PATRICIA POETA

@patriciapoeta

3.6 milhões 809 mil 2.2 milhões 12 mil

91%

dos consumidores da
TV Globo conhecem
Patricia Poeta

Atributos de **personalidade**

- Bem-sucedida
- Bonita
- Inteligente

Atributos de **estilo de vida**

- Elegante
- Bem-informada
- Batalhadora



Melhor **tempo** **consumido** sob o comando de Patricia Poeta!

Sob o comando da apresentadora, o Encontro teve o **maior tempo médio de consumo dos últimos 3 anos***, comprovando a credibilidade de Patricia Poeta e sua potência para entregas de marca.

+12 horas no Trending Topics Brasil
de janeiro a outubro 2025
(#PatriciaPoeta)

*Comparativo de 22 de julho de 2023 a 31 de outubro de 2025

Em uma jornada de destaque na Globo, Patricia Poeta tem experiência para entregar mensagens fortes e de impacto!



Bom dia, Brasil e SPTV

Iniciou na Globo na apresentação do tempo e indo para a bancada logo em seguida, marcando seus primeiros passos no jornalismo da casa.

2000



Fantástico

Primeiro como repórter e depois como apresentadora, destacou-se no Fantástico pelo carisma e pela condução de grandes reportagens, aproximando informação e entretenimento.

2008



Jornal Nacional

Apresentou o principal telejornal do país, reforçando sua credibilidade e se consolidando como um dos grandes nomes do jornalismo brasileiro.

2011



É de Casa

No É de Casa, marcou sua transição definitiva para o entretenimento, trazendo afeto, conversa e pautas diversas para as manhãs de sábado.

2015



Encontro

Atualmente à frente do Encontro, Patricia Poeta conduz um programa diário que une informação, histórias reais e proximidade com o público.

2022

A força da co-apresentadora

TATI MACHADO

@tatimachado

3.1 milhões 39,8 mil 410 mil

63%

dos consumidores da TV Globo conhecem Tati Machado

Atributos de personalidade

- Inteligente
- Pessoa do bem
- Carismática

Atributos de estilo de vida

- Conectada
- Batalhadora
- Bem-informada



A força da co-apresentadora

VALÉRIA ALMEIDA

@valeria almeida

187 mil

Principais segmentos com fit

- Moda e vestuário
- Higiene e beleza
- Turismo e viagens
- Alimentação
- Universidades





Aqui, sua marca se conecta de forma genuína e impacta nas decisões desde o início do dia

No Encontro, o anunciante se associa a um espaço de atenção e conversão

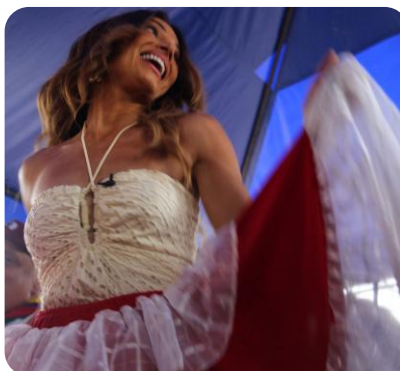
Através das **vinhetas de abertura e encerramento**, a marca conversa com a audiência de forma direta, marcando presença em todos os programas ao longo do patrocínio de maneira sólida e entregando sua mensagem a um público que já é apaixonado pelo programa.

92%

Concordam que as marcas que anunciam dentro do Encontro **combinam com o programa**

88%

Afirmam que tem vontade de comprar a marca **após assistir o programa**



82%

Acreditam que o programa é uma **vitruine importante para as marcas**

81%

Acreditam que apenas **marcas de qualidade** patrocinam o programa



77%

Passam a **considerar mais as marcas que veem no programa** para as próximas compras



Marca

Público

Associação diária do anunciante ao programa, com vinhetas durante todo o período de patrocínio e aproximação da marca com pautas atuais e diversas

9 em cada 10 dos consumidores do Encontro avaliam o programa de **forma positiva** ¹

Audiência qualificada

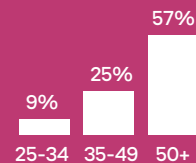
62% 38%



Fortalecimento de marca através de associação à credibilidade e elegância de Patricia Poeta

A audiência se **informa sobre seu estado/região** através do programa ²

Faixa etária



Preço Patrocínio – 122 Mercados

Vinheta 3' | Preço referente ao período de 4 semanas

Sudeste		Sul		Nordeste		Centro Oeste		Norte	
SP1 203.900	FLU 4.390	RS1 38.710	CAV 4.380	PE1 31.480	CPG 4.040	DF 26.590	BEL 17.470	ITC 450	
SJC 13.720	RES 6.240	CXS 5.470	PR3 2.960	CRR 6.870	NAT 12.810	GO1 16.200	TAP 2.640	PIN 460	
TAU 9.010	VIT 16.000	SMA 4.080	GAV 2.600	PET 2.900	NA2 3.830	GO2 2.950	MAB 1.560	RON 4.750	
BAU 17.110	ES2 3.010	PEL 4.070	PGR 5.140	SAL 33.130	ALA 10.180	RVD 2.600	RDC 460	JIP 930	
SJR 14.820	COL 2.310	PFO 2.930	SCI 13.980	FEI 7.230	TER 7.100	LZA 2.820	PAM 730	COA 650	
SOR 15.310	CAC 4.110	STR 2.390	BLU 8.880	ITA 5.530	FNO 1.320	IBI 2.030	ALT 590	VLH 470	
ITP 5.480	BH 38.390	STC 2.800	CHA 2.420	VDC 5.450	SER 9.800	CAT 1.940	PUP 650	ARI 940	
CAM 29.590	JF 6.740	CAL 1.930	JOI 7.050	JUA 2.900		PRT 950	CAS 1.570	ACR 2.660	
RIB 19.860	FAB 4.150	BAG 2.060	CRI 3.960	BAR 2.610		JAT 1.050	PAL 2.760	CZS 430	
SCA 8.900	MTC 5.120	URU 2.180	JOA 2.410	CE1 20.580		MS1 12.200	GUR 1.700	ROR 3.460	
MOC 6.560	VAR 7.020	ERE 1.620		CE2 2.560		MS2 2.170	INA 1.890	ROL 310	
SAN 21.670	UBE 11.530	RGE 2.250		MA1 8.570		POR 3.740	AMP 4.860		
AXA 4.880	UBA 3.970	CUR 34.410		IMP 2.850		MT 11.220	MAN 13.340		
RJ 107.830	ITU 2.010	MAR 6.950		BAS 800		ROD 3.110	MUR 480		
CAB 6.750		LON 7.840		CDO 1.900		SNO 3.000	COI 430		
FRI 5.960		FOZ 4.570		JP 7.270		TGS 1.890	HUM 720		
TOTAL 606.340		178.040		191.710		94.460		67.360	

Preço Patrocínio – 122 Mercados

Vinheta 5' | Preço referente ao período de 4 semanas

Sudeste		Sul		Nordeste		Centro Oeste		Norte	
SP1 305.850	FLU 6.585	RS1 58.065	CAV 6.570	PE1 47.220	CPG 6.060	DF 39.885	BEL 26.205	ITC 675	
SJC 20.580	RES 9.360	CXS 8.205	PR3 4.440	CRR 10.305	NAT 19.215	GO1 24.300	TAP 3.960	PIN 690	
TAU 13.515	VIT 24.000	SMA 6.120	GAV 3.900	PET 4.350	NA2 5.745	GO2 4.425	MAB 2.340	RON 7.125	
BAU 25.665	ES2 4.515	PEL 6.105	PGR 7.710	SAL 49.695	ALA 15.270	RVD 3.900	RDC 690	JIP 1.395	
SJR 22.230	COL 3.465	PFO 4.395	SC1 20.970	FEI 10.845	TER 10.650	LZA 4.230	PAM 1.095	COA 975	
SOR 22.965	CAC 6.165	STR 3.585	BLU 13.320	ITA 8.295	FNO 1.980	IBI 3.045	ALT 885	VLH 705	
ITP 8.220	BH 57.585	STC 4.200	CHA 3.630	VDC 8.175	SER 14.700	CAT 2.910	PUP 975	ARI 1.410	
CAM 44.385	JF 10.110	CAL 2.895	JOI 10.575	JUA 4.350		PRT 1.425	CAS 2.355	ACR 3.990	
RIB 29.790	FAB 6.225	BAG 3.090	CRI 5.940	BAR 3.915		JAT 1.575	PAL 4.140	CZS 645	
SCA 13.350	MTC 7.680	URU 3.270	JOA 3.615	CE1 30.870		MS1 18.300	GUR 2.550	ROR 5.190	
MOC 9.840	VAR 10.530	ERE 2.430		CE2 3.840		MS2 3.255	INA 2.835	ROL 465	
SAN 32.505	UBE 17.295	RGE 3.375		MA1 12.855		POR 5.610	AMP 7.290		
AXA 7.320	UBA 5.955	CUR 51.615		IMP 4.275		MT 16.830	MAN 20.010		
RJ 161.745	ITU 3.015	MAR 10.425		BAS 1.200		ROD 4.665	MUR 720		
CAB 10.125		LON 11.760		CDO 2.850		SNO 4.500	COI 645		
FRI 8.940		FOZ 6.855		JP 10.905		TGS 2.835	HUM 1.080		
TOTAL 909.510		267.060		287.565		141.690		101.040	



Preço Patrocínio – 122 Mercados

Vinheta 7' | Preço referente ao período de 4 semanas

Sudeste

SP1 326.240	FLU 7.024
SJC 21.952	RES 9.984
TAU 14.416	VIT 25.600
BAU 27.376	ES2 4.816
SJR 23.712	COL 3.696
SOR 24.496	CAC 6.576
ITP 8.768	BH 61.424
CAM 47.344	JF 10.784
RIB 31.776	FAB 6.640
SCA 14.240	MTC 8.192
MOC 10.496	VAR 11.232
SAN 34.672	UBE 18.448
AXA 7.808	UBA 6.352
RJ 172.528	ITU 3.216
CAB 10.800	
FRI 9.536	

Sul

RS1 61.936	CAV 7.008
CXS 8.752	PR3 4.736
SMA 6.528	GAV 4.160
PEL 6.512	PGR 8.224
PFO 4.688	SCI 22.368
STR 3.824	BLU 14.208
STC 4.480	CHA 3.872
CAL 3.088	JOI 11.280
BAG 3.296	CRI 6.336
URU 3.488	JOA 3.856
ERE 2.592	
RGE 3.600	
CUR 55.056	
MAR 11.120	
LON 12.544	
FOZ 7.312	

Nordeste

PE1 50.368	CPG 6.464
CRR 10.992	NAT 20.496
PET 4.640	NA2 6.128
SAL 53.008	ALA 16.288
FEI 11.568	TER 11.360
ITA 8.848	FNO 2.112
VDC 8.720	SER 15.680
JUA 4.640	
BAR 4.176	
CE1 32.928	
CE2 4.096	
MA1 13.712	
IMP 4.560	
BAS 1.280	
CDO 3.040	
JP 11.632	

Centro Oeste

DF 42.544
GO1 25.920
GO2 4.720
RVD 4.160
LZA 4.512
IBI 3.248
CAT 3.104
PRT 1.520
JAT 1.680
MS1 19.520
MS2 3.472
POR 5.984
MT 17.952
ROD 4.976
SNO 4.800
TGS 3.024

Norte

BEL 27.952	ITC 720
TAP 4.224	PIN 736
MAB 2.496	RON 7.600
RDC 736	JIP 1.488
PAM 1.168	COA 1.040
ALT 944	VLH 752
PUP 1.040	ARI 1.504
CAS 2.512	ACR 4.256
PAL 4.416	CZS 688
GUR 2.720	ROR 5.536
INA 3.024	ROL 496
AMP 7.776	
MAN 21.344	
MUR 768	
COI 688	
HUM 1.152	

TOTAL 970.144

284.864

306.736

151.136

107.776



A sua marca no intervalo comercial do Encontro



ESQUEMA COMERCIAL

DIA: Segunda a sexta-feira

HORÁRIO: 09h30

DURAÇÃO DO PROGRAMA: 50'

SIGLA: ENCT

PREÇO DE 30": R\$ 110.500,00

COEFICIENTE DE 15": 0,500

GÊNERO: Auditório

Oportunidade do anunciante exibir seu comercial para todo o Brasil ou em mercados específicos, de acordo com a estratégia de comunicação de suas marcas, por meio das 122 emissoras da TV Globo espalhadas pelo país.

*O programa pode apresentar diferentes durações conforme o dia da semana ou a pauta trabalhada.

O anunciante em contato com a audiência através de ação no conteúdo



Formato comercial que permite inserir a marca e o produto do anunciante no conteúdo do programa, tanto em situações de uso como na divulgação das suas características e diferenciais.

Com pautas quentes e integradas, o Encontro traz a oportunidade de participação de especialistas, talentos ou personagens que tenham tudo a ver com a marca.

*Os valores podem sofrer alteração ao longo do ano por conta de datas sazonais ou outros fatores.

*As ações de conteúdo devem ser alinhadas com times internos, devendo receber briefing para detalhamento e construção de um projeto de conteúdo.

ESQUEMA COMERCIAL

DIA: Segunda a sexta-feira

PERÍODO: Janeiro a Dezembro/2025

HORÁRIO: 09h30

AÇÃO PLENA

PREÇO DA AÇÃO PLENA: R\$ 270.000,00

DIREITOS & CONEXOS: R\$ 41.796,00

PRODUÇÃO: R\$ 7.797,00

AÇÃO ESPECIAL

PREÇO DA AÇÃO ESPECIAL: R\$ 405.000,00

DIREITOS & CONEXOS: R\$ 62.694,00

PRODUÇÃO: Sob consulta

No Encontro, a marca conversa com a audiência de forma potente e se mantém **presente ao longo do todo o patrocínio**, participando do **início do dia** do espectador e entregando sua mensagem dentro de **pautas atuais e de interesse do público**



De norte a sul, o Encontro conversa com a audiência e atinge milhões em cada canto do país



Com o comando de Patricia Poeta, pautas relevantes ganham voz e se conectam para além das telas



Em um patrocínio local potente, sua marca ganha espaço em um dos principais programas ao vivo das manhãs da Globo

Geral

1. O preço do patrocínio/projeto é fixo, válido para compras realizadas entre o período de 1º de janeiro a 30 de junho/26, independentemente da data de exibição.
2. Eventuais alterações de preços serão informadas e válidas apenas para cotas não comercializadas.
3. Comercializações superiores a 12 meses poderão sofrer alterações nos valores do 13º mês em diante.
4. O pagamento deverá ser feito até o dia 15 do subsequente ao de veiculação.

TV

1. 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.
2. Dias e horários de exibição dos programas estão sujeitos a alteração.
3. 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.
4. A aquisição mínima estabelecida para compra/renovação seguirá da seguinte forma:

OBS: Para comercialização a partir de 4 semanas, prioridade de renovação de 30 dias antes do término do contrato

Programas diários: mínimo 4 semanas, com prioridade de renovação de 30 dias antes da última veiculação contratada.

1 cota disponível por praça.

1. Para ações de conteúdo, o time de planejamento deverá ser consultado via briefing para o envio de projeto criativo. Além disso, antes do envio da PI, o cliente deverá checar a disponibilidade da data para exibição da ação de conteúdo com o mesmo time.
2. Esta proposta está sujeita a bloqueio mediante contratos pessoais dos talentos envolvidos.
3. Os talentos envolvidos podem ter contratos pessoais com marcas concorrentes dos anunciantes que estarão nas ações no conteúdo do programa.
4. Não existe posicionamento especial para exibição dos comerciais que fazem parte dos planos de patrocínio, exceto quando mencionado.
5. 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 cronômetro)

1. Ações de conteúdo regionais só poderão ser veiculadas em cidades, não em estado.
2. Ants do envio do PI para ação de conteúdo, o cliente deverá checar a disponibilidade da data para a exibição da ação de conteúdo com o time de planejamento. Previamente, deverá ter enviado briefing ao mesmo time para desenvolvimento de projeto criativo.
3. Ações de conteúdo locais são exibidas apenas às sextas-feiras, existindo 1 slot disponível por sexta-feira, independente da praça.
4. As ações locais são simples e contemplam led, speed e qr code.
5. O patrocinador local tem prioridade, porém não bloqueia um cliente nacional caso o mesmo bloqueie um mês com as 12 ações de conteúdo.

1. Patrocinadores terão prioridade na escolha das datas das ações de conteúdo.
2. Esta proposta está sujeita a bloqueios mediante contratos pessoais dos talentos envolvidos.
3. Os talentos envolvidos podem ter contratos pessoais com marcas concorrentes dos anunciantes que estarão nas ações no conteúdo do programa.
4. Não é garantido o uso ou consumo do produto por parte dos talentos envolvidos na ação.
5. A Globo se reserva ao direito de trocar apresentadores, repórteres e parceiros a frente das atrações, sem aviso prévio, de maneira temporária ou definitiva, por quaisquer que sejam os motivos. Não cabe ao cliente fazer alterações de data em função do talento, visto que a ação de merchandising é caracterizada pelo programa e faixa horária correspondente, à salvo exceções previamente negociadas.

