



de casa

PLANO COMERCIAL

2023





É DE CASA

O programa É de Casa, é comandado por um quarteto que movimenta as manhãs de sábado na RBS TV: Maria Beltrão, Rita Batista, Talitha Morete e Thiago Oliveira.

No ar entre 6h50 e 11h45, o programa tem espaço para falar de absolutamente tudo. Ou, pelo menos, quase tudo.

O programa aborda uma grande variedade de temas, e tudo acontece dentro de uma casa de verdade, o que traz ainda mais realidade para os assuntos e oportunidades comerciais.

E COMO É ESSA CASA DE VERDADE?



CLIQUE AQUI E VEJA EM DETALHES, NO VÍDEO, OS CÔMODOS DA CASA

O É DE CASA É O
PROGRAMA QUE
ACOMPANHA
AS MANHÃS DE
SÁBADO DOS
GAÚCHOS



E CONTA COM APRESENTADORES INCRÍVEIS

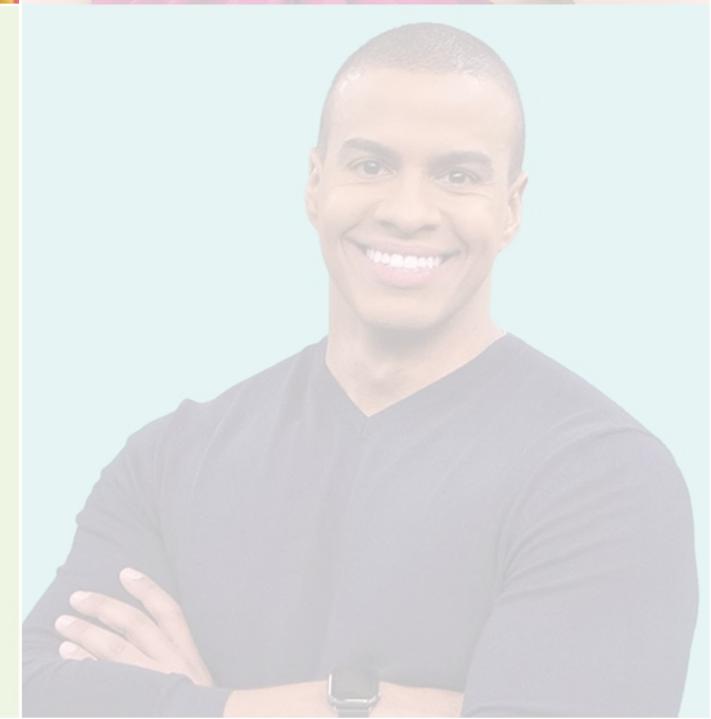
RITA BATISTA

PERSONALIDADE

Bonita	Do bem
Inteligente	Bem Sucedida
Fala a minha língua	Especialista

ESTILO DE VIDA

Trabalhadora	Elegante
Madura	De Bem com a Vida
Bem informada	Bem Informada



E CONTA COM APRESENTADORES INCRÍVEIS

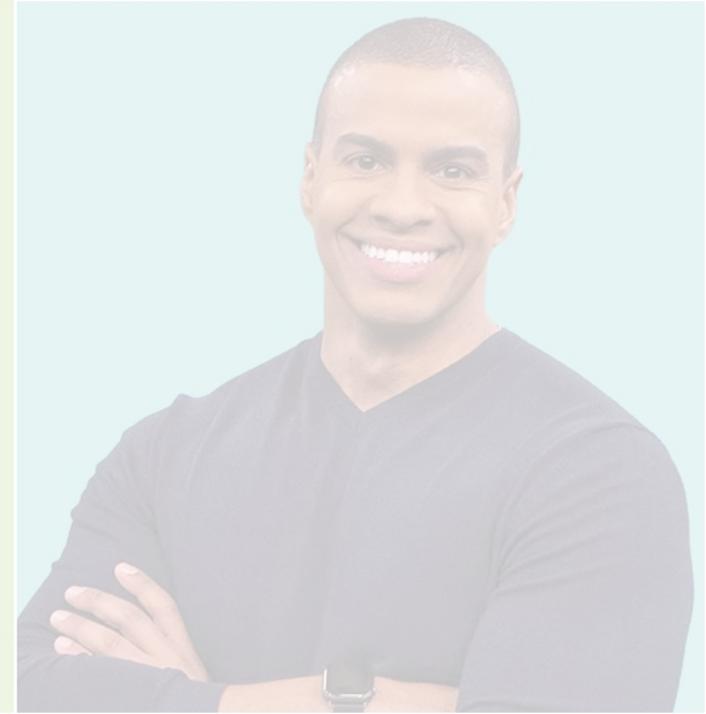
MARIA BELTRÃO

PERSONALIDADE

Inteligente	Especialista
Bem Sucedida	Fala a minha língua
Bonita	Do Bem

ESTILO DE VIDA

Elegante	Madura
Bem Informada	Sofisticada
Trabalhadora	Conectada



E CONTA COM APRESENTADORES INCRÍVEIS

TALITHA MORETE

PERSONALIDADE

Bonita	Bem Sucedida
Sexy	Inteligente
Charmosa	Do Bem

ESTILO DE VIDA

Trabalhadora	Bem Informada
Elegante	Jovem
Conectada	Sofisticada



E CONTA COM APRESENTADORES INCRÍVEIS

THIAGO OLIVEIRA

PERSONALIDADE

Do Bem	Especialista
Bonito	Carismático
Inteligente	Fala a minha língua

ESTILO DE VIDA

Jovem	Conectado
Trabalhador	De bem com a vida
Bem Informado	Elegante



TENDO EM VISTA ESSE CENÁRIO, O
PLANO COMERCIAL DO É DE CASA
2022 APRESENTA DIFERENTES
OPORTUNIDADES
E SOLUÇÕES PARA TODOS OS TIPOS
DE ANUNCIANTES SE COMUNICAREM
COM
OS TELESPECTADORES



PATROCÍNIO DO PROGRAMA

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

PLANO DE PATROCÍNIO

QUANTIDADE DE COTAS: Exclusiva

TIPO DE COTA: Mercado Local

PLANO DE INSERÇÕES POR EXIBIÇÃO:

- **OPÇÃO 1:** 1 vinheta de abertura de 5" + 1 vinheta de encerramento de 5"
- **OPÇÃO 2:** 1 vinheta de abertura de 7" + 1 vinheta de encerramento de 7"
- **OPÇÃO 3:** 1 vinheta de abertura de 3" + 1 vinheta de encerramento de 3" + 1 comercial de 10"

- **ENTREGA OPCIONAL* :** 1 vinheta "VEA" de 10"

PERÍODO MÍNIMO: 8 semanas

PREÇO DA COTA: Conforme Slide 19 e 20



PREÇO PATROCÍNIO COTA LOCAL

PREÇO POR QUATRO SEMANAS*

SUL	
RS1	10.757
CXS	1.773
SMA	1.161
PEL	1.238
PFO	1.007
STR	722
STC	1.014
CAL	546
BAG	570
URU	638
ERE	462
RGE	626

*PARA CÁLCULO DO PREÇO DA COTA DE PATROCÍNIO PELO PERÍODO MÍNIMO DE COMPRA, MULTIPLIQUE OS PREÇOS POR 2.



PREÇO PATROCÍNIO COTA LOCAL

COM A ENTREGA OPCIONAL DO FORMATO "VEA"

PREÇO POR QUATRO SEMANAS*

SUL	
RS1	21.002
CXS	3.462
SMA	2.265
PEL	2.417
PFO	1.967
STR	1.409
STC	1.980
CAL	1.065
BAG	1.113
URU	1.247
ERE	903
RGE	1223

*PARA CÁLCULO DO PREÇO DA COTA DE PATROCÍNIO PELO PERÍODO MÍNIMO DE COMPRA, MULTIPLIQUE OS PREÇOS POR 2.

INTERVALO COMERCIAL

Oportunidade do anunciante exibir seu comercial o mercado, de acordo com a estratégia de comunicação de suas marcas, por meio da RBS TV.

ESQUEMA COMERCIAL

DIA: Sábado

HORÁRIO*: 6h50

DURAÇÃO DO PROGRAMA:** 250'

SIGLA: CAS1, CAS2 ou CAS3

PREÇO DE 30"': Conforme Lista de Preços vigente

COEFICIENTE 15"': 0,5

GÊNERO: Feminino

*O PROGRAMA PODE APRESENTAR DIFERENTES HORÁRIOS CONFORME O DIA DA SEMANA.

**O PROGRAMA PODE APRESENTAR DIFERENTES DURAÇÕES CONFORME O DIA DA SEMANA.



OBSERVAÇÕES COMERCIAIS

OBSERVAÇÕES COMERCIAIS



GERAL

- O preço do patrocínio/projeto é fixo, válido para compras realizadas no período de 1º janeiro a 30 de junho/23, independentemente da data de exibição.
- Eventuais alterações de preços serão informadas e válidas apenas para cotas não comercializadas.
- Comercializações superiores a 12 meses poderão sofrer alterações nos valores do 13º mês em diante.

PAGAMENTO

- O pagamento deverá ser feito até o dia 15 do mês subsequente ao de veiculação.

TV ABERTA

- 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.
 - 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.
- 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.

OBSERVAÇÕES COMERCIAIS

- Para os programas com cotas locais na 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 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 atendimento comercial.

ENTREGA, TROCA E REUTILIZAÇÃO DE MATERIAL

- Entregas de materiais, trocas, produções de peças e reutilizações deverão ser consultados à OPEC.

PREÇOS DAS COTAS DOS PROGRAMAS LOCAIS DAS EMISSORAS AFILIADAS:

- O Atendimento Comercial da Globo deverá ser consultado sobre a comercialização desses patrocínios nas emissoras afiliadas.

Para mais informações, consulte o Atendimento Comercial.



de casa