



Todos os olhos estarão voltados para a celebração dos **40 anos do Criança Esperança**.
Encontre aqui todas as **possibilidades** que conectam sua marca a esse grande projeto social!

Plano Comercial

Criança Esperança



Uma **noite de gala** em celebração aos 40 anos do Criança Esperança!

Criamos um plano comercial **repleto de novidades**, capaz de conectar marcas que **acreditam e querem fazer parte** dessa grande corrente de esperança! Associe sua marca ao maior projeto de solidariedade do Brasil!

TAGS:

Especial

ESG

Entretenimento

Show

89%

dos brasileiros confiam mais
em marcas que apoiam
causas sociais

*Fonte: Kantar IBOPE Media, projeção interna calculada a partir do EDTV 2025, utilizando dados de audiência da Nacional. Universo: Telespectadores 194.458.143, projetado baseado no EDTV 2025.
*Fonte: Kantar IBOPE Media, Instar Analytics. Pnt+prças Regulares, Total Domicílios, Rat% E Shr% (Tle), Total Indivíduos, Cov% PaO Dado De Alcançe Foi Utilizado O Modo Atividade: Consolidado. Projeção Individual Baseado No Edtv 2024: 194.458.143, Cov Nos Targets Ab4+, As 18-34, As 35-49, 09/10/2024ra
*Fonte: IPSOS - CONTEXTUAL BRAND SUCCESS: ENDELMAN - IN BRANDS WE TRUST | Brasil TGI (Português) - TG BR 2025 R1 - Pessoas - Copyright TGI LATINA 2025

Mercado: Rede Liberal**Horário:** Após a Novela III (Três Graças)**Sigla:** CRIE, assume preço de TELA**Estreia:** 27/10 (segunda-feira)**Apoio Local****Tipo de Cota:** Local**Quantidade de Cotas:** 1 por mercado



**Apesar dos avanços,
o Brasil ainda tem
uma taxa de
escolarização baixa**

73%

dos jovens que
estão fora da escola
têm intenção de
concluir a educação
básica.

Pela primeira vez
desde 2016, **o Brasil
não atinge** a meta
de crianças no ensino
fundamental.

Apenas **58%**

das escolas no Brasil têm
computador e internet
com qualidade suficiente
para ser utilizada pelos
estudantes como
ferramenta educacional.

1 em cada 5

jovens (15 a 29 anos)
está sem estudar,
sem trabalhar e sem
se qualificar.

9 MILHÕES

de brasileiros de 18 a
29 anos não
concluíram a escola,
apontam dados
divulgados pelo MEC.

O atraso escolar
atinge **mais de 5,1
milhões de alunos**
na rede pública.

Investir na educação é trilhar o futuro

Ao investir na educação de crianças e jovens, capacitamos não apenas indivíduos, mas também comunidades inteiras a romperem ciclos de pobreza e alcançarem um padrão de vida mais elevado.

9 em cada 10 pessoas têm a educação como uma **prioridade** para a família

O PIB per capita brasileiro poderia ser 66% maior se o país provesse educação e saúde de qualidade para toda sua população.

FONTE: BANCO MUNDIAL, A ORGANIZAÇÃO PARA A COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO (OCDE) | (LICHAND, DORIA, LEAL-NETO, E FERNANDES, 2022).

Doar faz parte da nossa história

A solidariedade está profundamente enraizada na cultura brasileira, sendo o gesto de doar amplamente reconhecido e estimulado. Seja por meio de contribuições individuais ou de grandes mobilizações coletivas, **os brasileiros revelam um forte engajamento com o cuidado e o apoio às suas comunidades.**

88%

Dos brasileiros acreditam que:
"doar faz bem a quem doa"

Em 2015, 77% da população fez algum tipo de doação

Mesmo na pandemia, em 2020, 66% continuaram doando

84% dos brasileiros realizam algum tipo de doação em 2022

40 anos do maior projeto de solidariedade do Brasil

Historicamente

+ 460 milhões de reais arrecadados

+ 6 mil projetos apoiados pelo Brasil

Cerca de 5 milhões de crianças,
adolescentes e jovens beneficiados





Quatro décadas repletas de histórias de superação, sonhos realizados e vidas transformadas.

Ao longo dessa trajetória, a Globo se consolidou como força que une o país em prol da proteção e do desenvolvimento de crianças e adolescentes.

Neste marco, a campanha irá aprofundar a conexão entre o público e a marca Globo, valorizando não só a doação, mas a iniciativa que gera futuro e permite que jovens brasileiros sonhem. **É sobre legado.**

Uma noite de gala em celebração aos 40 anos do Criança Esperança!



Esquema comercial

Data: 27/10/2025 (segunda-feira)

Exibição única

Duração: 70' (4 blocos, 3 breaks)

Sigla: CRIE, assume preço de TELA

Preço 30": Conforme lista de preço
do próximo slide

Coeficiente 15": 0,75

Apresentadoras:



ELIANA



ANGÉLICA



XUXA



Pra ficar de olho!

O show de 40 anos do
Criança Esperança começa
logo após a novela Três
Graças, momento de alta
visibilidade.

Criança Esperança

MÍDIA AVULSA



BEL	R\$ 4.374
ALT	R\$ 115
CAS	R\$ 328
MAB	R\$ 163
PAM	R\$ 109
PUP	R\$ 104
RDC	R\$ 100

* Valores conforme lista de preços do mês vigente.

Todas as marcas que apoiam o Criança Esperança estão investindo **diretamente** no futuro de milhares de jovens brasileiros.

Mais que um ato de cidadania, é uma oportunidade poderosa de associar a imagem da sua marca a um projeto de grande impacto social e abrangência nacional.

89% dos brasileiros confiam mais em marcas que apoiam causas sociais

72% comprariam uma marca pela primeira vez com base em seu posicionamento

+76% declaram SEMPRE preferirem empresas que se comprometem a combater desigualdades sociais

Marcas que se posicionam **ganham relevância**



Do norte ao sul do país, **para todos os bolsos!**

Queremos que mais marcas possam participar dessa grande campanha!

O Criança Esperança quer anunciantes de **diferentes tamanhos e lugares** que possam colaborar com o projeto!



Para todos os bolsos e regiões: os apoiadores locais participam dessa corrente de esperança!



Por que é um ativo?

Com essa oportunidade, os anunciantes locais se associam a um conteúdo de grande prestígio e audiência qualificada, com a vantagem de direcionar a mensagem para seu público regional.

É o melhor dos dois mundos: **impacto e credibilidade em escala, com foco local.**

Como vai funcionar?

Antes do show:

Teremos um programete produzido pela Globo e veiculado no intervalo comercial dos programas de jornalismo locais. O anunciante assina a peça.

Durante o show:

Na passagem de um bloco e outro, teremos a entrega do VEA ("Você está assistindo"). Nesse momento, entregamos uma vinheta do programa e a assinatura da marca como oferecimento do conteúdo. O anunciante ainda terá a opção de potencializar a mensagem através de 3 comerciais de 30".

Entregas



Opção 1:

- Programete Globo com assinatura de 5": 2 BPRA + 2 PTV1 + 1 PTV2
- VEA de 10": 3 inserções

Opção 2:

- Programete Globo com assinatura de 5": 2 BPRA + 2 PTV1 + 1 PTV2
- VEA de 10": 3 inserções
- Comercial de 30 no break": 3 inserções

1 cota disponível por praça

Extra: Digital Regional

Possibilidade de ampliar a associação do anunciante com o Criança Esperança no ambiente digital. Mas corra que o **inventário é limitado!**

- Matéria Publicitária (gshow)
- Banner Vídeo (g1)
- DGLOBO
- DAI Simulcast

Criança Esperança

Preço – Cota Local – Opção 1 (Sem Comercial)



- Formatos:**
- Programete Globo com assinatura de 5": 5 inserções (2 BPRA +2 PTV1 + 1 PTV2)
 - VEA de 10" durante o show: 3 inserções

BEL	R\$ 18.126
ALT	R\$ 468
CAS	R\$ 1.291
MAB	R\$ 770
PAM	R\$ 488
PUP	R\$ 450
RDC	R\$ 413

*Os apoiadores locais deverão respeitar as regras de bloqueio dos patrocinadores nacionais. Para mais informações, consulte as observações comerciais.

Criança Esperança

Preço – Cota Local – Opção 2 (Com Comercial)

**Formatos:**

- Programete Globo com assinatura de 5": 5 inserções (2 BPRA +2 PTV1 + 1 PTV2)
- VEA de 10" durante o show: 3 inserções
- Comercial de 30" durante o show: 3 inserções

BEL	R\$ 31.248
ALT	R\$ 813
CAS	R\$ 2.275
MAB	R\$ 1.259
PAM	R\$ 815
PUP	R\$ 762
RDC	R\$ 713

Criança Esperança

Extra – Digital Local



Possibilidade de ampliar a associação do anunciante com o Criança Esperança no ambiente digital.

- Matéria Publicitária (gshow)
- Banner Vídeo (g1)
- DGLOBO
- DAI Simulcast

	Impressões	Valor
PACOTE P	35.000	R\$ 700
PACOTE M	75.000	R\$ 1.500
PACOTE G	150.000	R\$ 3.000

A photograph of three women celebrating on a stage. The woman in the center is wearing a white suit and has her arms raised in a 'V' shape. She is holding a microphone with yellow pom-poms in her right hand. The woman on the left is wearing a gold sequined dress and is also smiling. The woman on the right is wearing a silver sequined crop top and a white jacket, with her right arm raised. They are all smiling and appear to be at a festive event. The background is a colorful, abstract pattern of purple, blue, and pink.

Observações Comerciais

Observações comerciais

PREÇO

1. O preço do patrocínio/projeto é fixo, válido para compras realizadas entre o período de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2025, independentemente do período de veiculação.

PAGAMENTO

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

PRIORIDADE

1. O patrocinador da edição anterior (TANG – Mondelez) têm prioridade de renovação até 15/08/2025 (16h, horário de Brasília) na cota BENS DE CONSUMO. As demais cotas estarão disponíveis para seus respectivos segmentos a partir da data de lançamento do plano.

GERAIS

1. Prazo de comercialização: 31/08/2025, até às 16h, horário de Brasília.
2. Os patrocinadores do show têm prioridade de compra das cotas de apoio (Mesões) até 31/08/2025 às 16h (horário de Brasília). Em paralelo, essas cotas poderão ser comercializadas para outros anunciantes, mas só serão confirmadas após o término dessa prioridade.
3. Essas oportunidades não poderão ser comercializadas para concorrentes dos patrocinadores deste projeto, desde que as cotas de patrocínio tenham sido adquiridas até o prazo de comercialização descrito no plano.
4. A efetivação do patrocínio nacional implica no bloqueio automático para anunciantes concorrentes do mesmo segmento nas praças locais. Para garantir a viabilidade das ativações regionais e respeitar os prazos de produção, consideramos como referência o prazo de até três semanas antes da exibição do programa para confirmação das cotas locais.
5. O patrocínio nacional bloqueia outros anunciantes nacionais do mesmo segmento.
6. Entre as demais cotas não há bloqueio de concorrência.
7. Este plano não poderá ser comercializado para clientes da categoria de bebidas alcoólicas.
8. Dias e horários de exibição do programa estão sujeitos a alteração.
9. A Globo poderá desenvolver outras oportunidades comerciais ligadas ao projeto. Essas oportunidades não poderão ser comercializadas para concorrentes dos patrocinadores deste projeto, desde que as cotas de patrocínio tenham sido adquiridas até o prazo de comercialização descrito no plano.
10. Não existe posicionamento especial para exibição dos comerciais que fazem parte dos planos de patrocínio, exceto quando mencionado.
11. A Globo se reserva no direito de aumentar o número de cotas disponíveis ao mercado e também novas cotas/oportunidades extras, de acordo com os seus interesses comerciais.
12. Deverão ser emitidas autorizações distintas em relação à mídia TV aberta, TV por assinatura e Digital.
13. A produção das vinhetas de 5" (texto com até 10 palavras) e comercial é responsabilidade do patrocinador.
14. Cabe ao patrocinador arcar com os custos de envio dos seus materiais através dos players homologados pela Globo. Para mais informações consulte a Lista de Preços.

Observações comerciais

15. O uso da marca do projeto deve ser submetido à avaliação e autorização da Globo.
16. A Globo poderá exibir chamadas adicionais sem a marca do patrocinador, em função de necessidades estratégicas e/ou promocionais.
17. O cliente deverá enviar materiais distintos para: TV Globo, Canais Pagos e Digital;
18. A TV Globo, digital e canais pagos se reservam o direito de proceder a alterações ou substituições em todas as atividades e datas descritas no projeto, sem prejuízo na entrega para os patrocinadores;
19. O acerto de contas se dará individualmente, por veículo, no final do projeto pelo total de inserções ou propriedades, e não por item, isoladamente;
20. O Plano de veiculação segue orientações estabelecidas pelo Manual de Práticas Comerciais, Manual de Formatos, Lista de Preços da Rede Globo e Código de Ética e Conduta do Grupo Globo;
21. As publicidades de TV poderão ser entregues no modelo de transmissão simulcasting, no GloboPlay, mas é algo que pode ser modificado conforme interesse comercial da Globo, a qualquer tempo;
22. Os custos e as negociações de licenciamento serão tratados à parte, de acordo com a necessidade de cada patrocinador;
23. O show será ao vivo, portanto, caso a ação preveja gravação prévia precisará passar por validação Globo e terá impacto no custo de produção.
24. Qualquer ativação de plateia, ação no show ou no mêsão precisará passar por validação do artístico Globo, mediante briefing detalhado do cliente.
25. O custo de produção será definido mediante briefing do cliente.
26. Caso existam exigências específicas para os castings contratados a parte, elas serão contempladas no custo de produção.
27. Os prazos de pré-produção e produção estarão condicionados ao cumprimento de um cronograma a ser estabelecido em comum acordo entre a Globo e cliente.
28. O cronograma precisará ser respeitado. Qualquer atraso no cumprimento das entregas previstas inviabilizará o projeto.
Sempre que as atividades forem interrompidas por conveniência ou necessidade do cliente, a contagem do tempo será interrompida e o cronograma físico financeiro, remanejado.
29. Caso o projeto final seja reprovado pelo contratante ou venha a ser cancelado durante a execução, fica como remuneração pelas horas despendidas nas etapas preliminares o equivalente a 70% (setenta por cento) do valor total deste orçamento.
Informações a respeito dos produtos, não previstos no projeto inicial, ou solicitadas posteriormente, bem como a reformulação do produto final após aprovação, serão objeto de orçamento complementar a ser submetido ao cliente.
30. O preço dos direitos autorais e conexos representa 15% do preço das ações no conteúdo. Sobre esse preço não haverá negociação e não incidirá remuneração de agências, agenciadores ou corretores autônomos.
31. O fornecimento da arte do logo e outros materiais solicitados pela Globo em alta resolução são dever do cliente.
32. Referências e briefing geral detalhado são dever do cliente.
33. Os apresentadores precisarão ser consultados para a ação comercial tanto no quesito disponibilidade quanto de bloqueio de marca. Caso exista bloqueio, as ações poderão ser entregues por outros talentos.
34. O direcional de apresentador virá do artístico Globo, mediante briefing.
35. As ações não contemplam direitos musicais e não podem ocorrer durante suas apresentações.

Observações comerciais

VEA

REGRAS DE NEGÓCIO

- Formato disponível **exclusivamente** para Planos de Patrocínio, tanto Nacionais quanto Locais. Não poderá ser comercializado de formas avulsas;
- Quantidade de Cotas Local: 1 cota por praça;
- A cota local sofrerá bloqueio de segmento do patrocinador Nacional do programa; Para garantir a viabilidade das ativações regionais e respeitar os prazos de produção, consideramos como referência o prazo de até três semanas antes da exibição do programa para confirmação das cotas locais.
- Para o formato ser trabalhado no plano comercial, é necessário um alinhamento prévio com todas as áreas envolvidas no processo (Produtos, Canal, OPEC e Formatos);

PRECIFICAÇÃO

- Índice de Conversão do Formato: 0,75 (sob o valor de 30" do programa/faixa horária);
- A Globo oferece ao anunciante a possibilidade de utilização de materiais de 15" ou 10", sem alteração no índice de conversão;

ESPECIFICAÇÕES MATERIAIS

- A vinheta em questão poderá ter sua minutagem total em 15" ou 10", considerando sempre a cabeça do programa em 5" e a vinheta da Marca em 10" ou 5", conforme disponibilidade do Anunciante.
- O formato de 10" ou 5" do Anunciante deve ser enviado finalizado (sem áudio) para a Globo, que fará a finalização do mesmo com inclusão de trilha e locução;
- Formato sem custo de produção, com possibilidade de trocas quinzenais.
- As produções referentes às vendas feitas pelas afiliadas Globo, serão feitas pelos times de produção comercial das mesmas, seguindo a cabeça do programa e guideline enviados pela Produção Comercial Globo.