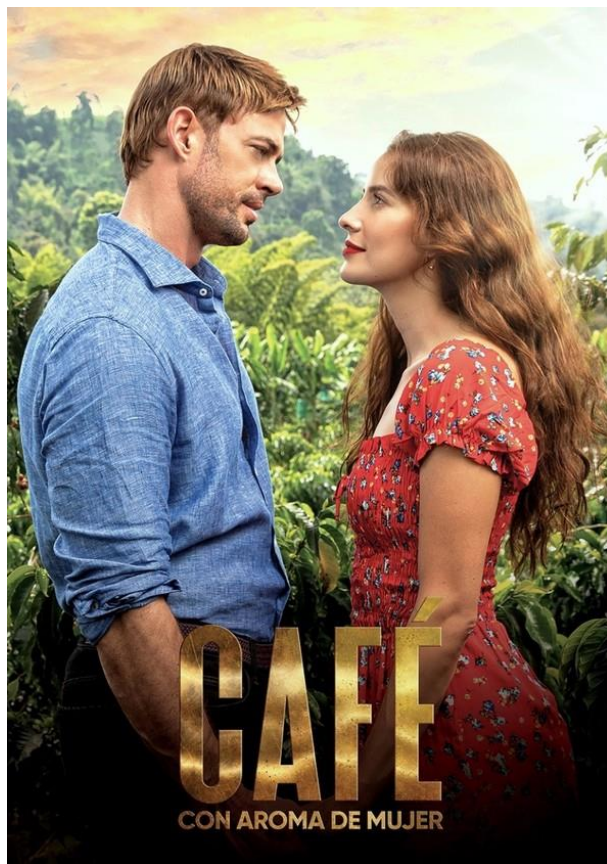




CAFÉ COM AROMA DE MULHER

INFORMAÇÃO COMERCIAL N° 258/24
DIREÇÃO COMERCIAL
02 DE AGOSTO DE 2024

Sinopse | Perfil de Transmissão



Segunda a Sexta
Tarde

Sábado
Tarde

Uma história que nos leva a viajar por toda a Colômbia.

Ao longo do ano, o trabalho na apanha do café leva-as a viajar por toda a Colômbia. Teresa, carinhosamente tratada por "Gaivota", e a mãe instalam-se na propriedade Casablanca, onde têm um trabalho assegurado todo o ano pelo seu proprietário. Quando ele morre subitamente, toda a família regressa para o seu funeral, incluindo o neto Sebastião que depressa se apaixona por Teresa. Os dois vão viver um amor separado pela eterna luta de classes. Conseguirá o amor superar a mentira, o engano, e o desespero? É o que vamos descobrir numa novela emocionante, filmada entre a Colômbia, a Europa e Marrocos.

Com Laura Londoño e William Levy, entre outros atores, nas tardes de 2^a a 6^a.

OPORTUNIDADES COMERCIAIS

- Patrocínio

Patrocínio

O patrocínio do programa engloba as seguintes contrapartidas semanais:

- **Junto às autopromoções do programa:** cartão de 5" (mínimo 26 inserções), com referência em voz off ao anunciante, com a seguinte distribuição:

FAIXAS HORÁRIAS	08-13	13-20	20-24	24-03	03-08	TOTAL
Nº DE INSERÇÕES	9	6	4	7	0	26

- **Junto ao programa** (no início e no fim): cartão de 5", com referência em voz off ao anunciante (10 inserções de 2^a a 6^a + 2 inserções no fds);
- **Nos blocos do programa:** spot com duração opcional (5 inserções de 2^a a 6^a + 3 inserções no fds);

INVESTIMENTO DE MEDIA TOTAL (variável de acordo com a duração do spot e número de semanas contratadas):

CARTÕES 5" + SPOTS 20"	
4 SEMANAS	5 360€

Notas:

- Para beneficiarem de exclusividade de categoria de produto, os patrocinadores devem considerar uma sobretaxa 20%, que só poderá ser contratada se o patrocínio não tiver já sido comprado por um concorrente.
- Para patrocínios superiores a 4 semanas, e/ou duração de spots diferentes, consulte por favor o seu diretor de conta.

OBSERVAÇÕES:

1. Condições apresentadas para valor bruto negociado;
2. Os valores apresentados não são acumuláveis com outras condições especiais;
3. Aos valores de investimento acrescem 4% de taxa de exibição e IVA à taxa legal;
4. A contratação de espaço far-se-á de acordo com as Condições Gerais de Contratação de Publicidade e Comunicação Comercial da TVI/MCD em vigor, do conhecimento da Central de Compras/Agência de Publicidade/Anunciante (ou outra que a substitua);
5. Na eventualidade da contratação ser efetuada pelo anunciante/agência sem intervenção de Central de Compras, o pagamento da campanha deverá ser efetuado antecipadamente, de acordo com Condições Gerais de Contratação de Publicidade e Comunicação Comercial da TVI/MCD;
6. A presente proposta e as condições nela contidas têm uma validade de 30 dias (calendário), findo este período não poderão ser consideradas como válidas, estando sujeitas a renegociação. No caso de proposta de colocação de produto a validade é apenas de 15 dias (calendário);
7. As presentes condições comerciais são confidenciais, destinando-se a utilização exclusiva por parte da Agência de Publicidade/Central de Compras/Anunciante responsável pela negociação e/ou pelo Anunciante objeto das condições. A sua divulgação a terceiros não poderá em quaisquer situações ser efetuada sem prévia autorização por escrito por parte da TVI / MCD;
8. Os investimentos acordados para colocação de produto, produção, licenciamento, televentas e STVA deverão ser considerados como adicionais face aos investimentos para a compra de media convencional, não sendo contabilizados para o cálculo de prémios de produção anual (rappel);
9. Os patrocinadores poderão ocupar posições preferenciais nos blocos do programa. A ocupação deste espaço será feita por ordem cronológica de receção das respetivas ordens de publicidade;
10. Nos cartões de patrocínio, para além da referência à marca, descrição do produto ou serviço e contacto, podem ainda ser aceites outras menções se for feita prova de que as mesmas se encontram registadas no Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), como integradas no logótipo do patrocinador;
11. Todos os cartões de patrocínio têm que ser submetidos à apreciação prévia da TVI, com uma antecedência mínima de 3 dias úteis em relação à data de arranque da campanha;
12. A TVI poderá colaborar na produção dos cartões de patrocínio para emissão exclusiva nos seus canais, mediante orçamento caso a caso. As locuções dos cartões de patrocínio deverão ser feitas pela TVI;
13. Eventuais informações relativas a resultados de media constantes nesta proposta constituem carácter informativo e não vinculativo, por parte da TVI/MCD;
14. Salvo acordo em contrário, não existe exclusividade de categoria de produto para qualquer uma das formas de contratação, nem entre elas (nomeadamente a publicidade em ecrã fracionado, o patrocínio e a colocação de produto);
15. Relativamente às contratações de Colocação de Produto, caso sejam exibidas um número de presenças inferior ao contratado, será faturado o valor proporcional;
16. Todas as ações de Colocação de Produto referidas neste documento, foram previamente aprovadas pela Direção de Programas/Produtora. Eventuais alterações ao seu conteúdo terão de ser novamente validadas.



O CANAL QUE FALTAVA

WWW.MEDIACAPITALCOMERCIAL.PT