

Plano Comercial

Globo Esporte

2026

GLOBO
ESPORTE

tvglobo

TVLIBERAL





Globo Esporte: Esporte e entretenimento com um grande apelo regional.

Líder em audiência

audiência diversificada e apaixonada por esportes.

Maior fidelidade

desde 2001, com 75% de índice. O público nunca esteve tão fiel quanto em 2025.

Edições regionais

que se adaptam às peculiaridades locais, fortalecendo a conexão com o público com uma linguagem leve e descontraída.

Cobertura multiplataforma

com uma grande identificação regional.

Apresentadores

irreverentes com possibilidade da marca estar associada a conteúdos diversificados e customizados.



Possibilidade da sua marca estar vinculada com públicos específicos no Pará.

O Globo Esporte faz parte da rotina dos paraenses há décadas fidelizando uma forte conexão emocional, cultural e comercial.

- Cobertura diária e irreverente com notícias quentes do esporte antes e após as competições;
- Forte conexão com os telespectadores regionais com matérias dedicadas dos respectivos clubes de coração;
- Vai muito além do futebol, abordando todos os tipos de modalidades.

Mercado: Local

Período: 12 meses

Faixa horária: 13h às 13h30, de segunda a sábado

Quantidade de programas: 313

Sigla: GESP



Estreia: 01/01

Resumo do Projeto | Cotas

Tipo de Cota: Local

Quantidade de Cotas: 3 por praça

Prazo para Venda: 01/12/2026

Investimento total: Valores sob consulta por praça



DÊ PLAY E ASSISTA O QUE ESTÁ POR VIR!



UM CLÁSSICO DA TV BRASILEIRA

O Globo Esporte é muito mais que um programa esportivo. Ele **faz parte da rotina de milhões de lares** no horário do almoço, atraindo uma audiência diversificada e apaixonada por esportes.

No momento de pausa no meio do dia, o programa entrega **credibilidade, entretenimento e leveza** para o telespectador, se consolidando ano após ano como o **principal espaço diário de informação esportiva ágil**. É um espaço estratégico para anunciantes e patrocinadores que desejam se associar ao esporte regionalizado.



PROGRAMA DIÁRIO
de segunda a sábado

DE 13H À 13H30
18 minutos de produção

313 PROGRAMAS
por praça

REDE LIBERAL
7 praças (ALT, BEL, CAS, MAB, PAM, PUP, RDC)



Esporte e entretenimento

com um grande apelo regional!



E por que associar a sua marca no Globo Esporte, um programa que vai muito além da notícia em si?



Líder em audiência

Sua marca com
escala e audiência



Edição regional em Belém

Sua marca conectada
em todo o Pará



Cobertura multiplataforma

Sua marca antes, durante e
depois dos programas



Globo Esporte:
Esporte e entretenimento com
um grande apelo regional

Líder em audiência

Edições regionais por praça

Cobertura multiplataforma

**GLOBO
ESPORTE**

UM DOS PROGRAMAS DE MAIOR AUDIÊNCIA

VESPERTINA NA TV LIBERAL!

+ 281 mil pessoas

Correspondem a média de pessoas
alcançadas no Globo Esporte mensalmente
na TV Liberal



Sua marca acompanha o fã do esporte antes, durante e depois do programa!

ECOSSISTEMA INTEGRADO

O Globo Esporte leva para o telespectador e para as marcas uma jornada multiplataforma que só a Globo oferece.
MAS, COMO?

Entregamos uma oferta completa de soluções de negócio que nenhum outro player consegue reunir, graças a um ecossistema integrado e único.



ESTRATÉGIA 360° DO PRÉ AO PÓS-PROGRAMA

PRÉ



DURANTE

Vinheta Patrocinadora Abertura e Encerramento

ge

Oportunidades customizadas extra plano

Display ad

PÓS

FORMATOS LINEARES

O patrocinador estará presente **no bloco de abertura e de encerramento do programa** que tem destaque na grade vespertina da TV Globo/ Liberal, **impactando milhões de pessoas.**

A vinheta de abertura é muito eficiente em impulsionar a resposta de engajamento atencional para a comunicação da marca durante o comercial que é precedido pelo formato.

VINHETA DE ABERTURA

PRODUÇÃO DO PROGRAMA COM 18 MINUTOS TOTAIS DE DURAÇÃO

VINHETA DE
ENCERRAMENTO

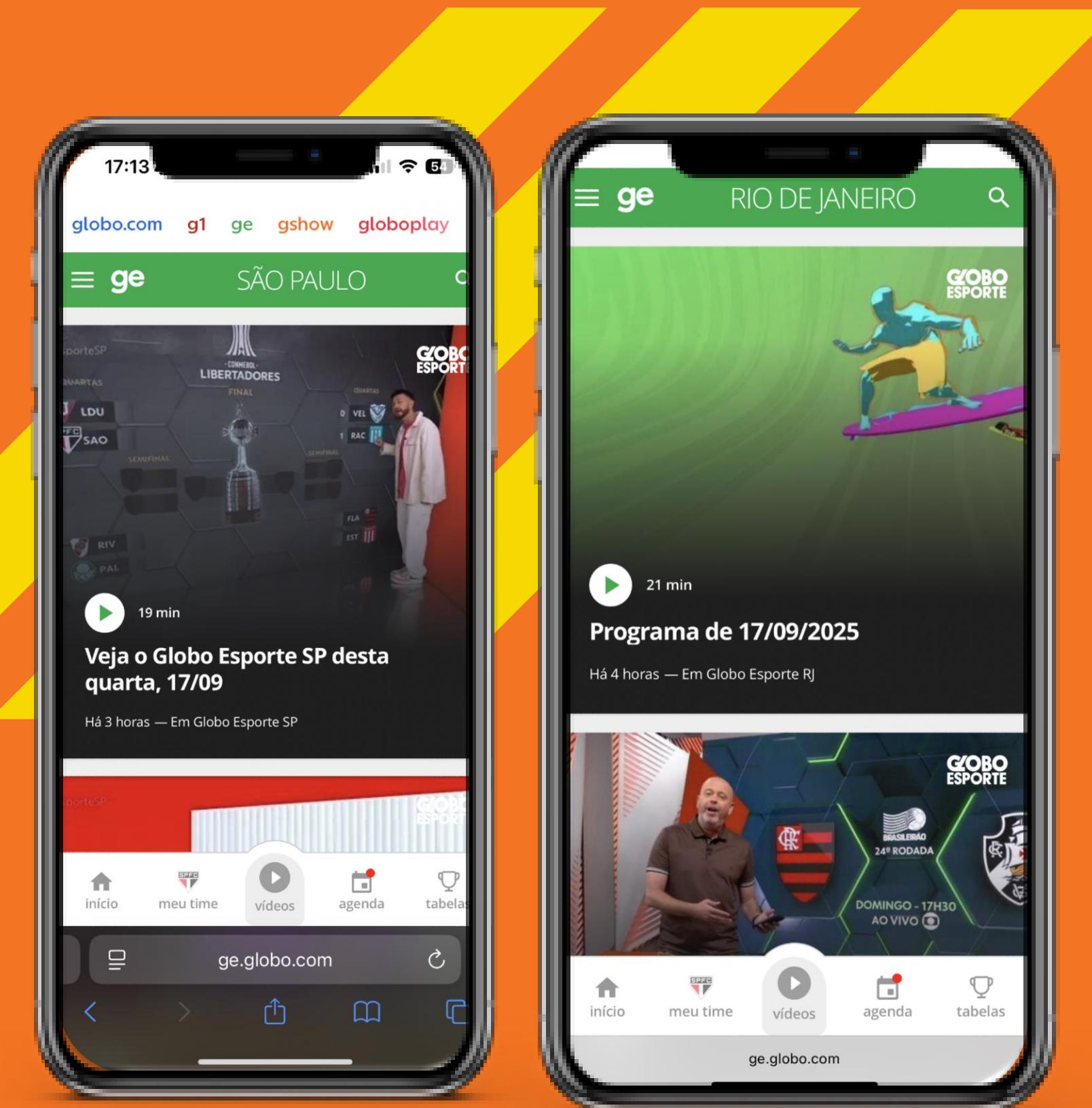
A vinheta de encerramento ajuda no envelopamento do programa e na memorização da comunicação, principalmente quando estão acompanhadas de elementos do comercial da campanha.



NO GE.GLOBO

Tanto no site quanto no app, o torcedor pode **ver e rever os programas, matérias e destaque**s do melhor do esporte.

Quando o assunto é esporte, o GE domina, ficando à frente das páginas oficiais dos times, o ambiente perfeito para sua campanha.



Patrocínio

Tipo: Local

Quantidade: 3 cotas por praça

Período: janeiro a dezembro de 2026

Horário: 13h, de segunda à sábado

Número de programas: 313 programas



PLANO DE INSERÇÕES*:

- 1 vinheta de abertura de 7"
- 1 vinheta de encerramento de 7"

PREÇO DA COTA POR 04 SEMANAS:

Conforme detalhamento no próximo slide

DURAÇÃO DO PROGRAMA:

18'

SIGLA

GESP

GÊNERO

ESPORTE

*Qualquer mudança de secundagem da vinheta deve ser alinhada aos novos coeficientes da tabela de preços e customizada caso a caso.

PREÇO PATROCÍNIO – COTA LOCAL LINEAR

PREÇO REFERENTE AO PERÍODO DE 4 SEMANAS

MERCADO LOCAL

ASSINATURA DE 7" ASSINATURA DE 5" ASSINATURA DE 3"

	R\$ 98.035	R\$ 91.908	R\$ 61.272
ALT	R\$ 2.976	R\$ 2.790	R\$ 1.860
CAS	R\$ 6.566	R\$ 6.156	R\$ 4.104
MAB	R\$ 5.376	R\$ 5.040	R\$ 3.360
PAM	R\$ 3.322	R\$ 3.114	R\$ 2.076
PUP	R\$ 3.034	R\$ 2.844	R\$ 1.896
RDC	R\$ 2.208	R\$ 2.070	R\$ 1.380

PREÇO PATROCÍNIO – COTA LOCAL DIGITAL

PREÇO REFERENTE AO PERÍODO DE 4 SEMANAS

	IMPRESSÕES	VALOR
BEL	735.264	R\$ 14.705
ALT	22.320	R\$ 446
CAS	49.248	R\$ 985
MAB	40.320	R\$ 806
PAM	24.912	R\$ 498
PUP	22.752	R\$ 455
RDC	16.560	R\$ 331

Formatos padrão da Globo *Billboard, Retângulo Médio, StickyAd e etc*

Entrega obrigatória



porte
porte

OBSERVAÇÕES
COMERCIAIS

OBSERVAÇÕES COMERCIAIS GERAIS – LINEAR

1. O preço do patrocínio é fixo e válido para compras realizadas até 31 de dezembro de 2025, independentemente do período de veiculação. Cotas não comercializadas até esse prazo poderão sofrer atualizações.
2. Os dias e horários de exibição do programa estão sujeitos a alterações.
3. Eventuais alterações de preços serão informadas e válidas apenas para cotas não comercializadas.
4. O pagamento deverá ser feito até o dia 15 do mês subsequente ao de veiculação.
5. Nas vinhetas integradas, a aplicação é uma decisão editorial e será apenas com a marca do anunciante. Não serão aceitos slogans.
6. 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 com imagens em movimento.
- Não serão permitidas imagens de atores com movimentos labiais.
- O material não pode exibir mais de uma marca/produto.
- Caso o programa seja patrocinado por uma linha de produtos, as imagens não podem destacar nenhum produto individualmente, apenas a linha de produtos como um todo.

Áudio:

- 3 segundos: Máximo de 4 palavras.
- 5 segundos: Máximo de 10 palavras.
- 7 segundos: Máximo de 12 palavras.
- A identificação do patrocinador ou marca deve aparecer no início do texto.
- Se mais de uma palavra for usada para designar uma marca ou produto, elas serão contabilizadas individualmente.
- Números ou siglas serão contados separadamente.
- Se o programa for patrocinado por uma linha de produtos, apenas a linha pode ser mencionada.
- A validação do tempo de áudio será feita com cronômetro.

15. Não será aceita multiplicidade de marcas/produtos nas caracterizações.

OBSERVAÇÕES COMERCIAIS GERAIS – LINEAR

1. A Globo poderá desenvolver outras oportunidades comerciais (cotas extras de patrocínio, top de 5 segundos, cota de participação, quadros etc.) ligadas ao programa. Essas oportunidades não poderão ser comercializadas para concorrentes do patrocinador deste projeto.
2. Renovações de patrocínios devem ser informadas até 28 dias antes da última veiculação contratada. Após esse prazo, a prioridade deixa de existir, e a cota fica disponível para negociação com outro anunciante.
3. A aquisição mínima estabelecida para compra ou renovação segue as seguintes diretrizes: Mínimo de 4 semanas, sem prioridade de renovação. Nota: para comercialização a partir de 8 semanas, há prioridade de renovação de 28 dias antes do término do contrato;
4. Não há posicionamento especial para exibição dos comerciais nos planos de patrocínio, exceto quando mencionado.
5. O patrocínio do programa não bloqueia a venda de comerciais avulsos nos intervalos, inclusive para concorrentes.
6. Nas vinhetas integradas, a aplicação é uma decisão editorial e será apenas com a marca do anunciante. Não serão aceitos slogans..
7. **Qualquer mudança de secundagem da vinheta deve ser alinhada aos novos coeficientes da tabela de preços e customizada caso a caso.**

OBSERVAÇÕES COMERCIAIS GERAIS – DIGITAL

- Período dos compromissos comerciais: Jan-Dez 2026.
 - Sazonalidade das entregas: acompanhará a flutuação de consumo da audiência.
 - Ambiente de veiculação: O projeto será veiculado dentro do ge (site e app), Redes Sociais do ge, nos conteúdos de EE.
 - Outras oportunidades comerciais no território VE na propriedades Globo: Poderão existir outras oportunidades comerciais que estarão disponíveis para outros anunciantes inclusive concorrente.
- Compromissos de entrega:**
- Impressões previstas nas entregas de mídia: um volume pré-definido de impressões do projeto em determinado período. O pacote será considerado entregue em sua totalidade quando todo o volume pré-definido for entregue respeitando o período e sazonalidade de consumo do projeto; caso isto não aconteça, a Globo fará a compensação dos formatos conforme a disponibilidade do projeto;
 - A previsão de entrega corresponde à veiculação de todos os formatos durante todo o período do projeto. A falta de material não será compensada;
 - A Globo se reserva o direito de proceder alterações na estrutura do conteúdo dos sites, e, eventualmente, substituições nos formatos originalmente previstos no plano de inserções. Em nenhum caso haverá prejuízo na entrega comercial para o anunciante;
 - Regras de veiculação: • Para especificações de material e prazos de implementação, consulte a equipe de operações comerciais através do e-mail: opec.internet@tvliberal.com.br.
 - Prazo para a troca de material é de até 2 dias úteis;
 - O patrocinador deverá enviar uma peça institucional até 10 dias úteis antes do período de veiculação para ser usada como backup. O volume de mídia não entregue por falta de peça deverá ser faturado sem crédito;
 - Todas as veiculações com trocas de materiais que não forem informadas nos prazos definidos, serão mantidos os últimos materiais em exibição;
 - É de responsabilidade do patrocinador o envio correto dos materiais de mídia display e vídeo, de acordo com os prazos e especificações técnicas fornecidos pela equipe de Operações Comerciais;
 - Não existirá possibilidade de uma programação de veiculação diferente.
 - Apresentaremos mensalmente os resultados e revisões das previsões futuras baseadas no desempenho da audiência;
 - **Volume total de entrega Display composto pelos formatos padrão da Globo (Billboard, Retângulo Médio, StickyAd e etc.);**
 - **A entrega em display ocorrerá no ge (site e app) na editoria de EE.** •
 - A entrega em Display ocorrerá prioritariamente nas primeiras positions dos conteúdos e na primeira position da editoria;
 - Caso necessário, poderá veicular nas outras positions das páginas já contempladas, nas editorias de outros campeonatos e/ou em target no ge;
 - O inventário excedente poderá veicular outros anunciantes, incluindo concorrentes

OBSERVAÇÕES COMERCIAIS – AÇÃO DE CONTEÚDO

1. A compra de ações no conteúdo não bloqueiam eventuais ações de concorrentes em outras matérias no programa.
2. As oportunidades comerciais disponibilizadas são ofertadas a partir do conteúdo editorial dos programas e não deverão ser associadas à comunicação do cliente, tanto em campanhas quanto comunicados por assessoria de imprensa;
3. O cliente deverá aprovar o briefing da ação e disponibilizar as informações/produtos para a gravação da matéria em tempo hábil, caso não seja respeitado os prazos estabelecidos na reunião de briefing, uma nova data de exibição da matéria deverá ser marcada respeitando os compromissos já assumidos pelo programa.
4. Os custos de Redes Sociais, Direitos e Conexos e Produção são líquidos, e portanto sobre esses valores não incidirão descontos de negociação e comissão da agência..
5. Os times editoriais tem total liberdade de aprovação, recusa ou alteração nos roteiros e nas sugestões de ação da marca e, caso aconteçam, as mesmas serão comunicadas ao cliente/agência.
6. **O Globo Esporte é um programa de cunho jornalístico e as ações não podem comprometer o fluxo das narrativas.**

Plano Comercial

Globo Esporte

2026

GLOBO
ESPORTE

tvglobo

TVLIBERAL



Upfront 2026