



TV FRONTEIRA



**PLANO DE PATROCÍNIO**



A sua fonte de  
informação na  
hora do  
almoço, no  
**Oeste  
Paulista!**



Com pautas importantes para sociedade, os **programas de jornalismo** são destaque no planejamento de qualquer campanha.

O **Fronteira Notícias 1ª Edição** é apresentado por **Carla Moreno e Murilo Zara**, e traz pra todo o Oeste Paulista, informações, prestação de serviços, flagrantes exclusivos, denúncias e séries de reportagens especiais.



**LIDERANÇA**  
DE AUDIÊNCIA NA FAIXA HORÁRIA



**370%**  
MAIOR QUE A EMISSORA 2ª COLOCADA

**129%**  
SUPERIOR QUE O STREAMING



**+ DE 91 MIL**  
TELESPECTADORES DIFERENTES  
ALCANÇADOS POR EDIÇÃO



**TV FRONTEIRA**

**Programa de linha local**

**Emissora:** TV Fronteira

**Estado:** São Paulo

**Mercado:** PRP

**Faixa horária:** Segunda a Sábado, 11h45

**Sigla:** PTV1

## RESUMO DO PROJETO

**Quantidade de cotas:** 03

**Tipo de cota:** Local

**Aproveitamento, por exibição (\*):**

- 1 vinheta patrocinada de abertura de 5"
- 1 vinheta patrocinada de encerramento de 5"
- Pre-roll - com skip (no catálogo do Globoplay)
- Mídia de apoio/ mídia de divulgação (banners no g1 e ge local)

**Período mínimo de aquisição:** 4 semanas

**Investimento PRP (4 semanas):**

TV: R\$ 26.604,00

DIGITAL: R\$ 2.810,00

**TOTAL: R\$ 29.414,00**

Válido para compras realizadas até 30/06/2025

\* Para cota local existe a opção da troca da assinatura (abertura e encerramento) para 7" ou 3" sem alteração no preço. Caso o patrocinador opte pela assinatura de 3" nas caracterizações de abertura e encerramento, será adicionado um comercial de 10" no intervalo do programa.





O **Fronteira Notícias 1ª Edição** traz, para todo o Oeste Paulista, informações, prestação de serviços, flagrantes exclusivos, denúncias, séries de reportagens especiais e as principais atrações culturais e esportivas da região.

O FN1 dedica a maior parte do tempo ao jornalismo comunitário. O telespectador interage, denuncia e acompanha os resultados.

Outra característica do telejornal é a presença de consultores que respondem, ao vivo, às perguntas enviadas pelos telespectadores.

Apresentado por Carla Moreno e Murilo Zara, o Fronteira Notícias 1ª Edição é exibido de segunda a sábado, a partir das 11h45.

# CARLA MORENO

APRESENTADORA

EDITORA-CHEFE

Apaixonada pela rua, pelo contato com telespectadores e pela reportagem, mas há mais de uma década está na redação e no estúdio, no comando do maior jornal da TV Fronteira: o FN1. Nessa década, descobriu que, pra estar perto do telespectador, não precisa estar na rua. Então, se aproxima da comunidade por meio do Jornalismo Comunitário, da prestação de serviços e do aprofundamento de temas importantes para formar e informar os moradores da região.

**Jornalista há 17 anos, tem perfil carismático e marcante, e com empatia, leveza e muita alegria é a companhia na hora do almoço no Oeste Paulista.**



# MURILO ZARA

APRESENTADOR

REPÓRTER

Apresentador do Fronteira Notícias 1ª Edição há 10 anos e repórter na emissora há 14 anos.

Na reportagem de rua, levou as notícias do Oeste Paulista para o Jornal Nacional, para o Fantástico e outros grandes jornais de rede. Também foi o repórter de uma edição especial do Globo Repórter todo produzido no Oeste Paulista.

Como apresentador, busca sempre uma análise aprofundada e crítica em defesa da população.

**Jornalista desde 2004**, tem perfil **carismático e popular**.







**17**

PONTOS DE AUDIÊNCIA

**LÍDER ABSOLUTO  
NA FAIXA HORÁRIA**

**370%**

MAIOR QUE A EMISSORA 2ª COLOCADA

**129%**

SUPERIOR AO STREAMING

**+70 MIL**

TELESPECTADORES IMPACTADOS  
A CADA INSERÇÃO NO INTERVALO  
DO PROGRAMA

**+91 MIL**

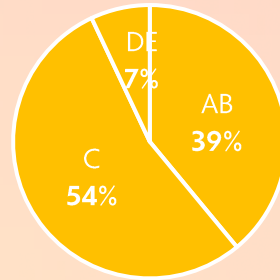
TELESPECTADORES DIFERENTES  
ALCANÇADOS POR EDIÇÃO

Fonte: Kantar IBOPE Media – Instar Analytics – Presidente Prudente – 09 a 15 abril/24 – Total Domiciliar comparado com os principais meios, média da faixa horária de 11h45 às 13h de segunda a sábado. Rat% domiciliar (16,74%) | Rat% individual (8,39%) e AvRch% individual (10,83%), projetados para a área de cobertura da TV Fronteira (Total de telespectadores Potenciais 841.248). Valores arredondados.

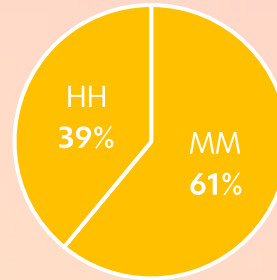


## TELESPECTADORES

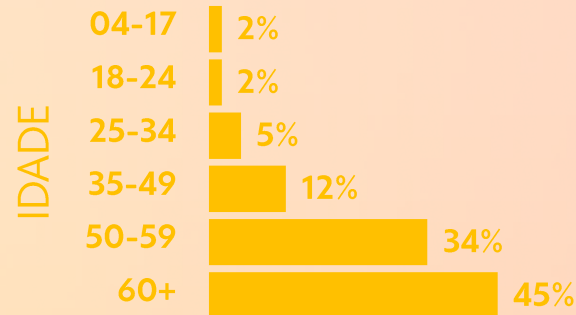
### FRONTEIRA NOTÍCIAS 1ª EDIÇÃO



CLASSE



SEXO

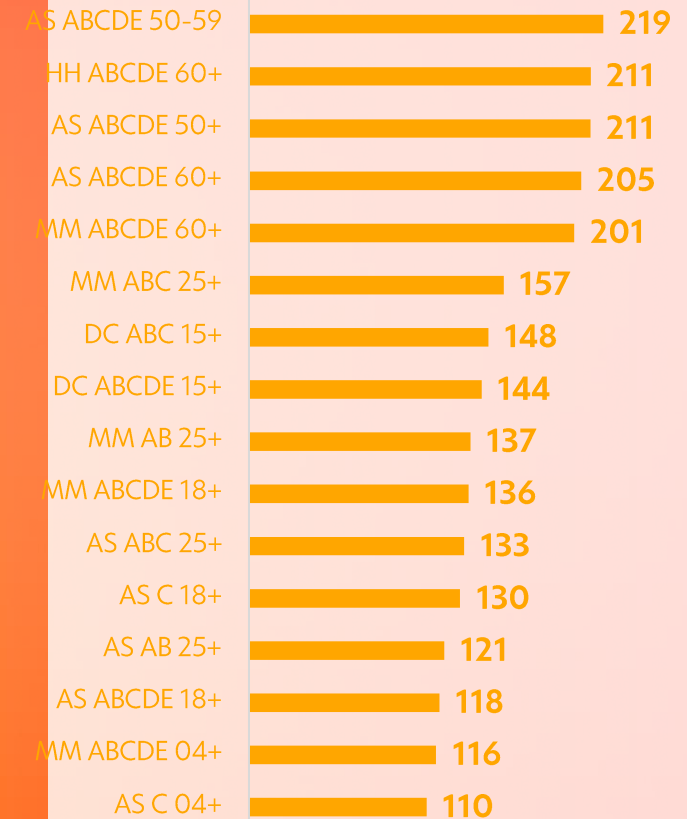


IDADE



## AFINIDADE C/TARGET

### FRONTEIRA NOTÍCIAS 1ª EDIÇÃO



Fonte: Kantar IBOPE Media – Instar Analytics – Presidente Prudente – 09 a 15/abril/24, adh% e aff%. Valores arredondados



## INTERVALO COMERCIAL



# FNTV1

O intervalo comercial traz credibilidade e visibilidade para sua marca. Através desse formato, o anunciante tem a possibilidade de exibir seu comercial, de acordo com a estratégia de comunicação de sua marca.

**Mercado:** PRP

**Exibição:** Segunda a Sábado

**Horário:** 11h45

**Duração do programa \*:** 75'

**Sigla no sis.com:** PTV1

**Preço de 30"':** Conforme Lista de Preço vigente

**Coefficiente de 15"':** 0,50

\* Duração aproximada do programa

## PATROCÍNIO LOCAL



# FNT1

### QUANTIDADE DE COTAS

3 cotas

### TIPO DE COTA

Mercado Local - PRP

### PLANOS DE INSERÇÕES\*

1 Vinheta de abertura de 7" por exibição

1 Vinheta de encerramento de 7" por exibição

Pre-Roll - com skip no catálogo do Globoplay

Mídia de apoio - banners na editoria do programa

Mídia de divulgação - banners na home do g1 e ge local

### PREÇO POR COTA DE 4 SEMANAS

TV: R\$ 26.604,00

DIGITAL: R\$ 2.810,00

TOTAL: R\$ 29.414,00

\*A Globo oferece ao patrocinador da cota local a possibilidade de alterar a assinatura das vinhetas de abertura e encerramento para 5", ou 3" + comercial de 10", sem alteração de preço.

# Observações Comerciais

- O preço do patrocínio/projeto é fixo, válido para compras realizadas até 30 de junho de 2025, independentemente do período de veiculação.
- Cotas não comercializadas até este prazo, poderão ter atualizações.
- Não haverá alteração de preços para pagamento antecipado, realizado antes do início das veiculações.
- Comercializações superiores a 12 meses poderão sofrer alterações nos valores do 13º mês em diante.
- 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. 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.
- Não será aceita multiplicidade nas caracterizações.
- Para os programas com cotas locais 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 com o Executivo de Contas.

## ENTREGA, TROCA E REUTILIZAÇÃO DE MATERIAL

- Entregas de materiais, trocas, produções de peças e reutilizações deverão ser consultados à OPEC – [opec@tvfronteira.com.br](mailto:opec@tvfronteira.com.br)



# Observações Comerciais - digital

Formatos Digitais para programas locais:

- Vídeos: Pre-Roll 3", 7", 15" ou 30" - mesmo vídeo que irá na TV.
- Maxiboard 1: 970x150 pixels; formatos do arquivo .jpg, .gif, .png ou html5 - Peso 150kb;
- Billboard 2: 970x250 pixels; formatos do arquivo: .jpg, .gif, .png ou html5 - Peso 150kb;
- Retângulo 1, 300x250 pixels; formatos do arquivo .jpg, .gif, .png ou html 5 - Peso 150kb;

A produção dos formatos considerados para as Mídias de Patrocínio e Mídias de Apoio é de inteira responsabilidade do anunciante;

A produção dos formatos considerados para as Mídias de Divulgação é de responsabilidade da TV Fronteira. O patrocinador deverá encaminhar sua logo em vetor (Illustrator.ai, eps ou PDF) para o departamento de marketing: [marketing@tvfronteira.com.br](mailto:marketing@tvfronteira.com.br) até 07 dias úteis antes do início da veiculação;

O anunciante deve enviar o link para redirecionamento das Mídias de Patrocínio;

Envio de material: o patrocinador deve enviar os materiais de internet para [opec.internet@tvfronteira.com.br](mailto:opec.internet@tvfronteira.com.br), até 07 dias úteis antes do início da veiculação;

Para mais especificações de material e prazos de implementação, consulte a Equipe de Operações Comerciais através do e-mail [opec.internet@tvfronteira.com.br](mailto:opec.internet@tvfronteira.com.br);

Visibilidade estimada com base em análise história de audiência.

O g1 Prudente e Região se reserva no direito de proceder alterações na estrutura dos sites e, eventualmente, substituições nos formatos originalmente previstos no plano de inserções. Em nenhum caso haverá prejuízo na entrega comercial para o patrocinador.

No caso de falta de inventário em qualquer formato, durante o período da campanha, o g1 Prudente e Região se reserva no direito de estender a campanha, ou compensar essas entregas em um outro formato. Em nenhum dos casos, o patrocinador terá prejuízo comercial e será avisado previamente.

Considerações Globo.com

- A Globo.com e a TV Fronteira se reservam ao direito de proceder alterações/substituições na estrutura do conteúdo dos sites e nos formatos originalmente previstos no plano, sem prejuízo na entrega comercial para o anunciante;
- A assinatura do PI pelo anunciante ou agência obriga as partes e seus sucessores, a qualquer título, tanto aos termos do próprio PI quanto aos termos e condições estabelecidos no Manual de Práticas Comerciais da Globo.



**TV FRONTEIRA**