



# ALTAS HORAS

plano comercial 2025



ALTAS  
HORAS

Em 2025, o Altas Horas celebra 25 anos com uma programação especial: muita música, diversão, nostalgia e, claro, conversas inteligentes nas noites de sábado!



**LÍDER**  
DE AUDIÊNCIA DURANTE SUA EXIBIÇÃO



**+ 63 MIL**  
TELESPECTADORES  
ALCANÇADOS POR EXIBIÇÃO



**520%**  
MAIOR QUE A 2ª EMISSORA  
NA MESMA FAIXA HORÁRIA



TV FRONTEIRA

ESQUEMA COMERCIAL

**Dia:** Sábado

**Horário:** 22h30

**Sigla:** ALTAS

**Preço de 30”:** Conforme Lista de Preços

**Coefficiente para 15”:** 0,75

**Gênero:** Auditório

### PLANO DE PATROCÍNIO | COTA

**Mercado:** Local - PRP

**Tipo de cota:** Exclusiva

**Quantidade de cotas:** 1

**Período mínimo:** 8 semanas

**Entrega (por exibição) (\*):**

1 vinheta patrocinada de abertura 5”

1 vinheta patrocinada de encerramento 5”

**Preço (4 semanas):** R\$ 3.099,00

Válido para compras realizadas até 30 de junho de 2025

\*A Globo oferece ao patrocinador da cota local a possibilidade de alterar a assinatura das vinhetas de abertura e encerramento para 7”, ou 3” + comercial de 10”, sem alteração de preço.

# O ALTAS HORAS É LÍDER DE AUDIÊNCIA

**520%**

maior que a  
audiência da 2ª  
emissora na mesma  
faixa horária

**78 EM 100**

domicílios, com  
aparelhos de TV  
ligados na TV Aberta,  
estão sintonizado no  
Altas Horas

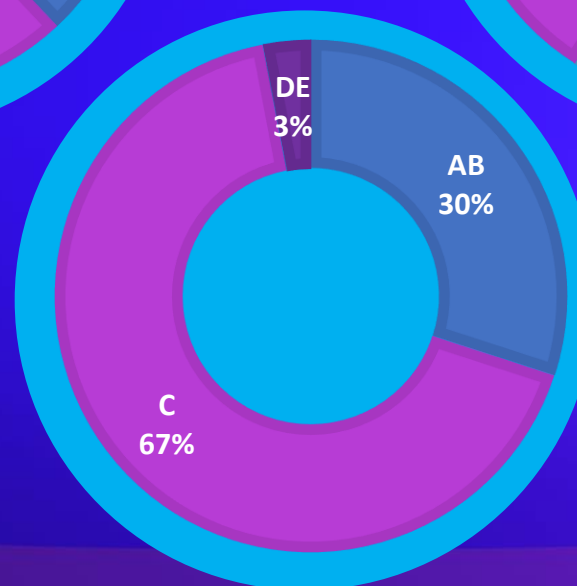
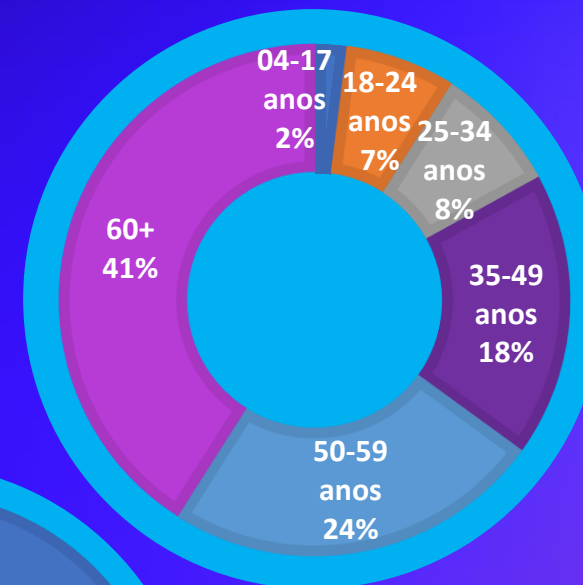
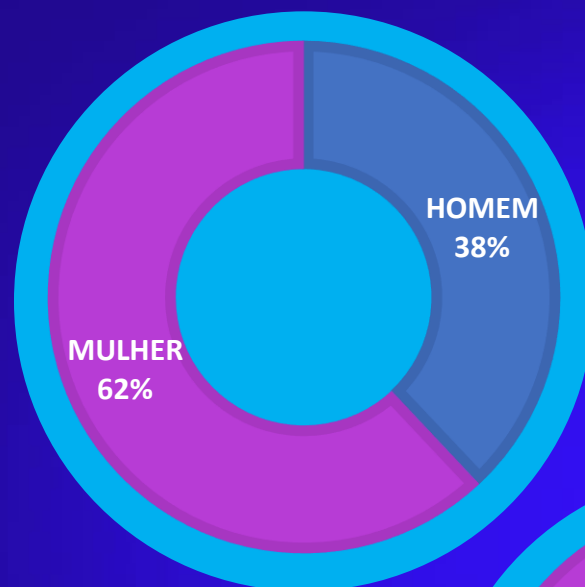
**+ 40 MIL**

telespectadores  
assistindo

**+ 63 MIL**

telespectadores  
alcançados por  
programa

# PERFIL DOS TELESPECTADORES



É UM PROGRAMA QUE APRESENTA EFICIÊNCIA E  
BONS RESULTADOS PARA  
**AS MARCAS QUE ESTÃO PRESENTES**

**97%**

dos telespectadores afirmam que as marcas que já passaram pelo 'Altas Horas' são **ótimas ou boas\***

**94%**

declaram que as marcas patrocinadoras ou que fazem ações no programa possuem **credibilidade**

**91%**

declaram que essas marcas passam a ideia de serem **melhores que as suas concorrentes**

**89%**

consideram que as marcas anunciantes **combinam com o programa**

**85%**

afirmam que as marcas que fazem ações no programa dizem **algo importante** aos consumidores

Em 2025, o **Altas Horas** celebra **25 anos com uma programação especial**: muita música, diversão, nostalgia e, claro, conversas inteligentes nas noites de sábado!

O Altas Horas é um programa de auditório que mistura entretenimento, jornalismo e música de todos os gêneros e estilos!

Exibido no horário nobre do sábado, o programa, com 90 minutos de duração, é realizado em uma arena para que a plateia tenha visão e participação garantidas.

Entretenimento e reflexões constituem o DNA do Altas Horas para que as noites de sábado em casa sejam momentos imperdíveis!



Tudo isso sob o comando de um dos apresentadores **mais conhecidos e carismáticos** do Brasil!



O **Serginho Groisman** segue comandando esse que é um dos programas **mais emblemáticos** da tv brasileira.

QUE TAL TER A SUA  
MARCA JUNTO ÀS  
DIFERENTES  
OPORTUNIDADES QUE  
O ALTAS HORAS  
OFERECE?





# NO ALTAS HORAS, AS MARCAS COM ATUAÇÃO LOCAL NÃO FICAM DE FORA!

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

Durante o período mínimo de 8 semanas, o patrocinador terá presença com as vinhetas de abertura e encerramento.

**QUANTIDADE DE COTAS:** Exclusiva

**TIPO DE COTA:** Mercado Local - PRP

**PLANO DE INSERÇÕES POR EXIBIÇÃO:**

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

**PERÍODO MÍNIMO:** 8 semanas

**PREÇO DA COTA (4 SEMANAS):** R\$ 3.099,00

# TEMOS OPORTUNIDADE TAMBÉM PARA AS MARCAS QUE QUEREM SE ASSOCIAR AO ALTAS HORAS NO BREAK COMERCIAL!

Oportunidade do anunciante exibir seu comercial de acordo com a estratégia de comunicação de suas marcas.

## ESQUEMA COMERCIAL

<b>DIA</b>	SÁBADO
<b>HORÁRIO</b>	22h30
<b>SIGLA</b>	ALTA
<b>PREÇO DE 30"</b>	CONFORME LISTA DE PREÇOS VIGENTE
<b>COEFICIENTE PARA 15"</b>	0,75
<b>GÊNERO</b>	AUDITÓRIO

\*DURANTE O PERÍODO DE 16 DE JANEIRO A 25 DE ABRIL, O ALTAS HORAS SERÁ EXIBIDO NA SEGUNDA LINHA DE SHOW, LOGO APÓS O BBB 24.

\*\*O PROGRAMA PODE APRESENTAR DIFERENTES DURAÇÕES DEVIDO A ALTERAÇÃO OU IMPACTOS DE GRADE.

# OBSERVAÇÕES COMERCIAIS



## GERAL

- O preço do patrocínio/projeto é fixo, válido para compras realizadas entre o período de 1º de janeiro a 30 de junho/25, 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.

