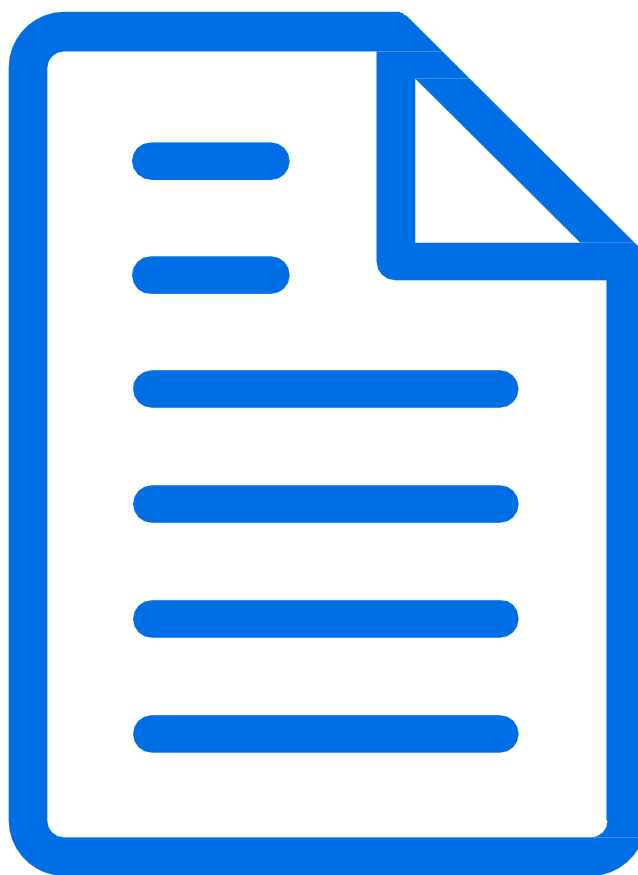


# LISTA DE PREÇOS



SETEMBRO A DEZEMBRO 2019

## GLOBO.COM DIÁRIAS

CANAL	TIPO DE COMPRA	FORMATO	(R\$) DIA ÚTIL	(R\$) FDS
HOMEPAGE	DIÁRIA	Billboard 1 + Banner Mobile 1	239.400	153.800
		Billboard 2   Frequência 4	65.000	25.700
		Billboard 2   100% Geo SP após Freq. 4 Nacional	23.700	11.000
		Billboard 2   100% Geo RJ após Freq. 4 Nacional	19.700	9.200
		Billboard 2   100% Geo MG após Freq. 4 Nacional	10.000	4.600
		Billboard 2   100% Geo DF após Freq. 4 Nacional	5.400	2.500
		Billboard 2   100% Geo PE após Freq. 4 Nacional	3.000	1.360
		Retângulo Médio Mobile   Frequência 4	40.200	39.300
		Ret. Médio Mobile   Geo SP após Freq. 4 Nacional	14.000	12.200
		Ret. Médio Mobile   Geo RJ após Freq. 4 Nacional	9.210	11.600
		Ret. Médio Mobile   Geo MG após Freq. 4 Nacional	5.800	4.950
		Ret. Médio Mobile   Geo DF após Freq. 4 Nacional	2.400	2.200
		Ret. Médio Mobile   Geo PE após Freq. 4 Nacional	1.030	1.300

## GLOBO.COM CANAIS

CANAL	TIPO DE COMPRA	FORMATO	(R\$)
CANAIS	CPM	Billboard 1	20
		Billboard 2	
		Billboard Matéria	
		Banner Meia Página	
		Retângulo Superior	
		Retângulo 1	
		Retângulo 2	
		Retângulo Mobile 1	
		Retângulo / Billboard Feed	
		Carrossel	
CANAIS /HOME	CPM	Fullscreen, Outlimit, Expansível, Sidebanner, Pellback, Parallax, Vídeo ou Polite	Sob Consulta

## GLOBO.COM VÍDEOS

CANAL	TIPO DE COMPRA	FORMATO	(R\$) CPM
CANAIS	CPM (com segmentação)	VGlobo (até 30s – com skip)	150
		VGlobo (de 30s até 180s – com skip)	150
		VGlobo (até 30s – sem skip)	200
		Bumper Ads (7s – sem skip)	60
		Outstream (até 30s – sem skip)	60

## GLOBO PLAY

CANAL	TIPO DE COMPRA	FORMATO	(R\$)
GLOBO PLAY	CPM	Take Over	30

## G1 (NOTÍCIAS) MÍDIA AVULSA

CANAL	TIPO DE COMPRA	FORMATO	(R\$) DIA ÚTIL	(R\$) FDS
HOME PAGE	DIÁRIA	Billboard 1 + Retângulo Mobile 1	41.000	26.900

## GSHOW (ENTRETENIMENTO) MÍDIA AVULSA

CANAL	TIPO DE COMPRA	FORMATO	(R\$) DIA ÚTIL	(R\$) FDS
HOME PAGE	DIÁRIA	Billboard 1 + Retângulo Mobile 1	5.370	3.900

## GLOBOESPORTE.COM MÍDIA AVULSA

CANAL	TIPO DE COMPRA	FORMATO	(R\$) DIA ÚTIL	(R\$) FDS
HOME PAGE	DIÁRIA	Billboard 1 + Retângulo Mobile 1	44.980	62.190

# ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS

FORMATO	ARQUIVO	TAMANHO (PIXELS)	PESO (KB)	PRAZO DE IMPLEMENTAÇÃO
MAXIBOARD	HTML5	970 x 150	150	2 dias úteis
SUPER LEADERBOARD	HTML5	970 x 90	150	2 dias úteis
RETÂNGULO – TODOS	HTML5 / .jpg / .gif	300 x 250	150	1 dia útil
BILLBOARD	HTML5 / .jpg / .gif / .png	970 x 250	150	1 dia útil
TAKE OVER	.jpg / .gif / .png	Consulte	Consulte	1 dia útil
SLIM BANNER	HTML5 / .jpg / .gif	300 x 50	150	1 dia útil
FULL BANNER	HTML5 / .jpg / .gif	468 x 60	150	2 dias úteis
COMERCIAL 30"	.jpg (frame) / .avi (vídeo)	720 x 480 (até 30s de duração)	-	2 dias úteis
SKIN BANNER	.jpg / .gif / .png	940 x 360	150	2 dias úteis
BANNER MOBILE	Consulte			
RICH MEDIA	Consulte			

Para mais informações sobre HTML5 consulte o GUIA DE PRODUÇÃO DE PEÇAS EM HTML5, disponível em [globo.com/anuncie](http://globo.com/anuncie).

## OBSERVAÇÕES

- Consulte o Atendimento Comercial para obter mais informações a respeito das cotas de patrocínio e participação (como utilização de rich media nos pacotes, número de cotas, volume de entrega e visibilidade dos formatos);
- A Globo.com 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;
- Em caso de dúvidas, consulte o Manual de Normas Comerciais de Opec e o Manual de Política Comercial da Globo.com.
- Para os produtos das Homes do Portal, Vídeo 360, Cotas e Patrocínios o PI não é cancelável.
- O formato full banner é entregue no Tempo Real dos campeonatos Brasileiro, Estaduais e Libertadores.
- Enviar versão das peças em formato .gif para veiculação em plataformas que não suportam flash. Caso essa versão não seja enviada, a Globo.com se reserva no direito de produzir e veicular a versão do formato em .gif quando for necessário.

## MULTIPLICIDADE

Comercial múltiplo é aquele que proporciona em áudio e/ou imagem proveitos publicitários em favor de mais de um anunciante, marca, produto ou serviço, mesmo que não haja explicitação de atributos.

Na defesa de seus interesses e preservação da qualidade e eficiência das inserções comerciais, a Globo.com e afiliadas adotarão critérios específicos para avaliar as hipóteses em que a multiplicidade será admitida e, quando for, ensejará cobrança de preço diferenciado, calculada nas seguintes bases:

- a) do varejo, que, simplesmente, mencione promoção criada pela indústria para venda de produto/serviço. 40%
- b) de produto/serviço ofertado para compra conjunta com outro produto/serviço, mediante pagamento de preço adicional, independentemente de explicitação de quaisquer atributos. 40%
- c) que divulgue o(s) código(s) de operadora(s) de telefonia além do nº do telefone do anunciante. 40%
- d) em que o consumidor estiver obrigado a usar exclusivamente determinada instituição financeira ou cartão de crédito/débito. 40%
- e) do varejo, que, simplesmente, mencione promoção criada pela indústria para venda de produto/serviço quando o varejista for exclusivo. 20%
- f) de concursos, sorteios e promoções em que houver explicitação de atributo(s) ou adjetivação do(s) respectivo(s) prêmio(s)/brinde(s), ou, ainda, proveito(s) publicitário(s) para anunciante, marca, produto/serviço. 20%
- g) em que houver citação em áudio e/ou imagem da marca de rede social ou qualquer outra referência a ela. 40%
- h) do comércio, em que a alusão a produto, serviço, marca ou empresa não contiver os apelos publicitários do fabricante/prestador de serviço em áudio e/ou vídeo. Zero
- i) em que houver simples menção a endereço eletrônico do próprio anunciante. Zero
- l) da indústria direcionar link para o varejo, a comunicação da indústria poderá realizar o direcionamento das inserções publicitárias para a URL de site varejista, porém no caso de uma parceria da indústria com até dois sites varejistas, caracterizará multiplicidade e ensejará uma cobrança de 40%. Caso a indústria trabalhe com pelo menos 3 sites de varejistas do segmento e realizar um direcionamento rotativo e igualitário não caracterizará um comercial múltiplo.
- m) qualquer outra hipótese não enquadrada nos itens anteriores. 40%