PROCESSO SEI Nº : 005.00000119/2025-16
CONCORRÊNCIA Nº : 07/2025
INTERESSADO : Secretaria de Comunicação
ASSUNTO : Licitação para a contratação da prestação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda.

Licitação Publicidade SECOM 2025

Invólucro nº 1 - Plano de Comunicação Publicitária

Via NÃO Identificada

16

Plano de Comunicação Publicitária

Raciocínio Básico

O Rodoanel Mário Covas é uma obra que atravessa gerações. Presente no imaginário coletivo do Estado de São Paulo há mais de 30 anos, ele acompanhou o crescimento da Região Metropolitana, o aumento contínuo da circulação de pessoas e mercadorias, a expansão urbana e a complexificação dos fluxos logísticos do maior centro econômico do país. Desde sua concepção, o Rodoanel foi pensado como uma resposta estrutural a um desafio histórico: organizar a mobilidade em torno da capital, retirar o tráfego pesado das áreas urbanas, integrar rodovias estratégicas e criar um sistema viário capaz de conectar capital, interior e litoral de modo mais eficiente e seguro.

Ao longo do tempo, essa obra foi sendo entregue em etapas. Primeiro o Trecho Oeste, depois o Trecho Sul e, na sequência, o Trecho Leste. Cada uma dessas entregas representou um avanço concreto, celebrado pela população e amplamente acompanhado pela mídia. Mas, ao mesmo tempo, reforçou o caráter prolongado e complexo do projeto. Entre inaugurações, paralisações, retomadas e mudanças de cenário, o Rodoanel deixou de ser apenas uma obra de engenharia para se tornar um tema recorrente na vida pública paulista — associado tanto à expectativa quanto à frustração, tanto à promessa quanto à demora.

Por isso, quando se fala em Rodoanel, as pessoas não falam em trechos. Falam em Rodoanel como sistema. Falam na obra concluída. Falam na solução completa que reorganiza fluxos, reduz gargalos históricos e muda, de forma definitiva, a experiência de deslocamento no Estado de São Paulo. A expectativa social construída ao longo de mais de três décadas não é pela entrega de outra etapa isolada, mas pela conclusão de um projeto inteiro, capaz de cumprir aquilo que sempre foi anunciado.

É nesse contexto que o Trecho Norte assume um significado que vai além de sua extensão física ou de seus atributos técnicos. Ele concentra, de forma simbólica e concreta, a expectativa acumulada de um ciclo histórico. Embora seus benefícios específicos sejam claros, incluindo fluidez do tráfego, retirada de caminhões de áreas densamente povoadas, impacto positivo na mobilidade da Região Metropolitana, ganhos logísticos para o escoamento da produção, fortalecimento do turismo e maior integração entre interior, capital e litoral, o seu sentido público é ainda mais amplo. O Trecho Norte materializa aquilo que a população espera há décadas: o fechamento do Rodoanel como sistema.

Comunicar essa entrega, portanto, não é apenas informar a inauguração de uma nova etapa de infraestrutura. É traduzir para a sociedade o significado de uma obra que finalmente alcança sua configuração completa. É alinhar o discurso institucional à expectativa social. É reconhecer que, para o cidadão, o que está sendo entregue não é apenas um trecho, mas a conclusão de um compromisso histórico do Estado.

O desafio da comunicação publicitária sobre o Trecho Norte do Rodoanel não está em explicar uma obra de engenharia, mas em traduzir, de maneira clara e legítima, o significado público de uma entrega aguardada há décadas. Trata-se de comunicar a conclusão de um ciclo histórico e, ao mesmo tempo, tornar visíveis os impactos concretos dela na vida das pessoas que vivem, trabalham, circulam e produzem no Estado de São Paulo.

A estratégia baseia-se no entendimento de que a expectativa social construída em torno do Rodoanel nunca foi fragmentada. Para a população, o Rodoanel sempre foi percebido como um todo, um sistema capaz de reorganizar fluxos, reduzir gargalos históricos e mudar definitivamente a experiência de deslocamento no Estado de São Paulo.

A cada trecho entregue ao longo dos anos, a promessa se renovou. Cada inauguração abriu novas possibilidades, gerou avanços concretos e produziu impactos positivos na mobilidade e na economia. Mas nenhuma dessas entregas parciais foi capaz de oferecer, isoladamente, aquilo que a população efetivamente espera quando se fala em Rodoanel: um sistema completo, plenamente integrado, capaz de transformar a mobilidade em São Paulo.

É nesse ponto que a entrega do Trecho Norte adquire um significado singular. Como etapa final dessa grandiosa obra, ela ganha o condão de concluir um ciclo histórico iniciado há mais de três décadas. Diferentemente das fases anteriores, sua inauguração não representa apenas mais um avanço, mas a materialização de um projeto que, pela primeira vez, se apresenta à sociedade em sua totalidade.
É a partir dessa leitura que se estabelece o conceito central da campanha: São Paulo tem um norte. Concluímos o Rodoanel: entregamos o Trecho Norte.

Esse conceito encontra sua expressão em um partido temático universalmente reconhecido no universo da mobilidade: as placas de sinalização vertical das estradas. As placas são informação pública por excelência. Elas não persuadem, orientam. Não prometem, indicam. Foram criadas para serem vistas, compreendidas e respeitadas. Ao assumir as placas como partido temático central da comunicação, a campanha se apropria de um elemento que carrega credibilidade e identificação imediata, leitura instantânea e profundo pertencimento ao cotidiano das pessoas.

Mais do que um recurso gráfico, esse partido temático se transforma na espinha dorsal da estratégia. Ele garante unidade narrativa, consistência visual e coerência conceitual ao longo de toda a campanha. Independentemente do meio, do formato ou do território, a mensagem se mantém íntegra, sempre "junta", sempre completa. Assim como no trânsito, a informação precisa ser clara, direta e inequívoca. São Paulo tem um norte. E esse norte se materializa na conclusão do Rodoanel por meio da entrega do Trecho Norte.

Para a definição do período de veiculação e do marco inaugural da campanha, foram consideradas informações públicas disponíveis à época da elaboração deste exercício, como cronogramas contratuais e dados de execução da obra divulgados pela concessionária Via SP Serra (Grupo Via Appia), responsável pelo Trecho Norte do Rodoanel, bem como informações de acompanhamento publicadas pela Agência de Transporte do Estado de São Paulo (Artesp). Esses dados indicam a previsão de conclusão do Trecho Norte, a etapa final do Rodoanel, ao longo do mês de setembro, o que permitiu adotar esse período como base factual para a construção da estratégia de

comunicação. Assim, de forma hipotética e exclusivamente para fins deste exercício, a campanha considera o mês de setembro como momento simbólico da entrega do Rodoanel em sua completude, utilizando o dia 7 de setembro como marco para o início das ações de comunicação.

A partir dessa base conceitual sólida, a campanha se desenrola ao longo de três meses. O marco narrativo público da campanha ocorre no dia 7 de setembro, com a realização da Corrida da Independência no próprio Trecho Norte do Rodoanel. Esse evento transforma a entrega de uma obra de infraestrutura em experiência vivida, inaugura o espaço público com a presença das pessoas e associa a ideia de independência à conclusão de um projeto histórico. Ao ocupar os 44 quilômetros do Trecho Norte com a população, a campanha cria um marco público de abertura e gera mídia espontânea relevante, estabelecendo o contexto narrativo para toda a comunicação subsequente.

No mesmo dia, por meio de uma camada de comunicação interna (endomarketing) e marketing direto voltado a públicos de proximidade, São previstos disparos institucionais que convidam colaboradores, parceiros e públicos estratégicos a participarem da Corrida da Independência e celebrarem o lançamento da campanha e a entrega do Trecho Norte, que conclui o Rodoanel.

A partir de 8 de setembro, a campanha entra em veiculação com força total, apoiando-se na sinergia entre os meios e potencializando o impacto do PR gerado pela Corrida. Nesse momento inicial, a estratégia prioriza alta cobertura e rápida construção de entendimento, levando ao conjunto da população paulista a mensagem integral da campanha. A televisão aberta exerce papel central nessa largada, garantindo alcance estadual e informando, de maneira clara e inequívoca, que o Rodoanel foi concluído por meio da entrega do Trecho Norte.

Com a mensagem central estabelecida, a comunicação passa a aprofundar o discurso à medida que os meios se aproximam da vida cotidiana das pessoas. O rádio entra com forte caráter regionalizado, permitindo ajustar a comunicação às diferentes realidades do Estado. Em cada região, a mensagem-mãe permanece a mesma, mas os benefícios ganham maior especificidade, dialogando diretamente com aquilo que mais impacta aquele público.

A mídia exterior e os formatos de comunicação em ambientes de deslocamento cumprem papel decisivo nesse processo de aproximação. Painéis de estrada, mobiliário urbano e peças localizadas permitem falar diretamente com quem vive a experiência da circulação. No interior, a comunicação pode destacar viagens mais tranquilas e a redução da necessidade de atravessar a capital. No litoral, o foco recai sobre o escoamento da produção, a chegada ao porto, o fortalecimento do turismo e o desenvolvimento regional. Para o caminhoneiro, a mensagem se traduz em ganho de tempo, previsibilidade e eficiência logística. Para os moradores da Região Metropolitana, em menos tráfego pesado e mais organização urbana.

O meio digital atua como elemento de continuidade e sustentação da campanha ao longo de todo o período, garantindo frequência, reforço de mensagem e capacidade de diálogo mais direto com públicos específicos. Ao longo dos três meses (setembro, outubro e novembro), a presença digital mantém a narrativa viva, amplia a percepção

positiva e reforça o reconhecimento do conceito, sempre articulado sob o mesmo partido temático e à mesma mensagem central.

Essa lógica assegura um equilíbrio claro entre cobertura, entendimento, frequência, reconhecimento e percepção positiva. Quanto mais amplo o meio, mais universal a mensagem. Quanto mais próximo o meio, mais específico o benefício apresentado. A campanha fala com todos, em todo o Estado, sobre a mesma entrega — a conclusão do Rodoanel por meio do Trecho Norte —, mas ajusta o discurso de acordo com a realidade e o impacto direto vivido a cada público.

Ao final, a estratégia de comunicação publicitária cumpre seu papel essencial: alinhar o que o Governo entrega ao que a população espera receber, transformando a conclusão de uma obra de infraestrutura em um marco público compreensível, reconhecido e valorizado. Uma comunicação que orienta como uma placa, informa com clareza e permanece na memória coletiva como a realização efetiva de um projeto esperado há mais de 30 anos.

Ideia Criativa

Peças corporificadas:

1. Filme – 30"
Peça-âncora da campanha, responsável por apresentar, de forma clara, institucional e simbólica, o conceito "São Paulo tem um norte" e comunicar a conclusão do Rodoanel por meio da entrega do Trecho Norte. O filme estabelece a base narrativa da comunicação, garantindo entendimento imediato da entrega em escala estadual, com veiculação em televisão aberta e plataformas digitais de vídeo, ampliando alcance e frequência da mensagem.

2. Spot – 30" (Interior)
Peça regionalizada voltada ao público do interior do Estado, traduzindo a entrega do Trecho Norte em benefícios diretos como fluidez, redução do tempo de viagem e melhor conexão com a capital e o litoral. Atua em emissoras de rádio regionais e plataformas de áudio digital, reforçando a mensagem com base na rotina real de deslocamento do público.

3. Spot – 30" (Litoral)
Versão adaptada para o litoral, mantendo a unidade conceitual da campanha. Destaca ganhos de acesso, fortalecimento do turismo e melhoria dos fluxos de chegada e saída da região. Veiculada em rádios locais e plataformas de áudio digital, aproximando a mensagem da experiência cotidiana do público litorâneo.

4. Carrossel – Redes Sociais (Público Geral)
Desdobramento digital do conceito para o público geral, organizando a mensagem em sequência visual simples e objetiva, inspirada na lógica das placas de sinalização. Atua nas redes sociais como peça de engajamento, reforço de mensagem e ampliação da circulação orgânica da campanha.

5. Banner Pause Ads – Streaming (Globoplay)
Peça de alta visibilidade em ambiente premium de consumo audiovisual. Apresenta a mensagem em momentos de pausa do conteúdo, garantindo atenção qualificada, leitura imediata e reforço do conceito da campanha.

6. DOOH 10" – Terminal de Ônibus (Mobiliário Urbano)
Inserção da campanha em ambientes de grande circulação de usuários do transporte público. A peça associa a conclusão do Rodoanel à melhoria da mobilidade urbana e da organização dos fluxos, reforçando a presença institucional da mensagem no cotidiano da população.

7. Painel de Estrada – (Litoral)
Peça de mídia exterior rodoviária voltada aos fluxos em direção ao litoral. Comunica a entrega do Trecho Norte no próprio momento do deslocamento, reforçando os benefícios da obra de maneira funcional, direta e contextualizada.

8. Painel de Estrada – (Interior)
Painel direcionado a motoristas e caminhoneiros que circulam pelo interior do Estado, destacando ganhos de tempo, fluidez e segurança proporcionados pela conclusão do Rodoanel, e funcionando como informação prática no território onde a obra se materializa.

9. DOOH 10" – Túnel Digital Aeroporto
Peça de grande impacto visual em ambiente de alta circulação e diversidade de públicos. Amplia a dimensão institucional da campanha ao associar a conclusão do Rodoanel à conectividade, à infraestrutura estratégica e ao desenvolvimento do Estado de São Paulo.

10. Ação de Não Mídia – Corrida da Independência (Rodoanel – Trecho Norte)
Ação de ativação não mídia e PR, realizada no dia 7 de setembro, que inaugura simbolicamente o Trecho Norte. A Corrida da Independência transforma a entrega da obra em experiência vivida pela população, associa a data cívica à conclusão de um ciclo histórico aguardado há décadas e gera ampla repercussão espontânea, servindo como gatilho narrativo da campanha e impulsionando cobertura editorial, mídia espontânea e desdobramentos institucionais.

Peças não corporificadas:

11. Filme Digital – 15" (Geral – Estado)
Versão reduzida do filme principal, utilizada para reforço de frequência e adequação ao consumo rápido de conteúdo em plataformas digitais de vídeo e redes sociais.

12. Filme Digital – 15" (Geral – RMSP)
Adaptação regional do conceito, destacando impactos metropolitanos da conclusão do Rodoanel, com veiculação digital segmentada.

13. Filme Digital – 15" (Geral – Interior)
Versão direcionada ao interior do Estado, reforçando ganhos de fluidez e conectividade, com veiculação em mídias digitais regionais.

14. Filme Digital – 15" (Geral – Litoral)
Peça voltada ao litoral, enfatizando acesso e turismo, com veiculação digital segmentada.

15. Filme Digital – 15" (Setor Produtivo – RMSP)
Comunicação direcionada a públicos econômicos estratégicos da Região Metropolitana, veiculada em plataformas digitais e ambientes editoriais de negócios.

16. Filme Digital – 15" (Setor Produtivo – Interior)
Versão voltada às cadeias produtivas do interior, destacando eficiência logística e competitividade regional.

17. Filme Digital – 15" (Setor Produtivo – Litoral)
Peça focada no escoamento da produção e no acesso ao porto, com veiculação digital direcionada.

18. Bumper Digital – 6" (Geral – RMSP)
Peça curta de reforço de lembrança, utilizada para aumentar frequência e reconhecimento da campanha em plataformas digitais de vídeo.

19. Bumper Digital – 6" (Geral – Interior)
Versão regionalizada para o interior, atuando como reforço rápido da mensagem.

20. Bumper Digital – 6" (Geral – Litoral)
Reforço da mensagem em fluxos digitais relacionados ao turismo e ao litoral.

21. Bumper Digital – 6" (Setor Produtivo – RMSP)
Comunicação objetiva voltada ao setor produtivo metropolitano.

22. Bumper Digital – 6" (Setor Produtivo – Interior)
Peça curta para públicos produtivos do interior, reforçando ganhos logísticos.

23. Bumper Digital – 6" (Setor Produtivo – Litoral)
Versão curta voltada ao setor produtivo com foco em logística portuária.

24. Spot – 30" (Geral – RMSP)
Comunicação voltada à Região Metropolitana, reforçando impactos urbanos da entrega.

25. Spot – 30" (Setor Produtivo – RMSP)
Peça radiofônica direcionada a públicos econômicos da Região Metropolitana.

26. Spot – 30" (Setor Produtivo – Interior)
Versão voltada às cadeias produtivas do interior, com foco em eficiência de deslocamento.

27. Spot – 30" (Setor Produtivo – Litoral)
Peça focada no escoamento da produção e na conexão com o porto.

28. Banners Digitais – Geral
Peças de cobertura e reforço visual do conceito em portais de grande audiência e ambientes digitais premium.

29. Banners Digitais – Impactados Diretamente
Comunicação digital contextualizada para públicos diretamente afetados pela obra, com segmentação geográfica.

30. Banners Digitais Internet – Setor Produtivo
Inserção da mensagem em portais econômicos e ambientes editoriais de negócios.

31. Card & Story – Redes Sociais – Geral (RMSP)
Criativo destinado à Região Metropolitana de São Paulo, voltado à manutenção de frequência e ao reforço da mensagem principal da campanha nas redes sociais.

32. Card & Story – Redes Sociais – Geral (Interior)
Criativo adaptado ao público do interior do Estado, reforçando os benefícios da conclusão do Rodoanel com base em uma perspectiva regional.

33. Card & Story – Redes Sociais – Geral (Litoral)
Criativo voltado ao litoral, conectando a entrega do Trecho Norte aos fluxos de acesso, turismo e circulação da região.

34. Card & Story – Redes Sociais – Setor Produtivo (RMSP)
Criativo direcionado a decisores e públicos econômicos da Região Metropolitana, com foco institucional e informativo.

35. Card & Story – Redes Sociais – Setor Produtivo (Interior)
Criativo voltado às cadeias produtivas do interior, reforçando ganhos logísticos e eficiência de deslocamento.

36. Card & Story – Redes Sociais – Setor Produtivo (Litoral)
Criativo direcionado ao setor produtivo do litoral, com foco em acesso, logística e conexão com o porto.

37. Carrossel – Redes Sociais – Geral (RMSP)
Desdobramento do conceito para reforço sequencial da mensagem nas redes sociais da Região Metropolitana.

38. Carrossel – Redes Sociais – Geral (Interior)
Versão regionalizada do carrossel, adaptando a narrativa ao interior do Estado.

39. Carrossel – Redes Sociais – Geral (Litoral)
Desdobramento do conceito para o litoral, mantendo unidade visual e conceitual.

40. DOOH – 10" (RMSP)
Peça digital externa de alta visibilidade em ambientes urbanos da Região Metropolitana.

41. DOOH – 10" (Interior)
Presença da campanha em circuitos digitais externos de cidades do interior.

42. DOOH – 10" (Litoral)
Inserção da mensagem em áreas litorâneas de grande circulação.

43. OOH – MUB 1,20 x 1,80 (RMSP)
Mobiliário urbano para consolidação da mensagem na Região Metropolitana.

44. OOH – Front / Outdoor (RMSP)
Formato de grande impacto visual para reforço institucional da campanha.

45. OOH – MUB 1,20 x 1,80 (Interior)
Ampliação da presença física da campanha no interior do Estado.

46. OOH – Front / Outdoor (Interior)
Reforço da mensagem em eixos estratégicos do interior paulista.

47. OOH – MUB 1,20 x 1,80 (Litoral)
Inserção da campanha em áreas urbanas do litoral.

48. OOH – Front / Outdoor (Litoral)
Presença da mensagem em acessos e corredores estratégicos do litoral paulista.

49. E-mail Marketing 1 (Endomarketing)
Peça de comunicação direta voltada ao público interno. Distribuída em 7 de setembro, reforça o caráter coletivo do término das obras do Trecho Norte e posicionando o público interno como primeiro agente da campanha. Em tom institucional de reconhecimento, celebra a entrega do Trecho Norte e a conclusão do Rodoanel, valorizando o trabalho das equipes no início da campanha publicitária.

50. E-mail Marketing 2 (Públicos de Interesse e Parceiros)
Peça de comunicação direta direcionada a públicos de interesse e parceiros institucionais. Distribuída em 7 de setembro, estimula o engajamento de stakeholders mais próximos. Destaca a entrega do Trecho Norte, a conclusão do Rodoanel e o início da campanha, reforçando a relevância institucional da obra para o Estado de São Paulo.

Estratégia de Mídia e Não Mídia

Estratégia de Mídia

1. Introdução e Princípios Gerais

Uma estratégia de mídia eficiente demanda compreensão profunda das pessoas, dos territórios e das dinâmicas que moldam seus comportamentos. No Estado de São Paulo, onde convivem metrópoles densas, polos industriais estratégicos, cidades de médio porte em expansão e destinos turísticos de grande circulação, comunicar ações públicas exige precisão técnica, amplitude territorial e mensagens sensíveis à rotina de milhões de paulistas.

A entrega do Trecho Norte como elemento de conclusão do Rodoanel, obra estruturante para a mobilidade urbana e logística estadual, estabelece o ponto de partida desta comunicação. Seus benefícios diretos para motoristas que acessam a Região Metropolitana, profissionais de transporte, trabalhadores em deslocamento e empresas que dependem do fluxo viário reforçam a relevância social e econômica do projeto. Ao mesmo tempo, a obra gera efeitos positivos sobre o turismo, a integração regional e o escoamento produtivo do estado.

Diante desse cenário, o planejamento aqui apresentado organiza meios, canais, geografias e públicos sob uma lógica única: maximizar visibilidade qualificada, ampliar a compreensão sobre os benefícios da obra e fortalecer a percepção de serviço entregue, respeitando a diversidade do território paulista e a maturidade do consumo de mídia de seus diferentes públicos.

As seções seguintes detalham a metodologia utilizada, os públicos prioritários, os critérios de segmentação territorial, a matriz de meios, a estratégia digital e as diretrizes de OOH, TV e Rádio que orientam a campanha em todo o Estado de São Paulo.

2. Metodologia, Dados e Fontes Utilizadas

A estratégia foi construída com uma abordagem metodológica de três camadas complementares: comportamento de mídia, recorte territorial e vocação de cada meio.

2.1. Comportamento de mídia e consumo por público

A escolha dos meios foi orientada por dados do Target Group Index (TGI – Kantar Ibope), considerando recortes específicos para o Estado de São Paulo, Região Metropolitana de São Paulo (RMSP), Interior e Litoral Paulista. Esses dados permitiram identificar o padrão real de consumo de mídia dos três públicos definidos no briefing: impactados diretamente na RMSP, público geral com idade acima de 18 anos e o setor produtivo e logístico.

A análise revelou um padrão consistente em todas as regiões. O meio Digital aparece como o de maior consumo, com índices entre 92% e 98%, seguido pela Mídia Exterior, com penetração entre 81% e 89%. A TV Aberta ocupa a terceira posição, variando de 66% a 80%, enquanto o Streaming de Música e Vídeo supera o Rádio em diversos recortes. O Rádio, por sua vez, mantém relevância como quarta opção geral, com desempenho especialmente expressivo no setor produtivo, no qual atinge índices entre 55% e 65%.

Essas evidências fundamentam a distribuição da verba e o papel estratégico atribuído a cada meio na campanha.

2.2. Inteligência territorial e seleção de cidades-polo

A estratégia territorial foi estruturada com base em uma matriz composta por 48 cidades-polo, distribuídas pelas 16 Regiões Administrativas do Estado. A seleção considerou múltiplos critérios, incluindo peso populacional e econômico, relevância logística — como corredores rodoviários, integração com o Rodoanel e presença de polos distributivos —, oferta e densidade de inventário OOH e DOOH, presença e alcance de rádios regionais e o papel de cada município como referência regional em setores como indústria, serviços, agro, portos, turismo e tecnologia.

Com essa matriz, foi definida uma distribuição de verba coerente com o impacto e o papel de cada território, contemplando a Região Metropolitana de São Paulo, o Interior e o Litoral Paulista. Essa estrutura assegura capilaridade, equilíbrio territorial e presença efetiva em 100% das Regiões Administrativas do Estado.

2.3. Inteligência de meios e matriz de distribuição

A definição da matriz de meios combinou dados de consumo do TGI, a vocação específica de cada meio e os objetivos estratégicos associados à obra. Os meios foram organizados de acordo com suas funções dentro da arquitetura da campanha.

O Digital, como meio mais consumido no Estado, abrange vídeo, portais, redes sociais, de conteúdo e por geolocalização, áudio e CTV, permitindo segmentação regional, comportamental e profissional, sendo essencial para alcançar os três públicos definidos. A Mídia Exterior (OOH e DOOH), segundo meio em consumo, está diretamente relacionada às rotinas de deslocamento e é determinante para a comunicação de uma obra de mobilidade, garantindo presença visual contínua em vias estruturantes, polos urbanos, rodovias e regiões logísticas.

A TV Aberta, embora terceira em penetração, possui forte peso institucional, especialmente em conteúdos jornalísticos, sustentando a narrativa da campanha e ampliando sua credibilidade. O rádio, por sua vez, mantém forte capilaridade e presença regional, com relevância particular junto ao setor produtivo, reforçando mensagens de utilidade pública, frequência e proximidade local durante os deslocamentos diários.

3. Públicos Prioritários e Diretrizes de Comunicação

A definição dos públicos prioritários orienta a escolha dos meios, das geografias e das mensagens da campanha. Cada grupo apresenta padrões distintos de consumo de mídia e diferentes níveis de percepção sobre a obra, o que exige estratégias específicas e complementares.

O primeiro grupo é composto pelos impactados diretamente, formados por moradores da Região Metropolitana de São Paulo que utilizam diariamente as vias estruturantes da região por diferentes motivos. Esse público abrange motoristas de carga, ônibus, automóveis e motocicletas, entregadores, além de profissionais e estudantes que dependem de deslocamentos constantes para trabalho, estudo e circulação urbana. Trata-se do grupo mais diretamente impactado pela entrega do Trecho Norte do

Rodoanel, com efeitos imediatos sobre tempo de trajeto, segurança viária e fluidez metropolitana. De acordo com dados do TGI para a RMSP, esse público apresenta alta penetração de consumo de mídia digital (95%), seguido por Mídia Exterior (85%) e TV Aberta (71%). O streaming de música e áudio também é relevante, com índices de 70% e 60%, respectivamente, enquanto o rádio mantém penetração de 52%.

O público geral com 18 anos ou mais, distribuído entre RMSP, Interior e Litoral Paulista, constitui o segundo eixo da comunicação. Mesmo aqueles que não utilizam diretamente o Trecho Norte percebem seus efeitos sobre o trânsito, a logística e o desenvolvimento regional do Estado. No recorte estadual, os dados do TGI indicam que o Digital lidera o consumo de mídia, com 93% de penetração, seguido por Mídia Exterior (82%) e TV Aberta (70%). O Streaming de Música e Vídeo apresenta índices de 57% e 51%, respectivamente, enquanto o Rádio alcança 49%.

O terceiro público prioritário é o setor produtivo e logístico, um agrupamento estratégico que inclui operadores logísticos, indústrias, transportadores e profissionais que dependem diretamente da malha rodoviária para suas atividades. Considerando os recortes de RMSP, Interior e Litoral, os dados do TGI demonstram elevada penetração do meio Digital, variando entre 92% e 98%, seguida pela Mídia Exterior, com índices entre 85% e 89%. A TV Aberta apresenta penetração entre 70% e 80%, enquanto o Streaming de Música e Vídeo e o Rádio mantêm desempenho relevante, todos na faixa de 54% a 65%, reforçando a importância desses meios para alcance e frequência para esse público.

4. Período de Veiculação e Racional Temporal da Campanha

Com duração de três meses consecutivos, a campanha de mídia tem início em 8 de setembro, imediatamente depois do feriado nacional, da realização da Corrida da Independência no próprio Trecho Norte do Rodoanel e dos disparos de endomarketing e para stakeholders de interesse e parceiros. Esse período marca o restabelecimento pleno das rotinas urbanas, produtivas e de deslocamento da população do Estado de São Paulo, criando um contexto favorável para a comunicação dos benefícios da obra.

Ao longo dos três meses, a estratégia de veiculação será organizada para assegurar continuidade de presença, evitando picos isolados e permitindo a construção progressiva de entendimento. A frequência será dimensionada de forma adequada, especialmente para públicos em deslocamento diário, como motoristas da RMSP e profissionais do setor produtivo. Esse intervalo também possibilita aprofundamento da mensagem, viabilizando a explicação tanto dos benefícios imediatos quanto dos impactos estruturais do Trecho Norte do Rodoanel.

A lógica temporal da campanha favorece ainda a integração entre os meios, com TV Aberta e portais sustentando a narrativa institucional, enquanto Mídia Exterior, Rádio e Digital acompanham o cotidiano e os fluxos reais da população. O horizonte de três meses oferece flexibilidade tática para ajustes finos de intensidade por região e por público, acompanhando a evolução do uso da via, a repercussão da entrega e os diferentes momentos de atenção ao longo do período.

Dessa forma, o intervalo proposto assegura equilíbrio entre impacto, consistência, eficiência do investimento e aderência ao comportamento real de mobilidade e consumo de mídia no Estado de São Paulo.

5. Segmentação Territorial e Critérios Regionais

O planejamento da campanha exige uma análise criteriosa do território paulista, considerando as diferenças geográficas, econômicas, logísticas e de consumo de mídia entre a Região Metropolitana de São Paulo, o Interior e o Litoral. Para garantir capilaridade real, representatividade regional e eficiência na distribuição da verba, foi estruturada uma segmentação territorial sustentada por dados, inteligência de inventário e pelo impacto direto e indireto da obra.

A territorialização adota três níveis de análise complementares: macrorregiões (Região Metropolitana de São Paulo, Interior e Litoral Paulista), as 16 Regiões Administrativas do Estado e um conjunto de cidades-polo estratégicas, totalizando 48 municípios. Essa estrutura permite que a campanha alcance amplitude estadual, respeite dinâmicas específicas de deslocamento e consumo de mídia e conecte o Trecho Norte do Rodoanel ao cotidiano das pessoas e à produtividade das diferentes regiões.

5.1. Macrorregiões

5.1.1. Região Metropolitana de São Paulo (RMSP)

A Região Metropolitana de São Paulo concentra o impacto mais direto da entrega do Trecho Norte do Rodoanel. É nesse território que se observa a maior densidade populacional do Estado, a presença dos principais gargalos de tráfego urbano e o cruzamento diário entre veículos leves, transporte fretado e cargas. A região também se caracteriza pela forte presença de inventário OOH e DOOH em corredores estruturantes, elevado consumo de mídia digital e vídeo e audiência relevante de telejornais como fonte de informação pública.

Municípios como São Paulo, Guarulhos, as cidades do ABC, Osasco e Mogi das Cruzes estruturam a abrangência metropolitana e reforçam o impacto direto da obra sobre a mobilidade e o cotidiano dos motoristas que circulam diariamente pela região.

5.1.2. Interior

O Interior do Estado apresenta alta diversidade de polos produtivos, logísticos, tecnológicos, universitários e agroindustriais. É responsável por parcela significativa do escoamento de mercadorias e pela articulação entre rodovias estaduais e federais, mantendo conexão estratégica com o Trecho Norte do Rodoanel por meio dos eixos Anhanguera-Bandeirantes, Ayrton Senna-Carvalho Pinto, Castello Branco e Dutra.

As regiões de Campinas, Sorocaba, Ribeirão Preto, Bauru, São José do Rio Preto, Presidente Prudente, Araraquara/São Carlos, Araçatuba, Vale do Paraíba e Vale do Ribeira representam diferentes frentes econômicas do Estado, todas beneficiadas pela redistribuição do tráfego pesado e pelo ganho de fluidez logística proporcionado pela conclusão do Rodoanel.

Além disso, o Interior apresenta forte presença de OOH urbano e rodoviário, consumo relevante de rádio, crescimento consistente do digital em cidades de médio porte e audiência estável de TV Aberta, especialmente em conteúdos de serviço e jornalismo.

5.1.3. Litoral Paulista

O Litoral Paulista reúne características específicas que reforçam a necessidade de presença dedicada da campanha. Destacam-se o impacto dos fluxos portuários, especialmente no Porto de Santos, a alta circulação de turistas, a integração rodoviária com a capital e o Vale do Paraíba e a densidade urbana crescente na Baixada Santista. A região também apresenta forte consumo de OOH em corredores litorâneos, alta penetração de Digital e audiência relevante de TV Aberta.

Os municípios de Santos, Guarujá, Praia Grande, Cubatão, Caraguatatuba, Ubatuba, São Sebastião e Ilhabela representam o eixo portuário, turístico e logístico do Litoral Paulista e concentram os principais pontos de contato da campanha na região.

5.2. Regiões Administrativas e cidades-polo

Para assegurar presença em todo o território paulista, foi estruturada uma matriz de cidades-polo que cobre 100% das 16 Regiões Administrativas do Estado. A seleção dos municípios considerou critérios como peso populacional e econômico, relevância logística — incluindo eixos diretamente beneficiados pelo Rodoanel —, densidade e disponibilidade de inventário OOH, presença e força das rádios regionais e a função estratégica de cada município, seja em indústria, comércio, serviços, turismo, porto, agro ou tecnologia.

Essa estrutura permite que a campanha maximize eficiência territorial, respeite a diversidade de inventário por região, alcance pessoas em deslocamento e reforce mensagens de serviço público com presença equilibrada em todo o Estado de São Paulo.

5.3. Coerência entre território e comportamento de mídia

A territorialização da campanha considera o comportamento real de consumo de mídia da população e a capacidade de granularidade técnica de cada meio, assegurando aderência entre estratégia, inventário disponível e dinâmica de circulação dos públicos.

5.4. Diretriz geral de aplicação por macrorregião

A aplicação dos meios respeita a vocação e o inventário disponível em cada macrorregião, garantindo consistência estadual, coerência estratégica e eficácia territorial ao longo de toda a campanha.

6. Matriz de Meios e Justificativas Técnicas

A matriz de meios traduz o comportamento de consumo de mídia dos paulistas, o impacto territorial da obra e o papel institucional da campanha, organizando os canais de forma integrada e complementar.

A mídia digital, que concentra 29,3% da verba, é o meio de maior consumo no Estado de São Paulo e atua de forma híbrida, em duas frentes simultâneas. A primeira é a camada institucional, de abrangência estadual, composta por portais jornalísticos, YouTube, CTV e redes sociais com segmentação por interesses relacionados ao briefing. A segunda é a camada regionalizada, estruturada por meio de compra

por geolocalização na RMSP, uso de dados de mobilidade e segmentações por macrorregiões e setor produtivo, garantindo aderência territorial e contextualização da mensagem.

A Mídia Exterior (OOH e DOOH) responde por 24,8% da verba e tem aplicação regionalizada, acompanhando diretamente os deslocamentos — eixo central da comunicação da obra. A estratégia contempla presença na RMSP em marginais, vias radiais, Rodoanel e avenidas de alto fluxo intermunicipal; no Interior, em polos industriais, rodovias intermunicipais e vias de fluxo interno dos municípios de cada macrorregião; e no Litoral, em fluxos turísticos e eixos portuários. Trata-se do segundo meio mais consumido do Estado, com exposição diária e permanente, reforçando visibilidade e associação direta à mobilidade.

A TV Aberta, com 23,8% da verba e aplicação estadual, permanece como meio estruturante para campanhas de transparência e prestação de contas. Embora seja o terceiro meio mais consumido, sua força reside na credibilidade, na amplitude e na capacidade de uniformizar a mensagem em todo o território paulista. A compra será realizada em nível estadual, com distribuição proporcional ao share ponderado de audiência das sete emissoras abertas — Globo, Record, SBT, Band, Cultura, RedeTV! e Gazeta —, assegurando isonomia entre veículos, economicidade, coerência com a audiência real e impacto consistente em telejornais e conteúdos de serviço.

O rádio, com 22,1% da verba e aplicação regionalizada, reforça frequência e proximidade, especialmente em polos industriais, no setor produtivo e entre motoristas e trabalhadores em deslocamento. É um meio de forte capilaridade local e de grande relevância histórica na comunicação pública, contribuindo para utilidade, repetição e presença cotidiana da mensagem.

Essa matriz se organiza a partir de uma arquitetura integrada, que articula quatro eixos complementares: amplitude, sustentada por TV Aberta e grandes portais; capilaridade, garantida por OOH e rádio; segmentação, viabilizada pelo digital; e base técnica, ancorada em dados reais de consumo de mídia. Essa arquitetura assegura equilíbrio entre impacto estadual e relevância territorial.

De forma sintética, a matriz de meios distribui-se da seguinte maneira: mídia digital com 29,3% da verba, aplicada de forma estadual e regionalizada; Mídia Exterior com 24,8%, de aplicação regionalizada; TV Aberta com 23,8%, em cobertura estadual; e rádio com 22,1%, também regionalizado. A participação do digital considera a somatória de todas as frentes do meio, independentemente de, nas planilhas, estarem alocadas como mídia — portais — ou como produção — plataformas digitais de comunicação.

7. Estratégia Digital

O digital é o meio mais consumido no Estado de São Paulo, com penetração entre 92% e 98% nos três públicos e em todas as regiões — RMSP, Interior e Litoral. Trata-se do meio com maior capacidade de oferecer escala, precisão e contextualização simultaneamente, combinando alcance estadual com entregas adaptadas a cada território.

Diante desse cenário, a estratégia digital foi desenhada para operar em duas camadas complementares. A primeira, de caráter institucional, consolida a

narrativa da obra em escala estadual. A segunda, regionalizada, acompanha o deslocamento real dos públicos e traduz a entrega para o cotidiano das pessoas. Essa arquitetura permite que a comunicação se conecte à população em múltiplos momentos do dia, informando, contextualizando e reforçando o impacto direto e indireto do Trecho Norte do Rodoanel.

A estratégia digital se apoia em princípios orientadores claros. O primeiro é a escala com credibilidade, garantindo presença nos ambientes onde o público se informa, como portais jornalísticos e plataformas de vídeo, que oferecem contexto editorial, segurança de marca e atenção qualificada. O segundo princípio é a presença onde o público circula: motoristas, trabalhadores e entregadores consomem digital majoritariamente em deslocamento, o que orienta a priorização de formatos mobile-first, uso de dados de mobilidade, geolocalização e entregas contextuais.

Outro princípio central é a segmentação por território e por comportamento, reconhecendo que cada região demanda intensidade distinta. Na RMSP, predomina a mobilidade urbana intensa; no Interior, os polos produtivos e a circulação intermunicipal; e no Litoral, os fluxos de turismo, portos e sazonalidade. As mensagens são regionalizadas conforme essas realidades. Soma-se a isso a integração entre formatos de impacto e formatos de precisão, com vídeo, display, social e áudio atuando de forma complementar para construir uma jornada que vai da lembrança imediata à compreensão aprofundada da obra.

A arquitetura digital se divide, assim, em duas grandes camadas de atuação. A Camada de Amplificação Institucional, de escala estadual, tem como objetivo consolidar o entendimento amplo da obra, reforçar a transparência e entregar credibilidade pública. Nessa frente, são utilizados grandes portais e verticais jornalísticos com base em métricas Comscore, ambientes de alta credibilidade editorial que ampliam a compreensão da entrega pública por meio de conteúdos relacionados a infraestrutura, mobilidade e cotidiano. Complementarmente, o vídeo de grande escala em YouTube e CTV desempenha papel central, sendo o formato de maior atenção no digital e o principal recurso para traduzir a obra de forma didática e visual, ampliando o impacto audiovisual em telejornais digitais, conteúdos de serviço, programação premium e ambientes de alta retenção. Essa camada sustenta a narrativa institucional e garante alcance qualificado em todo o Estado.

A Camada de Intensidade Regionalizada, orientada por territórios e públicos, tem como objetivo conectar a obra ao cotidiano, acompanhar deslocamentos e traduzir os benefícios conforme o contexto regional. Inclui entregas em display, vídeo e mobile, com segmentações baseadas em macrorregiões e dados comportamentais e de mobilidade, sendo essencial para os públicos impactados diretamente na RMSP, para o setor produtivo em todas as regiões e para o Litoral, considerando turismo e portos. Essa camada também incorpora redes sociais com segmentação comportamental e territorial, utilizando Meta, TikTok e LinkedIn, cada uma com papel específico: Meta para amplitude, informação e utilidade pública; TikTok para atenção rápida, formatos nativos e forte audiência na RMSP e no Interior; e LinkedIn para qualificação junto ao setor produtivo e econômico.

Complementam essa frente o streaming de vídeo, incluindo CTV e jornalismo local, o streaming de áudio — com destaque para Spotify e podcasts, fundamentais para públicos em deslocamento —, e os portais regionais e de notícias locais, que ampliam

a pertinência territorial e reforçam a credibilidade, especialmente em cidades-polo e regiões administrativas.

A estratégia digital por público reforça essas diretrizes. Para os impactados diretamente da RMSP, caracterizados por mobilidade contínua e alto consumo de vídeo, redes sociais e áudio, o foco está em explicar o benefício imediato no deslocamento, com prioridade para entregas geolocalizadas, Meta, TikTok, YouTube, CTV, grandes portais e streaming de áudio e vídeo. Para o público geral acima de 18 anos, distribuído por todo o Estado, a estratégia prioriza transparência, impacto geral e relevância estadual, utilizando Meta, TikTok, YouTube, CTV, portais e streaming. Já para o setor produtivo e logístico, altamente conectado a conteúdos jornalísticos, de economia e mobilidade, o foco está em destacar ganho competitivo e eficiência logística, com prioridade para LinkedIn, portais de economia, streaming de áudio com foco em podcasts, YouTube com segmentação específica e contextual.

Em síntese, a estratégia digital opera simultaneamente em escala estadual e profundidade regionalizada, utiliza todos os canais de maior atenção, conecta os públicos à obra nos momentos em que mais necessitam da informação e garante equilíbrio entre alcance e segmentação. Como resultado, estima-se a entrega de mais de 450 milhões de impactos, com cobertura projetada de 90,30% e frequência média de 4 para o público AS 18+, conforme simulação Comscore.

8. Estratégia de OOH e DOOH

A presença em mídia OOH e DOOH será distribuída prioritariamente na Região Metropolitana de São Paulo e nos principais corredores logísticos e turísticos das demais regiões do Estado, sempre considerando a disponibilidade de inventário, a localização estratégica, o formato e o impacto proporcionado por cada ativo. No recorte das 48 cidades administrativas selecionadas, reconhece-se que, em alguns municípios, as opções de mídia exterior são restritas ou inexistentes. Nesses casos, a estratégia prioriza a busca de cobertura na macrorregião correspondente, preservando as características essenciais do meio e garantindo consistência territorial.

O papel da Mídia Exterior, segundo maior índice de penetração nos estudos avaliados, vai além da simples ocupação de pontos ou da exibição de cartazes. Trata-se da compra de audiência associada à rotina, aos fluxos e à jornada cotidiana da população, em suas múltiplas camadas. Deslocamentos para o trabalho, levar filhos à escola, realizar compras, efetuar entregas ou usufruir de momentos de lazer constituem oportunidades naturais de conexão entre a mensagem da campanha e a audiência. Essa presença ocorre de forma orgânica, integrada aos trajetos reais, preservando relevância e potencializando a memorização da comunicação.

Na RMSP, o mix de ambientes e ativos assegura contato qualificado por meio de formatos de alto impacto visual, como o túnel de LED no desembarque do Aeroporto de Congonhas, além de ampla cobertura geográfica por meio de abrigos de ônibus e presença em terminais rodoviários, reforçando a mobilidade urbana. A estratégia inclui ainda circuitos de telas digitais e estáticas em rodovias estruturantes — como Raposo Tavares, Régis Bittencourt, Ayrton Senna, Castello Branco, Fernão Dias, Anchieta, Imigrantes e Dutra —, cobertura na macrorregião do Aeroporto Internacional de Guarulhos e presença nos municípios de Santo André, São Bernardo do Campo, Osasco e Mogi das Cruzes.

Nas Regiões Administrativas do Interior e do Litoral Paulista, a estratégia privilegia ativos diretamente conectados à jornada cotidiana das populações locais, como terminais rodoviários, abrigos de ônibus, cartazes estáticos de grande impacto e dimensões ampliadas, além de telas digitais, assegurando visibilidade contínua e pertinência territorial.

9. Estratégia de TV

A televisão permanece como um dos pilares da comunicação pública estadual, exercendo papel decisivo na construção de credibilidade, legitimidade e amplitude da mensagem. Mesmo figurando como o terceiro meio mais consumido no comportamento de mídia dos paulistas, a TV Aberta é indispensável em campanhas de prestação de contas e esclarecimento de obras de grande impacto estrutural.

A compra será realizada em nível estadual, com distribuição proporcional ao share de audiência ponderado das sete emissoras abertas, garantindo máxima coerência técnica, equidade na aplicação dos recursos e alinhamento com as diretrizes de economicidade e eficiência.

9.1. Critério técnico para distribuição da verba

A divisão da verba respeita o share ponderado para o target ABCDE 18+ na RMSP, conforme tabela oficial de audiência:

Emissora	Share Ponderado	% da Verba de TV
Globo	60,1%	58%
Record	17,1%	18,2%
SBT	14,7%	14,7%
Band	4,9%	5,2%
TV Cultura	1,5%	1,7%
RedeTV!	1,2%	1,6%
TV Gazeta	0,5%	0,6%

Essa premissa técnica assegura que todas as principais emissoras sejam contempladas de forma proporcional à audiência efetiva, garantindo imparcialidade, refletindo a distribuição real de alcance, cumprindo as diretrizes de economicidade e eficiência e fortalecendo a consistência da entrega em escala estadual.

9.2. Papel estratégico da TV na campanha

A televisão exercerá funções centrais na estratégia de comunicação. Em primeiro lugar, garante alcance estadual uniforme, permitindo que a mensagem institucional da obra chegue a todas as regiões, complementando os meios regionalizados como OOH, rádio e digital segmentado. Além disso, contribui para a construção de legitimidade e confiança, uma vez que o ambiente televisivo, frequentemente consumido de forma coletiva e familiar, reforça a percepção de transparência governamental e facilita a compreensão pública dos benefícios da obra. Soma-se a isso a forte presença nos telejornais, que concentram os maiores níveis de atenção e audiência dentro da programação da TV Aberta.

9.3. Formatos e entrega

A campanha terá filme de 30 segundos, com inserções em breaks qualificados, especialmente em conteúdos jornalísticos, assegurando cobertura e frequência capazes de garantir escala e impacto. A compra será integrada entre as sete emissoras abertas, sempre de forma proporcional à audiência de cada veículo.

Como resultado, estima-se a entrega de mais de 58 milhões de impactos, com cobertura projetada de 44,3% e frequência média de 5 para o público AS ABCDE 18+, conforme simulação Instar – Kantar Ibope.

10. Estratégia de Rádio

O rádio, impulsionado por suas características mais fortes – regionalização, proximidade e cumplicidade com o ouvinte – desempenha papel fundamental como multiplicador de frequência e ampliador de cobertura da campanha. Sua presença se articula de forma integrada ao áudio digital, abrangendo principais emissoras, redes jornalísticas, plataformas de streaming e podcasts, aproveitando o consumo crescente desse formato para conectar o conceito da campanha à jornada cotidiana da população, especialmente em deslocamentos e momentos de atenção focada.

Na Região Metropolitana de São Paulo, além das emissoras voltadas ao público em geral, a estratégia contempla uma programação específica em emissoras jornalísticas, garantindo contato qualificado com o público do setor produtivo e logístico. A veiculação prioriza as emissoras com melhor desempenho nos rankings junto aos públicos-alvo, disseminando a mensagem nos mercados definidos como prioritários no briefing. A seleção considerou, sempre que disponíveis, variáveis como ouvintes por minuto e índices de afinidade.

Nos mercados onde não há pesquisa estruturada, as emissoras foram definidas a partir de consultas especializadas e levantamentos por meio de fontes públicas e buscas qualificadas na internet. Em todos os casos, destacam-se os gêneros musical, jovem, adulto contemporâneo e jornalístico, que apresentam maior relevância e aderência em cada mercado.

No plano de mídia, as programações estão organizadas por região, conforme o briefing, e detalhadas nos anexos técnicos. Na RMSP, os resultados foram analisados a partir de dois públicos-alvo distintos: o público geral, considerado no recorte AS ABCDE 18+, e o público do setor produtivo e estratégico, no recorte AS AB 25+. Para as emissoras musicais, estima-se a entrega de mais de 85 milhões de impactos, com cobertura projetada de 46,6% e frequência média de 5,6 para o público AS ABCDE 18+. Já nas emissoras jornalísticas, a projeção indica cobertura estimada de 8,01% e frequência média de 3,1 para o público AS AB 25+, conforme simulação Instar — Kantar Ibope.

11. Monitoramento Digital e Otimização Contínua

Durante toda a campanha, o desempenho será acompanhado por meio de indicadores como CPM, CPV, CPC, CTR, taxa de retenção em vídeos, tempo médio de permanência em landing pages e viewability mínima de 70%. A operação será suportada por tecnologias de adserver e relatórios de inteligência de dados, permitindo otimizações

contínuas e correções rápidas, com o objetivo de garantir os melhores resultados e evitar perdas decorrentes de fraudes ou inventário de baixa qualidade.

Todas as veiculações digitais seguirão critérios rigorosos de brand safety, incluindo a negativação de sites inadequados e a aplicação de filtros de palavras-chave, tópicos e URLs. Essa precaução assegura que a Secretaria de Comunicação do Estado de São Paulo esteja sempre inserida em contextos positivos e alinhados à sua reputação institucional.

12. Estimativas de Entrega – Projeção Consolidada

Com base nas escolhas de plataformas, segmentações e formatos, a campanha foi desenhada para potencializar impacto, alcance e engajamento junto aos públicos-alvo, utilizando os recursos disponíveis de forma estratégica e eficiente. O total geral estimado é de mais de 593 milhões de impactos em todos os meios com dados disponíveis de mensuração. Esse número não contempla canais que, embora relevantes, não dispõem de métricas consolidadas, como parte dos ativos de mídia exterior.

Ainda assim, esses meios cumprem papel estratégico na campanha, ampliando a presença em pontos de contato essenciais e reforçando a capilaridade da comunicação nas regiões prioritárias. As estimativas foram elaboradas com base em tabela cheia, conforme solicitado no exercício da concorrência, ressalvando-se que, na aplicação de negociações reais com veículos e plataformas, os resultados efetivos tendem a superar significativamente os apresentados nesta simulação.

A otimização e o monitoramento da campanha serão realizados por meio das tecnologias do adserver contratado e de relatórios frequentes produzidos por equipe especializada de inteligência de negócios (BI), permitindo acompanhamento em tempo real e uma entrega mais precisa e rentável.

Por fim, a estratégia de mídia se integra de forma fluida à estratégia de não mídia apresentada na sequência, garantindo uma presença institucional completa, coerente e de alto impacto nos territórios físico e digital.

Estratégia de Não Mídia

A estratégia de não mídia tem papel fundamental no exercício proposto. Ela atua para construir conexões profundas com públicos decisivos — motoristas, famílias, trabalhadores, setor produtivo e sociedade em geral — instituindo uma camada consistente de relacionamento institucional, digital e presencial que amplia o entendimento público sobre a entrega do Trecho Norte e consolida a percepção da conclusão do Rodoanel como um marco histórico para o Estado de São Paulo.

O objetivo é amplificar a cobertura da mensagem, gerar engajamento espontâneo e criar um ambiente de mobilização em torno da entrega da obra, transformando a informação institucional em percepção concreta de benefício público, conectada à experiência real de deslocamento das pessoas.

Recursos Próprios

Todo o projeto foi concebido para ser utilizado também nos canais proprietários do Governo do Estado de São Paulo e dos órgãos envolvidos. A campanha pode — e deve — estar presente nos portais institucionais, nas redes sociais oficiais, em sites parceiros e em ambientes digitais sob gestão do poder público, conforme diretrizes estabelecidas.

Todos os conteúdos — filmes, peças digitais, cards, carrosséis e materiais informativos — foram desenvolvidos segundo as melhores práticas digitais, garantindo sua adequada utilização em múltiplos pontos de contato, com linguagem clara, objetiva e institucional. Além disso, os áudios da campanha podem ser utilizados em pontos de contato adicionais, como sistemas de espera telefônica, comunicados sonoros em equipamentos públicos e outros ambientes institucionais, ampliando o alcance informativo da mensagem.

Comunicação Interna (Endomarketing)

A comunicação interna assume papel estratégico na consolidação da campanha, atuando como ferramenta de engajamento, reconhecimento e valorização do público interno. Para isso, está prevista uma régua de dois e-mails marketing institucionais, direcionados aos colaboradores dos órgãos envolvidos.

O primeiro disparo ocorre no dia 1º de setembro, com foco na Corrida da Independência, convidando e mobilizando os colaboradores a participarem da ativação não mídia que inaugura simbolicamente o Trecho Norte.

O segundo disparo ocorre no dia 8 de setembro, marcando o lançamento da campanha publicitária. Em tom institucional de agradecimento, o e-mail reconhece o trabalho das equipes e de todos os envolvidos que tornaram possível a entrega do Trecho Norte e a conclusão do Rodoanel.

Marketing Direto (CRM Institucional)

A estratégia de marketing direto segue a mesma lógica de cadência e conteúdo, estruturada em uma régua de dois e-mails marketing institucionais. O primeiro envio ocorre no dia 1º de setembro, com convite institucional para a Corrida da Independência.

O segundo envio ocorre no dia 8 de setembro, celebrando o início da campanha publicitária, a entrega do Trecho Norte e a conclusão do Rodoanel.

Esses contatos funcionam como lembretes institucionais estratégicos, garantindo recorrência da mensagem e reforçando a narrativa central da campanha ao longo do período de veiculação.

Bases institucionais de WhatsApp e outros canais de comunicação direta também podem ser abastecidas com vídeos, cards e chamadas da campanha, fortalecendo a frequência da mensagem em plataformas de alta penetração e uso cotidiano.

Ação Especial – Corrida da Independência

Como principal ação de ativação não mídia e PR, a Corrida da Independência inaugura simbolicamente o Trecho Norte no dia 7 de setembro. A ação transforma a entrega da obra em experiência vivida pela população, associando a data cívica à conclusão de uma infraestrutura estratégica aguardada há mais de três décadas.

Ao permitir que as pessoas ocupem o Trecho Norte de forma inédita, a ativação cria um fato comunicacional de grande relevância pública, com forte potencial de engajamento, participação espontânea e geração de narrativas positivas sobre a obra e seus impactos.

A Corrida da Independência atua como gesto inaugural da campanha, estabelecendo o marco simbólico a partir do qual toda a comunicação publicitária se desdobra.

Contrapartidas Institucionais

Todos os materiais da campanha foram concebidos para se adaptar a contrapartidas institucionais, eventos públicos, ações de governo e iniciativas relacionadas à entrega da obra. A versatilidade criativa garante a integridade da mensagem em diferentes contextos, mantendo unidade conceitual, clareza informativa e força institucional.

Relações Públicas

A entrega do Trecho Norte e a consequente conclusão do Rodoanel possuem elevado potencial de repercussão em Relações Públicas. Trata-se de uma obra estruturante, presente no debate público há décadas, cuja conclusão gera interesse jornalístico espontâneo, cobertura editorial qualificada e ampla atenção da sociedade.

A atuação integrada com as áreas de comunicação institucional e Relações Públicas do Governo do Estado potencializa a geração de pautas, o relacionamento com a imprensa e a amplificação da narrativa da campanha, maximizando o alcance e o impacto institucional da entrega.

Sumário

Anexo 1 – Cronograma de Mídia e Produção
Anexo 2 – Plataformas Digitais de Comunicação
Anexo 3 – Programação Internet Portais
Anexo 4 – Programação TV Aberta
Anexo 5 – Programação RMSP Mídia Exterior
Anexo 6 – Programação SP Interior Mídia Exterior
Anexo 7 – Programação SP Litoral Mídia Exterior
Anexo 8 – Programação de Rádios Jornalísticas RMSP AS AB 25+
Anexo 9 – Programação de Rádios Público Geral SP AS ABCDE 18+
Anexo 10 – Programação de Rádios Público Geral SP Interior AS ABCDE 18+
Anexo 11 – Programação de Rádios Público Geral Litoral SP AS ABCDE 18+
Anexo 12 – Ranking Comscore Redes Sociais
Anexo 13 – Ranking Comscore Top 100 Properties
Anexo 14 – Ranking Comscore Multicategorias
Anexo 15 – Ranking Comscore Portais de Notícias Locais
Anexo 16 – Ranking Comscore Streaming de Áudio
Anexo 17 – Ranking Comscore Streaming de Vídeo
Anexo 18 – Ranking Comscore Redes de Conteúdo
Anexo 19 – Ranking Comscore Portais de Economia e Finanças
Anexo 20 – Ranking Rádio RMSP AS ABCDE 18+
Anexo 21 – Ranking Rádio RMSP AS AB 25+
Anexo 22 – Ranking Rádio Campinas AS ABCDE 18+ e AS AB 25+
Anexo 23 – Ranking Rádio Bauru AS ABCDE 18+ e AS AB 25+
Anexo 24 – Ranking Rádio Jundiaí AS ABCDE 18+ e AS AB 25+
Anexo 25 – Ranking Rádio Ribeirão Preto AS ABCDE 18+ e AS AB 25+
Anexo 26 – Ranking Rádio São Carlos AS ABCDE 18+ e AS AB 25+
Anexo 27 – Ranking Rádio São José do Rio Preto AS ABCDE 18+ e AS AB 25+
Anexo 28 – Ranking Rádio São José dos Campos AS ABCDE 18+ e AS AB 25+
Anexo 29 – Ranking Rádio Sorocaba AS ABCDE 18+ e AS AB 25+
Anexo 30 – Simulação Comscore Programação Portais
Anexo 31 – Ranking Emissoras TV Aberta Grande SP
Anexo 32 – Simulação TV Aberta
Anexo 33 – Simulação Rádio
Anexo 34 – Prints Meta
Anexo 35 – Prints YouTube
Anexo 36 – Relação de Regiões Administrativas e Cidades-Polo Válidas para Rádio e OOH
Anexo 37 – Gráfico de Consumos de Meios SP Estado
Anexo 38 – Gráfico de Afinidade de Meios SP Estado
Anexo 39 – Gráfico de Consumos de Meios RMSP
Anexo 40 – Gráfico de Afinidade de Meios RMSP
Anexo 41 – Gráfico de Consumos de Meios SP Interior Exceto Baixada Santista
Anexo 42 – Gráfico de Afinidade de Meios SP Interior Exceto Baixada Santista
Anexo 43 – Gráfico de Consumos de Meios Baixada Santista
Anexo 44 – Gráfico de Afinidade de Meios Baixada Santista
Anexo 45 – Lista de Peças
Anexo 46 – Planilha de Produção

Anexo 1 – Cronograma de Mídia e Produção

MEIOS / VEÍCULOS / PRAÇAS	QUANTIDADE DE INSERÇÕES	MATERIAIS / FORMATOS	SETEMBRO 8 T	15 T	22 T	29 T	OUTUBRO 6 T	13 T	20 T	27 T	NOVEMBRO 3 T	10 T	17 T	24 T	30 T	TOTAL		%
MÍDIA EXTERIOR - REGIÃO METROPOLITANA SÃO PAULO	1.375.398	DIVERSOS	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	R$	2.463.554,44	12,32%
MÍDIA EXTERIOR - INTERIOR	246.414	DIVERSOS	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	R$	1.331.124,60	6,7%
MÍDIA EXTERIOR - LITORAL	255.072	DIVERSOS	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■				R$	598.805,00	2,99%
TOTAL MÍDIA EXTERIOR	1.876.884															R$	4.393.484,04	21,97%
TV ABERTA - GLOBO	31	30"	■	■	■	■	■	■	■	■						R$	2.448.957,00	12,24%
TV ABERTA - RECORD	6	30"	■	■	■	■										R$	767.905,00	3,84%
TV ABERTA - SBT	6	30"	■	■	■	■	■									R$	619.949,00	3,10%
TV ABERTA - BAND	4	30"	■	■	■	■										R$	219.518,00	1,10%
TV ABERTA - TV CULTURA	2	30"		■												R$	70.700,00	0,35%
TV ABERTA - REDE TV!	1	30"	■													R$	67.702,00	0,34%
TV ABERTA - GAZETA	1	30"	■													R$	26.520,00	0,13%
TOTAL TV ABERTA	51															R$	4.221.251,00	21,11%
RÁDIOS NEWS - SP CAPITAL	65	SPOT 30"	■	■			■				■					R$	866.618,00	4,33%
RÁDIO - REGIÃO METROPOLITANA SÃO PAULO	416	SPOT 30"	■	■			■				■					R$	1.971.462,00	9,86%
RÁDIO - INTERIOR	1.824	SPOT 30"	■	■			■				■					R$	799.047,60	4,00%
RÁDIO - LITORAL	540	SPOT 30"	■	■	■		■	■			■	■				R$	273.786,90	1,37%
TOTAL RÁDIO	2.845															R$	3.910.914,50	19,55%
INTERNET PORTAIS - GLOBO.COM e UOL	31.679.998	DIVERSOS	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	R$	633.599,96	3,17%
INTERNET PORTAIS DE NOTÍCIAS - ESTADÃO E FOLHA.COM	1.634.078	DIVERSOS	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	R$	368.599,26	1,84%
INTERNET PORTAIS SEGMENTADOS - INFOMONEY, VALOR ECONÔMICO, EXAME E ISTOÉ DI	2.941.024	DIVERSOS	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	R$	633.598,64	3,17%
TOTAL INTERNET	36.255.100															R$	1.635.797,87	8,18%
TOTAL INVESTIMENTO DE MÍDIA																R$	14.161.447,41	70,81%
REDES DE CONTEÚDO - TEADS	475.935	DIVERSOS	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	R$	369.591,78	1,85%
SERVIÇOS DE STREAMING DE VÍDEO - NETFLIX e GLOBOPLAY	6.121.728	DIVERSOS	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	R$	527.999,52	2,64%
SERVIÇOS DE STREAMING DE ÁUDIO - SPOTIFY	14.621.537	DIVERSOS	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	R$	484.703,97	2,42%
STREAMING DE GEOLOCALIZAÇÃO - UBER ADS e LOGAN	3.719.213	DIVERSOS	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	R$	236.390,33	1,18%
REDES SOCIAIS - GOOGLE / META / LINKEDIN / TIK TOK	388.955.055	DIVERSOS	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	R$	1.936.816,90	9,68%
TOTAL PRODUÇÃO DE MÍDIA - PLATAFORMAS DIGITAIS DE COMUNICAÇÃO	413.893.468															R$	3.555.502,50	17,78%
TOTAL PRODUÇÃO																R$	2.283.050,10	11,42%
VALOR TOTAL	452.028.348															R$	20.000.000,00	100,00%

Anexo 2 A – Plataformas Digitais de Comunicação

PLATAFORMAS DIGITAIS DE COMUNICAÇÃO												
VEÍCULO	CANAL / SEGMENTAÇÃO	FORMATO TABELA	PEÇA	DATA DE INÍCIO	DATA DE FIM	TT DIAS/MÊS	TIPO DE COMPRA	IMPRESSÕES PROGRAMAÇÃO VIEWS	CPD/CPM/ CPC/ CPV/ DIÁRIA	ADICIONAL DE SEGMENTAÇÃO	VALOR TOTAL TABELA
TEADS	SEGMENTAÇÃO CONTEXTUAL Demográfico: Ambos os sexos, 18+ Localidade: Região Metropolitana de São Paulo (RMSP) Interesses / Segmentação: Setor produtivo e logístico, negócios, indústria, infraestrutura e transporte de cargas	InRead 30" Landscape	A	08/set	05/dez	89	CPV	17.845	R$ 4,66	R$ -	R$ 83.157,70
		540x540 (landscape) ou 405x540 (square)	W	08/set	05/dez	89	CPM	196.326	R$ 423,58	R$ -	R$ 83.159,77
	SEGMENTAÇÃO CONTEXTUAL Demográfico: Ambos os sexos, 18+ Localidade: Interior de São Paulo Interesses / Segmentação: Setor produtivo e logístico, negócios, indústria, economia local, infraestrutura e transporte de cargas.	InRead 30" Landscape	A	08/set	05/dez	89	CPV	15.862	R$ 4,66	R$ -	R$ 73.916,92
		540x540 (landscape) ou 405x540 (square)	W	08/set	05/dez	89	CPM	174.512	R$ 423,58	R$ -	R$ 73.919,79
	SEGMENTAÇÃO CONTEXTUAL Demográfico: Ambos os sexos, 18+ Localidade: Litoral Paulista Interesses / Segmentação: Setor produtivo e logístico, negócios, indústria, turismo, infraestrutura e transporte de cargas	InRead 30" Landscape	A	08/set	05/dez	89	CPV	5.948	R$ 4,66	R$ -	R$ 27.717,68
		540x540 (landscape) ou 405x540 (square)	W	08/set	05/dez	89	CPM	65.442	R$ 423,58	R$ -	R$ 27.719,92
TOTAL TEADS								**475.935**			**R$ 369.591,78**
TOTAL REDES DE CONTEÚDO								475.935			R$ 369.591,78
NETFLIX	Demográfico: Ambos os sexos, 18+ Localidade: Região Metropolitana de São Paulo	PRÉ / MID-ROLL 30"	A	08/set	05/dez	89	CPM	499.952	R$ 131,40	R$ 39,42	R$ 85.401,80
		PAUSE ADS 1920x1080	V	08/set	05/dez	89	CPM	1.493.041	R$ 44,00	R$ 13,20	R$ 85.401,95
	Demográfico: Ambos os sexos, 18+ Localidade: Interior do Estado de São Paulo	PRÉ / MID-ROLL 30"	A	08/set	05/dez	89	CPM	389.963	R$ 131,40	R$ 39,42	R$ 66.613,48
		PAUSE ADS 1920x1080	V	08/set	05/dez	89	CPM	1.164.572	R$ 44,00	R$ 13,20	R$ 66.613,52
	Demográfico: Ambos os sexos, 18+ Localidade: Litoral Paulista	PRÉ / MID-ROLL 30"	A	08/set	05/dez	89	CPM	109.989	R$ 131,40	R$ 39,42	R$ 18.788,32
		PAUSE ADS 1920x1080	V	08/set	05/dez	89	CPM	328.469	R$ 44,00	R$ 13,20	R$ 18.788,43
TOTAL NETFLIX								**3.985.986**			**R$ 341.607,50**
GLOBOPLAY	Demográfico: Ambos os sexos, 18+ Localidade: Região Metropolitana de São Paulo Interesses: Notícias e atualidades, entretenimento, documentários, conteúdos informativos	VGLOBOPLAY COM SKIP (ATÉ 180")	A	08/set	05/dez	89	CPM	262.114	R$ 160,00	R$ -	R$ 41.938,24
		PAUSE ADS (APP + WEB) 996 x 640	U	08/set	05/dez	89	CPM	698.970	R$ 60,00	R$ -	R$ 41.938,20
	Demográfico: Ambos os sexos, 18+ Localidade: Interior do Estado de São Paulo Interesses: Notícias regionais, entretenimento, variedades, conteúdos informativos	VGLOBOPLAY COM SKIP (ATÉ 180")	A	08/set	05/dez	89	CPM	232.990	R$ 160,00	R$ -	R$ 37.278,40
		PAUSE ADS (APP + WEB) 996 x 640	U	08/set	05/dez	89	CPM	621.307	R$ 60,00	R$ -	R$ 37.278,42
	Demográfico: Ambos os sexos, 18+ Localidade: Litoral Paulista Interesses: Notícias locais, turismo regional, entretenimento, conteúdos informativos	VGLOBOPLAY COM SKIP (ATÉ 180")	A	08/set	05/dez	89	CPM	87.371	R$ 160,00	R$ -	R$ 13.979,36
		PAUSE ADS (APP + WEB) 996 x 640	U	08/set	05/dez	89	CPM	232.990	R$ 60,00	R$ -	R$ 13.979,40
TOTAL GLOBOPLAY								**2.135.742**			**R$ 186.392,02**
TOTAL STREAMING DE VIDEO								6.121.728			R$ 527.999,52
SPOTFY	Demográfico: Ambos os sexos, 18+ Localidade: Região Metropolitana de São Paulo (RMSP) Interesses / Segmentação: Notícias, atualidades, mobilidade urbana, gêneros de áudio populares e playlists editoriais	AUDIO EVERYWHERE 30"	O	08/set	05/dez	89	CPM	3.583.710	R$ 25,50	R$ 7,65	R$ 118.799,99
	Demográfico: Ambos os sexos, 18+ Localidade: Interior de São Paulo Interesses / Segmentação: Notícias regionais, entretenimento, playlists populares, conteúdos informativos	AUDIO EVERYWHERE 30"	P	08/set	05/dez	89	CPM	2.795.294	R$ 25,50	R$ 7,65	R$ 92.664,00
	Demográfico: Ambos os sexos, 18+ Localidade: Litoral Paulista Interesses / Segmentação: Notícias locais, turismo e entretenimento regional, playlists populares e conteúdos informativos	AUDIO EVERYWHERE 30"	Q	08/set	05/dez	89	CPM	1.075.113	R$ 25,50	R$ 7,65	R$ 35.640,00
	Demográfico: Ambos os sexos, 18+ Localidade: Região Metropolitana de São Paulo (RMSP) Interesses / Segmentação: Podcasts de negócios, economia, logística, tecnologia, liderança, infraestrutura e mercado corporativo	AUDIO EVERYWHERE 30"	R	08/set	05/dez	89	CPM	3.225.339	R$ 25,50	R$ 7,65	R$ 106.919,99
	Demográfico: Ambos os sexos, 18+ Localidade: Interior de São Paulo Interesses / Segmentação: Podcasts de negócios, indústria, gestão, economia regional, logística e tecnologia	AUDIO EVERYWHERE 30"	S	08/set	05/dez	89	CPM	2.866.968	R$ 25,50	R$ 7,65	R$ 95.039,99
	Demográfico: Ambos os sexos, 18+ Localidade: Litoral Paulista Interesses / Segmentação: Podcasts de negócios, gestão, economia e conteúdos profissionais	AUDIO EVERYWHERE 30"	T	08/set	05/dez	89	CPM	1.075.113	R$ 25,50	R$ 7,65	R$ 35.640,00
TOTAL SPOTIFY								**14.621.537**			**R$ 484.703,97**
TOTAL STREAMING DE AUDIO								14.621.537			R$ 484.703,97

Anexo 2 B – Plataformas Digitais de Comunicação

PLATAFORMAS DIGITAIS DE COMUNICAÇÃO											
VEÍCULO	CANAL / SEGMENTAÇÃO	FORMATO TABELA	PEÇA	DATA DE INÍCIO	DATA DE FIM	TT DIAS/MÊS	TIPO DE COMPRA	IMPRESSÕES PROGRAMAÇÃO VIEWS	CPD/CPM/ CPC/ CPV/ DIÁRIA	ADICIONAL DE SEGMENTAÇÃO	VALOR TOTAL TABELA
UBER ADS	Demográfico: Ambos os sexos, 18+ Localidade: Região Metropolitana de São Paulo, com foco nos bairros que utilizam as Marginais Tietê e Pinheiros, como Pinheiros, Vila Olímpia, Morumbi, Lapa, Barra Funda, Santana, Casa Verde e Freguesia do Ó Contexto de uso: Usuários ativos do app durante deslocamentos urbanos (Ride Stage), garantindo impacto em viagens que passam por áreas de trânsito intenso e diretamente beneficiadas pelo projeto	DISPLAY + VIDEO 975 x 861, 1146 x 393, 420 x 420 e 30"	X	08/set	05/dez	89	CPT	114.408	R$ 1,31	R$ -	R$ 149.875,01
TOTAL UBER ADS								**114.408**			**R$ 149.875,01**
LOGAN	Demográfico: Ambos os sexos, 18+ Localidade: Região Metropolitana de São Paulo (RMSP) Segmentação: Motoristas e usuários em deslocamento frequente nas vias de maior circulação da cidade, com ênfase em zonas próximas às Marginais Tietê e Pinheiros (geolocalização avançada e comportamento de mobilidade)	FULL SCREEN BANNER 320x480px, 320x568px, 480x320px, 568x320px 768x1024px, 800x1280px, 1024x768px, 1280x800px	X	08/set	05/dez	89	CPM	3.604.805	R$ 24,00	R$ -	R$ 86.515,32
TOTAL LOGAN								**3.604.805**			**R$ 86.515,32**
TOTAL GEOLOCALIZAÇÃO								**3.719.213**			**R$ 236.390,33**
GOOGLE	YOUTUBE Demográfico: Ambos os sexos, 18+ Localidade: Região Metropolitana de São Paulo Segmentação por interesses / afinidades: Afinidade: Transporte e Mobilidade Afinidade: Notícias e atualidades Afinidade: Serviços públicos e governo Intenção personalizada: "trânsito SP", "mobilidade urbana", "corredores SP" Tópicos: Infraestrutura, Transporte, Cidades e Governo	BUMPER ADS (VÍDEO 6") IN-STREAM NON-SKIPPABLE (VÍDEO 15") IN-STREAM SKIPPABLE (VÍDEO 30")	A, B, C, I	08/set	05/dez	89	CPM	57.688.820	R$ 3,91	R$ -	R$ 225.563,29
	YOUTUBE Demográfico: Ambos os sexos, 18+ Localidade: Municípios do Interior de São Paulo Segmentação por interesses / afinidades: Afinidade: Notícias e atualidades Afinidade: Sociedade e Governo Afinidade: Estilo de vida e cotidiano Tópicos relacionados à informação regional	BUMPER ADS (VÍDEO 6") IN-STREAM NON-SKIPPABLE (VÍDEO 15") IN-STREAM SKIPPABLE (VÍDEO 30")	A, B, D, J	08/set	05/dez	89	CPM	22.725.900	R$ 3,91	R$ -	R$ 88.858,27
	YOUTUBE Demográfico: Ambos os sexos, 18+ Localidade: Municípios do Litoral Paulista Segmentação por interesses / afinidades: Afinidade: Turismo e viagens Afinidade: Notícias locais Afinidade: Estilo de vida e cotidian Tópicos relacionados a mobilidade regional	BUMPER ADS (VÍDEO 6") IN-STREAM NON-SKIPPABLE (VÍDEO 15") IN-STREAM SKIPPABLE (VÍDEO 30")	A, B, E, K	08/set	05/dez	89	CPM	12.237.023	R$ 3,91	R$ -	R$ 47.846,76
	YOUTUBE Demográfico: Ambos os sexos, 18+ Localidade: Região Metropolitana de São Paulo Segmentação por interesses / afinidades: Afinidade: Negócios, Finanças e Indústria Afinidade: Logística e Transporte comercial Intenção personalizada: "infraestrutura logística", "cadeia produtiva", "transporte de carga" Tópicos: Negócios, Economia, Indústria, Logística	BUMPER ADS (VÍDEO 6") IN-STREAM NON-SKIPPABLE (VÍDEO 15") IN-STREAM SKIPPABLE (VÍDEO 30")	A, B, F, L	08/set	05/dez	89	CPM	53.679.984	R$ 3,82	R$ -	R$ 205.057,54
	YOUTUBE Demográfico: Ambos os sexos, 18+ Localidade: Municípios do Interior de São Paulo Segmentação por interesses / afinidades: Afinidade: Negócios, Finanças e Indústria Afinidade: Logística e Transporte comercial Intenção personalizada: "infraestrutura logística", "cadeia produtiva", "transporte de carga" Tópicos: Negócios, Economia, Indústria, Logística	BUMPER ADS (VÍDEO 6") IN-STREAM NON-SKIPPABLE (VÍDEO 15") IN-STREAM SKIPPABLE (VÍDEO 30")	A, B, G, M	08/set	05/dez	89	CPM	21.471.992	R$ 3,82	R$ -	R$ 82.023,01
	YOUTUBE Demográfico: Ambos os sexos, 18+ Localidade: Municípios do Litoral Paulista Segmentação por interesses / afinidades: Afinidade: Negócios, Finanças e Indústria Afinidade: Logística e Transporte comercial Intenção personalizada: "infraestrutura logística", "cadeia produtiva", "transporte de carga" Tópicos: Negócios, Economia, Indústria, Logística	BUMPER ADS (VÍDEO 6") IN-STREAM NON-SKIPPABLE (VÍDEO 15") IN-STREAM SKIPPABLE (VÍDEO 30")	A, B,, H, N	08/set	05/dez	89	CPM	8.946.664	R$ 3,82	R$ -	R$ 34.176,26
TOTAL GOOGLE								**176.760.383**			**R$ 683.525,12**

Anexo 2 C – Plataformas Digitais de Comunicação

PLATAFORMAS DIGITAIS DE COMUNICAÇÃO											
VEÍCULO	CANAL / SEGMENTAÇÃO	FORMATO TABELA	PEÇA	DATA DE INÍCIO	DATA DE FIM	TT DIAS/MÊS	TIPO DE COMPRA	IMPRESSÕES PROGRAMAÇÃO VIEWS	CPD/CPM/ CPC/ CPV/ DIÁRIA	ADICIONAL DE SEGMENTAÇÃO	VALOR TOTAL TABELA
META	FACEBOOK E INSTAGRAM Demográfico: Ambos os sexos, 18+ Localidade: Região Metropolitana de São Paulo Interesses: Transporte público, Carros, Mobilidade urbana, Notícias e portais de informação, Serviços públicos, Tecnologia e infraestrutura	POST FEED / CARROSSEL / REELS / STORIES	A, B, C, Y, Z, AE, AF	08/set	05/dez	89	CPM	90.926.019	R$ 3,57	R$ -	R$ 324.605,89
	FACEBOOK E INSTAGRAM Demográfico: Ambos os sexos, 18+ Localidade: Municípios do Interior de São Paulo Interesses: Notícias regionais, Mobilidade, Serviços públicos, Economia local, Tecnologia	POST FEED / CARROSSEL / REELS / STORIES	A, B, D, Y, AA, AE, AG	08/set	05/dez	89	CPM	73.617.793	R$ 3,63	R$ -	R$ 267.232,59
	FACEBOOK E INSTAGRAM Demográfico: Ambos os sexos, 18+ Localidade: Municípios do Litoral Paulista Interesses: Turismo local, Mobilidade, Serviços públicos, Notícias regionais, Tecnologia	POST FEED / CARROSSEL / REELS / STORIES	A, B, E, Y, AB, AE, AH	08/set	05/dez	89	CPM	29.101.660	R$ 2,59	R$ -	R$ 75.373,30
TOTAL META								**193.645.472**			**R$ 667.211,78**
TIKTOK	TIKTOK Demográfico: Ambos os sexos, 18+ Localidade: Região Metropolitana de São Paulo Interesses reais da plataforma: Mobilidade e Transporte Notícias e Atualidades Tecnologia Vida urbana Conteúdos governamentais / serviços públicos (categoria ampla de informação) Comportamentos (permitidos): Usuários que consomem vídeos de notícias e atualidades	IN FEED ADS	A, B, C, Y	08/set	05/dez	89	CPM	7.814.400	R$ 18,75	R$ -	R$ 146.520,00
	TIKTOK Demográfico: Ambos os sexos, 18+ Localidade: Interior do Estado de São Paulo Interesses: Notícias regionais Vida cotidiana e comunidade Informações públicas Tecnologia e atualidades Comportamentos: Usuários com alta frequência de consumo de conteúdo informativo	IN FEED ADS	A, B, D, Z	08/set	05/dez	89	CPM	6.095.232	R$ 18,75	R$ -	R$ 114.285,60
	TIKTOK Demográfico: Ambos os sexos, 18+ Localidade: Litoral Paulista Interesses: Turismo e viagens Notícias locais Conteúdos urbanos e comunitários Serviços públicos Comportamentos: Engajamento com conteúdos regionais	IN FEED ADS	A, B, E, AA	08/set	05/dez	89	CPM	1.719.168	R$ 18,75	R$ -	R$ 32.234,40
TOTAL TIKTOK								**15.628.800**			**R$ 293.040,00**
LINKEDIN	LINKEDIN Demográfico: Ambos os sexos, 18+ Localidade: Região Metropolitana de São Paulo – Brasil Formação: Administração, Engenharia, Logística, Gestão de Operações, Supply Chain Setor da Empresa: Logística, Transporte, Indústria, Construção, Infraestrutura, TI, Setor Público	SPONSORED CONTENT	A, B, F, AB	08/set	05/dez	89	CPM	1.318.680	R$ 100,00	R$ -	R$ 131.868,00
	LINKEDIN Demográfico: Ambos os sexos, 18+ Localidade: Interior do Estado de São Paulo – Brasil Formação: Administração, Engenharia, Logística, Gestão de Operações, Supply Chain Setor da Empresa: Logística, Transporte, Indústria, Construção, Infraestrutura, TI, Setor Público	SPONSORED CONTENT	A, B, G, AC	08/set	05/dez	89	CPM	1.172.160	R$ 100,00	R$ -	R$ 117.216,00
	LINKEDIN Demográfico: Ambos os sexos, 18+ Localidade: Litoral Paulista – Brasil Formação: Administração, Engenharia, Logística, Gestão de Operações, Supply Chain Setor da Empresa: Logística, Transporte, Indústria, Construção, Infraestrutura, TI, Setor Público	SPONSORED CONTENT	A, B, H, AD	08/set	05/dez	89	CPM	439.560	R$ 100,00	R$ -	R$ 43.956,00
TOTAL LINKEDIN								**2.930.400**			**R$ 293.040,00**
TOTAL REDES SOCIAIS								**388.955.055**			**R$ 1.936.816,90**
TOTAL GERAL PLATAFORMAS DIGITAIS DE COMUNICAÇÃO								413.893.468			R$ 3.555.502,50

Anexo 3 A – Programação Internet Portais

PROGRAMAÇÃO INTERNET PORTAIS											
VEÍCULO	CANAL / SEGMENTAÇÃO	FORMATO TABELA	PEÇA	DATA DE INÍCIO	DATA DE FIM	TT DIAS/MÊS	TIPO DE COMPRA	IMPRESSÕES PROGRAMAÇÃO VIEWS	CPD/CPM/ CPC/ CPV/ DIÁRIA	ADICIONAL DE SEGMENTAÇÃO	VALOR TOTAL TABELA
GLOBO.COM	DGLOBO Demográfico: Ambos os sexos, 18+ Localidade: Região Metropolitana de São Paulo Interesses: Notícias e Atualidades, Mobilidade Urbana, Cidades, Serviços Públicos, Sociedade e Governo	300x600px, 300x250px	V	08/set	05/dez	89	CPM	8.306.763	R$ 20,00	R$ -	R$ 166.135,26
	DGLOBO Demográfico: Ambos os sexos, 18+ Localidade: Interior do Estado de São Paulo Interesses: Notícias Regionais, Cotidiano, Informações Públicas, Economia Local	300x600px, 300x250px	V	08/set	05/dez	89	CPM	6.479.275	R$ 20,00	R$ -	R$ 129.585,50
	DGLOBO Demográfico: Ambos os sexos, 18+ Localidade: Litoral Paulista Interesses: Notícias Locais, Turismo Regional, Mobilidade, Serviços Públicos	300x600px, 300x250px	V	08/set	05/dez	89	CPM	1.827.488	R$ 20,00	R$ -	R$ 36.549,76
TOTAL GLOBO.COM								**16.613.526**			**R$ 332.270,52**
UOL	Demográfico: Ambos os sexos, 18+ Localidade: Região Metropolitana de São Paulo Interesses: Notícias e atualidades, cidades, mobilidade urbana, serviços públicos, governo	DISPLAY IAB 300x250, 300x600, 300x100, 300x50, 320x100, 320X50	V	08/set	05/dez	89	CPM	7.533.236	R$ 20,00	R$ -	R$ 150.664,72
	Demográfico: Ambos os sexos, 18+ Localidade: Interior do Estado de São Paulo Interesses: Notícias regionais, cotidiano, economia local, serviços públicos	DISPLAY IAB 300x250, 300x600, 300x100, 300x50, 320x100, 320X50	V	08/set	05/dez	89	CPM	5.875.924	R$ 20,00	R$ -	R$ 117.518,48
	Demográfico: Ambos os sexos, 18+ Localidade: Litoral Paulista Interesses: Notícias locais, turismo, mobilidade, serviços públicos	DISPLAY IAB 300x250, 300x600, 300x100, 300x50, 320x100, 320X50	V	08/set	05/dez	89	CPM	1.657.312	R$ 20,00	R$ -	R$ 33.146,24
TOTAL UOL								**15.066.472**			**R$ 301.329,44**
TOTAL PORTAIS								**31.679.998**			**R$ 633.599,96**
ESTADÃO	Demográfico: Ambos os sexos, 18+ Localidade: Região Metropolitana de São Paulo	300x250, 300x600, 300x100, 300x50, 320x100	V	08/set	05/dez	89	CPM	444.561	R$ 207,00	R$ -	R$ 92.024,13
	Demográfico: Ambos os sexos, 18+ Localidade: Interior do Estado de São Paulo	300x250, 300x600, 300x100, 300x50, 320x100	V	08/set	05/dez	89	CPM	350.526	R$ 207,00	R$ -	R$ 72.558,88
	Demográfico: Ambos os sexos, 18+ Localidade: Litoral Paulista	300x250, 300x600, 300x100, 300x50, 320x100	V	08/set	05/dez	89	CPM	98.866	R$ 207,00	R$ -	R$ 20.465,26
TOTAL ESTADÃO								**893.953**			**R$ 185.048,27**

Anexo 3 B – Programação Internet Portais

PROGRAMAÇÃO INTERNET PORTAIS												
VEÍCULO	CANAL / SEGMENTAÇÃO	FORMATO TABELA	PEÇA	DATA DE INÍCIO	DATA DE FIM	TT DIAS/MÊS	TIPO DE COMPRA	IMPRESSÕES PROGRAMAÇÃO VIEWS	CPD/CPM/ CPC/ CPV/ DIÁRIA	ADICIONAL DE SEGMENTAÇÃO	VALOR TOTAL TABELA
FOLHA DE SÃO PAULO	ROS com filtros ou Canais/Editorias determinados Demográfico: Ambos os sexos, 18+ Localidade: Região Metropolitana de São Paulo Interesses: Notícias e atualidades, política, economia, mobilidade urbana, infraestrutura, sociedade	970x250 ou 728x90 ou 970x90, 300x600, 300x250 e 320x100	V	08/set	05/dez	89	CPM	370.063	R$ 248,00	R$ -	R$ 91.775,62
	ROS com filtros ou Canais/Editorias determinados Demográfico: Ambos os sexos, 18+ Localidade: Interior do Estado de São Paulo Interesses: Notícias regionais, economia, serviços públicos, atualidades	970x250 ou 728x90 ou 970x90, 300x600, 300x250 e 320x100	V	08/set	05/dez	89	CPM	288.649	R$ 248,00	R$ -	R$ 71.584,95
	ROS com filtros ou Canais/Editorias determinados Demográfico: Ambos os sexos, 18+ Localidade: Litoral Paulista Interesses: Notícias locais, turismo regional, mobilidade, serviços públicos	970x250 ou 728x90 ou 970x90, 300x600, 300x250 e 320x100	V	08/set	05/dez	89	CPM	81.413	R$ 248,00	R$ -	R$ 20.190,42
TOTAL FOLHA DE SÃO PAULO								**740.125**			**R$ 183.550,99**
TOTAL PORTAIS DE NOTÍCIAS								1.634.078			R$ 368.599,26
INFOMONEY	ROS Demográfico: Ambos os sexos, 18+ Localidade: Região Metropolitana de São Paulo	970x250 / 300x600 / 970X90 / 300x250 / 320x100	W	08/set	05/dez	89	CPM	385.603	R$ 250,00	R$ -	R$ 96.400,75
	ROS Demográfico: Ambos os sexos, 18+ Localidade: Interior do Estado de São Paulo	970x250 / 300x600 / 970X90 / 300x250 / 320x100	W	08/set	05/dez	89	CPM	342.758	R$ 250,00	R$ -	R$ 85.689,50
	ROS Demográfico: Ambos os sexos, 18+ Localidade: Litoral Paulista	970x250 / 300x600 / 970X90 / 300x250 / 320x100	W	08/set	05/dez	89	CPM	128.534	R$ 250,00	R$ -	R$ 32.133,50
TOTAL INFOMONEY								**856.895**			**R$ 214.223,75**
VALOR ECONÔMICO	ROS Demográfico: Ambos os sexos, 18+ Localidade: Região Metropolitana de São Paulo	300x250, 728X90, 970x90, 300x600	W	08/set	05/dez	89	CPM	269.430	R$ 258,00	R$ -	R$ 69.512,94
	ROS Demográfico: Ambos os sexos, 18+ Localidade: Interior do Estado de São Paulo	300x250, 728X90, 970x90, 300x600	W	08/set	05/dez	89	CPM	239.493	R$ 258,00	R$ -	R$ 61.789,19
	ROS Demográfico: Ambos os sexos, 18+ Localidade: Litoral Paulista	300x250, 728X90, 970x90, 300x600	W	08/set	05/dez	89	CPM	89.810	R$ 258,00	R$ -	R$ 23.170,98
TOTAL VALOR ECONÔMICO								**598.733**			**R$ 154.473,11**
EXAME	ROS Demográfico: Ambos os sexos, 18+ Localidade: Região Metropolitana de São Paulo	300x250, 728x90, 970x90, 320x50, 300x600, 970x250	W	08/set	05/dez	89	CPM	370.426	R$ 177,00	R$ -	R$ 65.565,40
	ROS Demográfico: Ambos os sexos, 18+ Localidade: Interior do Estado de São Paulo	300x250, 728x90, 970x90, 320x50, 300x600, 970x250	W	08/set	05/dez	89	CPM	329.268	R$ 177,00	R$ -	R$ 58.280,44
	ROS Demográfico: Ambos os sexos, 18+ Localidade: Litoral Paulista	300x250, 728x90, 970x90, 320x50, 300x600, 970x250	W	08/set	05/dez	89	CPM	123.475	R$ 177,00	R$ -	R$ 21.855,08
TOTAL EXAME								**823.169**			**R$ 145.700,92**
ISTOÉ DINHEIRO	ROS Demográfico: Ambos os sexos, 18+ Localidade: Região Metropolitana de São Paulo	728x90 ou 320x100	W	08/set	05/dez	89	CPM	298.002	R$ 180,00	R$ -	R$ 53.640,36
	ROS Demográfico: Ambos os sexos, 18+ Localidade: Interior do Estado de São Paulo	728x90 ou 320x100	W	08/set	05/dez	89	CPM	264.891	R$ 180,00	R$ -	R$ 47.680,38
	ROS Demográfico: Ambos os sexos, 18+ Localidade: Litoral Paulista	728x90 ou 320x100	W	08/set	05/dez	89	CPM	99.334	R$ 180,00	R$ -	R$ 17.880,12
TOTAL ISTO É DINHEIRO								**662.227**			**R$ 119.200,86**
TOTAL PORTAIS DE NOTÍCIAS, ECONOMIA E FINAÇAS								2.941.024			R$ 633.598,64
TOTAL GERAL PROGRAMAÇÃO INTERNET PORTAIS								36.256.100			R$ 1.636.797,86

Anexo 4 – Programação TV Aberta

VEÍCULO	PRAÇA	PROGRAMA	FAIXA HORÁRIA INICIAL	FAIXA HORÁRIA FINAL	FORMATO	PEÇA	SETEMBRO																																				TOTAL DE INSERÇÕES	UNITÁRIO TABELA	TOTAL TABELA	TOTAL DOMICÍLIOS	
							T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q																		

Anexo 5 – Programação RMSP Mídia Exterior

Estado	Região Administrativa	Município	População	Veículo	Modal	Ativo	Periodicidade	Material	Peça	Formato	Custo Unitário Tabela	SETEMBRO																																		Total Telas	Total Inserções	Custo Total Tabela	SHARE DE INVESTIMENTO (NA PRAÇA)
												T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q				
												1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30				
SP	RMSP	SÃO PAULO	11.895.578	KALLAS	AEROPORTO DE CONGONHAS	TUNEL DE LED	SEMANAL	VINHETA	AJ	10"	R$ 165.000,00										1																							1	2.100	R$ 165.000,00	14%
SP	RMSP	SÃO PAULO	11.895.578	ELETROMIDIA	ABRIGO DE ÔNIBUS	CIRCUITO REGIONAL - 50 FACES	SEMANAL	PAPEL	AL	1,17 x 1,71	R$ 240.760,00										1																							50	50	R$ 240.760,00	20%
SP	RMSP	SÃO PAULO	11.895.578	JC DECAUX	ABRIGO DE ÔNIBUS	BLOCO SP STANDARD - 50 FACES	SEMANAL	PAPEL	AL	118,5 cm x 175 cm	R$ 148.968,50										1																							50	50	R$ 148.968,50	12%
SP	RMSP	SÃO PAULO	11.895.578	WE SUPER OOH	PAINÉIS DE LED	CIRCUITO RODOVIÁRIO LED	SEMANAL	VINHETA	AK	10"	R$ 11.594,33										1																							9	54.432	R$ 104.348,97	9%
SP	RMSP	SÃO PAULO	11.895.578	RZK DIGITAL - PINHEIROS	TERMINAL RODOVIÁRIO URBANO	CUBO - TERMINAL PINHEIROS	MENSAL	VINHETA	AI	10"	R$ 200.000,00																	1																4	72.000	R$ 200.000,00	17%
SP	RMSP	GUARULHOS	11.895.578	MULTIMEIOS	FRONT LIGHT	RODOVIA HELIO SCHMIDT, KM 2, SENTIDO AEROPORTO GUARULHOS	MENSAL	LONA	AM	15 x 5	R$ 95.000,00																	1																1	1	R$ 95.000,00	8%
SP	RMSP	GUARULHOS	1.392.121	VEX PAINÉIS	FRONT LIGHT	FERNÃO DIAS x DUTRA KM 090+200 AD1	MENSAL	LONA	AM	10 x 4	R$ 45.500,00																	1																1	1	R$ 45.500,00	4%
SP	RMSP	GUARULHOS	1.392.121	AMPLILUME	FRONT LIGHT	AV. SALGADO FILHO, 1595	MENSAL	LONA	AM	10 x 4	R$ 35.500,00																	1																1	1	R$ 35.500,00	3%
SP	RMSP	SANTO ANDRÉ	748.919	AMPLILUME	FRONT LIGHT	AV. CAP. MÁRIO TOLEDO DE CAMARGO 123	MENSAL	LONA	AM	8 x 4	R$ 35.500,00																	1																1	1	R$ 35.500,00	3%
SP	RMSP	SÃO BERNARDO DO CAMPO	810.729	AMPLILUME	FRONT LIGHT	Rod. Imigrantes, km. 24+000	MENSAL	LONA	AM	25 x 8	R$ 4.370,00																	1																1	1	R$ 4.370,00	0%
SP	RMSP	OSASCO	728.615	VEX PAINÉIS	PAINEL DE LED	km014+500CASTELLOBRANCO	MENSAL	VINHETA	AK	10"	R$ 48.000,00																	1																1	21.600	R$ 48.000,00	4%
SP	RMSP	MOGI DAS CRUZES	451.505	AURUM	OUTDOOR	CARTAZ LONADO	BISSEMANA	LONA	AM	9,0 x 3,15	R$ 5.850,00														1																			1	1	R$ 5.850,00	0%
TOTAL SETEMBRO																																										230.878	R$ 1.187.275,47	

Estado	Região Administrativa	Município	População	Veículo	Modal	Ativo	Periodicidade	Material	Peça	Formato	Custo Unitário Tabela	OUTUBRO																																			Total Telas	Total Inserções	Custo Total Tabela	SHARE DE INVESTIMENTO (NA PRAÇA)
												Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S				
												1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31				
SP	RMSP	SÃO PAULO	11.895.578	WE SUPER OOH	PAINÉIS DE LED	CIRCUITO RODOVIÁRIO LED	SEMANAL	VINHETA	AK	10"	R$ 11.594,33										1																								9	54.432	R$ 104.348,97	9%
SP	RMSP	SÃO PAULO	11.895.578	RZK DIGITAL - ARTHUR ALVIM	TERMINAL RODOVIÁRIO URBANO	PAINEL DE LED VERTICAL	SEMANAL	VINHETA	AI	10"	R$ 2.520,00										1																								17	57.120	R$ 42.840,00	4%
SP	RMSP	SÃO PAULO	11.895.578	RZK DIGITAL - CARRÃO NORTE SUL	TERMINAL RODOVIÁRIO URBANO	PAINEL DE LED VERTICAL	SEMANAL	VINHETA	AI	10"	R$ 2.520,00										1																								40	134.400	R$ 100.800,00	8%
SP	RMSP	SÃO PAULO	11.895.578	RZK DIGITAL - BRÁS	TERMINAL RODOVIÁRIO URBANO	PAINEL DE LED VERTICAL	SEMANAL	VINHETA	AI	10"	R$ 2.520,00										1																								10	33.600	R$ 25.200,00	2%
SP	RMSP	SÃO PAULO	11.895.578	RZK DIGITAL - JABAQUARA	TERMINAL RODOVIÁRIO URBANO	PAINEL DE LED VERTICAL	SEMANAL	VINHETA	AI	10"	R$ 2.520,00										1																								24	80.640	R$ 60.480,00	5%
SP	RMSP	SÃO PAULO	11.895.578	RZK DIGITAL - SANTANA	TERMINAL RODOVIÁRIO URBANO	PAINEL DE LED VERTICAL	SEMANAL	VINHETA	AI	10"	R$ 2.520,00										1																								32	107.520	R$ 80.640,00	7%
SP	RMSP	SÃO PAULO	11.895.578	RZK DIGITAL - VILA MATILDE	TERMINAL RODOVIÁRIO URBANO	PAINEL DE LED VERTICAL	SEMANAL	VINHETA	AI	10"	R$ 2.520,00										1																								12	40.320	R$ 30.240,00	3%
SP	RMSP	GUARULHOS	11.895.578	MULTIMEIOS	FRONT LIGHT	RODOVIA HELIO SCHMIDT, KM 2, SENTIDO AEROPORTO GUARULHOS	MENSAL	LONA	AM	15 x 5	R$ 95.000,00																	1																1	1	R$ 95.000,00	8%
SP	RMSP	SANTO ANDRÉ	748.919	RZK DIGITAL - SANTO ANDRÉ	TERMINAL RODOVIÁRIO URBANO	PAINEL DE LED VERTICAL	SEMANAL	VINHETA	AI	10"	R$ 2.520,00										1																								20	67.200	R$ 50.400,00	4%
SP	RMSP	SÃO BERNARDO DO CAMPO	810.729	RZK DIGITAL - SÃO BERNARDO DO CAMPO	TERMINAL RODOVIÁRIO URBANO	PAINEL DE LED VERTICAL	SEMANAL	VINHETA	AI	10"	R$ 2.520,00										1																								4	13.440	R$ 10.080,00	1%
SP	RMSP	SÃO BERNARDO DO CAMPO	810.729	AMPLILUME	FRONT LIGHT	Rod. Imigrantes, km. 24+000	MENSAL	LONA	AM	25 x 8	R$ 4.370,00														1																			1	1	R$ 4.370,00	0%
SP	RMSP	OSASCO	728.615	VEX PAINÉIS	PAINEL DE LED	km014+500CASTELLOBRANCO	MENSAL	VINHETA	AK	10"	R$ 48.000,00														1																			1	21.600	R$ 48.000,00	4%
SP	RMSP	MOGI DAS CRUZES	451.505	AURUM	OUTDOOR	CARTAZ LONADO	BISSEMANA	LONA	AM	9,0 x 3,15	R$ 5.850,00																	1																1	1	R$ 5.850,00	0%
TOTAL OUTUBRO																																										588.674	R$ 605.878,97	

Estado	Região Administrativa	Município	População	Veículo	Modal	Ativo	Periodicidade	Material	Peça	Formato	Custo Unitário Tabela	NOVEMBRO																																			Total Telas	Total Inserções	Custo Total Tabela	SHARE DE INVESTIMENTO (NA PRAÇA)
												D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S				
												1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30				
SP	RMSP	SÃO PAULO	11.895.578	RZK DIGITAL - ARTHUR ALVIM	TERMINAL RODOVIÁRIO URBANO	PAINEL DE LED VERTICAL	SEMANAL	VINHETA	AI	10"	R$ 2.520,00								1																										17	57.120	R$ 42.840,00	4%
SP	RMSP	SÃO PAULO	11.895.578	RZK DIGITAL - CARRÃO NORTE SUL	TERMINAL RODOVIÁRIO URBANO	PAINEL DE LED VERTICAL	SEMANAL	VINHETA	AI	10"	R$ 2.520,00								1																										40	134.400	R$ 100.800,00	8%
SP	RMSP	SÃO PAULO	11.895.578	RZK DIGITAL - BRÁS	TERMINAL RODOVIÁRIO URBANO	PAINEL DE LED VERTICAL	SEMANAL	VINHETA	AI	10"	R$ 2.520,00								1																										10	33.600	R$ 25.200,00	2%
SP	RMSP	SÃO PAULO	11.895.578	RZK DIGITAL - JABAQUARA	TERMINAL RODOVIÁRIO URBANO	PAINEL DE LED VERTICAL	SEMANAL	VINHETA	AI	10"	R$ 2.520,00								1																										24	80.640	R$ 60.480,00	5%
SP	RMSP	SÃO PAULO	11.895.578	RZK DIGITAL - SANTANA	TERMINAL RODOVIÁRIO URBANO	PAINEL DE LED VERTICAL	SEMANAL	VINHETA	AI	10"	R$ 2.520,00								1																										32	107.520	R$ 80.640,00	7%
SP	RMSP	SÃO PAULO	11.895.578	RZK DIGITAL - VILA MATILDE	TERMINAL RODOVIÁRIO URBANO	PAINEL DE LED VERTICAL	SEMANAL	VINHETA	AI	10"	R$ 2.520,00								1																										12	40.320	R$ 30.240,00	3%
SP	RMSP	GUARULHOS	11.895.578	MULTIMEIOS	FRONT LIGHT	RODOVIA HELIO SCHMIDT, KM 2, SENTIDO AEROPORTO GUARULHOS	MENSAL	LONA	AM	15 x 5	R$ 95.000,00																	1																1	1	R$ 95.000,00	8%
SP	RMSP	GUARULHOS	1.392.121	VEX PAINÉIS	FRONT LIGHT	FERNÃO DIAS x DUTRA KM 090+200 AD1	MENSAL	LONA	AM	10 x 4	R$ 45.500,00																	1																1	1	R$ 45.500,00	4%
SP	RMSP	GUARULHOS	1.392.121	AMPLILUME	FRONT LIGHT	AV. SALGADO FILHO, 1595	MENSAL	LONA	AM	10 x 4	R$ 35.500,00																	1																1	1	R$ 35.500,00	3%
SP	RMSP	SANTO ANDRÉ	748.919	RZK DIGITAL - SANTO ANDRÉ	TERMINAL RODOVIÁRIO URBANO	PAINEL DE LED VERTICAL	SEMANAL	VINHETA	AI	10"	R$ 2.520,00								1																										20	67.200	R$ 50.400,00	4%
SP	RMSP	SANTO ANDRÉ	748.919	AMPLILUME	FRONT LIGHT	AV. CAP. MÁRIO TOLEDO DE CAMARGO 123	MENSAL	LONA	AM	8 x 4	R$ 35.500,00																	1																1	1	R$ 35.500,00	3%
SP	RMSP	SÃO BERNARDO DO CAMPO	810.729	RZK DIGITAL - SÃO BERNARDO DO CAMPO	TERMINAL RODOVIÁRIO URBANO	PAINEL DE LED VERTICAL	SEMANAL	VINHETA	AI	10"	R$ 2.520,00								1																										4	13.440	R$ 10.080,00	1%
SP	RMSP	SÃO BERNARDO DO CAMPO	810.729	AMPLILUME	FRONT LIGHT	Rod. Imigrantes, km. 24+000	MENSAL	LONA	AM	25 x 8	R$ 4.370,00																	1																1	1	R$ 4.370,00	0%
SP	RMSP	OSASCO	728.615	VEX PAINÉIS	PAINEL DE LED	km014+500CASTELLOBRANCO	MENSAL	VINHETA	AK	10"	R$ 48.000,00																	1																1	21.600	R$ 48.000,00	4%
SP	RMSP	MOGI DAS CRUZES	451.505	AURUM	OUTDOOR	VIAS DE GRANDE FLUXO DA CIDADE	BI SEMANA	LONA	AM	9,0 x 3,15	R$ 5.850,00																	1																1	1	R$ 5.850,00	0%
TOTAL NOVEMBRO																																										565.846	R$ 670.400,00	

TOTAL GERAL	1.375.398	R$ 2.463.554,44

Anexo 6 – Programação SP Interior Mídia Exterior

Estado	Região Administrativa	Município	População	Veículo	Modal	Ativo	Periodicidade	Material	Peça	Formato	Custo Unitário Tabela	SETEMBRO T 1	Q 2	Q 3	S 4	S 5	D 6	S 7	T 8	Q 9	Q 10	S 11	S 12	D 13	S 14	T 15	Q 16	Q 17	S 18	S 19	D 20	S 21	T 22	Q 23	Q 24	S 25	S 26	D 27	S 28	T 29	Q 30	Total Telas	Total Inserções	Custo Total Tabela	SHARE DE INVESTIMENTO (NA PRAÇA)
SP	Campinas	Campinas	1.213.792	ELETROMIDIA	ABRIGO DE ÔNIBUS	CIRCUITO COBERTURA 5 - 50 FACES	SEMANAL	PAPEL	AO	1,20 x 1,75	R$ 69.877,50										1																						50	50	R$ 69.877,50	9%
SP		Campinas	1.213.792	NEOOH	TERMINAL RODOVIÁRIO	CIRCUITO TELAS DIGITAIS - EMBARQUE/DESEMBARQUE - 30 FACES	SEMANAL	VINHETA	AN	10"	R$ 30.000,00																	1																	30	75.600	R$ 30.000,00	4%
SP		Campinas	1.213.792	NEOOH	TERMINAL RODOVIÁRIO	MEGA TESTEIRAS* - PLATAFORMA DE EMBARQUE/DESEMBARQUE - 3 FACES	MENSAL	ADESIVO	AQ	8,0 x 1,20 / 12,0 x 1,20	R$ 102.000,00																	1																	3	3	R$ 102.000,00	12%
SP		Campinas	1.213.792	VEX PAINÉIS	FRONT LIGHT	BANDEIRANTES KM 092+000 B01	MENSAL	LONA	AP	15 x 5	R$ 34.650,00																	1																	1	1	R$ 34.650,00	4%
SP		Jundiaí	423.006	NEOOH	TERMINAL RODOVIÁRIO	TOTENS DIGITAIS - SAGUÃO/BIL - 3 FACES	SEMANAL	VINHETA	AN	10"	R$ 8.000,00																	1																	3	7.560	R$ 8.000,00	1%
SP		Jundiaí	423.006	VEX PAINÉIS	FRONT LIGHT	BANDEIRANTES KM 051+500 B01	MENSAL	LONA	AP	18 x 7	R$ 34.650,00																	1																	1	1	R$ 34.650,00	4%
SP		Americana	244.370	IDEAL	OUTDOOR	VIAS DE GRANDE FLUXO DA CIDADE	BISSEMANA	LONA	AQ	9 x 3	R$ 2.050,00																													2					2	2	R$ 4.100,00	1%
SP		Santa Bárbara D'oeste	183.347	IDEAL	OUTDOOR	VIAS DE GRANDE FLUXO DA CIDADE	MENSAL	LONA	AQ	9 x 3	R$ 2.050,00																	1																	1	1	R$ 2.050,00	0%
SP		Limeira	310.783	VEX PAINÉIS	FRONT LIGHT	ANHANGUERA KM 135+000 B01	MENSAL	LONA	AP	18 x 6	R$ 34.650,00																	1																	1	1	R$ 34.650,00	4%
SP	Sorocaba	Sorocaba	723.682	ELETROMIDIA	PAINEL DE LED	ABRIGO SOROCABA CIRCUITO COMPLETO - 11 FACES	SEMANAL	VINHETA	AN	10"	R$ 14.850,00										1																						11	56.364	R$ 14.850,00	2%
SP		Sorocaba	723.682	ELETROMIDIA	PAINEL DE LED	BRT SOROCABA CIRCUITO COMPLETO - 90 FACES- 1/2 COTA	SEMANAL	VINHETA	AN	10"	R$ 47.555,10										1																						90	1	R$ 47.555,10	6%
SP		Itu	175.568	VEX PAINÉIS	FRONT LIGHT	DOM GABRIEL PAULINO BUENO COUTO KM 094+000 B01	MENSAL	LONA	AP	18 x 6	R$ 34.650,00																	1																	1	1	R$ 34.650,00	4%
SP		Salto	134.319	MIDIA PAINEIS	OUTDOOR	VIAS DE GRANDE FLUXO DA CIDADE	BISSEMANA	LONA	AQ	9 x 3	R$ 2.050,00																													1					1	1	R$ 2.050,00	0%
SP		Votorantim	127.923	MIDIA PAINEIS	OUTDOOR	VIAS DE GRANDE FLUXO DA CIDADE	BISSEMANA	LONA	AQ	9 x 3	R$ 2.345,00																													1					1	1	R$ 2.345,00	0%
SP		Votorantim	127.923	IMAGEM SOROCABA	OUTDOOR	VIAS DE GRANDE FLUXO DA CIDADE	BISSEMANA	LONA	AQ	9 x 3	R$ 5.700,00																													1					1	1	R$ 5.700,00	1%
SP		Tatuí	122.967	MIDIA PAINEIS	OUTDOOR	VIAS DE GRANDE FLUXO DA CIDADE	BISSEMANA	LONA	AQ	9 x 3	R$ 2.050,00																													1					1	1	R$ 2.050,00	0%
SP	Ribeirão Preto	Ribeirão Preto	698.259	NEOOH	TERMINAL RODOVIÁRIO	TELAS DIGITAIS - EMBARQUE/DESEMBARQUE - 5 FACES	SEMANAL	VINHETA	AN	10"	R$ 8.877,00										1																						5	12.600	R$ 8.877,00	1%
SP		Ribeirão Preto	698.259	NEOOH	TERMINAL RODOVIÁRIO	TOTENS DIGITAIS DUPLA FACE - EMBARQUE/DESEMBARQUE - 6 FACES	SEMANAL	VINHETA	AN	10"	R$ 9.000,00										1																						6	15.120	R$ 9.000,00	1%
SP		Ribeirão Preto	698.259	MULTI MEIOS	FRONT LIGHT	RODOVIA ANHANGUERA KM 295 - SENTIDO RIBEIRÃO PRETO	MENSAL	LONA	AQ	21 x 7	R$ 10.000,00																	1																	1	1	R$ 10.000,00	1%
SP		Franca	352.537	VEX PAINÉIS	FRONT LIGHT	CÂNDIDO PORTINARI KM 365+000 A01	MENSAL	LONA	AP	21 x 7	R$ 34.650,00																	1																	1	1	R$ 34.650,00	4%
SP		Franca	352.537	PAINEW	OUTDOOR	VIAS DE GRANDE FLUXO DA CIDADE	BISSEMANA	LONA	AQ	9 x 3	R$ 3.100,00																													1					1	1	R$ 3.100,00	0%
SP		Sertãozinho	126.887	PAINEW	OUTDOOR	VIAS DE GRANDE FLUXO DA CIDADE	BISSEMANA	LONA	AQ	9 x 3	R$ 3.100,00																													1					1	1	R$ 3.100,00	0%
SP	São José do Rio Preto	São José do Rio Preto	480.439	VEX PAINÉIS	FRONT LIGHT	WASHINGTON LUIZ KM 418+500 B01	MENSAL	LONA	AP	18 x 6	R$ 34.650,00																	1																	1	1	R$ 34.650,00	4%
SP		São José do Rio Preto	480.439	J SILVA	OUTDOOR	VIAS DE GRANDE FLUXO DA CIDADE	BISSEMANA	LONA	AQ	9 x 3	R$ 2.854,00																													1					1	1	R$ 2.854,00	0%
SP	Bauru	Bauru	379.297	I MIDIA	FRONT LIGHT	VIAS DE GRANDE FLUXO DA CIDADE	MENSAL	LONA	AQ	15 x 5	R$ 26.350,00																	1																	1	1	R$ 26.350,00	3%
SP		Botucatu	148.130	ALLDOOR	OUTDOOR	VIAS DE GRANDE FLUXO DA CIDADE	BISSEMANA	LONA	AQ	9 x 3	R$ 1.500,00																													1					1	1	R$ 1.500,00	0%
SP	Marília	Marília	240.590	GRUPO INTERIOR	OUTDOOR	VIAS DE GRANDE FLUXO DA CIDADE	BISSEMANA	LONA	AQ	9 x 3	R$ 1.500,00																													1					1	1	R$ 1.500,00	0%
SP		Assis	101.409	GRUPO INTERIOR	OUTDOOR	VIAS DE GRANDE FLUXO DA CIDADE	BISSEMANA	LONA	AQ	9 x 3	R$ 1.500,00																													1					1	1	R$ 1.500,00	0%
SP		Presidente Prudente	234.706	SETE SETE MIDIA	OUTDOOR	VIAS DE GRANDE FLUXO DA CIDADE	BISSEMANA	LONA	AQ	9 x 3	R$ 2.450,00																													1					1	1	R$ 2.450,00	0%
SP		Presidente Prudente	234.706	SETE SETE MIDIA	FRONT LIGHT	MEGA FRONT LIGHT	MENSAL	LONA	AQ	18 x 3	R$ 16.500,00																	1																	1	1	R$ 16.500,00	2%
SP	Araçatuba	Araçatuba	198.129	I MIDIA	FRONT LIGHT	FRONT LIGHT - A DEFINIR	MENSAL	LONA	AQ	9 x 3	R$ 26.350,00																	1																	1	1	R$ 26.350,00	3%
SP		Birigui	118.979	I MIDIA	FRONT LIGHT	FRONT LIGHT - A DEFINIR	MENSAL	LONA	AQ	9 x 3	R$ 26.350,00																	1																	1	1	R$ 26.350,00	3%
SP	São José dos Campos	São José dos Campos	697.428	NEOOH	TERMINAL RODOVIÁRIO	TOTENS DIGITAIS - EMBARQUE/DESEMBARQUE - 6 FACES	SEMANAL	VINHETA	AN	10"	R$ 6.625,00											1																						6	15.120	R$ 6.625,00	1%
SP		São José dos Campos	697.428	MULTI MEIOS	FRONT LIGHT	Rodovia Presidente Dutra, KM 180 + 500 - Sentido São José dos Campos	MENSAL	LONA	AQ	15 x 5	R$ 15.000,00																	1																	1	1	R$ 15.000,00	2%
SP		São José dos Campos	697.428	EMPLAC	OUTDOOR	VIAS DE GRANDE FLUXO DA CIDADE	BISSEMANA	LONA	AQ	9 x 3	R$ 2.500,00																													1					1	1	R$ 2.500,00	0%
SP		Taubaté	320.820	EMPLAC	OUTDOOR	VIAS DE GRANDE FLUXO DA CIDADE	BISSEMANA	LONA	AQ	9 x 3	R$ 2.500,00																													1					1	1	R$ 2.500,00	0%
SP		Taubaté	320.820	VEX PAINÉIS	FRONT LIGHT	PRESIDENTE DUTRA KM 107+477 A01	MENSAL	LONA	AP	18 x 6	R$ 34.650,00																	1																	1	1	R$ 34.650,00	4%
SP		Pindamonhangaba	170.132	MULTI MEIOS	FRONT LIGHT	RODOVIA FLORIANO RODRIGUES PINHEIRO KM 10 - SENTIDO SÃO PAULO	MENSAL	LONA	AQ	15 x 5	R$ 15.000,00																	1																	1	1	R$ 15.000,00	2%
SP	Registro	Registro	56.393	QUADRO MIDIA	OUTDOOR	VIAS DE GRANDE FLUXO DA CIDADE	BISSEMANA	LONA	AQ	9 x 3	R$ 2.073,60																													1					1	1	R$ 2.073,60	0%
SP		Pariquera-Açu	19.723	QUADRO MIDIA	OUTDOOR	VIAS DE GRANDE FLUXO DA CIDADE	BISSEMANA	LONA	AQ	9 x 3	R$ 2.073,60																													1					1	1	R$ 2.073,60	0%
SP	Itapeva	Itapeva	92.393	ALLDOOR	OUTDOOR	VIAS DE GRANDE FLUXO DA CIDADE	BISSEMANA	LONA	AQ	9 x 3	R$ 1.500,00																													1					1	1	R$ 1.500,00	0%
SP		Barretos	122.485	I MIDIA	FRONT LIGHT	VIAS DE GRANDE FLUXO DA CIDADE	MENSAL	LONA	AQ	9 x 3	R$ 26.350,00																	1																	1	1	R$ 26.350,00	3%
SP		Barretos	122.485	I MIDIA	OUTDOOR	VIAS DE GRANDE FLUXO DA CIDADE	BISSEMANA	LONA	AQ	9 x 3	R$ 6.857,15																													1					1	1	R$ 6.857,15	1%
SP		Bebedouro	77.555	I MIDIA	OUTDOOR	VIAS DE GRANDE FLUXO DA CIDADE	BISSEMANA	LONA	AQ	9 x 3	R$ 6.857,15																													1					1	1	R$ 6.857,15	1%
SP	Araraquara	Araraquara	242.228	I MIDIA	FRONT LIGHT	VIAS DE GRANDE FLUXO DA CIDADE	MENSAL	LONA	AQ	9 x 3	R$ 26.350,00																	1																	1	1	R$ 26.350,00	3%
SP		São Carlos	254.484	I MIDIA	FRONT LIGHT	VIAS DE GRANDE FLUXO DA CIDADE	MENSAL	LONA	AQ	9 x 3	R$ 32.500,00																	1																	1	1	R$ 32.500,00	4%
TOTAL SETEMBRO																																									242	182.456	R$ 818.745,10	100%

Estado	Região Administrativa	Município	População	Veículo	Modal	Ativo	Periodicidade	Material	Peça	Formato	Custo Unitário Tabela	OUTUBRO Q 1	S 2	S 3	D 4	S 5	T 6	Q 7	Q 8	S 9	S 10	D 11	S 12	T 13	Q 14	Q 15	S 16	S 17	D 18	S 19	T 20	Q 21	Q 22	S 23	S 24	D 25	S 26	T 27	Q 28	Q 29	S 30	S 31	Total Telas	Total Inserções	Custo Total Tabela	SHARE DE INVESTIMENTO (NA PRAÇA)
SP		Campinas	1.213.792	VEX PAINÉIS	FRONT LIGHT	BANDEIRANTES KM 088+000 A01	MENSAL	LONA	AP	15 x 5	R$ 34.650,00																1																	1	1	R$ 34.650,00	4%
SP		Campinas	1.213.792	CME	FRONT LIGHT	RODOVIA SP 73, KM 8,5 - CAMPINAS	MENSAL	LONA	AQ	15 x 5	R$ 24.800,00																1																	1	1	R$ 24.800,00	3%
SP		Jundiaí	423.006	NEOOH	TERMINAL RODOVIÁRIO	TOTENS DIGITAIS - SAGUÃO/BIL - 3 FACES	SEMANAL	VINHETA	AN	10"	R$ 8.000,00																													1					3	7.560	R$ 8.000,00	1%
SP		Jundiaí	423.006	VEX PAINÉIS	FRONT LIGHT	BANDEIRANTES KM 064+500 B01	MENSAL	LONA	AP	18 x 6	R$ 34.650,00																1																	1	1	R$ 34.650,00	4%
SP		Americana	244.370	IDEAL	OUTDOOR	VIAS DE GRANDE FLUXO DA CIDADE	BISSEMANA	LONA	AQ	9 x 3	R$ 2.050,00																													1					1	1	R$ 2.050,00	0%
SP		Sorocaba	723.682	IMAGEM SOROCABA	FRONT LIGHT	VIAS DE GRANDE FLUXO DA CIDADE	MENSAL	LONA	AQ	9 x 4	R$ 17.700,00																1																	1	1	R$ 17.700,00	2%
SP		Itu	175.568	AMPLILUME	FRONT LIGHT	ROD. CASTELO BRANCO, KM 72+500	MENSAL	LONA	AQ	8 x 4	R$ 45.500,00																1																	1	1	R$ 45.500,00	6%
SP		Salto	134.319	MIDIA PAINEIS	OUTDOOR	VIAS DE GRANDE FLUXO DA CIDADE	BISSEMANA	LONA	AQ	9 x 3	R$ 2.050,00										1																						1					1	1	R$ 2.050,00	0%
SP		Votorantim	127.923	MIDIA PAINEIS	OUTDOOR	VIAS DE GRANDE FLUXO DA CIDADE	BISSEMANA	LONA	AQ	9 x 3	R$ 2.345,00										1																						1					1	1	R$ 2.345,00	0%
SP		Votorantim	127.923	IMAGEM SOROCABA	OUTDOOR	VIAS DE GRANDE FLUXO DA CIDADE	BISSEMANA	LONA	AQ	9 x 3	R$ 5.700,00										1																						1					1	1	R$ 5.700,00	1%
SP		Tatuí	122.967	MIDIA PAINEIS	OUTDOOR	VIAS DE GRANDE FLUXO DA CIDADE	BISSEMANA	LONA	AQ	9 x 3	R$ 2.050,00										1																						1					1	1	R$ 2.050,00	0%
SP		Ribeirão Preto	698.259	VEX PAINÉIS	FRONT LIGHT	ANHANGUERA KM 111+000 A01	MENSAL	LONA	AP	12 x 4	R$ 34.650,00																1																	1	1	R$ 34.650,00	4%
SP		Franca	352.537	PAINEW	OUTDOOR	VIAS DE GRANDE FLUXO DA CIDADE	BISSEMANA	LONA	AQ	9 x 3	R$ 3.100,00										1																						1					1	1	R$ 3.100,00	0%
SP		Sertãozinho	126.887	PAINEW	OUTDOOR	VIAS DE GRANDE FLUXO DA CIDADE	BISSEMANA	LONA	AQ	9 x 3	R$ 3.100,00										1																						1					1	1	R$ 3.100,00	0%
SP		São José do Rio Preto	480.439	J SILVA	FRONT LIGHT	FRONT LIGHT RODOVIÁRIO - A DEFINIR	MENSAL	LONA	AQ	15 x 5	R$ 12.469,00																1																	1	1	R$ 12.469,00	2%
SP		São José do Rio Preto	480.439	J SILVA	OUTDOOR	VIAS DE GRANDE FLUXO DA CIDADE	BISSEMANA	LONA	AQ	9 x 3	R$ 2.854,00										1																						1					1	1	R$ 2.854,00	0%
SP		Jaú	133.497	I MIDIA	FRONT LIGHT	FRONT LIGHT - A DEFINIR	MENSAL	LONA	AQ	15 x 5	R$ 26.350,00																1																	1	1	R$ 26.350,00	3%
SP		Botucatu	148.130	ALLDOOR	OUTDOOR	VIAS DE GRANDE FLUXO DA CIDADE	BISSEMANA	LONA	AQ	9 x 3	R$ 1.500,00										1																						1					1	1	R$ 1.500,00	0%
SP	Marília	Marília	240.590	GRUPO INTERIOR	OUTDOOR	VIAS DE GRANDE FLUXO DA CIDADE	BISSEMANA	LONA	AQ	9 x 3	R$ 1.500,00										1																						1					1	1	R$ 1.500,00	0%
SP		Assis	101.409	GRUPO INTERIOR	OUTDOOR	VIAS DE GRANDE FLUXO DA CIDADE	BISSEMANA	LONA	AQ	9 x 3	R$ 1.500,00										1																						1					1	1	R$ 1.500,00	0%
SP		Presidente Prudente	234.706	SETE SETE MIDIA	OUTDOOR	VIAS DE GRANDE FLUXO DA CIDADE	BISSEMANA	LONA	AQ	9 x 3	R$ 2.450,00										1																						1					1	1	R$ 2.450,00	0%
SP		São José dos Campos	697.428	VEX PAINÉIS	FRONT LIGHT	DOM PEDRO I KM 082+000 B01	MENSAL	LONA	AP	12 x 4	R$ 34.650,00																1																	1	1	R$ 34.650,00	4%
SP		São José dos Campos	697.428	EMPLAC	OUTDOOR	VIAS DE GRANDE FLUXO DA CIDADE	BISSEMANA	LONA	AQ	9 x 3	R$ 2.500,00										1																						1					1	1	R$ 2.500,00	0%
SP		Taubaté	320.820	EMPLAC	OUTDOOR	VIAS DE GRANDE FLUXO DA CIDADE	BISSEMANA	LONA	AQ	9 x 3	R$ 2.500,00										1																						1					1	1	R$ 2.500,00	0%
SP	Registro	Registro	56.393	QUADRO MIDIA	OUTDOOR	VIAS DE GRANDE FLUXO DA CIDADE	BISSEMANA	LONA	AQ	9 x 3	R$ 2.073,60										1																						1					1	1	R$ 2.073,60	0%
SP		Pariquera-Açu	19.723	QUADRO MIDIA	OUTDOOR	VIAS DE GRANDE FLUXO DA CIDADE	BISSEMANA	LONA	AQ	9 x 3	R$ 2.073,60										1																						1					1	1	R$ 2.073,60	0%
SP	Itapeva	Itapeva	92.393	ALLDOOR	OUTDOOR	VIAS DE GRANDE FLUXO DA CIDADE	BISSEMANA	LONA	AQ	9 x 3	R$ 1.500,00										1																						1					1	1	R$ 1.500,00	0%
SP		Barretos	122.485	I MIDIA	OUTDOOR	VIAS DE GRANDE FLUXO DA CIDADE	BISSEMANA	LONA	AQ	9 x 3	R$ 6.857,15										1																						1					1	1	R$ 6.857,15	1%
SP		Bebedouro	77.555	I MIDIA	OUTDOOR	VIAS DE GRANDE FLUXO DA CIDADE	BISSEMANA	LONA	AQ	9 x 3	R$ 6.857,15										1																						1					1	1	R$ 6.857,15	1%
SP		São Carlos	254.484	I MIDIA	FRONT LIGHT	VIAS DE GRANDE FLUXO DA CIDADE	MENSAL	LONA	AQ	15 x 5	R$ 26.350,00																1																	1	1	R$ 26.350,00	3%
TOTAL OUTUBRO																																									32	7.589	R$ 354.329,50	

Estado	Região Administrativa	Município	População	Veículo	Modal	Ativo	Periodicidade	Material	Peça	Formato	Custo Unitário Tabela	NOVEMBRO D 1	S 2	T 3	Q 4	Q 5	S 6	S 7	D 8	S 9	T 10	Q 11	Q 12	S 13	S 14	D 15	S 16	T 17	Q 18	Q 19	S 20	S 21	D 22	S 23	T 24	Q 25	Q 26	S 27	S 28	D 29	S 30	Total Telas	Total Inserções	Custo Total Tabela	SHARE DE INVESTIMENTO (NA PRAÇA)
SP		Campinas	1.213.792	VEX PAINÉIS	FRONT LIGHT	DOM PEDRO I KM 125+100 A01	MENSAL	LONA	AP	20 X 6	R$ 34.650,00																1																	1	1	R$ 34.650,00	4%
SP		Campinas	1.213.792	AMPLILUME	FRONT LIGHT	BANDEIRANTES KM 092+000 B01	MENSAL	LONA	AQ	15 x 5	R$ 45.500,00																1																	1	1	R$ 45.500,00	6%
SP		Jundiaí	423.006	INTELIGÊNCIA DE MIDIA	FRONT LIGHT	PAINEL RODOVIÁRIO - A DEFINIR	MENSAL	LONA	AQ	15 x 5	R$ 26.350,00																1																	1	1	R$ 26.350,00	3%
SP		Americana	244.370	IDEAL	OUTDOOR	CARTAZ LONADO - A DEFINIR	BISSEMANA	LONA	AQ	9 x 3	R$ 2.050,00																													1					1	1	R$ 2.050,00	0%
SP	Sorocaba	Sorocaba	723.682	ELETROMIDIA	PAINEL DE LED	ABRIGO SOROCABA CIRCUITO COMPLETO - 11 FACES	SEMANAL	VINHETA	AN	10"	R$ 14.850,00																													1					11	56.364	R$ 14.850,00	2%
SP		São José dos Campos	697.428	VEX PAINÉIS	FRONT LIGHT	GOVERNADOR CARVALHO PINTO KM 117+000 A01	MENSAL	LONA	AP	21 x 7	R$ 34.650,00																1																	1	1	R$ 34.650,00	4%
TOTAL NOVEMBRO																																									19	55.369	R$ 158.050,00	
TOTAL GERAL																																									293	246.414	R$ 1.331.124,60	

Anexo 7 – Programação SP Litoral Mídia Exterior

Estado	Região Administrativa	Município	População	Veículo	Modal	Ativo	Periodicidade	Material	Peça	Formato	Custo Unitário Tabela	SETEMBRO																																		Total Telas	Total Inserções	Custo Total Tabela	SHARE DE INVESTIMENTO (NA PRAÇA)
												T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q				
												1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30				
SP	Litoral Sul (Baixada Santista)	Santos	418.608	INTELIGÊNCIA DE MÍDIA	MOBILIÁRIO URBANO	MUB TOTEM ESTÁTICO	MENSAL	PAPEL	AS	1,22 X 1,77	R$ 6.428,58																				10													10	10	R$ 64.285,80	17%
SP		Santos	418.608	INTELIGÊNCIA DE MÍDIA	MOBILIÁRIO URBANO	MUB TOTEM DIGITAL	MENSAL	VINHETA	AR	10"	R$ 7.285,72																				10													10	150.000	R$ 72.857,20	19%
SP		Santos	418.608	PROVIS	EMPENA CEGA DIGITAL	EMPENA DIGITAL	SEMANAL	VINHETA	AR	10"	R$ 5.500,00										1																								1	7.000	R$ 5.500,00	1%
SP		Praia Grande	330.845	IMIDIA	FRONT LIGHT	VIAS DE GRANDE FLUXO DA CIDADE	MENSAL	LONA	AT	10 x 4	R$ 26.350,00																				1													1	1	R$ 26.350,00	7%
SP		Guarujá	322.750	INTELIGÊNCIA DE MÍDIA	FRONT LIGHT	MEGA PAINEL ILUM - A DEFINIR	MENSAL	LONA	AT	9 x 3	R$ 26.350,00																				1													1	1	R$ 26.350,00	7%
SP		Cubatão	131.626	PS MEDIA (Q MEDIA)	OUTDOOR	CARTAZ LONADO - A DEFINIR	BISSEMANA	LONA	AT	9 x 3	R$ 15.506,00																															1			1	1	R$ 15.506,00	4%
SP	Litoral Norte	Caraguatatuba	134.875	PROVIS	FRONT LIGHT	PAINEL ESTÁTICO - MARTIM DE SÁ E PRAINHA	BISSEMANA	LONA	AT	8 x 3	R$ 15.750,00																															1			1	1	R$ 15.750,00	4%
SP		Caraguatatuba	134.875	PROVIS	MOBILIÁRIO URBANO	MUB ESTÁTICO	SEMANAL	PS2 MM	AT	1,05 x 1,70	R$ 2.200,00										10																								10	10	R$ 22.000,00	6%
SP		Caraguatatuba	134.875	AMPLILUME	FRONT LIGHT	FRONT LIGHT - AV. RIO BRANCO 383	MENSAL	LONA	AT	9 x 4,5	R$ 35.500,00																				1													1	1	R$ 35.500,00	9%
SP		Ubatuba	91.824	Provis	PAINEL ESTÁTICO	VIAS DE GRANDE FLUXO DA CIDADE	SEMANAL	LONA	AT	9 X 3	R$ 3.300,00										1									1													1	2	R$ 6.600,00	2%
SP		São Sebastião	81.540	PROVIS	MOBILIÁRIO URBANO	MUB ESTÁTICO	SEMANAL	PS2 MM	AT	1,05 x 1,70	R$ 2.500,00										10									10													10	20	R$ 50.000,00	13%
SP		São Sebastião	81.540	PROVIS	MOBILIÁRIO URBANO	MUB DIGITAL ORLA	SEMANAL	VINHETA	AR	10"	R$ 5.250,00										8																								8	28.000	R$ 42.000,00	11%
TOTAL SETEMBRO																																											55	185.047	R$ 382.699,00	

Estado	Região Administrativa	Município	População	Veículo	Modal	Ativo	Periodicidade	Material	Peça	Formato	Custo Unitário Tabela	OUTUBRO																																			Total Telas	Total Inserções	Custo Total Tabela	SHARE DE INVESTIMENTO (NA PRAÇA)
												Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S				
												1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31				
SP		Santos	418.608	PROVIS	EMPENA CEGA DIGITAL	EMPENA DIGITAL	SEMANAL	VINHETA	AR	10"	R$ 5.500,00										1																									1	7.000	R$ 5.500,00	1%
SP		Praia Grande	330.845	OUT TV	FRONT LIGHT	VIAS DE GRANDE FLUXO DA CIDADE	MENSAL	LONA	AT	9 X 3	R$ 18.000,00																				1														1	1	R$ 18.000,00	5%
SP		Guarujá	322.750	PROVIS	MOBILIÁRIO URBANO	MUB DIGITAL ORLA	SEMANAL	VINHETA	AR	10"	R$ 5.250,00										10																									10	35.000	R$ 52.500,00	14%
SP		Cubatão	131.626	PS MEDIA (Q MEDIA)	OUTDOOR	CARTAZ LONADO - A DEFINIR	BISSEMANA	LONA	AT	9 x 3	R$ 15.506,00											1																								1	1	R$ 15.506,00	4%
SP		Ubatuba	91.824	CME	FRONT LIGHT	PAINEL RODOVIÁRIO - RODOVIA RIO SANTOS KM 57, PRAIA DA TONINHAS	MENSAL	LONA	AU	9 x 6	R$ 26.000,00																																		1	1	R$ 26.000,00	7%
SP		Ubatuba	91.824	Provis	PAINEL ESTÁTICO	VIAS DE GRANDE FLUXO DA CIDADE	SEMANAL	LONA	AT	9 X 3	R$ 3.300,00										1																									1	1	R$ 3.300,00	1%
SP		São Sebastião	81.540	PROVIS	MOBILIÁRIO URBANO	MUB ESTÁTICO	SEMANAL	PS2 MM	AT	1,05 x 1,70	R$ 2.500,00										10																									10	10	R$ 25.000,00	7%
SP		São Sebastião	81.540	PROVIS	MOBILIÁRIO URBANO	MUB DIGITAL ORLA	SEMANAL	VINHETA	AR	10"	R$ 5.250,00										8																									8	28.000	R$ 42.000,00	11%
TOTAL OUTUBRO																																												33	70.014	R$ 187.806,00	

Estado	Região Administrativa	Município	População	Veículo	Modal	Ativo	Periodicidade	Material	Peça	Formato	Custo Unitário Tabela	NOVEMBRO																																			Total Telas	Total Inserções	Custo Total Tabela	SHARE DE INVESTIMENTO (NA PRAÇA)
												D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S				
												1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30				
SP		Ubatuba	91.824	Provis	PAINEL ESTÁTICO	PAINEL ESTÁTICO - A DEFINIR	SEMANAL	LONA	AT	9 X 3	R$ 3.300,00					1																														1	1	R$ 3.300,00	1%
SP		São Sebastião	81.540	PROVIS	MOBILIÁRIO URBANO	MUB ESTÁTICO	SEMANAL	PS2 MM	AT	1,05 x 1,70	R$ 2.500,00					10																														10	10	R$ 25.000,00	7%
TOTAL NOVEMBRO																																												11	11	R$ 28.300,00	
TOTAL GERAL																																													99	255.072	R$ 598.805,00	

Anexo 8 – Programação de Rádios Jornalísticas RMSP AS AB 25+

Estado	Região Administrativa	Município	População	Emissora	Formato/Duração	PEÇA	Horário Início	Horário Final	Custo Unitário Tabela	SETEMBRO																																				Total Inserções	Custo Total Tabela	OPM. #	AFIN%	SHARE DE AUDIÊNCIA	TOTAL DE IMPACTOS	SHARE DE INVESTIMENTO
										T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q									
										1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30									
SP	RMSP	São Paulo	11.895.578	BAND NEWS FM	30"	R	06:00	09:20	R$ 13.434,00								3	3	2				3	3	3																		17	R$ 228.378,00	33.789,94	177,48	48%	574.429	49%
SP	RMSP	São Paulo	11.895.578	CBN	30"	R	06:00	10:00	R$ 16.442,00								2	2	2				2	2	2																		12	R$ 197.304,00	30.965,33	214,38	44%	371.584	42%
SP	RMSP	São Paulo	11.895.578	CLASSIC PAN	30"	R	06:00	07:00	R$ 7.370,00								1	1	1				1	1	1																		6	R$ 44.220,00	5.404,06	191,17	8%	32.424	9%
TOTAL SETEMBRO										0	0	0	0	0	0	0	6	6	5	0	0	0	6	6	6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	35	R$ 469.902,00				978.437	

Estado	Região Administrativa	Município	População	Emissora	Formato/Duração	PEÇA	Horário Início	Horário Final	Custo Unitário Tabela	OUTUBRO																																				Total Inserções	Custo Total Tabela	OPM. #	AFIN%	SHARE DE AUDIÊNCIA	TOTAL DE IMPACTOS	SHARE DE INVESTIMENTO
										Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S									
										1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31									
SP	RMSP	São Paulo	11.895.578	BAND NEWS FM	30"	R	06:00	19:00	R$ 13.434,00						3	2	2																											7	R$ 94.038,00	33.789,94	177,48	48%	236.530	47%
SP	RMSP	São Paulo	11.895.578	CBN	30"	R	06:00	10:00	R$ 16.442,00						2	2	1																											5	R$ 82.210,00	30.965,33	214,38	44%	154.827	41%
SP	RMSP	São Paulo	11.895.578	CLASSIC PAN	30"	R	06:00	07:00	R$ 7.370,00						1	1	1																											3	R$ 22.110,00	5.404,06	191,17	8%	16.212	11%
TOTAL OUTUBRO										0	0	0	0	0	6	5	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	15	R$ 198.358,00				407.568	

Estado	Região Administrativa	Município	População	Emissora	Formato/Duração	PEÇA	Horário Início	Horário Final	Custo Unitário Tabela	NOVEMBRO																																				Total Inserções	Custo Total Tabela	OPM. #	AFIN%	SHARE DE AUDIÊNCIA	TOTAL DE IMPACTOS	SHARE DE INVESTIMENTO
										D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S									
										1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30									
SP	RMSP	São Paulo	11.895.578	BAND NEWS FM	30"	R	06:00	19:00	R$ 13.434,00			3	2	2																														7	R$ 94.038,00	33.789,94	177,48	48%	236.530	47%
SP	RMSP	São Paulo	11.895.578	CBN	30"	R	06:00	10:00	R$ 16.442,00			2	2	1																														5	R$ 82.210,00	30.965,33	214,38	44%	154.827	41%
SP	RMSP	São Paulo	11.895.578	CLASSIC PAN	30"	R	06:00	07:00	R$ 7.370,00			1	1	1																														3	R$ 22.110,00	5.404,06	191,17	8%	16.212	11%
TOTAL NOVEMBRO										0	0	6	5	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	15	R$ 198.358,00				407.568	

| TOTAL GERAL | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Anexo 9 – Programação de Rádios Público Geral SP AS ABCDE 18+

Estado	Região Administrativa	Município	População	Emissora	Formato/ Duração	PEÇA	Horário Início	Horário Final	Custo Unitário Tabela	SETEMBRO																																		Total Inserções	Custo Total Tabela	OPM. #	AFIN%	SHARE DE AUDIÊNCIA	TOTAL DE IMPACTOS	SHARE DE INVESTIMENTO
										T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q									
										1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30									
SP	RMSP	São Paulo	11.895.578	89 FM	30"	O	06:00	19:00	R$ 4.448,00								3	3	3	2				3	2	3	2															21	R$ 93.408,00	82.595	101,85	8%	1.734.496	8%
SP	RMSP	São Paulo	11.895.578	ALPHA FM	30"	O	06:00	19:00	R$ 5.760,00								3	4	3	4				3	3	3	3															26	R$ 149.760,00	130.839	101,98	12%	3.401.822	12%
SP	RMSP	São Paulo	11.895.578	ANTENA 1 FM	30"	O	06:00	20:00	R$ 6.617,00								3	3	3	2				3	2	2	2															20	R$ 132.340,00	118.958	101,93	11%	2.379.150	11%
SP	RMSP	São Paulo	11.895.578	BAND FM	30"	O	06:00	19:00	R$ 4.270,00								4	5	5	5				4	4	5	4															36	R$ 153.720,00	133.362	100,75	13%	4.801.048	13%
SP	RMSP	São Paulo	11.895.578	GAZETA FM	30"	O	06:00	19:00	R$ 2.968,00								5	4	5	4				5	4	5	4															36	R$ 106.848,00	92.972	99,94	9%	3.346.987	9%
SP	RMSP	São Paulo	11.895.578	JOVEM PAN FM	30"	O	06:00	19:00	R$ 13.892,00								2	1	1	1				1	1	1	1															9	R$ 125.028,00	105.340	100,78	10%	948.061	10%
SP	RMSP	São Paulo	11.895.578	KISS FM	30"	O	06:00	19:00	R$ 3.900,00								3	4	3	3				3	3	3	3															25	R$ 97.500,00	87.662	101,97	8%	2.191.546	8%
SP	RMSP	São Paulo	11.895.578	METROPOLITANA YES FM	30"	O	06:00	19:00	R$ 6.240,00								2	3	2	3				2	2	2	2															18	R$ 112.320,00	94.341	100,39	9%	1.698.141	9%
SP	RMSP	São Paulo	11.895.578	NATIVA FM	30"	O	06:00	19:00	R$ 3.624,00								4	4	4	4				4	3	4	4															31	R$ 112.344,00	99.986	101,20	9%	3.099.579	9%
SP	RMSP	São Paulo	11.895.578	TRANSCONTINENTAL FM	30"	O	06:00	19:00	R$ 3.717,00								4	5	4	5				4	4	4	4															34	R$ 126.378,00	107.067	101,18	10%	3.640.285	10%
TOTAL SETEMBRO										0	0	0	0	0	0	0	33	36	33	33	0	0	0	32	28	32	29	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	256	R$ 1.209.646,00				27.241.114	

Estado	Região Administrativa	Município	População	Emissora	Formato/ Duração	PEÇA	Horário Início	Horário Final	Custo Unitário Tabela	OUTUBRO																																			Total Inserções	Custo Total Tabela	OPM. #	AFIN%	SHARE DE AUDIÊNCIA	TOTAL DE IMPACTOS	SHARE DE INVESTIMENTO
										Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S									
										1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31									
SP	RMSP	São Paulo	11.895.578	89 FM	30"	O	06:00	19:00	R$ 4.448,00						3	2	2																										7	R$ 31.136,00	82.595	101,85	8%	578.165	8%
SP	RMSP	São Paulo	11.895.578	ALPHA FM	30"	O	06:00	19:00	R$ 5.760,00						3	2	3																										8	R$ 46.080,00	130.839	101,98	12%	1.046.714	12%
SP	RMSP	São Paulo	11.895.578	ANTENA 1 FM	30"	O	06:00	20:00	R$ 6.617,00						2	2	2																										6	R$ 39.702,00	118.958	101,93	11%	713.745	10%
SP	RMSP	São Paulo	11.895.578	BAND FM	30"	O	06:00	19:00	R$ 4.270,00						4	4	4																										12	R$ 51.240,00	133.362	100,75	13%	1.600.349	13%
SP	RMSP	São Paulo	11.895.578	GAZETA FM	30"	O	06:00	19:00	R$ 2.968,00						4	4	3																										11	R$ 32.648,00	92.972	99,94	9%	1.022.690	9%
SP	RMSP	São Paulo	11.895.578	JOVEM PAN FM	30"	O	06:00	19:00	R$ 13.892,00						1	1	1																										3	R$ 41.676,00	105.340	100,78	10%	316.020	11%
SP	RMSP	São Paulo	11.895.578	KISS FM	30"	O	06:00	19:00	R$ 3.900,00						3	3	2																										8	R$ 31.200,00	87.662	101,97	8%	701.295	8%
SP	RMSP	São Paulo	11.895.578	METROPOLITANA YES FM	30"	O	06:00	19:00	R$ 6.240,00						2	2	2																										6	R$ 37.440,00	94.341	100,39	9%	566.047	10%
SP	RMSP	São Paulo	11.895.578	NATIVA FM	30"	O	06:00	19:00	R$ 3.624,00						3	3	3																										9	R$ 32.616,00	99.986	101,20	9%	899.878	9%
SP	RMSP	São Paulo	11.895.578	TRANSCONTINENTAL FM	30"	O	06:00	19:00	R$ 3.717,00						4	3	3																										10	R$ 37.170,00	107.067	101,18	10%	1.070.672	10%
TOTAL OUTUBRO										0	0	0	0	0	29	26	25	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	80	R$ 380.908,00				8.515.576	

Estado	Região Administrativa	Município	População	Emissora	Formato/ Duração	PEÇA	Horário Início	Horário Final	Custo Unitário Tabela	NOVEMBRO																																			Total Inserções	Custo Total Tabela	OPM. #	AFIN%	SHARE DE AUDIÊNCIA	TOTAL DE IMPACTOS	SHARE DE INVESTIMENTO
										D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S									
										1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30									
SP	RMSP	São Paulo	11.895.578	89 FM	30"	O	06:00	19:00	R$ 4.448,00			3	2	2																												7	R$ 31.136,00	82.595	101,85	8%	578.165	8%
SP	RMSP	São Paulo	11.895.578	ALPHA FM	30"	O	06:00	19:00	R$ 5.760,00			3	2	3																												8	R$ 46.080,00	130.839	101,98	12%	1.046.714	12%
SP	RMSP	São Paulo	11.895.578	ANTENA 1 FM	30"	O	06:00	19:00	R$ 6.617,00			2	2	2																												6	R$ 39.702,00	118.958	101,93	11%	713.745	10%
SP	RMSP	São Paulo	11.895.578	BAND FM	30"	O	06:00	19:00	R$ 4.270,00			4	4	4																												12	R$ 51.240,00	133.362	100,75	13%	1.600.349	13%
SP	RMSP	São Paulo	11.895.578	GAZETA FM	30"	O	06:00	19:00	R$ 2.968,00			4	4	3																												11	R$ 32.648,00	92.972	99,94	9%	1.022.690	9%
SP	RMSP	São Paulo	11.895.578	JOVEM PAN FM	30"	O	06:00	19:00	R$ 13.892,00			1	1	1																												3	R$ 41.676,00	105.340	100,78	10%	316.020	11%
SP	RMSP	São Paulo	11.895.578	KISS FM	30"	O	06:00	19:00	R$ 3.900,00			3	3	2																												8	R$ 31.200,00	87.662	101,97	8%	701.295	8%
SP	RMSP	São Paulo	11.895.578	METROPOLITANA YES FM	30"	O	06:00	19:00	R$ 6.240,00			2	2	2																												6	R$ 37.440,00	94.341	100,39	9%	566.047	10%
SP	RMSP	São Paulo	11.895.578	NATIVA FM	30"	O	06:00	19:00	R$ 3.624,00			3	3	3																												9	R$ 32.616,00	99.986	101,20	9%	899.878	9%
SP	RMSP	São Paulo	11.895.578	TRANSCONTINENTAL FM	30"	O	06:00	19:00	R$ 3.717,00			4	3	3																												10	R$ 37.170,00	107.067	101,18	10%	1.070.672	10%
TOTAL NOVEMBRO										0	0	29	26	25	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	80	R$ 380.908,00				8.515.576	

TOTAL GERAL	416	R$ 1.971.462,00	44.272.266

Anexo 10 A – Programação de Rádios Público Geral SP Interior AS ABCDE 18+

Estado	Região Administrativa	Município	População	Emissora	Formato/Duração	PEÇA	Horário Início	Horário Final	Custo Unitário Tabela	SETEMBRO																														Total Inserções	Custo Total Tabela	OPM. #	SHARE DE AUDIÊNCIA	TOTAL DE IMPACTOS	SHARE DE INVESTIMENTO	
										T 1	Q 2	Q 3	S 4	S 5	D 6	S 7	T 8	Q 9	Q 10	S 11	S 12	D 13	S 14	T 15	Q 16	Q 17	S 18	S 19	D 20	S 21	T 22	Q 23	Q 24	S 25	S 26	D 27	S 28	T 29	Q 30							
SP	Araçatuba	Araçatuba	198.129	BAND FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 239,00								1	1	1	1			1		1		1													7	R$ 1.673,00				0,4%	
SP		Araçatuba	198.129	CULTURA FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 123,40								1	1	1	1			1		1		1													7	R$ 863,80				0,2%	
SP		Araçatuba	198.129	NOVA BRASIL FM	30"	P	09:00	20:00	R$ 88,00								1	1	1	1			1		1		1													7	R$ 616,00				0,2%	
SP		Araçatuba	198.129	VIVA FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 191,27								1	1	1	1			1		1		1													7	R$ 1.338,89				0,3%	
SP		Araçatuba/Birigui	198.129	NATIVA FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 150,00								1	1	1	1			1		1		1													7	R$ 1.050,00				0,3%	
SP		Birigui	118.979	PÉROLA FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 22,50								1	1	1	1			1		1		1													7	R$ 157,50				0,0%	
SP	Araraquara/São Carlos	Araraquara	242.228	EPFM	30"	P	06:00	19:00	R$ 194,00								1	1	1	1			1		1		1													7	R$ 1.358,00				0,4%	
SP		Araraquara	242.228	99.5 FM (EX+MORADA FM)	30"	P	07:00	19:00	R$ 800,00								1	1	1	1			1		1		1													7	R$ 5.600,00				1,5%	
SP		Araraquara	242.228	NATIVA FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 311,00								1	1	1	1			1		1		1													7	R$ 2.177,00				0,6%	
SP		São Carlos	254.484	91.1 SERTANEJA FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 493,00								1		1				1		1															4	R$ 1.972,00	2.577,01	15,5%	10.308,04	18,0%	2,9%
SP		São Carlos	254.484	CLUBE FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 510,00								2	2	2	2			2		2		1													13	R$ 6.630,00	10.187,37	61,2%	132.435,81	60,5%	
SP		São Carlos	254.484	EPFM	30"	P	06:00	19:00	R$ 194,00								1	2	1	1			1		2															8	R$ 1.552,00	2.491,02	15,0%	19.928,16	14,2%	
SP		São Carlos	254.484	JOVEM PAN FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 398,00									1		1																				2	R$ 796,00	1.399,51	8,4%	2.799,02	7,3%	
SP	Barretos/S Joaquim da Barra	Barretos	122.485	BAND FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 165,00								1	1	1	1			1		1		1													7	R$ 1.155,00				0,3%	
SP		Barretos	122.485	CLUBE FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 298,80								1	1	1	1			1		1		1													7	R$ 2.091,60				0,5%	
SP		Barretos	122.485	JORNAL FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 253,30								1	1	1	1			1		1		1													7	R$ 1.773,10				0,5%	
SP		Barretos	122.485	JOVEM PAN FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 145,00								1	1	1	1			1		1		1													7	R$ 1.015,00				0,3%	
SP		Barretos	122.485	JOVEM PAN NEWS	30"	P	06:00	19:00	R$ 139,00								1	1	1	1			1		1		1													7	R$ 973,00				0,3%	
SP		Bebedouro	77.555	IGUATEMI FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 192,00								1	1	1	1			1		1		1													7	R$ 1.344,00				0,4%	
SP		Bebedouro	77.555	MASSA FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 250,00								1	1	1	1			1		1		1													7	R$ 1.750,00				0,5%	
SP	Bauru	Bauru	379.297	94 FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 500,00								1		1				1		1															4	R$ 2.000,00	4.460,04	15,9%	17.840,16	14,6%	
SP		Bauru	379.297	96 FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 260,00								1	1	1	1			1		1		1													7	R$ 1.820,00	3.750,50	13,4%	26.253,50	13,3%	
SP		Bauru	379.297	AURI VERDE FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 282,00								1		1				1																	3	R$ 846,00	1.949,39	6,9%	5.848,17	6,2%	3,6%
SP		Bauru	379.297	JOVEM PAN FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 360,00									1		1																				2	R$ 720,00	1.216,02	4,3%	2.432,04	5,2%	
SP		Bauru	379.297	NATIVA FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 418,00								3	3	2	3			2		3		2													18	R$ 7.524,00	15.137,77	53,9%	272.479,86	54,8%	
SP		Bauru	379.297	TOP FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 270,00									1		1				1																	3	R$ 810,00	1.576,84	5,6%	4.730,52	5,9%	
SP		Botucatu	148.130	CLUBE FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 200,00								1	1	1	1			1		1		1													7	R$ 1.400,00				0,4%	
SP		Botucatu	148.130	CRIATIVA FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 123,20								1	1	1	1			1		1		1													7	R$ 862,40				0,2%	
SP		Botucatu	148.130	CULTURA FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 123,20								1	1	1	1			1		1		1													7	R$ 862,40				0,2%	
SP		Botucatu	148.130	MUNICIPALISTA FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 60,00								1	1	1	1			1		1		1													7	R$ 420,00				0,1%	
SP		Jaú	133.497	ANTENA 1	30"	P	06:00	20:00	R$ 143,00								1	1	1	1			1		1		1													7	R$ 1.001,00				0,3%	
SP		Lins	78.503	BAND FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 99,00								1	1	1	1			1		1		1													7	R$ 693,00				0,2%	
SP		Lins	78.503	CLUBE FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 200,00								1	1	1	1			1		1		1													7	R$ 1.400,00				0,4%	
SP		Lins	78.503	ESPERANÇA FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 198,00								1	1	1	1			1		1		1													7	R$ 1.386,00				0,4%	
SP	Campinas	Americana	244.370	GOLD FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 260,00								1	1	1	1			1		1		1													7	R$ 1.820,00				0,5%	
SP		Americana	244.370	VOX FM	30"	P	05:00	23:00	R$ 1.358,55								1	1	1	1			1		1		1													7	R$ 9.516,85				2,5%	
SP		Campinas	1.213.792	ANTENA 1	30"	P	06:00	20:00	R$ 1.350,00								1	2	1	1			1		1		1													8	R$ 10.800,00	10.113,58	13,4%	80.908,64	12,9%	
SP		Campinas	1.213.792	BAND FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 1.863,00								1	1	1	1			1		1		1													7	R$ 13.041,00	11.342,62	15,0%	79.398,34	15,6%	
SP		Campinas	1.213.792	CBN	30"	P	06:00	10:00	R$ 777,00								1		1	1			1		1		1													6	R$ 4.662,00	3.925,26	5,2%	23.551,56	5,6%	
SP		Campinas	1.213.792	CIDADE FM 92.5	30"	P	07:00	19:00	R$ 1.265,00								1	1	1	1			1		1		1													6	R$ 7.590,00	7.367,41	9,7%	44.204,46	9,1%	
SP		Campinas	1.213.792	EDUCADORA FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 1.596,00								1	2	1	1			1		1		1													8	R$ 12.768,00	11.723,92	15,5%	93.791,36	15,3%	
SP		Campinas	1.213.792	JOVEM PAN FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 557,00								2	3	2	3			2		3		3													18	R$ 10.026,00	8.978,93	11,9%	161.620,74	12,0%	21,7%
SP		Campinas	1.213.792	JOVEM PAN NEWS FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 1.034,00								1		1				1		1															4	R$ 4.136,00	3.760,11	5,0%	15.040,44	5,0%	
SP		Campinas	1.213.792	LASER FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 1.265,00								1	1	1	1			1		1		1													7	R$ 8.855,00	8.046,48	10,6%	56.325,36	10,6%	
SP		Campinas	1.213.792	NATIVA FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 1.522,00									1	1	1			1		1															5	R$ 7.610,00	6.950,67	9,2%	34.753,35	9,1%	
SP		Campinas	1.213.792	NOVA BRASIL FM	30"	P	09:00	20:00	R$ 652,30								1	1	1	1					1		1													6	R$ 3.913,80	3.378,70	4,5%	20.272,20	4,7%	
SP		Jundiaí	423.006	DUMONT FM	30"	P	06:00	20:00	R$ 880,00								1	1	1	1			1		1		1													7	R$ 6.160,00	5.793,40	100,0%	40.553,80	1,6%	
SP		Limeira	310.783	104 FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 310,00								1	1	1	1			1		1		1													7	R$ 2.170,00			0,00	0,6%	
SP		Limeira	310.783	EDUCADORA FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 535,00								1	1	1	1			1		1		1													7	R$ 3.745,00			0,00	1,0%	
SP		Limeira	310.783	ESTEREO SOM	30"	P	06:00	19:00	R$ 960,00								1	1	1	1			1		1		1													7	R$ 6.720,00			0,00	1,8%	
SP		Limeira	310.783	JORNAL FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 736,90								1	1	1	1			1		1		1													7	R$ 5.158,30			0,00	1,3%	
SP		Limeira	310.783	LIMEIRA FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 701,80								1	1	1	1			1		1		1													7	R$ 4.912,60			0,00	1,3%	
SP		Limeira	310.783	MELHOR FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 166,20								1	1	1	1			1		1		1													7	R$ 1.163,40			0,00	0,3%	
SP		Santa Bárbara do Oeste	183.347	LUZES FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 270,00								1	1	1	1			1		1		1													7	R$ 1.890,00			0,00	0,5%	
SP	Itapeva	Itapeva	90	JOVEM PAN FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 100,00								1	1	1	1			1		1		1													7	R$ 700,00			0,00	0,2%	
SP	Marília	Assis	101.409	CULTURA FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 77,00								1	1	1	1			1		1		1													7	R$ 539,00			0,00	0,1%	
SP		Assis	101.409	DIFUSORA DE ASSIS 102.7 FM	30"	P	06:30	22:00	R$ 72,22								1	1	1	1			1		1		1													7	R$ 505,54			0,00	0,1%	
SP		Marília	240.590	CLUBE DE MARÍLIA	30"	P	06:00	19:00	R$ 398,75								1	1	1	1			1		1		1													7	R$ 2.791,25			0,00	0,7%	
SP		Marília	240.590	CONECTA FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 318,00								1	1	1	1			1		1		1													7	R$ 2.226,00			0,00	0,6%	
SP		Marília	240.590	ITAIPÚ FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 438,62								1	1	1	1			1		1		1													7	R$ 3.070,34			0,00	0,8%	
SP		Marília	240.590	JOVEM PAN FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 180,00								1	1	1	1			1		1		1													7	R$ 1.260,00			0,00	0,3%	
SP		Marília	240.590	NATIVA FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 430,00								1	1	1	1			1		1		1													7	R$ 3.010,00			0,00	0,8%	
SP		Dracena	47.043	95 FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 30,00								1	1	1	1			1		1		1													7	R$ 210,00			0,00	0,1%	
SP		Dracena	47.043	JOVEM PAN FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 112,00								1	1	1	1			1		1		1													7	R$ 784,00			0,00	0,2%	
SP		Dracena	47.043	LIBERAL 92 FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 110,00								1	1	1	1			1		1		1													7	R$ 770,00			0,00	0,2%	
SP		Dracena	47.043	MIX FM (SINAL ALTA PAULISTA)	30"	P	06:00	19:00	R$ 145,00								1	1	1	1			1		1		1													7	R$ 1.015,00			0,00	0,3%	
SP		Presidente Prudente	234.706	98 FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 218,24								1	1	1	1			1		1		1													7	R$ 1.527,68			0,00	0,4%	
SP		Presidente Prudente	234.706	JOVEM PAN FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 154,00								1	1	1	1			1		1		1													7	R$ 1.078,00			0,00	0,3%	
SP		Presidente Prudente	234.706	ONDA VIVA FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 240,00								1	1	1	1			1		1		1													7	R$ 1.680,00			0,00	0,4%	
SP	Registro	Registro	56.393	REGIONAL FM	30"	P	06:00	20:00	R$ 90,00								1	1	1	1			1		1		1													7	R$ 630,00			0,00	0,2%	
SP	Ribeirão Preto	Franca	352.537	ESTÚDIO 1 FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 625,00								1	1	1	1			1		1		1													7	R$ 4.375,00			0,00	1,1%	
SP		Franca	352.537	HERTZ FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 625,00								1	1	1	1			1		1		1													7	R$ 4.375,00			0,00	1,1%	
SP		Franca	352.537	HERTZ 101.7 FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 625,00								1	1	1	1			1		1		1													7	R$ 4.375,00			0,00	1,1%	
SP		Ribeirão Preto	698.259	106 FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 1.002,00								1	1	1	1			2		1		1													8	R$ 8.016,00	9.170,55	13,7%	73.364,40	14,3%	
SP		Ribeirão Preto	698.259	CLUBE	30"	P	07:00	19:00	R$ 1.642,00								1	1	1	1			1		1		1													7	R$ 11.494,00	14.229,22	21,3%	99.604,54	20,5%	
SP		Ribeirão Preto	698.259	CLUBE 1	30"	P	07:00	19:00	R$ 1.147,00									1		1																				2	R$ 2.294,00	2.296,04	3,4%	4.592,08	4,1%	
SP		Ribeirão Preto	698.259	CBN	30"	P	06:00	10:00	R$ 418,00								1	1	1	1			1																	5	R$ 2.090,00	2.321,48	3,5%	11.607,40	3,7%	
SP		Ribeirão Preto	698.259	CONQUISTA FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 1.294,00								1	1	1	1			1		1															6	R$ 7.764,00	9.040,19	13,5%	54.241,14	13,8%	
SP		Ribeirão Preto	698.259	DIÁRIO FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 1.022,00								1		1				1		1															4	R$ 4.088,00	4.263,51	6,4%	17.054,04	7,3%	14,6%
SP		Ribeirão Preto	698.259	JOVEM PAN FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 167,00								4	4	4	4			5		5		5													31	R$ 5.177,00	7.142,15	10,7%	221.406,65	9,2%	
SP		Ribeirão Preto	698.259	MEGA FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 1.291,00								1	1	1	1			1		1		1													7	R$ 9.037,00	10.531,42	15,8%	73.719,94	16,1%	
SP		Ribeirão Preto	698.259	MELODY FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 1.002,00								1	1	1				1																	4	R$ 4.008,00	5.180,68	7,8%	20.722,72	7,1%	
SP		Ribeirão Preto	698.259	NOVA BRASIL FM	30"	P	09:00	20:00	R$ 122,10								2	3	2	3			2		3		3													18	R$ 2.197,80	2.852,48	4,0%	47.744,28	3,9%	
SP	São José do Rio Preto	Catanduva	122.497	BAND FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 160,00								1	1	1	1			1		1		1													7	R$ 1.120,00			0,00	0,3%	
SP		Catanduva	122.497	JOVEM PAN FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 45,00								1	1	1	1			1		1		1													7	R$ 315,00			0,00	0,1%	
SP		Catanduva	122.497	NATIVA FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 212,00								1	1	1	1			1		1		1													7	R$ 1.484,00			0,00	0,4%	
SP		São José do Rio Preto	480.439	40 GRAUS FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 513,00								1	1	1				1		1															5	R$ 2.565,00	2.805,83	8,6%	14.029,15	8,0%	
SP		São José do Rio Preto	480.439	BAND FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 510,00								2	2	2	2			2		1		2													13	R$ 6.630,00	6.986,46	21,4%	90.823,98	20,8%	
SP		São José do Rio Preto	480.439	DIÁRIO FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 498,00								1	1	1	1			1		2		1													8	R$ 3.984,00	4.193,50	12,8%	33.548,00	12,5%	
SP		São José do Rio Preto	480.439	E MAIS FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 250,00											1					1															3	R$ 750,00	732,77	2,2%	2.198,31	2,4%	
SP		São José do Rio Preto	480.439	INTERATIVA FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 306,00								1	1	1	1					1		1													6	R$ 1.848,00	1.744,59	5,3%	10.467,54	5,6%	8,3%
SP		São José do Rio Preto	480.439	JOVEM PAN FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 294,00								1	1	1	1			2		1		1													8	R$ 2.352,00	2.519,18	7,7%	20.153,44	7,4%	
SP		São José do Rio Preto	480.439	KBOING FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 670,00								1	2	1	1			1		2		1													9	R$ 6.030,00	5.818,52	17,8%	52.366,68	18,9%	
SP		São José do Rio Preto	480.439	LIDER FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 401,65								1		1				1		1															4	R$ 1.606,60	1.647,35	5,0%	6.589,40	5,0%	
SP		São José do Rio Preto	480.439	MIX FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 260,00								1	1		1					1		1													5	R$ 1.300,00	1.130,95	3,5%	5.654,75	4,1%	
SP		São José do Rio Preto	480.439	NATIVA FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 483,00								1	2	1	2			1		2		1													10	R$ 4.830,00	5.101,82	15,6%	51.018,20	15,1%	
SP	São José dos Campos	Pindamonhangaba	170.132	107 FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 246,50								1	1	1	1			1		1		1													7	R$ 1.725,50			0,00		0,4%
SP		Pindamonhangaba	170.132	ÓTIMA FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 220,00								1	1	1	1			1		1		1													7	R$ 1.540,00			0,00		0,4%

Anexo 10 B – Programação de Rádios Público Geral SP Interior AS ABCDE 18+

Estado	Região Administrativa	Município	População	Emissora	Formato/Duração	PEÇA	Horário Início	Horário Final	Custo Unitário Tabela	SETEMBRO																																Total Inserções	Custo Total Tabela	OPM. #	SHARE DE AUDIÊNCIA	TOTAL DE IMPACTOS	SHARE DE INVESTIMENTO	
										T 1	Q 2	Q 3	S 4	S 5	D 6	S 7	T 8	Q 9	Q 10	S 11	S 12	D 13	S 14	T 15	Q 16	Q 17	S 18	S 19	D 20	S 21	T 22	Q 23	Q 24	S 25	S 26	D 27	S 28	T 29	Q 30								
SP		São José dos Campos	697.428	ANTENA 1	30"	P	06:00	20:00	R$ 331,00							1	2	1	1			2		1		1														9	R$ 2.979,00	5.909,04	12,6%	53.181,36	12,4%	
SP		São José dos Campos	697.428	BAND VALE SÃO JOSÉ DOS CAMPOS	30"	P	06:00	19:00	R$ 648,00							1		1				1				1														4	R$ 2.592,00	4.655,46	10,0%	18.621,84	10,8%	
SP		São José dos Campos	697.428	JOVEM PAN FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 300,00							1	2	1	2			1	2	2																11	R$ 3.300,00	6.777,66	14,5%	74.554,26	13,7%	
SP		São José dos Campos	697.428	MIX FM (VALE DO PARAIBA)	30"	P	06:00	19:00	R$ 195,00							1		1				1	1																	4	R$ 780,00	1.696,84	3,6%	6.787,36	3,2%	6,3%
SP		São José dos Campos	697.428	NATIVA FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 622,00							1	1	1	1			2	1	1																8	R$ 4.976,00	9.350,48	20,0%	74.803,84	20,7%	
SP		São José dos Campos	697.428	ÓTIMA FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 255,00							4	3	4	3			5	5	5																29	R$ 7.395,00	14.415,00	30,8%	418.035,00	30,7%	
SP		São José dos Campos	697.428	STEREO VALE FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 515,00							1		1				1		1																4	R$ 2.060,00	3.953,37	8,5%	15.813,48	8,6%	
SP		Taubaté	320.820	MIX FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 325,00							1	1	1	1			1	1	1																7	R$ 2.275,00			0,00		0,6%
SP	Sorocaba	Itú	175.568	CIDADE FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 150,00							1	1	1	1			1	1	1																7	R$ 1.050,00			0,00		0,3%
SP		Salto	134.319	90 FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 70,00							1	1	1	1			1	1	1																7	R$ 490,00			0,00		0,1%
SP		Sorocaba	723.682	ANTENA 1	30"	P	06:00	20:00	R$ 453,00							2	2	2	3			2	2	2																15	R$ 6.795,00	9.507,97	23,1%	142.619,55	22,3%	
SP		Sorocaba	723.682	BAND FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 431,00							2	3	2	2			3	3	3																18	R$ 7.758,00	10.343,33	25,1%	186.179,94	25,4%	
SP		Sorocaba	723.682	CLASS FM	30"	P	06:00	22:00	R$ 784,00								1																							1	R$ 784,00	1.210,66	2,9%	1.210,66	2,6%	
SP		Sorocaba	723.682	CRUZEIRO FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 572,00							1		1					1	1																4	R$ 2.288,00	2.595,07	6,3%	10.380,28	7,5%	7,9%
SP		Sorocaba	723.682	JOVEM PAN FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 463,00							1	2	1	1			2	2	1																10	R$ 4.630,00	6.209,52	15,1%	62.095,20	15,2%	
SP		Sorocaba	723.682	TOP FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 532,00							1	1	1	1			1	1	1																7	R$ 3.724,00	5.236,96	12,7%	36.658,72	12,2%	
SP		Sorocaba	723.682	VANGUARDA FM	30"	P	06:00	22:00	R$ 755,00							1	1	1	1				1	1																6	R$ 4.530,00	6.090,61	14,8%	36.543,66	14,8%	
SP		Tatuí	122.967	107 FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 440,00							1	1	1	1			1	1	1																7	R$ 3.080,00			0,00		0,8%
SP		Tatuí	122.967	NOTÍCIAS FM 98.3	30"	P	07:00	19:00	R$ 400,00							1	1	1	1			1	1	1																7	R$ 2.800,00			0,00		0,7%
SP		Tatuí	122.967	TERNURA FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 400,00							1	1	1	1			1	1	1																7	R$ 2.800,00			0,00		0,7%
SP		Tatuí	122.967	VALE VERDE FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 490,00							1	1	1	1			1	1	1																7	R$ 3.430,00			0,00		0,9%
TOTAL SETEMBRO										0	0	0	0	0	0	0	126	132	125	124	0	0	129	0	134	0	117	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	887	R$ 383.972,35			0,00		

Estado	Região Administrativa	Município	População	Emissora	Formato/Duração	PEÇA	Horário Início	Horário Final	Custo Unitário Tabela	OUTUBRO																																	Total Inserções	Custo Total Tabela	OPM. #	SHARE DE AUDIÊNCIA	TOTAL DE IMPACTOS	SHARE DE INVESTIMENTO	
										Q 1	S 2	S 3	D 4	S 5	T 6	Q 7	Q 8	S 9	S 10	D 11	S 12	T 13	Q 14	Q 15	S 16	S 17	D 18	S 19	T 20	Q 21	Q 22	S 23	S 24	D 25	S 26	T 27	Q 28	Q 29	S 30	S 31							
SP	Araçatuba	Araçatuba	198.129	BAND FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 239,00						1	1	1	1																						4	R$ 956,00			0,00		0,4%
SP		Araçatuba	198.129	CULTURA FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 123,40						1	1	1	1																						4	R$ 493,60			0,00		0,2%
SP		Araçatuba	198.129	NOVA BRASIL FM	30"	P	09:00	20:00	R$ 88,00						1	1	1	1																						4	R$ 352,00			0,00		0,1%
SP		Araçatuba	198.129	VIVA FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 191,27						1	1	1	1																						4	R$ 765,08			0,00		0,3%
SP		Araçatuba/Birigui	198.129	NATIVA FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 150,00						1	1	1	1																						4	R$ 600,00			0,00		0,2%
SP		Birigui	118.979	PÉROLA FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 22,50						1	1	1	1																						4	R$ 90,00			0,00		0,0%
SP	Araraquara/São Carlos	Araraquara	242.228	EPFM	30"	P	06:00	19:00	R$ 194,00						1	1	1	1																						4	R$ 776,00			0,00		0,3%
SP		Araraquara	242.228	99,5 FM (EX+MORADA FM)	30"	P	07:00	19:00	R$ 800,00						1	1	1	1																						4	R$ 3.200,00			0,00		1,3%
SP		Araraquara	242.228	NATIVA FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 311,00						1	1	1	1																						4	R$ 1.244,00			0,00		0,5%
SP		São Carlos	254.484	91 FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 493,00						1		1	1																						3	R$ 1.479,00	2.577,01	15,5%	7.731,03	15,2%	
SP		São Carlos	254.484	CLUBE FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 510,00					1	3	2	3	3																						12	R$ 6.120,00	10.187,37	61,2%	122.248,44	62,7%	4,0%
SP		São Carlos	254.484	EPFM	30"	P	06:00	19:00	R$ 194,00						1	2	2	2																						7	R$ 1.358,00	2.491,02	15,0%	17.437,14	13,9%	
SP		São Carlos	254.484	JOVEM PAN FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 398,00							1		1																						2	R$ 796,00	1.399,51	8,4%	2.799,02	8,2%	
SP	Barretos/S Joaquim da Barra	Barretos	122.485	BAND FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 165,00						1	1	1	1																						4	R$ 660,00			0,00		0,3%
SP		Barretos	122.485	CLUBE FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 298,80						1	1	1	1																						4	R$ 1.195,20			0,00		0,5%
SP		Barretos	122.485	JORNAL FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 253,30						1	1	1	1																						4	R$ 1.013,20			0,00		0,4%
SP		Barretos	122.485	JOVEM PAN FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 145,00						1	1	1	1																						4	R$ 580,00			0,00		0,2%
SP		Barretos	122.485	JOVEM PAN NEWS	30"	P	06:00	19:00	R$ 139,00						1	1	1	1																						4	R$ 556,00			0,00		0,2%
SP		Bebedouro	77.555	IGUATEMI FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 192,00						1	1	1	1																						4	R$ 768,00			0,00		0,3%
SP		Bebedouro	77.555	MASSA FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 250,00						1	1	1	1																						4	R$ 1.000,00			0,00		0,4%
SP	Bauru	Bauru	379.297	94 FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 500,00						1	1	1	1																						4	R$ 2.000,00	4.460,04	15,9%	17.840,16	15,8%	
SP		Bauru	379.297	96 FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 260,00					2	1	1	1	1																						6	R$ 1.560,00	3.750,50	13,4%	22.503,00	12,4%	
SP		Bauru	379.297	AURI VERDE FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 282,00						1	1	1																						3	R$ 846,00	1.949,39	6,9%	5.848,17	6,7%	5,2%
SP		Bauru	379.297	JOVEM PAN FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 360,00									1		1																				2	R$ 720,00	1.216,02	4,3%	2.432,04	5,7%	
SP		Bauru	379.297	NATIVA FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 418,00					3	3	3	3	4																						18	R$ 6.688,00	15.137,77	53,9%	242.204,32	53,0%	
SP		Bauru	379.297	TOP FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 270,00							1	1		1																						3	R$ 810,00	1.576,84	5,6%	4.730,52	6,4%	
SP		Botucatu	148.130	CLUBE FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 200,00						1	1	1	1																						4	R$ 800,00			0,00		0,3%
SP		Botucatu	148.130	CRIATIVA FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 123,20						1	1	1	1																						4	R$ 492,80			0,00		0,2%
SP		Botucatu	148.130	CULTURA FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 123,20						1	1	1	1																						4	R$ 492,80			0,00		0,2%
SP		Botucatu	148.130	MUNICIPALISTA FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 60,00						1	1	1	1																						4	R$ 240,00			0,00		0,1%
SP		Jaú	133.497	ANTENA 1	30"	P	06:00	20:00	R$ 143,00						1	1	1	1																						4	R$ 572,00			0,00		0,2%
SP		Lins	78.503	BAND FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 99,00						1	1	1	1																						4	R$ 396,00			0,00		0,2%
SP		Lins	78.503	CLUBE FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 200,00						1	1	1	1																						4	R$ 800,00			0,00		0,3%
SP		Lins	78.503	ESPERANÇA FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 198,00						1	1	1	1																						4	R$ 792,00			0,00		0,3%
SP	Campinas	Americana	244.370	GOLD FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 260,00						1	1	1	1																						4	R$ 1.040,00			0,00		0,4%
SP		Americana	244.370	VOX FM	30"	P	05:00	23:00	R$ 1.359,55						1	1	1	1																						4	R$ 5.438,20			0,00		2,2%
SP		Campinas	1.213.792	ANTENA 1	30"	P	06:00	20:00	R$ 1.350,00					2	1	2	1	1																						7	R$ 9.450,00	10.113,56	13,4%	70.795,06	14,9%	
SP		Campinas	1.213.792	BAND FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 1.863,00					1	1	1	1	1																						5	R$ 9.315,00	11.342,62	15,0%	56.713,10	14,7%	
SP		Campinas	1.213.792	CBN	30"	P	06:00	10:00	R$ 777,00					1	1		1	1																						4	R$ 3.108,00	3.925,26	5,2%	15.701,04	4,9%	
SP		Campinas	1.213.792	CIDADE FM 92.5	30"	P	07:00	19:00	R$ 1.265,00					1	1	1	1	1																						5	R$ 6.325,00	7.367,41	9,7%	36.837,05	10,0%	
SP		Campinas	1.213.792	EDUCADORA FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 1.596,00					1	1	2	1	1																						6	R$ 9.576,00	11.723,92	15,5%	70.343,52	15,1%	26%
SP		Campinas	1.213.792	JOVEM PAN FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 557,00					2	2	3	2	3																						12	R$ 6.684,00	8.978,93	11,9%	107.747,16	10,6%	
SP		Campinas	1.213.792	JOVEM PAN NEWS FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 1.034,00					1	1		1																						3	R$ 3.102,00	3.760,11	5,0%	11.280,33	4,9%	
SP		Campinas	1.213.792	LASER FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 1.265,00					1	1	1	1	1																						5	R$ 6.325,00	8.046,48	10,6%	40.232,40	10,0%	
SP		Campinas	1.213.792	NATIVA FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 1.522,00					1			1	1																						4	R$ 6.088,00	6.950,67	9,2%	27.802,68	9,6%	
SP		Campinas	1.213.792	NOVA BRASIL FM	30"	P	09:00	20:00	R$ 652,30					1	1	1	1	1																						5	R$ 3.261,50	3.378,70	4,5%	16.893,50	5,2%	
SP		Jundiaí	423.006	DUMONT FM	30"	P	06:00	20:00	R$ 880,00							1	1	1	1																						4	R$ 3.520,00	5.793,40	100,0%	23.173,60		1,5%
SP		Limeira	310.783	104 FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 310,00							1	1	1	1																						4	R$ 1.240,00			0,00		0,5%
SP		Limeira	310.783	EDUCADORA FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 535,00							1	1	1	1																						4	R$ 2.140,00			0,00		0,9%
SP		Limeira	310.783	ESTEREO SOM	30"	P	06:00	19:00	R$ 960,00							1	1	1	1																						4	R$ 3.840,00			0,00		1,6%
SP		Limeira	310.783	JORNAL FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 736,90							1	1	1	1																						4	R$ 2.947,60			0,00		1,2%
SP		Limeira	310.783	LIMEIRA FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 701,80							1	1	1	1																						4	R$ 2.807,20			0,00		1,2%
SP		Limeira	310.783	MELHOR FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 166,20							1	1	1	1																						4	R$ 664,80			0,00		0,3%
SP		Santa Bárbara do Oeste	183.347	LUZES FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 270,00							1	1	1	1																						4	R$ 1.080,00			0,00		0,4%
SP	Itapeva	Itapeva	90	JOVEM PAN FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 100,00							1	1	1	1																						4	R$ 400,00			0,00		0,2%
SP	Marília	Assis	101.409	CULTURA FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 77,00							1	1	1	1																						4	R$ 308,00			0,00		0,1%
SP		Assis	101.409	DIFUSORA DE ASSIS 102.7 FM	30"	P	06:30	22:00	R$ 72,22							1	1	1	1																						4	R$ 288,88			0,00		0,1%
SP		Marília	240.590	CLUBE DE MARÍLIA	30"	P	06:00	19:00	R$ 398,75							1	1	1	1																						4	R$ 1.595,00			0,00		0,7%
SP		Marília	240.590	CONECTA FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 318,00							1	1	1	1																						4	R$ 1.272,00			0,00		0,5%
SP		Marília	240.590	ITAIPÚ FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 438,62							1	1	1	1																						4	R$ 1.754,48			0,00		0,7%
SP		Marília	240.590	JOVEM PAN FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 180,00							1	1	1	1																						4	R$ 720,00			0,00		0,3%
SP		Marília	240.590	NATIVA FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 430,00							1	1	1	1																						4	R$ 1.720,00			0,00		0,7%
SP		Dracena	47.043	95 FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 30,00							1	1	1	1																						4	R$ 120,00			0,00		0,0%
SP		Dracena	47.043	JOVEM PAN FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 112,00							1	1	1	1																						4	R$ 448,00			0,00		0,2%
SP		Dracena	47.043	LIBERAL 92 FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 110,00							1	1	1	1																						4	R$ 440,00			0,00		0,2%
SP		Dracena	47.043	MIX FM (SINAL ALTA PAULISTA)	30"	P	06:00	19:00	R$ 145,00							1	1	1	1																						4	R$ 580,00			0,00		0,2%
SP		Presidente Prudente	234.706	98 FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 218,24							1	1	1	1																						4	R$ 872,96			0,00		0,4%
SP		Presidente Prudente	234.706	JOVEM PAN FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 154,00							1	1	1	1																						4	R$ 616,00			0,00		0,3%
SP		Presidente Prudente	234.706	ONDA VIVA FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 240,00							1	1	1	1																						4	R$ 960,00			0,00		0,4%
SP	Registro	Registro	56.393	REGIONAL FM	30"	P	06:00	20:00	R$ 90,00							1	1	1	1																						4	R$ 360,00			0,00		0,1%
SP	Ribeirão Preto	Franca	352.537	ESTÚDIO 1 FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 625,00							1	1	1	1																						4	R$ 2.500,00			0,00		1,0%
SP		Franca	352.537	HERTZ FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 625,00							1	1	1	1																						4	R$ 2.500,00			0,00		1,0%
SP		Franca	352.537	HERTZ 101.7 FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 625,00							1	1	1	1																						4	R$ 2.500,00			0,00		1,0%

Anexo 10 C – Programação de Rádios Público Geral SP Interior AS ABCDE 18+

Estado	Região Administrativa	Município	População	Emissora	Formato/Duração	PEÇA	Horário Início	Horário Final	Custo Unitário Tabela	OUTUBRO																													Total Inserções	Custo Total Tabela	OPM. #	SHARE DE AUDIÊNCIA	TOTAL DE IMPACTOS	SHARE DE INVESTIMENTO	
										Q 1	S 2	S 3	D 4	S 5	T 6	Q 7	Q 8	S 9	S 10	D 11	S 12	T 13	Q 14	Q 15	S 16	S 17	D 18	S 19	T 20	Q 21	Q 22	S 23	S 24	D 25	S 26	T 27	Q 28	Q 29	S 30	S 31							
SP		Ribeirão Preto	698.259	106 FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 1.002,00						1	1	1	1																					4	R$ 4.008,00	9.170,55	13,7%	36.682,20	11,8%	
SP		Ribeirão Preto	698.259	CLUBE	30"	P	07:00	19:00	R$ 1.642,00						1	1	1	1																					4	R$ 6.568,00	14.229,22	19,3%	56.916,88	19,3%	
SP		Ribeirão Preto	698.259	CLUBE 1	30"	P	07:00	19:00	R$ 1.147,00							1																							1	R$ 1.147,00	2.296,04	3,4%	2.296,04	3,4%	
SP		Ribeirão Preto	698.259	CBN	30"	P	06:00	10:00	R$ 418,00						1	1	1	1																					4	R$ 1.672,00	2.321,48	3,5%	9.285,92	4,9%	
SP		Ribeirão Preto	698.259	CONQUISTA FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 1.294,00						1	1	1	1																					4	R$ 5.176,00	9.040,19	13,5%	36.160,76	15,2%	14,1%
SP		Ribeirão Preto	698.259	DIÁRIO FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 1.022,00						1		1																					2	R$ 2.044,00	4.263,51	6,4%	8.527,02	6,0%	
SP		Ribeirão Preto	698.259	JOVEM PAN FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 167,00						5	6	6	6																					23	R$ 3.841,00	7.142,15	10,7%	164.269,45	11,3%	
SP		Ribeirão Preto	698.259	MEGA FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 1.291,00						1	1	1	1																					4	R$ 5.164,00	10.531,42	15,8%	42.125,68	15,1%	
SP		Ribeirão Preto	698.259	MELODY FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 1.002,00						1	1	1																					3	R$ 3.006,00	5.180,68	7,8%	15.542,04	8,6%	
SP		Ribeirão Preto	698.259	NOVA BRASIL FM	30"	P	09:00	20:00	R$ 122,10						3	3	3	3																					12	R$ 1.465,20	2.652,46	4,0%	31.829,52	4,3%	
SP	São José do Rio Preto	Catanduva	122.497	BAND FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 160,00						1	1	1	1																					4	R$ 640,00			0,00		0,3%
SP		Catanduva	122.497	JOVEM PAN FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 45,00						1	1	1	1																					4	R$ 180,00			0,00		0,1%
SP		Catanduva	122.497	NATIVA FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 212,00						1	1	1	1																					4	R$ 848,00			0,00		0,3%
SP		São José do Rio Preto	480.439	40 GRAUS FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 513,00						1	1	1																					3	R$ 1.539,00	2.805,83	8,6%	8.417,49	8,9%	
SP		São José do Rio Preto	480.439	BAND FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 510,00						2	2	2	2																					8	R$ 4.080,00	6.886,46	21,4%	55.891,68	23,5%	
SP		São José do Rio Preto	480.439	DIÁRIO FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 498,00						2	1	1	1																					5	R$ 2.490,00	4.193,50	12,8%	20.967,50	14,3%	
SP		São José do Rio Preto	480.439	E MAIS FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 250,00							1		1																					2	R$ 500,00	732,77	2,2%	1.465,54	2,9%	
SP		São José do Rio Preto	480.439	INTERATIVA FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 308,00						1		1	1																					3	R$ 924,00	1.744,59	5,3%	5.233,77	5,3%	7,2%
SP		São José do Rio Preto	480.439	JOVEM PAN FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 294,00						1	1	1	1																					4	R$ 1.176,00	2.519,18	7,7%	10.076,72	6,8%	
SP		São José do Rio Preto	480.439	KBOING FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 670,00						1	1	1	1																					4	R$ 2.680,00	5.818,52	17,8%	23.274,08	15,4%	
SP		São José do Rio Preto	480.439	LIDER FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 401,65						1		1																					2	R$ 803,30	1.647,35	5,0%	3.294,70	4,6%	
SP		São José do Rio Preto	480.439	MIX FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 260,00						1	1		1																					3	R$ 780,00	1.130,95	3,5%	3.392,85	4,5%	
SP		São José do Rio Preto	480.439	NATIVA FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 483,00						1	2	1	1																					5	R$ 2.415,00	5.101,82	15,6%	25.509,10	13,9%	
SP	São José dos Campos	Pindamonhangaba	170.132	107 FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 246,50						1	1	1	1																					4	R$ 988,00			0,00		0,4%
SP		Pindamonhangaba	170.132	ÓTIMA FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 220,00						1	1	1	1																					4	R$ 880,00			0,00		0,4%
SP		São José dos Campos	697.428	ANTENA 1	30"	P	06:00	20:00	R$ 331,00						1	2	1	1																					5	R$ 1.655,00	5.809,04	12,6%	29.545,20	13,9%	
SP		São José dos Campos	697.428	BAND VALE SÃO JOSÉ DOS CAMPOS	30"	P	06:00	19:00	R$ 648,00						1		1																					2	R$ 1.296,00	4.655,46	10,0%	9.310,92	10,9%	
SP		São José dos Campos	697.428	JOVEM PAN	30"	P	06:00	19:00	R$ 300,00						1	2	1	1																					5	R$ 1.500,00	6.777,66	14,5%	33.888,30	12,6%	
SP		São José dos Campos	697.428	MIX FM (VALE DO PARAIBA)	30"	P	06:00	19:00	R$ 195,00						1		1																					2	R$ 390,00	1.696,84	3,6%	3.393,68	3,3%	5%
SP		São José dos Campos	697.428	NATIVA FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 622,00						1	1	1	1																					4	R$ 2.488,00	9.350,48	20,0%	37.401,92	20,9%	
SP		São José dos Campos	697.428	ÓTIMA FM	30"	P	08:00	19:00	R$ 255,00						4	4	3	3																					14	R$ 3.570,00	14.415,00	30,8%	201.810,00	29,9%	
SP		São José dos Campos	697.428	STEREO VALE FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 515,00						1		1																					2	R$ 1.030,00	3.953,37	8,5%	7.906,74	8,6%	
SP		Taubaté	320.820	MIX FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 325,00						1	1	1	1																					4	R$ 1.300,00			0,00		0,5%
SP	Sorocaba	Itú	175.568	CIDADE FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 150,00						1	1	1	1																					4	R$ 600,00			0,00		0,2%
SP		Salto	134.319	90 FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 70,00						1	1	1	1																					4	R$ 280,00			0,00		0,1%
SP		Sorocaba	723.682	ANTENA 1	30"	P	06:00	20:00	R$ 453,00						2	2	2	2																					8	R$ 3.624,00	9.507,97	23,1%	76.063,76	20,9%	
SP		Sorocaba	723.682	BAND FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 431,00						2	3	2	2																					9	R$ 3.879,00	10.343,33	25,1%	93.089,97	22,3%	
SP		Sorocaba	723.682	CLASS FM	30"	P	06:00	22:00	R$ 784,00							1																							1	R$ 784,00	1.210,66	2,9%	1.210,66	4,5%	
SP		Sorocaba	723.682	CRUZEIRO FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 572,00						1		1																						2	R$ 1.144,00	2.595,07	6,3%	5.190,14	6,6%	7%
SP		Sorocaba	723.682	JOVEM PAN FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 463,00						1	2	1	2																					6	R$ 2.778,00	6.209,52	15,1%	37.257,12	16,0%	
SP		Sorocaba	723.682	TOP FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 532,00						1	1	1	1																					4	R$ 2.128,00	5.236,96	12,7%	20.947,84	12,3%	
SP		Sorocaba	723.682	VANGUARDA FM	30"	P	06:00	22:00	R$ 755,00						1	1	1	1																					4	R$ 3.020,00	6.090,61	14,8%	24.362,44	17,4%	
SP		Tatuí	122.967	107 FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 440,00						1	1	1	1																					4	R$ 1.760,00			0,00		0,7%
SP		Tatuí	122.967	NOTÍCIAS FM 98.3	30"	P	07:00	19:00	R$ 400,00						1	1	1	1																					4	R$ 1.600,00			0,00		0,7%
SP		Tatuí	122.967	TERNURA FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 400,00						1	1	1	1																					4	R$ 1.600,00			0,00		0,7%
SP		Tatuí	122.967	VALE VERDE FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 490,00						1	1	1	1																					4	R$ 1.960,00			0,00		0,8%
TOTAL OUTUBRO										0	0	0	0	18	131	135	130	128	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	542	R$ 242.517,80			0,00		

Estado	Região Administrativa	Município	População	Emissora	Formato/Duração	PEÇA	Horário Início	Horário Final	Custo Unitário Tabela	NOVEMBRO																														Total Inserções	Custo Total Tabela	OPM. #	SHARE DE AUDIÊNCIA	TOTAL DE IMPACTOS	SHARE DE INVESTIMENTO	
										D 1	S 2	T 3	Q 4	Q 5	S 6	S 7	D 8	S 9	T 10	Q 11	Q 12	S 13	S 14	D 15	S 16	T 17	Q 18	Q 19	S 20	S 21	D 22	S 23	T 24	Q 25	Q 26	S 27	S 28	D 29	S 30							
SP	Araçatuba	Araçatuba	198.129	BAND FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 239,00			1	1	1																									3	R$ 717,00			0,00		0,4%
SP		Araçatuba	198.129	CULTURA FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 123,40			1	1	1																									3	R$ 370,20			0,00		0,2%
SP		Araçatuba	198.129	NOVA BRASIL FM	30"	P	09:00	20:00	R$ 88,00			1	1	1																									3	R$ 264,00			0,00		0,2%
SP		Araçatuba	198.129	VIVA FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 191,27			1	1	1																									3	R$ 573,81			0,00		0,3%
SP		Araçatuba/Birigui	198.129	NATIVA FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 150,00			1	1	1																									3	R$ 450,00			0,00		0,3%
SP		Birigui	118.979	PÉROLA FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 22,50			1	1	1																									3	R$ 67,50			0,00		0,0%
SP	Araraquara/São Carlos	Araraquara	242.228	EPFM	30"	P	06:00	19:00	R$ 194,00			1	1	1																									3	R$ 582,00			0,00		0,3%
SP		Araraquara	242.228	99.5 FM (EX+MORADA FM)	30"	P	07:00	19:00	R$ 800,00			1	1	1																									3	R$ 2.400,00			0,00		1,4%
SP		Araraquara	242.228	NATIVA FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 311,00			1	1	1																									3	R$ 933,00			0,00		0,5%
SP		São Carlos	254.484	91 FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 493,00			1		1																									2	R$ 986,00	2.577,01	15,5%	5.154,02	17,2%	
SP		São Carlos	254.484	CLUBE FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 510,00			2	3	2																									7	R$ 3.570,00	10.187,37	61,2%	71.311,59	62,3%	3,3%
SP		São Carlos	254.484	EPFM	30"	P	06:00	19:00	R$ 194,00			1	2	1																									4	R$ 776,00	2.491,02	15,0%	9.964,08	13,5%	
SP		São Carlos	254.484	JOVEM PAN FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 398,00				1																									1	R$ 398,00	1.399,51	8,4%	1.399,51	6,9%	
SP	Barretos/S Joaquim da Barra	Barretos	122.485	BAND FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 165,00			1	1	1																									3	R$ 495,00			0,00		0,3%
SP		Barretos	122.485	CLUBE FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 298,80			1	1	1																									3	R$ 896,40			0,00		0,5%
SP		Barretos	122.485	JORNAL FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 253,30			1	1	1																									3	R$ 759,90			0,00		0,4%
SP		Barretos	122.485	JOVEM PAN FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 145,00			1	1	1																									3	R$ 435,00			0,00		0,3%
SP		Barretos	122.485	JOVEM PAN NEWS	30"	P	06:00	19:00	R$ 139,00			1	1	1																									3	R$ 417,00			0,00		0,2%
SP		Bebedouro	77.555	IGUATEMI FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 192,00			1	1	1																									3	R$ 576,00			0,00		0,3%
SP		Bebedouro	77.555	MASSA FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 250,00			1	1	1																									3	R$ 750,00			0,00		0,4%
SP	Bauru	Bauru	379.297	94 FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 500,00			1		1																									2	R$ 1.000,00	4.460,04	15,9%	8.920,08	15,8%	
SP		Bauru	379.297	96 FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 260,00			1	1	1																									3	R$ 780,00	3.750,50	13,4%	11.251,50	12,3%	
SP		Bauru	379.297	AURI VERDE FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 282,00			1		1																									2	R$ 564,00	1.949,39	6,9%	3.898,78	8,9%	3,7%
SP		Bauru	379.297	JOVEM PAN FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 360,00				1																									1	R$ 360,00	1.216,02	4,3%	1.216,02	5,7%	
SP		Bauru	379.297	NATIVA FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 418,00			3	3	2																									8	R$ 3.344,00	15.137,77	53,9%	121.102,16	52,9%	
SP		Bauru	379.297	TOP FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 270,00				1																									1	R$ 270,00	1.576,84	5,6%	1.576,84	4,3%	
SP		Botucatu	148.130	CLUBE FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 200,00			1	1	1																									3	R$ 600,00			0,00		0,3%
SP		Botucatu	148.130	CRIATIVA FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 123,20			1	1	1																									3	R$ 369,60			0,00		0,2%
SP		Botucatu	148.130	CULTURA FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 123,20			1	1	1																									3	R$ 369,60			0,00		0,2%
SP		Botucatu	148.130	MUNICIPALISTA FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 60,00			1	1	1																									3	R$ 180,00			0,00		0,1%
SP		Jaú	133.497	ANTENA 1	30"	P	06:00	20:00	R$ 143,00			1	1	1																									3	R$ 429,00			0,00		0,2%
SP		Lins	78.503	BAND FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 99,00			1	1	1																									3	R$ 297,00			0,00		0,2%
SP		Lins	78.503	CLUBE FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 200,00			1	1	1																									3	R$ 600,00			0,00		0,3%
SP		Lins	78.503	ESPERANÇA FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 198,00			1	1	1																									3	R$ 594,00			0,00		0,3%
SP	Campinas	Americana	244.370	GOLD FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 260,00			1	1	1																									3	R$ 780,00			0,00		0,5%
SP		Americana	244.370	VOX FM	30"	P	05:00	23:00	R$ 1.359,55			1	1	1																									3	R$ 4.078,65			0,00		2,4%
SP		Campinas	1.213.792	ANTENA 1	30"	P	06:00	20:00	R$ 1.350,00			1	2	1																									4	R$ 5.400,00	10.113,58	13,4%	40.454,32	13,7%	
SP		Campinas	1.213.792	BAND FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 1.863,00			1	1	1																									3	R$ 5.589,00	11.342,62	15,0%	34.027,86	14,2%	
SP		Campinas	1.213.792	CBN	30"	P	06:00	10:00	R$ 777,00			1	1	1																									3	R$ 2.331,00	3.925,26	5,2%	11.775,78	5,9%	
SP		Campinas	1.213.792	CIDADE FM 92.5	30"	P	07:00	19:00	R$ 1.265,00			1	1	1																									3	R$ 3.795,00	7.367,41	9,7%	22.102,23	9,6%	
SP		Campinas	1.213.792	EDUCADORA FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 1.596,00			1	2	1																									4	R$ 6.384,00	11.723,92	15,5%	46.895,68	16,2%	23%
SP		Campinas	1.213.792	JOVEM PAN FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 557,00			3	3	3																									9	R$ 5.013,00	8.978,93	11,9%	80.810,37	12,7%	
SP		Campinas	1.213.792	JOVEM PAN NEWS FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 1.034,00			1		1																									2	R$ 2.068,00	3.760,11	5,0%	7.520,22	5,3%	
SP		Campinas	1.213.792	LASER FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 1.265,00			1	1	1																									3	R$ 3.795,00	8.046,48	10,6%	24.139,44	9,6%	
SP		Campinas	1.213.792	NATIVA FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 1.522,00				1	1																									2	R$ 3.044,00	6.950,67	9,2%	13.901,34	7,7%	
SP		Campinas	1.213.792	NOVA BRASIL FM	30"	P	09:00	20:00	R$ 652,30			1	1	1																									3	R$ 1.956,90	3.378,70	4,5%	10.136,10	5,0%	

Anexo 10 D – Programação de Rádios Público Geral SP Interior AS ABCDE 18+

Estado	Região Administrativa	Município	População	Emissora	Formato/Duração	PEÇA	Horário Início	Horário Final	Custo Unitário Tabela	NOVEMBRO																														Total Inserções	Custo Total Tabela	OPM #	SHARE DE AUDIÊNCIA	TOTAL DE IMPACTOS	SHARE DE INVESTIMENTO	
										D 1	S 2	T 3	Q 4	Q 5	S 6	S 7	D 8	S 9	T 10	Q 11	Q 12	S 13	S 14	D 15	S 16	T 17	Q 18	Q 19	S 20	S 21	D 22	S 23	T 24	Q 25	Q 26	S 27	S 28	D 29	S 30							
SP		Jundiaí	423.006	DUMONT FM	30"	P	06:00	20:00	R$ 880,00			1	1	1																									3	R$ 2.640,00	5.793,40	100,0%	17.380,20		1,5%
SP		Limeira	310.783	104 FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 310,00			1	1	1																									3	R$ 930,00			0,00		0,5%
SP		Limeira	310.783	EDUCADORA FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 535,00			1	1	1																									3	R$ 1.605,00			0,00		0,9%
SP		Limeira	310.783	ESTEREO SOM	30"	P	06:00	19:00	R$ 960,00			1	1	1																									3	R$ 2.880,00			0,00		1,7%
SP		Limeira	310.783	JORNAL FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 736,90			1	1	1																									3	R$ 2.210,70			0,00		1,3%
SP		Limeira	310.783	LIMEIRA FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 701,80			1	1	1																									3	R$ 2.105,40			0,00		1,2%
SP		Limeira	310.783	MELHOR FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 166,20			1	1	1																									3	R$ 498,60			0,00		0,3%
SP		Santa Bárbara do Oeste	183.347	LUZES FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 270,00			1	1	1																									3	R$ 810,00			0,00		0,5%
SP	Itapeva	Itapeva	90	JOVEM PAN FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 100,00			1	1	1																									3	R$ 300,00			0,00		0,2%
SP	Marília	Assis	101.409	CULTURA FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 77,00			1	1	1																									3	R$ 231,00			0,00		0,1%
SP		Assis	101.409	DIFUSORA DE ASSIS 102.7 FM	30"	P	06:30	22:00	R$ 72,22			1	1	1																									3	R$ 216,66			0,00		0,1%
SP		Marília	240.590	CLUBE DE MARÍLIA	30"	P	06:00	19:00	R$ 398,75			1	1	1																									3	R$ 1.196,25			0,00		0,7%
SP		Marília	240.590	CONECTA FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 318,00			1	1	1																									3	R$ 954,00			0,00		0,6%
SP		Marília	240.590	ITAIPÚ FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 438,62			1	1	1																									3	R$ 1.315,86			0,00		0,8%
SP		Marília	240.590	JOVEM PAN FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 180,00			1	1	1																									3	R$ 540,00			0,00		0,3%
SP		Marília	240.590	NATIVA FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 430,00			1	1	1																									3	R$ 1.290,00			0,00		0,7%
SP		Dracena	47.043	95 FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 30,00			1	1	1																									3	R$ 90,00			0,00		0,1%
SP		Dracena	47.043	JOVEM PAN FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 112,00			1	1	1																									3	R$ 336,00			0,00		0,2%
SP		Dracena	47.043	LIBERAL 92 FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 110,00			1	1	1																									3	R$ 330,00			0,00		0,2%
SP		Dracena	47.043	MIX FM (SINAL ALTA PAULISTA)	30"	P	06:00	19:00	R$ 145,00			1	1	1																									3	R$ 435,00			0,00		0,3%
SP		Presidente Prudente	234.706	98 FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 218,24			1	1	1																									3	R$ 654,72			0,00		0,4%
SP		Presidente Prudente	234.706	JOVEM PAN FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 154,00			1	1	1																									3	R$ 462,00			0,00		0,3%
SP		Presidente Prudente	234.706	ONDA VIVA FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 240,00			1	1	1																									3	R$ 720,00			0,00		0,4%
SP	Registro	Registro	56.393	REGIONAL FM	30"	P	06:00	20:00	R$ 90,00			1	1	1																									3	R$ 270,00			0,00		0,2%
SP	Ribeirão Preto	Franca	352.537	ESTÚDIO 1 FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 625,00			1	1	1																									3	R$ 1.875,00			0,00		1,1%
SP		Franca	352.537	HERTZ FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 625,00			1	1	1																									3	R$ 1.875,00			0,00		1,1%
SP		Franca	352.537	HERTZ 101.7 FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 625,00			1	1	1																									3	R$ 1.875,00			0,00		1,1%
SP		Ribeirão Preto	698.259	106 FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 1.002,00			2	1	1																									4	R$ 4.008,00	9.170,55	13,7%	36.682,20	15,0%	
SP		Ribeirão Preto	698.259	CLUBE	30"	P	07:00	19:00	R$ 1.642,00			1	1	1																									3	R$ 4.926,00	14.229,22	21,3%	42.687,66	18,5%	
SP		Ribeirão Preto	698.259	CLUBE 1	30"	P	07:00	19:00	R$ 1.147,00				1																									1	R$ 1.147,00	2.296,04	3,4%	2.296,04	4,3%	
SP		Ribeirão Preto	698.259	CBN	30"	P	06:00	10:00	R$ 418,00			1		1																									2	R$ 836,00	2.321,48	3,5%	4.642,96	3,1%	
SP		Ribeirão Preto	698.259	CONQUISTA FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 1.294,00			1	1	1																									3	R$ 3.882,00	9.040,19	13,5%	27.120,57	14,6%	15,4%
SP		Ribeirão Preto	698.259	DIÁRIO FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 1.022,00			1		1																									2	R$ 2.044,00	4.263,51	6,4%	8.527,02	7,7%	
SP		Ribeirão Preto	698.259	JOVEM PAN FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 167,00			6	5	5	1																									17	R$ 2.839,00	7.142,15	10,7%	121.416,55	10,6%	
SP		Ribeirão Preto	698.259	MEGA FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 1.291,00			1	1	1																									3	R$ 3.873,00	10.531,42	15,8%	31.594,26	14,5%	
SP		Ribeirão Preto	698.259	MELODY FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 1.002,00			1		1																									2	R$ 2.004,00	5.180,68	7,8%	10.361,36	7,5%	
SP		Ribeirão Preto	698.259	NOVA BRASIL FM	30"	P	09:00	20:00	R$ 122,10			3	3	3																									9	R$ 1.098,90	2.652,46	4,0%	23.872,14	4,1%	
SP	São José do Rio Preto	Catanduva	122.497	BAND FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 160,00			1	1	1																									3	R$ 480,00			0,00		0,3%
SP		Catanduva	122.497	JOVEM PAN FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 45,00			1	1	1																									3	R$ 135,00			0,00		0,1%
SP		Catanduva	122.497	NATIVA FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 212,00			1	1	1																									3	R$ 636,00			0,00		0,4%
SP		São José do Rio Preto	480.439	40 GRAUS FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 513,00			1		1																									2	R$ 1.026,00	2.805,83	8,6%	5.611,66	8,5%	
SP		São José do Rio Preto	480.439	BAND FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 510,00			2	1	2																									5	R$ 2.550,00	6.986,46	21,4%	34.932,30	21,1%	
SP		São José do Rio Preto	480.439	DIÁRIO FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 498,00			1	1	1																									3	R$ 1.494,00	4.193,50	12,8%	12.580,50	12,4%	
SP		São José do Rio Preto	480.439	E MAIS FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 250,00				1																									1	R$ 250,00	732,77	2,2%	732,77	2,1%	
SP		São José do Rio Preto	480.439	INTERATIVA FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 308,00			1		1																									2	R$ 616,00	1.744,59	5,3%	3.489,18	5,1%	7,0%
SP		São José do Rio Preto	480.439	JOVEM PAN FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 294,00			1	1	1																									3	R$ 882,00	2.519,18	7,7%	7.557,54	7,3%	
SP		São José do Rio Preto	480.439	KBOING FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 670,00			1	1	1																									3	R$ 2.010,00	5.818,52	17,8%	17.455,56	16,6%	
SP		São José do Rio Preto	480.439	LIDER FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 401,65			1		1																									2	R$ 803,30	1.647,35	5,0%	3.294,70	6,6%	
SP		São José do Rio Preto	480.439	MIX FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 260,00			1	1																									2	R$ 520,00	1.130,95	3,5%	2.261,90	4,3%	
SP		São José do Rio Preto	480.439	NATIVA FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 483,00			1	2	1																									4	R$ 1.932,00	5.101,82	15,6%	20.407,28	16,0%	
SP	São José dos Campos	Pindamonhangaba	170.132	107 FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 246,50			1	1	1																									3	R$ 739,50			0,00		0,4%
SP		Pindamonhangaba	170.132	ÓTIMA FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 220,00			1	1	1																									3	R$ 660,00			0,00		0,4%
SP		São José dos Campos	697.428	ANTENA 1	30"	P	06:00	20:00	R$ 331,00			1	2	1																									4	R$ 1.324,00	5.909,04	12,6%	23.636,16	11,4%	
SP		São José dos Campos	697.428	BAND VALE SÃO JOSÉ DOS CAMPOS	30"	P	06:00	19:00	R$ 648,00			1		1																									2	R$ 1.296,00	4.655,46	10,0%	9.310,92	11,2%	
SP		São José dos Campos	697.428	JOVEM PAN	30"	P	06:00	19:00	R$ 300,00			2	2	1																									5	R$ 1.500,00	6.777,66	14,5%	33.888,30	12,9%	
SP		São José dos Campos	697.428	MIX FM (VALE DO PARAIBA)	30"	P	06:00	19:00	R$ 195,00			1		1																									2	R$ 390,00	1.696,84	3,6%	3.393,68	3,4%	7%
SP		São José dos Campos	697.428	NATIVA FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 622,00			1	2	1																									4	R$ 2.488,00	9.350,48	20,0%	37.401,92	21,5%	
SP		São José dos Campos	697.428	ÓTIMA FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 255,00			5	4	5																									14	R$ 3.570,00	14.415,00	30,8%	201.810,00	30,8%	
SP		São José dos Campos	697.428	STEREO VALE FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 515,00			1		1																									2	R$ 1.030,00	3.953,37	8,5%	7.906,74	8,9%	
SP		Taubaté	320.820	MIX FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 325,00			1	1	1																									3	R$ 975,00			0,00		0,6%
SP	Sorocaba	Itú	175.568	CIDADE FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 150,00			1	1	1																									3	R$ 450,00			0,00		0,3%
SP		Salto	134.319	90 FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 70,00			1	1	1																									3	R$ 210,00			0,00		0,1%
SP		Sorocaba	723.682	ANTENA 1	30"	P	06:00	20:00	R$ 453,00			2	2	3																									7	R$ 3.171,00	9.507,97	23,1%	66.555,79	23,2%	
SP		Sorocaba	723.682	BAND FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 431,00			2	3	3																									8	R$ 3.448,00	10.343,33	25,1%	82.746,64	25,2%	
SP		Sorocaba	723.682	CLASS FM	30"	P	06:00	22:00	R$ 784,00				1																									1	R$ 784,00	1.210,66	2,9%	1.210,66	5,7%	
SP		Sorocaba	723.682	CRUZEIRO FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 572,00			1																									1	R$ 572,00	2.595,07	6,3%	2.595,07	4,2%	8%
SP		Sorocaba	723.682	JOVEM PAN FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 463,00			1	2	1																									4	R$ 1.852,00	6.209,52	15,1%	24.838,08	13,5%	
SP		Sorocaba	723.682	TOP FM	30"	P	06:00	19:00	R$ 532,00			1	1	1																									3	R$ 1.596,00	5.236,96	12,7%	15.710,88	11,7%	
SP		Sorocaba	723.682	VANGUARDA FM	30"	P	06:00	22:00	R$ 755,00			1	1	1																									3	R$ 2.265,00	6.090,61	14,8%	18.271,83	16,5%	
SP		Tatuí	122.967	107 FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 440,00			1	1	1																									3	R$ 1.320,00			0,00		0,6%
SP		Tatuí	122.967	NOTÍCIAS FM 98.3	30"	P	07:00	19:00	R$ 400,00			1	1	1																									3	R$ 1.200,00			0,00		0,7%
SP		Tatuí	122.967	TERNURA FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 400,00			1	1	1																									3	R$ 1.200,00			0,00		0,7%
SP		Tatuí	122.967	VALE VERDE FM	30"	P	07:00	19:00	R$ 490,00			1	1	1																									3	R$ 1.470,00			0,00		0,9%
TOTAL NOVEMBRO										0	0	133	131	130	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	395	R$ 172.557,45			0,00		
TOTAL GERAL																																						1824	R$ 799.047,60					

Anexo 11 – Programação de Rádios Público Geral Litoral SP AS ABCDE 18+

Estado	Região Administrativa	Município	População	Emissora	Formato/Duração	PEÇA	Horário Início	Horário Final	Custo Unitário Tabela	SETEMBRO																																Total Inserções	Custo Total Tabela	SHARE DE INVESTIMENTO
										T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q			
										1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30			
SP		Guarujá	322.750	ENSEADA FM	30"	Q	07:00	19:00	R$ 164,00								1	1	1	1			1	1	1	1	1			1											10	R$ 1.640,00	1,8%
SP		Guarujá	322.750	GUARUJÁ FM	30"	Q	07:00	19:00	R$ 500,00								1	1	1	1			1	1	1	1	1			1											10	R$ 5.000,00	5,5%
SP		Guarujá	322.750	PÉROLA FM	30"	Q	07:00	19:00	R$ 400,00								1	1	1	1			1	1	1	1	1			1											10	R$ 4.000,00	4,4%
SP		Praia Grande	330.845	KISS FM (LITORAL PAULISTA)	30"	Q	06:00	19:00	R$ 1.058,40								1	1	1	1			1	1	1	1	1			1											10	R$ 10.584,00	11,6%
SP		Santos	418.608	CBN	30"	Q	06:00	10:00	R$ 626,00								1	1	1	1			1	1	1	1	1			1											10	R$ 6.260,00	6,9%
SP		Santos	418.608	HOT FM	30"	Q	07:00	19:00	R$ 2.250,00								1	1	1	1			1	1	1	1	1			1											10	R$ 22.500,00	24,7%
SP		Santos	418.608	IS FM	30"	Q	06:00	19:00	R$ 520,00								1	1	1	1			1	1	1	1	1			1											10	R$ 5.200,00	5,7%
SP		Santos	418.608	JOVEM PAN FM	30"	Q	06:00	19:00	R$ 350,00								1	1	1	1			1	1	1	1	1			1											10	R$ 3.500,00	3,8%
SP		Santos	418.608	MIX FM	30"	Q	06:00	19:00	R$ 570,00								1	1	1	1			1	1	1	1	1			1											10	R$ 5.700,00	6,2%
SP		Santos	418.608	SANTA CECILIA FM	30"	Q	06:00	19:00	R$ 568,83								1	1	1	1			1	1	1	1	1			1											10	R$ 5.688,30	6,2%
SP		Santos	418.608	SAUDADE FM	30"	Q	07:00	19:00	R$ 580,00								1	1	1	1			1	1	1	1	1			1											10	R$ 5.800,00	6,4%
SP		Santos	418.608	TRI FM	30"	Q	06:00	19:00	R$ 492,00								1	1	1	1			1	1	1	1	1			1											10	R$ 4.920,00	5,4%
SP	Litoral Norte	Caraguatatuba	134.875	ANTENA 8	30"	Q	05:00	21:00	R$ 160,00								1	1	1	1			1	1	1	1	1			1											10	R$ 1.600,00	1,8%
SP		Caraguatatuba	134.875	CARAGUÁ FM	30"	Q	07:00	19:00	R$ 165,00								1	1	1	1			1	1	1	1	1			1											10	R$ 1.650,00	1,8%
SP		Ilhabela	35.591	ANTENA 1 LITORAL NORTE SP	30"	Q	06:00	20:00	R$ 178,00								1	1	1	1			1	1	1	1	1			1											10	R$ 1.780,00	2,0%
SP		São Sebastião	81.540	BEIRA MAR FM	30"	Q	07:00	19:00	R$ 164,00								1	1	1	1			1	1	1	1	1			1											10	R$ 1.640,00	1,8%
SP		Ubatuba	91.824	BEIRA MAR LITORAL NORTE FM	30"	Q	06:00	19:00	R$ 310,00								1	1	1	1			1	1	1	1	1			1											10	R$ 3.100,00	3,4%
SP		Ubatuba	91.824	COSTA AZUL FM	30"	Q	07:00	19:00	R$ 70,00								1	1	1	1			1	1	1	1	1			1											10	R$ 700,00	0,8%
TOTAL SETEMBRO										0	0	0	0	0	0	0	2	2	2	2	0	0	2	2	2	2	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	180	R$ 91.262,30	

Estado	Região Administrativa	Município	População	Emissora	Formato/Duração	PEÇA	Horário Início	Horário Final	Custo Unitário Tabela	OUTUBRO																																	Total Inserções	Custo Total Tabela	SHARE DE INVESTIMENTO
										Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S			
										1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31			
SP		Guarujá	322.750	ENSEADA FM	30"	Q	07:00	19:00	R$ 164,00					1	1	1	1	1			1	1	1	1	1																	10	R$ 1.640,00	1,8%
SP		Guarujá	322.750	GUARUJÁ FM	30"	Q	07:00	19:00	R$ 500,00					1	1	1	1	1			1	1	1	1	1																	10	R$ 5.000,00	5,5%
SP		Guarujá	322.750	PÉROLA FM	30"	Q	07:00	19:00	R$ 400,00					1	1	1	1	1			1	1	1	1	1																	10	R$ 4.000,00	4,4%
SP		Praia Grande	330.845	KISS FM (LITORAL PAULISTA)	30"	Q	06:00	19:00	R$ 1.058,40					1	1	1	1	1			1	1	1	1	1																	10	R$ 10.584,00	11,6%
SP		Santos	418.608	CBN	30"	Q	06:00	10:00	R$ 626,00					1	1	1	1	1			1	1	1	1	1																	10	R$ 6.260,00	6,9%
SP		Santos	418.608	HOT FM	30"	Q	07:00	19:00	R$ 2.250,00					1	1	1	1	1			1	1	1	1	1																	10	R$ 22.500,00	24,7%
SP		Santos	418.608	IS FM	30"	Q	06:00	19:00	R$ 520,00					1	1	1	1	1			1	1	1	1	1																	10	R$ 5.200,00	5,7%
SP		Santos	418.608	JOVEM PAN FM	30"	Q	06:00	19:00	R$ 350,00					1	1	1	1	1			1	1	1	1	1																	10	R$ 3.500,00	3,8%
SP		Santos	418.608	MIX FM	30"	Q	06:00	19:00	R$ 570,00					1	1	1	1	1			1	1	1	1	1																	10	R$ 5.700,00	6,2%
SP		Santos	418.608	SANTA CECILIA FM	30"	Q	06:00	19:00	R$ 568,83					1	1	1	1	1			1	1	1	1	1																	10	R$ 5.688,30	6,2%
SP		Santos	418.608	SAUDADE FM	30"	Q	07:00	19:00	R$ 580,00					1	1	1	1	1			1	1	1	1	1																	10	R$ 5.800,00	6,4%
SP		Santos	418.608	TRI FM	30"	Q	06:00	19:00	R$ 492,00					1	1	1	1	1			1	1	1	1	1																	10	R$ 4.920,00	5,4%
SP	Litoral Norte	Caraguatatuba	134.875	ANTENA 8	30"	Q	05:00	21:00	R$ 160,00					1	1	1	1	1			1	1	1	1	1																	10	R$ 1.600,00	1,8%
SP		Caraguatatuba	134.875	CARAGUÁ FM	30"	Q	07:00	19:00	R$ 165,00					1	1	1	1	1			1	1	1	1	1																	10	R$ 1.650,00	1,8%
SP		Ilhabela	35.591	ANTENA 1 LITORAL NORTE SP	30"	Q	06:00	20:00	R$ 178,00					1	1	1	1	1			1	1	1	1	1																	10	R$ 1.780,00	2,0%
SP		São Sebastião	81.540	BEIRA MAR FM	30"	Q	07:00	19:00	R$ 164,00					1	1	1	1	1			1	1	1	1	1																	10	R$ 1.640,00	1,8%
SP		Ubatuba	91.824	BEIRA MAR LITORAL NORTE FM	30"	Q	06:00	19:00	R$ 310,00					1	1	1	1	1			1	1	1	1	1																	10	R$ 3.100,00	3,4%
SP		Ubatuba	91.824	COSTA AZUL FM	30"	Q	07:00	19:00	R$ 70,00					1	1	1	1	1			1	1	1	1	1																	10	R$ 700,00	0,8%
TOTAL OUTUBRO										0	0	0	0	2	2	2	2	2	0	0	2	2	2	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	180	R$ 91.262,30	

Estado	Região Administrativa	Município	População	Emissora	Formato/Duração	PEÇA	Horário Início	Horário Final	Custo Unitário Tabela	NOVEMBRO																																	Total Inserções	Custo Total Tabela	SHARE DE INVESTIMENTO
										D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S			
										1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30			
SP		Guarujá	322.750	ENSEADA FM	30"	Q	07:00	19:00	R$ 164,00		1	1	1	1	1			1	1	1	1	1																			10	R$ 1.640,00	1,8%
SP		Guarujá	322.750	GUARUJÁ FM	30"	Q	07:00	19:00	R$ 500,00		1	1	1	1	1			1	1	1	1	1																			10	R$ 5.000,00	5,5%
SP		Guarujá	322.750	PÉROLA FM	30"	Q	07:00	19:00	R$ 400,00		1	1	1	1	1			1	1	1	1	1																			10	R$ 4.000,00	4,4%
SP		Praia Grande	330.845	KISS FM (LITORAL PAULISTA)	30"	Q	06:00	19:00	R$ 1.058,40		1	1	1	1	1			1	1	1	1	1																			10	R$ 10.584,00	11,6%
SP		Santos	418.608	CBN	30"	Q	06:00	10:00	R$ 626,00		1	1	1	1	1			1	1	1	1	1																			10	R$ 6.260,00	6,9%
SP		Santos	418.608	HOT FM	30"	Q	07:00	19:00	R$ 2.250,00		1	1	1	1	1			1	1	1	1	1																			10	R$ 22.500,00	24,7%
SP		Santos	418.608	IS FM	30"	Q	06:00	19:00	R$ 520,00		1	1	1	1	1			1	1	1	1	1																			10	R$ 5.200,00	5,7%
SP		Santos	418.608	JOVEM PAN FM	30"	Q	06:00	19:00	R$ 350,00		1	1	1	1	1			1	1	1	1	1																			10	R$ 3.500,00	3,8%
SP		Santos	418.608	MIX FM	30"	Q	06:00	19:00	R$ 570,00		1	1	1	1	1			1	1	1	1	1																			10	R$ 5.700,00	6,2%
SP		Santos	418.608	SANTA CECILIA FM	30"	Q	06:00	19:00	R$ 568,83		1	1	1	1	1			1	1	1	1	1																			10	R$ 5.688,30	6,2%
SP		Santos	418.608	SAUDADE FM	30"	Q	07:00	19:00	R$ 580,00		1	1	1	1	1			1	1	1	1	1																			10	R$ 5.800,00	6,4%
SP		Santos	418.608	TRI FM	30"	Q	06:00	19:00	R$ 492,00		1	1	1	1	1			1	1	1	1	1																			10	R$ 4.920,00	5,4%
SP	Litoral Norte	Caraguatatuba	134.875	ANTENA 8	30"	Q	05:00	21:00	R$ 160,00		1	1	1	1	1			1	1	1	1	1																			10	R$ 1.600,00	1,8%
SP		Caraguatatuba	134.875	CARAGUÁ FM	30"	Q	07:00	19:00	R$ 165,00		1	1	1	1	1			1	1	1	1	1																			10	R$ 1.650,00	1,8%
SP		Ilhabela	35.591	ANTENA 1 LITORAL NORTE SP	30"	Q	06:00	20:00	R$ 178,00		1	1	1	1	1			1	1	1	1	1																			10	R$ 1.780,00	2,0%
SP		São Sebastião	81.540	BEIRA MAR FM	30"	Q	07:00	19:00	R$ 164,00		1	1	1	1	1			1	1	1	1	1																			10	R$ 1.640,00	1,8%
SP		Ubatuba	91.824	BEIRA MAR LITORAL NORTE FM	30"	Q	06:00	19:00	R$ 310,00		1	1	1	1	1			1	1	1	1	1																			10	R$ 3.100,00	3,4%
SP		Ubatuba	91.824	COSTA AZUL FM	30"	Q	07:00	19:00	R$ 70,00		1	1	1	1	1			1	1	1	1	1																			10	R$ 700,00	0,8%
TOTAL NOVEMBRO										0	2	2	2	2	2	0	0	2	2	2	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	180	R$ 91.262,30	

TOTAL GERAL																																									540	R$ 273.786,90	

Anexo 12 – Ranking Comscore Redes Sociais

comscore

Data Source : Multi-Platform
Geography : Brazil
Time Period : October 2025

Key Measures

Target : INCLUDE {Males - Age(Males: 18-24 OR 25 - 44 OR Males: 45+) OR Females - Age(Females: 18-24 OR 25 - 44 OR Females: 45+) } AND Region(Region: Southeast)

Social Media [w/ Dup.]

Media : Social Media [w/ Dup.]
Date : 12/3/2025

©2025 Comscore, Inc

Row	Entity Type	Media	Total Unique Visitors/Viewers (000)	% Reach	Total Views (MM)	Total Minutes (MM)	Data Alerts
			Desktop and Mobile	Desktop and Mobile	Desktop and Mobile	Desktop and Mobile	
		Total Internet : Custom Target	55.246	100,0	42.787	380.144	
		Social Media	51.977	94,1	2.455	156.096	
1	[P]	Facebook	49.871	90,3	1.102	116.017	
2	[M]	WhatsApp	47.084	85,2	140	54.943	
3	[M]	INSTAGRAM.COM	41.802	75,7	260	36.791	
5	[M]	Facebook And Messenger	40.285	72,9	686	23.894	
6	[C]	FACEBOOK.COM	39.946	72,3	686	23.347	
7	[P]	Bytedance Inc.	35.647	64,5	642	21.966	
9	[M]	TIKTOK.COM	34.647	62,7	618	21.481	
13	[C]	MESSENGER.COM	20.122	36,4	0	547	
15	[P]	TELEGRAM.ORG	16.503	29,9	65	1.879	
16	[P]	Pinterest	16.080	29,1	71	581	
17	[C]	WHATSAPP.COM	14.066	25,5	140	188	
18	[P]	Kuaishou Technology	13.902	25,2	7	11.626	
19	[M]	KWAI.COM	13.891	25,1	7	11.626	
22	[M]	X.COM	10.020	18,1	141	1.496	
23	[P]	X (formerly Twitter)	10.020	18,1	141	1.496	
26	[P]	Linkedin	7.920	14,3	57	169	
27	[M]	LINKEDIN.COM	7.511	13,6	54	166	
28	[M]	PINTEREST.COM	7.259	13,1	71	75	
29	[P]	Reddit	7.205	13,0	32	56	
30	[M]	REDDIT.COM	7.205	13,0	32	56	

Anexo 13 A – Ranking Comscore Top 100 Properties

comscore

Data Source : Multi-Platform
Geography : Brazil
Time Period : October 2025

Key Measures

Target : INCLUDE {Males - Age(Males: 18-24 OR 25 - 44 OR Males: 45+) OR Females - Age(Females: 18-24 OR 25 - 44 OR Females: 45+) } AND Region(Region: Southeast)

Top 100 Properties [Undup.]

Media :

Date : 12/3/2025

©2025 Comscore, Inc

Row	Entity Type	Media	Total Unique Visitors/Viewers (000)	% Reach	Total Views (MM)	Total Minutes (MM)	Data Alerts
			Desktop and Mobile	Desktop and Mobile	Desktop and Mobile	Desktop and Mobile	
		Total Internet : Custom Target	55.246	100,0	42.787	380.144	
		Top 100 Properties					
1	[P]	Alphabet	53.192	96,3	8.647	73.772	
2	[P]	Facebook	49.871	90,3	1.102	116.017	
3	[P]	Globo	37.727	68,3	1.082	2.276	
4	[P]	Bytedance Inc.	35.647	64,5	642	21.966	
5	[P]	Shopee Pte Ltd	35.585	64,4	209	7.902	
6	[P]	Microsoft Sites	35.329	63,9	1.287	2.322	
7	[P]	MercadoLibre	34.373	62,2	340	2.044	
8	[P]	UOL	34.087	61,7	864	1.215	
9	[P]	Terra Brasil	30.096	54,5	258	426	
10	[P]	Spotify	28.437	51,5	52	29.045	
11	[P]	Amazon	26.143	47,3	326	2.031	
12	[P]	R7 Portal	22.502	40,7	153	483	
13	[P]	Nubank Group	22.157	40,1	10	660	
14	[P]	CAIXA.GOV.BR	22.017	39,9	89	482	
15	[P]	Samsung Group	20.824	37,7	32	1.053	
16	[P]	Metropoles Sites	18.289	33,1	102	110	
17	[P]	Grupo Magazine Luiza	18.281	33,1	118	238	
18	[P]	OpenAI	18.206	33,0	345	970	
19	[P]	She In Group	17.435	31,6	43	970	
20	[P]	Uber	17.333	31,4	12	1.238	
21	[P]	IFOOD.COM.BR	16.754	30,3	55	1.296	
22	[P]	TELEGRAM.ORG	16.503	29,9	65	1.879	

comscore

Data Source : Multi-Platform
Geography : Brazil
Time Period : October 2025

Key Measures

Target : INCLUDE {Males - Age(Males: 18-24 OR 25 - 44 OR Males: 45+) OR Females - Age(Females: 18-24 OR 25 - 44 OR Females: 45+) } AND Region(Region: Southeast)

Top 100 Properties [Undup.]

Media :
Date : 12/3/2025

©2025 Comscore, Inc

Row	Entity Type	Media	Total Unique Visitors/Viewers (000)	% Reach	Total Views (MM)	Total Minutes (MM)	Data Alerts
			Desktop and Mobile	Desktop and Mobile	Desktop and Mobile	Desktop and Mobile	
23	[P]	Pinterest	16.080	29,1	71	581	
24	[P]	Netflix Inc.	15.974	28,9	215	6.667	
25	[P]	Webedia Sites	15.892	28,8	82	105	
26	[P]	Serasa Sites	15.622	28,3	49	401	
27	[P]	SERPRO.GOV.BR Sites	15.434	27,9	9	97	
28	[P]	Itau Unibanco Holding S.A.	15.018	27,2	18	786	
29	[P]	DiDi Global	14.942	27,0	14	1.812	
30	[P]	CNN Brasil	14.793	26,8	113	118	
31	[P]	Lenovo Group	14.242	25,8	6	23.126	
32	[P]	Kuaishou Technology	13.902	25,2	7	11.626	
33	[P]	Yahoo	13.095	23,7	205	355	
34	[P]	WWW.GOV.BR	13.003	23,5	81	65	
35	[P]	Grupo Santander	12.723	23,0	26	503	
36	[P]	SP.GOV.BR	12.691	23,0	388	396	
37	[P]	Diarios Associados	12.381	22,4	77	84	
38	[P]	The Walt Disney Company	12.037	21,8	92	350	
39	[P]	TEMU.COM	12.002	21,7	69	582	
40	[P]	PicPay	11.761	21,3	5	523	
41	[P]	BETANO.COM	11.406	20,6	229	336	
42	[P]	Grupo Carso	11.315	20,5	100	213	
43	[P]	Grupo Estado	11.240	20,3	93	67	
44	[P]	Banco Bradesco sites	11.001	19,9	30	446	
45	[P]	ROBLOX.COM	10.839	19,6	255	3.057	
46	[P]	IG Portal	10.809	19,6	90	94	
47	[P]	B2W Digital	10.232	18,5	81	286	

comscore

Data Source : Multi-Platform
Geography : Brazil
Time Period : October 2025

Key Measures

Target : INCLUDE {Males - Age(Males: 18-24 OR 25 - 44 OR Males: 45+) OR Females - Age(Females: 18-24 OR 25 - 44 OR Females: 45+) } AND Region(Region: Southeast)

Top 100 Properties [Undup.]

Media :
Date : 12/3/2025

©2025 Comscore, Inc

Row	Entity Type	Media	Total Unique Visitors/Viewers (000)	% Reach	Total Views (MM)	Total Minutes (MM)	Data Alerts
			Desktop and Mobile	Desktop and Mobile	Desktop and Mobile	Desktop and Mobile	
48	[P]	OLX Inc.	10.048	18,2	283	378	
49	[P]	X (formerly Twitter)	10.020	18,1	141	1.496	
50	[P]	MTE.GOV.BR Sites	9.944	18,0	8	68	
51	[P]	Alibaba.com Corporation	9.825	17,8	28	338	
52	[P]	Adobe Sites	9.293	16,8	25	315	
53	[P]	Grupo Abril	9.261	16,8	32	42	
54	[P]	Via Varejo	9.040	16,4	46	109	
55	[P]	CANVA.COM	8.762	15,9	429	452	
56	[P]	7Graus	8.259	14,9	51	59	
57	[P]	Linkedin	7.920	14,3	57	169	
58	[P]	Wikimedia Foundation Sites	7.891	14,3	38	54	
59	[P]	RECLAMEAQUI.COM.BR	7.701	13,9	56	56	
60	[P]	Grupo Boticario	7.606	13,8	53	180	
61	[P]	Reddit	7.205	13,0	32	56	
62	[P]	INTER.CO	7.178	13,0	22	230	
63	[P]	LETRAS.MUS.BR	6.840	12,4	45	66	
64	[P]	WAZE.COM	6.740	12,2	1	1.059	
65	[P]	DIARIODOCOMERCIO.COM.BR	6.587	11,9	16	20	
66	[P]	Banco do Brasil	6.541	11,8	175	270	
67	[P]	DATAPREV.GOV.BR	6.424	11,6	16	83	
68	[P]	O Tempo	6.155	11,1	31	41	
69	[P]	Ziff Davis	5.978	10,8	20	67	
70	[P]	SUPERBET.BET.BR	5.713	10,3	68	174	
71	[P]	JusBrasil	5.542	10,0	63	48	

comscore

Data Source : Multi-Platform
Geography : Brazil
Time Period : October 2025

Key Measures

Target : INCLUDE {Males - Age(Males: 18-24 OR 25 - 44 OR Males: 45+) OR Females - Age(Females: 18-24 OR 25 - 44 OR Females: 45+) } AND Region(Region: Southeast)

Top 100 Properties [Undup.]

Media :
Date : 12/3/2025

©2025 Comscore, Inc

Row	Entity Type	Media	Total Unique Visitors/Viewers (000)	% Reach	Total Views (MM)	Total Minutes (MM)	Data Alerts
			Desktop and Mobile	Desktop and Mobile	Desktop and Mobile	Desktop and Mobile	
72	[P]	BBC Sites	5.341	9,7	12	25	
73	[P]	MELIUZ.COM.BR	5.277	9,6	5	79	
74	[P]	DISCORD.COM	5.273	9,5	126	487	
75	[P]	CORREIOS.COM.BR	5.226	9,5	36	43	
76	[P]	Grupo Perfil	4.975	9,0	14	19	
77	[P]	Apple Inc.	4.964	9,0	13	30	
78	[P]	LISTONIC.COM	4.902	8,9	0	272	
79	[P]	Miniclip SA	4.623	8,4	0	382	
80	[P]	Warner Bros. Discovery	4.611	8,3	30	201	
81	[P]	Gen Digital Inc. (Formally Symantec -	4.586	8,3	1	24	
82	[P]	NHN Corporation	4.507	8,2	37	985	
83	[P]	UPROXX Studios	4.500	8,1	70	233	
84	[P]	Universal Music Group	4.492	8,1	78	217	
85	[P]	Webmotors SA	4.383	7,9	64	40	
86	[P]	Supercell	4.332	7,8	10	1.742	
87	[P]	Garena Online	4.066	7,4	2	604	
88	[P]	VEVO	3.956	7,2	91	332	
89	[P]	Paramount Global	3.897	7,1	19	448	
90	[P]	Lance! Sites	3.745	6,8	19	21	
91	[P]	The Orchard Music	3.649	6,6	40	140	
92	[P]	SBT	3.402	6,2	21	146	
93	[P]	Better Collective	3.333	6,0	29	36	
94	[P]	LARKPLAYER.COM	2.819	5,1	0	218	
95	[P]	Band - Grupo Bandeirantes	2.688	4,9	45	124	

AVP

comscore

Data Source : Multi-Platform
Geography : Brazil
Time Period : October 2025

Key Measures

Target : INCLUDE {Males - Age(Males: 18-24 OR 25 - 44 OR Males: 45+) OR Females - Age(Females: 18-24 OR 25 - 44 OR Females: 45+) } AND Region(Region: Southeast)

Top 100 Properties [Undup.]

Media :
Date : 12/3/2025

©2025 Comscore, Inc

Row	Entity Type	Media	Total Unique Visitors/Viewers (000)	% Reach	Total Views (MM)	Total Minutes (MM)	Data Alerts
			Desktop and Mobile	Desktop and Mobile	Desktop and Mobile	Desktop and Mobile	
96	[P]	EXAME.COM	2.658	4,8	8	7	
97	[P]	Comcast NBCUniversal	743	1,3	2	8	
98	[P]	Sistema Verdes Mares	672	1,2	3	2	
99	[P]	SUAMUSICA.COM.BR	664	1,2	4	8	
100	[P]	Times Internet Limited	277	0,5	0	1	

comscore

Key Measures

Multi-Category [w/ Dup.]

Data Source : Multi-Platform
Geography : Brazil
Time Period : October 2025

Target : INCLUDE {Males - Age(Males: 18-24 OR 25 - 44 OR Males: 45+) OR Females - Age(Females: 18-24 OR 25 - 44 OR Females: 45+) } AND Region(Region: Southeast)

Media : Multi-Category [w/ Dup.]
Date : 12/9/2025

©2025 Comscore, Inc

Row	Entity Type	Media	Total Unique Visitors/Viewers (000)	% Reach	Total Views (MM)	Total Minutes (MM)	Data Alerts
			Desktop and Mobile	Desktop and Mobile	Desktop and Mobile	Desktop and Mobile	
		Total Internet : Custom Target	55.246	100,0	42.787	380.144	
		Multi-Category	55.246	100,0	13.397	84.440	
1	[P]	Alphabet	53.192	96,3	8.647	73.772	
2	[NE]	Teads - Potential Reach	52.652	95,3	1.813	2.418	
3	[M]	YouTube	49.748	90,0	3.126	36.808	
4	[E]	Complex Video	43.890	79,4	1.449	1.125	
5	[E]	GlassView	42.574	77,1	712	1.038	
6	[P]	Globo	37.727	68,3	1.082	2.276	
7	[M]	Globo.com Portal	37.587	68,0	1.080	2.264	
8	[P]	Microsoft Sites	35.329	63,9	1.287	2.322	
9	[P]	UOL	34.087	61,7	864	1.215	
10	[E]	GLOBO.COM	32.238	58,4	867	765	
11	[P]	Terra Brasil	30.096	54,5	258	426	
12	[NE]	Digital Turbine (d/b/a AdColony)	26.237	47,5	0	13.617	
13	[P]	R7 Portal	22.502	40,7	153	483	
14	[NE]	Digital Audienz - Potential Reach	22.078	40,0	196	195	
15	[E]	Digital Audienz - Potential Reach - Direct	21.876	39,6	194	193	
16	[E]	UOL.COM.BR	20.734	37,5	571	536	

Anexo 15 – Ranking Comscore Portais de Notícias Locais

comscore

Data Source : Multi-Platform
Geography : Brazil
Time Period : October 2025

Key Measures

Target : INCLUDE {Males - Age(Males: 18-24 OR 25 - 44 OR Males: 45+) OR Females - Age(Females: 18-24 OR 25 - 44 OR Females: 45+) } AND Region(Region: Southeast)

News/Information [w/ Dup.]

Media : News/Information [w/ Dup.]
Date : 12/3/2025

©2025 Comscore, Inc

Row	Entity Type	Media	Total Unique Visitors/Viewers (000)	% Reach	Total Views (MM)	Total Minutes (MM)	Data Alerts
			Desktop and Mobile	Desktop and Mobile	Desktop and Mobile	Desktop and Mobile	
		Total Internet : Custom Target	55.246	100,0	42.787	380.144	
		News/Information	53.410	96,7	1.888	2.367	
1	[C]	Globo Noticias	28.953	52,4	404	438	
2	[S]	G1	24.099	43,6	260	310	
3	[S]	Infoglobo	13.637	24,7	113	92	
4	[M]	MSN	13.330	24,1	474	408	
5	[M]	UOL Noticias	12.528	22,7	68	70	
6	[P]	Diarios Associados	12.381	22,4	77	84	
7	[G]	Jornal O Globo	12.363	22,4	92	75	
8	[M]	R7 Noticias	12.165	22,0	76	110	
9	[C]	CNN Brasil - Editorias	11.894	21,5	92	71	
10	[P]	Grupo Estado	11.240	20,3	93	67	
11	[C]	MSN New Tab	9.163	16,6	333	312	
12	[S]	MSN On Edge New Tab	9.163	16,6	333	312	
13	[G]	G1 Sao Paulo	8.561	15,5	41	40	
14	[M]	METROPOLES.COM	8.407	15,2	26	30	
15	[M]	Terra Noticias	8.301	15,0	27	30	
16	[M]	IG Notícias	8.176	14,8	68	79	
17	[M]	ESTADAO.COM.BR	8.092	14,6	74	45	
18	[M]	Folha De S.Paulo	7.482	13,5	52	43	
19	[C]	CLICKPETROLEOEGAS.COM.BR	7.262	13,1	30	38	
20	[M]	Estado De Minas	7.222	13,1	37	34	
21	[M]	Correio Braziliense	7.195	13,0	33	38	

ACP

comscore

Data Source : Multi-Platform
Geography : Brazil
Time Period : October 2025
Target : INCLUDE {Males - Age(Males: 18-24 OR 25 - 44 OR Males: 45+) OR Females - Age(Females: 18-24 OR 25 - 44 OR Females: 45+) } AND Region(Region: Southeast)
Media : Streaming Audio Entities [w/ Dup.]
Date : 12/3/2025

Key Measures

Streaming Audio Entities [w/ Dup.]

©2025 Comscore, Inc

Row	Entity Type	Media	Total Unique Visitors/Viewers (000)	% Reach	Total Views (MM)	Total Minutes (MM)	Data Alerts
			Desktop and Mobile	Desktop and Mobile	Desktop and Mobile	Desktop and Mobile	
		Total Internet : Custom Target Streaming Audio Entities	55.246	100,0	42.787	380.144	
1	[P]	Spotify	28.437	51,5	52	29.045	
3	[M]	SPOTIFY.COM	4.381	7,9	51	59	
4	[M]	Amazon Audio	3.146	5,7	0	69	
5	[M]	Spotify (App)	1.829	3,3	0	0	
7	[P]	Deezer Sites	1.234	2,2	3	88	
8	[M]	DEEZER.COM	1.229	2,2	3	88	
10	[P]	Pandora SiriusXM Media	873	1,6	4	364	
11	[M]	SoundCloud	859	1,6	4	364	
13	[P]	STREEMA.COM	386	0,7	0	12	
16	[C]	SOUNDCLOUD.COM	356	0,6	4	2	
17	[C]	Audible, Inc.	299	0,5	0	2	
19	[C]	CLAROMUSICA.COM	174	0,3	0	4	
20	[M]	iTunes Software (App)	89	0,2	0	0	
21	[S]	LAST.FM	80	0,1	3	2	
22	[C]	Last.fm Music	80	0,1	3	2	
23	[S]	iTunes	77	0,1	1	1	
24	[M]	BBC Studios	64	0,1	0	0	
25	[P]	NOVELCOOL.COM	53	0,1	0	0	
26	[C]	Audiomack	33	0,1	0	1	
27	[S]	Audiomack App	26	0,0	0	1	
28	[M]	Deezer (App)	21	0,0	0	0	
29	[C]	ATL Blogs - RBS	20	0,0	0	0	

Anexo 16 B – Ranking Comscore Streaming de Áudio

comscore

Data Source : Multi-Platform
Geography : Brazil
Time Period : October 2025

Key Measures

Target : INCLUDE {Males - Age(Males: 18-24 OR 25 - 44 OR Males: 45+) OR Females - Age(Females: 18-24 OR 25 - 44 OR Females: 45+) } AND Region(Region: Southeast)

Streaming Audio Entities [w/ Dup.]

Media : Streaming Audio Entities [w/ Dup.]

Date : 12/3/2025

©2025 Comscore, Inc

Row	Entity Type	Media	Total Unique Visitors/Viewers (000)	% Reach	Total Views (MM)	Total Minutes (MM)	Data Alerts
			Desktop and Mobile	Desktop and Mobile	Desktop and Mobile	Desktop and Mobile	
30	[M]	Rede Atlantida	20	0,0	0	0	
31	[P]	ZENO.FM	19	0,0	0	1	
33	[P]	CBC-Radio Canada Sites	19	0,0	0	0	
34	[M]	BANDCAMP.COM	15	0,0	0	0	
35	[M]	IHEART.COM	13	0,0	0	0	
36	[M]	Tidal	9	0,0	0	0	
37	[C]	TIDAL.COM	9	0,0	0	0	
38	[P]	RCS MediaGroup - Unidad Editorial	8	0,0	0	0	
39	[P]	JAMENDO.COM	7	0,0	0	0	
40	[S]	AUDIOMACK.COM	6	0,0	0	0	
41	[E]	ONLINERADIOBOX.COM	6	0,0	0	0	
42	[P]	ONLINERADIOBOX.COM*	6	0,0	0	0	
43	[P]	RADIO.GARDEN	6	0,0	0	0	
44	[P]	MIXCLOUD.COM	4	0,0	0	0	
45	[P]	NPR	4	0,0	0	0	
46	[E]	NPR.ORG	4	0,0	0	0	
47	[M]	NPR.ORG*	4	0,0	0	0	
48	[M]	Marca Sites	3	0,0	0	0	
49	[C]	MARCA.COM	3	0,0	0	0	
50	[P]	RCN 360	3	0,0	0	0	

comscore

Data Source : Multi-Platform
Geography : Brazil
Time Period : October 2025

Key Measures

Target : INCLUDE {Males - Age(Males: 18-24 OR 25 - 44 OR Males: 45+) OR Females - Age(Females: 18-24 OR 25 - 44 OR Females: 45+) } AND Region(Region: Southeast)

Streaming Video Entities [w/ Dup.]

Media : Streaming Video Entities [w/ Dup.]
Date : 12/3/2025

©2025 Comscore, Inc

Row	Entity Type	Media	Total Unique Visitors/Viewers (000)	% Reach	Total Views (MM)	Total Minutes (MM)	Data Alerts
			Desktop and Mobile	Desktop and Mobile	Desktop and Mobile	Desktop and Mobile	
		Total Internet : Custom Target Streaming Video Entities	55.246	100,0	42.787	380.144	
1	[P]	Alphabet	53.192	96,3	8.647	73.772	
2	[P]	Facebook	49.871	90,3	1.102	116.017	
3	[M]	YouTube	49.748	90,0	3.126	36.808	
5	[M]	Facebook And Messenger	40.285	72,9	686	23.894	
6	[C]	FACEBOOK.COM	39.946	72,3	686	23.347	
7	[P]	Globo	37.727	68,3	1.082	2.276	
8	[M]	Globo.com Portal	37.587	68,0	1.080	2.264	
9	[P]	Microsoft Sites	35.329	63,9	1.287	2.322	
10	[C]	Globo Noticias	28.953	52,4	404	438	
11	[S]	G1	24.099	43,6	260	310	
12	[M]	Microsoft	22.207	40,2	89	556	
13	[E]	UOL.COM.BR	20.734	37,5	571	536	
14	[P]	Metropoles Sites	18.289	33,1	102	110	
15	[C]	Globo Entretenimento	16.452	29,8	139	1.233	
16	[M]	NETFLIX.COM	15.974	28,9	215	6.667	
17	[P]	Netflix Inc.	15.974	28,9	215	6.667	
18	[P]	Webedia Sites	15.892	28,8	82	105	
19	[P]	CNN Brasil	14.793	26,8	113	118	
20	[C]	Globo Esportes	14.083	25,5	323	383	
21	[E]	MICROSOFT.COM	13.919	25,2	69	60	
22	[P]	Kuaishou Technology	13.902	25,2	7	11.626	
23	[M]	KWAI.COM	13.891	25,1	7	11.626	

comscore

Data Source : Multi-Platform
Geography : Brazil
Time Period : October 2025

Key Measures

Target : INCLUDE {Males - Age(Males: 18-24 OR 25 - 44 OR Males: 45+) OR Females - Age(Females: 18-24 OR 25 - 44 OR Females: 45+) } AND Region(Region: Southeast)

Streaming Video Entities [w/ Dup.]

Media : Streaming Video Entities [w/ Dup.]
Date : 12/3/2025

©2025 Comscore, Inc

Row	Entity Type	Media	Total Unique Visitors/Viewers (000)	% Reach	Total Views (MM)	Total Minutes (MM)	Data Alerts
			Desktop and Mobile	Desktop and Mobile	Desktop and Mobile	Desktop and Mobile	
		Total Internet : Custom Target Streaming Video Entities	55.246	100,0	42.787	380.144	
24	[M]	MSN	13.330	24,1	474	408	
25	[P]	Yahoo	13.095	23,7	205	355	
26	[S]	Globoesporte	12.988	23,5	275	335	
28	[P]	The Walt Disney Company	12.037	21,8	92	350	
29	[M]	CNNBRASIL.COM.BR	12.026	21,8	92	72	
30	[C]	MICROSOFT.COM*	11.809	21,4	44	42	
32	[M]	Webedia Lifestyle	10.733	19,4	53	63	
33	[C]	Webedia Food	10.495	19,0	52	61	
34	[S]	Tudo Gostoso	10.491	19,0	52	61	
35	[G]	TUDOGOSTOSO.COM.BR	10.491	19,0	52	61	
36	[M]	X.COM	10.020	18,1	141	1.496	
37	[P]	X (formerly Twitter)	10.020	18,1	141	1.496	
39	[S]	Globo Play	8.716	15,8	53	1.132	
40	[G]	G1 Sao Paulo	8.561	15,5	41	40	
41	[S]	Google Video Search	8.465	15,3	67	42	
42	[M]	METROPOLES.COM	8.407	15,2	26	30	
43	[G]	Globoesporte Futebol	7.358	13,3	92	88	

Anexo 18 A – Ranking Comscore Redes de Conteúdo

comscore

Data Source : Multi-Platform
Geography : Brazil
Time Period : October 2025

Key Measures

Target : INCLUDE {Males - Age(Males: 18-24 OR 25 - 44 OR Males: 45+) OR Females - Age(Females: 18-24 OR 25 - 44 OR Females: 45+) } AND Region(Region: Southeast)

Ad Ecosystem [w/ Dup.]

Media : Ad Ecosystem [w/ Dup.]
Date : 12/3/2025

©2025 Comscore, Inc

Row	Entity Type	Media	Total Unique Visitors/Viewers (000)	% Reach	Total Views (MM)	Total Minutes (MM)	Data Alerts
			Desktop and Mobile	Desktop and Mobile	Desktop and Mobile	Desktop and Mobile	
		Total Internet : Custom Target	55.246	100,0	42.787	380.144	
		Ad Ecosystem					
1	[NE]	Teads - Potential Reach	52.652	95,3	1.813	2.418	
2	[NE]	Nexxen SSP - Potential Reach	35.186	63,7	420	8.256	
3	[NE]	Reach	35.130	63,6	781	1.080	
4	[NE]	Reach	35.128	63,6	781	1.080	
5	[NE]	Digital Turbine (d/b/a AdColony)	26.237	47,5	0	13.617	
6	[NE]	BrightRoll Platform - Potential Reach	24.369	44,1	323	699	
7	[NE]	Yahoo Audience Network - Potential Reach	24.156	43,7	307	689	
8	[NE]	Digital Audienz - Potential Reach	22.078	40,0	196	195	
9	[NE]	Adsmovil Hispanic Premium Network	20.379	36,9	54	2.820	
10	[NE]	Yahoo Taiwan Video Network	17.628	31,9	199	569	
11	[NE]	Nativo: Scalable Native Advertising Platform	17.352	31,4	161	897	
12	[NE]	NGL Media	13.489	24,4	39	2.327	
13	[NE]	Kargo Publisher Platform	10.628	19,2	101	106	
14	[NE]	Taboola Network	8.896	16,1	120	189	
15	[NE]	Perion (Formerly Undertone)	8.320	15,1	170	380	
16	[NE]	Venatus US	7.570	13,7	28	941	
17	[NE]	TripleLift	5.794	10,5	94	92	

comscore

Data Source : Multi-Platform
Geography : Brazil
Time Period : October 2025

Key Measures

Target : INCLUDE {Males - Age(Males: 18-24 OR 25 - 44 OR Males: 45+) OR Females - Age(Females: 18-24 OR 25 - 44 OR Females: 45+) } AND Region(Region: Southeast)

Ad Ecosystem [w/ Dup.]

Media : Ad Ecosystem [w/ Dup.]
Date : 12/3/2025

©2025 Comscore, Inc

Row	Entity Type	Media	Total Unique Visitors/Viewers (000)	% Reach	Total Views (MM)	Total Minutes (MM)	Data Alerts
			Desktop and Mobile	Desktop and Mobile	Desktop and Mobile	Desktop and Mobile	
		Total Internet : Custom Target	55.246	100,0	42.787	380.144	
		Ad Ecosystem					
18 [NE]		LATV Network	5.743	10,4	55	802	
19 [NE]		Chartboost Potential Reach	5.010	9,1	0	490	
20 [NE]		UDM - Underdog Media	3.440	6,2	27	60	
21 [NE]		PML Digital Media	3.308	6,0	19	302	
22 [NE]		Mecenas	3.087	5,6	14	14	
23 [NE]		H Code Media	2.817	5,1	18	21	
24 [NE]		PrismaIQ	1.783	3,2	6	8	
25 [NE]		Prisa Media US	534	1,0	3	2	
26 [NE]		Prisa Media Audiences	524	0,9	3	2	
27 [NE]		inMarket Platform	308	0,6	2	2	
28 [NE]		Basis Technologies	293	0,5	1	1	
29 [NE]		Katz Digital Media	266	0,5	1	1	
30 [NE]		Katz Digital Radio	251	0,5	1	1	
31 [NE]		Adprime Health	170	0,3	1	1	
32 [NE]		Martini Media	119	0,2	0	0	
33 [NE]		Iconic Digital Media	3	0.0	0	0	

Anexo 19 A – Ranking Comscore Portais de Economia e Finanças

comscore

Data Source : Multi-Platform
Geography : Brazil
Time Period : October 2025

Key Measures

Target : INCLUDE {Males - Age(25 - 44 OR Males: 45+) OR Females - Age(25 - 44 OR Females: 45+) } AND Region(Region: Southeast)

News/Information - Business/Finance News [w/ Dup.]

Media : News/Information - Business/Finance News [w/ Dup.]
Date : 12/9/2025

©2025 Comscore, Inc

Row	Entity Type	Media	Total Unique Visitors/Viewers (000)	% Reach	Total Views (MM)	Total Minutes (MM)	Data Alerts
			Desktop and Mobile	Desktop and Mobile	Desktop and Mobile	Desktop and Mobile	
		Total Internet : Custom Target	47.668	100,0	36.930	331.381	
		News/Information - Business/Finance News	20.279	42,5	104	86	
1	[P]	INFOMONEY.COM.BR	3.617	7,6	18	13	
2	[S]	Valor Economico	2.609	5,5	11	7	
3	[G]	G1 Economia	2.555	5,4	7	7	
4	[P]	EXAME.COM	2.460	5,2	7	6	
5	[G]	Valor Economico - Site	2.206	4,6	10	6	
6	[C]	ISTOEDINHEIRO.COM.BR	2.013	4,2	4	6	
7	[S]	CNN Brasil - Economia	1.670	3,5	4	4	
8	[P]	CNPJ.BIZ	1.583	3,3	5	3	
9	[S]	Editora Globo PEGN	1.430	3,0	2	2	
10	[M]	CANALRURAL.COM.BR	1.384	2,9	2	3	
11	[C]	R7 Economia	1.269	2,7	3	3	
12	[C]	UOL Economia	1.251	2,6	13	12	
13	[S]	CAPITALIST.COM.BR	1.085	2,3	2	3	
14	[S]	UOL Economia URLs	1.084	2,3	12	10	
15	[C]	Yahoo Finance Network	946	2,0	3	1	
16	[S]	FDR.COM.BR	842	1,8	1	1	
17	[P]	MONEYTIMES.COM.BR	838	1,8	2	2	
18	[C]	CONTABEIS.COM.BR	776	1,6	3	2	
19	[M]	InfoMoney - Mercados	639	1,3	2	2	
20	[G]	Valor Investe	605	1,3	1	1	
21	[G]	UOL Economia URLs Homepage	599	1,3	1	1	
22	[S]	Estadao - E-investidor	589	1,2	1	2	

Anexo 19 B – Ranking Comscore Portais de Economia e Finanças

comscore

Data Source : Multi-Platform
Geography : Brazil
Time Period : October 2025

Key Measures

Target : INCLUDE {Males - Age(25 - 44 OR Males: 45+) OR Females - Age(25 - 44 OR Females: 45+) } AND Region(Region: Southeast)

News/Information - Business/Finance News [w/ Dup.]

Media : News/Information - Business/Finance News [w/ Dup.]
Date : 12/9/2025

©2025 Comscore, Inc

Row	Entity Type	Media	Total Unique Visitors/Viewers (000)	% Reach	Total Views (MM)	Total Minutes (MM)	Data Alerts
			Desktop and Mobile	Desktop and Mobile	Desktop and Mobile	Desktop and Mobile	
		Total Internet : Custom Target	47.668	100,0	36.930	331.381	
		News/Information - Business/Finance News	20.279	42,5	104	86	
23	[C]	Folha De S.Paulo - Economia	533	1,1	1	1	
24	[S]	MONITORDOMERCADO.COM.BR	506	1,1	1	1	
25	[S]	Revista Epoca Negocios	497	1,0	1	1	
26	[C]	MSN Money	396	0,8	2	1	
27	[S]	MSN Money - Brazil	387	0,8	2	1	
28	[P]	Reuters Sites	291	0,6	1	1	
29	[P]	INVESTING.COM	288	0,6	3	3	
30	[S]	Agencia Brasil - Economia	221	0,5	0	0	
31	[C]	Diario Do Nordeste - Negocios	176	0,4	0	0	
32	[P]	INVESTNEWS.COM.BR	121	0,3	0	1	
33	[SG]	G1 Empreendedorismo	114	0,2	0	0	
34	[E]	Globe Alliance Business & Finance	112	0,2	1	0	
35	[P]	CALCULOJURIDICO.COM.BR	99	0,2	0	0	
36	[S]	Estadao - Economia	99	0,2	0	0	
37	[SG]	G1 Agronegocios	97	0,2	0	0	
38	[M]	InfoMoney - Minhas Financas	84	0,2	0	0	
39	[M]	InfoMoney - Business	78	0,2	0	0	
40	[M]	Reuters	78	0,2	0	0	
41	[M]	InfoMoney - Onde Investir	77	0,2	0	0	
42	[P]	SEUDINHEIRO.COM	71	0,1	0	0	
43	[S]	Investidor Sardinha	70	0,1	0	0	

Anexo 20 – Ranking Rádio RMSP AS ABCDE 18+

	GRANDE SAO PAULO	
	GSP - AGO/2025 A OUT/2025	
	AS ABCDE 18+	
	07-19	
	SEGUNDA A SEXTA	
	30 SEGUNDOS	
	TODOS OS LOCAIS	
	TODOS OS EQUIPAMENTOS	
Agrupamento	OPM#	AFIN%
GSP - BAND FM/WEB	133.362,44	100,75
GSP - ALPHA FM 101.7 FM/WEB	130.839,29	101,98
GSP - ANTENA 1 FM/WEB	118.957,52	101,93
GSP - TRANSCONTINENTAL FM/WEB	107.067,20	101,18
GSP - JOVEM PAN FM/WEB	105.340,16	100,78
GSP - NATIVA FM/WEB	99.986,41	101,20
GSP - METROPOLITANA YES FM/WEB	94.341,15	100,39
GSP - GAZETA FM/WEB	92.971,85	99,94
GSP - KISS FM/WEB	87.661,82	101,97
GSP - 89 FM A RADIO ROCK FM/WEB	82.592,05	101,85
GSP - 105 FM/WEB	80.597,34	101,29
GSP - RADIO DISNEY FM/WEB	80.304,43	100,87
GSP - 106.3 RÁDIO MIX FM/WEB	77.961,55	101,84
GSP - NOVABRASIL FM/WEB	58.913,47	101,83
GSP - BAND NEWS FM/WEB	53.168,53	101,88
GSP - ENERGIA 97 FM - 97FM - 97.7 FM/WEB	52.485,23	101,98
GSP - RADIO MASSA FM/WEB	51.173,50	101,72
GSP - GOSPEL FM/WEB	45.145,21	100,71
GSP - TRANSAMERICA FM 100.1 FM/WEB	42.223,63	101,59
GSP - RADIO BANDEIRANTES FM/WEB	40.810,68	101,98
GSP - CBN FM/WEB	40.377,39	101,98
GSP - TOP FM 104.1 FM/WEB	21.660,87	101,82
GSP - FELIZ FM/WEB	18.394,77	101,70
GSP - TROPICAL FM/WEB	16.997,21	101,10
GSP - RÁDIO CAPITAL AM	13.946,86	101,98
GSP - RÁDIO CAPITAL FM/WEB	13.071,73	100,31
GSP - ATUAL FM 94.1 FM/WEB	12.958,83	101,63
GSP - IMPRENSA FM/WEB	12.393,81	101,98
GSP - RÁDIO CULTURA FM/WEB	10.171,62	99,88
GSP - ELDORADO FM/WEB	8.907,67	101,98
GSP-CLASSIC PAN AM+ FM/WEB	7.902,36	101,98
GSP - MAIS FM 102.9 FM/WEB	6.567,24	101,30
GSP - RÁDIO NACIONAL FM/WEB	4.855,67	101,98
GSP - RADIO CULTURA BRASIL FM/WEB	4.756,56	101,70
GSP - RADIO CULTURA BRASIL AM	660,48	101,98
GSP - MUSICAL FM/WEB	NA	NA
GSP - STREET FM/WEB	NA	NA

Fonte: Kantar IBOPE Media EasyMedia4 | GSP | GSP-AGO/2025 A OUT/2025 | GSP-105 FM/WEB | GSP-106.3 RÁDIO MIX FM/WEB | GSP-89 FM A RADIO ROCK FM/WEB | GSP-ALPHA FM 101.7 FM/WEB | GSP-ANTENA 1 FM/WEB | GSP-ATUAL FM 94.1 FM/WEB | GSP-BAND FM/WEB | GSP-BAND NEWS FM/WEB | GSP-CBN FM/WEB | GSP-ELDORADO FM/WEB | GSP-ENERGIA 97 FM - 97FM - 97.7 FM/WEB | GSP-FELIZ FM/WEB | GSP-GAZETA FM/WEB | GSP-GOSPEL FM/WEB | GSP-IMPRENSA FM/WEB | GSP-JOVEM PAN FM/WEB | GSP-KISS FM/WEB | GSP-MAIS FM 102.9 FM/WEB | GSP-METROPOLITANA YES FM/WEB | GSP-MUSICAL FM/WEB | GSP-NATIVA FM/WEB | GSP-NOVABRASIL FM/WEB | GSP-RADIO BANDEIRANTES FM/WEB | GSP-RADIO CULTURA BRASIL AM | GSP-RADIO CULTURA BRASIL FM/WEB | GSP-RADIO DISNEY FM/WEB | GSP-RADIO MASSA FM/WEB | GSP-RÁDIO CAPITAL AM | GSP-RÁDIO CAPITAL FM/WEB | GSP-RÁDIO CULTURA FM/WEB | GSP-RÁDIO NACIONAL FM/WEB | GSP-STREET FM/WEB | GSP-TOP FM 104.1 FM/WEB | GSP-TRANSAMERICA FM 100.1 FM/WEB | GSP-TRANSCONTINENTAL FM/WEB | GSP-TROPICAL FM/WEB | GSP-CLASSIC PAN AM+GSP-CLASSIC PAN FM/WEB | GSP-CLA AB+GSP-CLA C+GSP-CLA DE+GSP-18++GSP-AMBOS | 07-19 | 2a-6a | 30 SEG | T.LOCAIS | T.EQUIPAMENTOS | OPM# | SHF% | AFIN%

Anexo 21 – Ranking Rádio RMSP AS AB 25+

	GRANDE SAO PAULO	
	GSP - AGO/2025 A OUT/2025	
	AS AB 25+	
	07-19	
	SEGUNDA A SEXTA	
	30 SEGUNDOS	
	TODOS OS LOCAIS	
	TODOS OS EQUIPAMENTOS	
Agrupamento	OPM#	AFIN%
GSP - ALPHA FM 101.7 FM/WEB	78.153,28	166,98
GSP - ANTENA 1 FM/WEB	73.676,91	173,04
GSP - JOVEM PAN FM/WEB	61.846,02	162,19
GSP - 89 FM A RADIO ROCK FM/WEB	57.702,34	195,05
GSP - KISS FM/WEB	56.035,76	178,66
GSP - BAND FM/WEB	53.928,97	111,67
GSP - METROPOLITANA YES FM/WEB	41.329,26	120,55
GSP - NOVABRASIL FM/WEB	39.883,48	188,97
GSP - RADIO DISNEY FM/WEB	38.812,76	133,63
GSP - NATIVA FM/WEB	38.180,58	105,92
GSP - 106.3 RÁDIO MIX FM/WEB	37.056,41	132,69
GSP - TRANSCONTINENTAL FM/WEB	36.611,80	94,83
GSP - BAND NEWS FM/WEB	33.789,94	177,48
GSP - ENERGIA 97 FM - 97FM - 97.7 FM/WEB	32.316,53	172,12
GSP - CBN FM/WEB	30.965,33	214,38
GSP - GAZETA FM/WEB	30.715,81	90,51
GSP - RADIO BANDEIRANTES FM/WEB	26.102,91	178,80
GSP - TRANSAMERICA FM 100.1 FM/WEB	24.361,13	160,66
GSP - 105 FM/WEB	21.048,00	72,51
GSP - GOSPEL FM/WEB	18.907,21	115,62
GSP - RADIO MASSA FM/WEB	16.921,08	92,19
GSP - TROPICAL FM/WEB	6.759,39	110,21
GSP - FELIZ FM/WEB	6.644,04	100,69
GSP - TOP FM 104.1 FM/WEB	5.612,20	72,31
GSP-CLASSIC PAN AM+ FM/WEB	5.404,06	191,17
GSP - ATUAL FM 94.1 FM/WEB	4.922,89	105,83
GSP - RÁDIO CAPITAL FM/WEB	4.426,14	93,10
GSP - RÁDIO CULTURA FM/WEB	4.331,93	116,60
GSP - ELDORADO FM/WEB	3.936,23	123,53
GSP - IMPRENSA FM/WEB	3.874,86	87,40
GSP - RÁDIO CAPITAL AM	3.557,18	71,30
GSP - RÁDIO NACIONAL FM/WEB	2.704,13	155,68
GSP - RADIO CULTURA BRASIL FM/WEB	2.694,07	157,89
GSP - MAIS FM 102.9 FM/WEB	2.577,85	108,99
GSP - RADIO CULTURA BRASIL AM	184,07	77,90
GSP - MUSICAL FM/WEB	NA	NA
GSP - STREET FM/WEB	NA	NA

Fonte: Kantar IBOPE Media EasyMedia4 | GSP | GSP-AGO/2025 A OUT/2025 | GSP-105 FM/WEB | GSP-106.3 RÁDIO MIX FM/WEB | GSP-89 FM A RADIO ROCK FM/WEB | GSP-ALPHA FM 101.7 FM/WEB | GSP-ANTENA 1 FM/WEB | GSP-ATUAL FM 94.1 FM/WEB | GSP-BAND FM/WEB | GSP-BAND NEWS FM/WEB | GSP-CBN FM/WEB | GSP-ELDORADO FM/WEB | GSP-ENERGIA 97 FM - 97FM - 97.7 FM/WEB | GSP-FELIZ FM/WEB | GSP-GAZETA FM/WEB | GSP-GOSPEL FM/WEB | GSP-IMPRENSA FM/WEB | GSP-JOVEM PAN FM/WEB | GSP-KISS FM/WEB | GSP-MAIS FM 102.9 FM/WEB | GSP-METROPOLITANA YES FM/WEB | GSP-MUSICAL FM/WEB | GSP-NATIVA FM/WEB | GSP-NOVABRASIL FM/WEB | GSP-RADIO BANDEIRANTES FM/WEB | GSP-RADIO CULTURA BRASIL AM | GSP-RADIO CULTURA BRASIL FM/WEB | GSP-RADIO DISNEY FM/WEB | GSP-RADIO MASSA FM/WEB | GSP-RÁDIO CAPITAL AM | GSP-RÁDIO CAPITAL FM/WEB | GSP-RÁDIO CULTURA FM/WEB | GSP-RÁDIO NACIONAL FM/WEB | GSP-STREET FM/WEB | GSP-TOP FM 104.1 FM/WEB | GSP-TRANSAMERICA FM 100.1 FM/WEB | GSP-TRANSCONTINENTAL FM/WEB | GSP-TROPICAL FM/WEB | GSP-CLASSIC PAN AM+GSP-CLASSIC PAN FM/WEB | GSP-CLA AB+GSP-25 E++GSP-AMBOS | 07-19 | 2a-6a | 30 SEG | T.LOCAIS | T.EQUIPAMENTOS | OPM# | SHF% | AFIN%

Anexo 22 – Ranking Rádio Campinas AS ABCDE 18+ e AS AB 25+

	CAMPINAS CAM - AGO/2025 A OUT/2025 OPM# 07-19 30 SEGUNDOS SEGUNDA A SEXTA	
Agrupamento	AS ABCDE 18+	AS AB 25+
CAM - TOTAL EMISSORAS	110.957,45	61.881,48
CAM - TOTAL RADIO	101.462,18	57.176,21
CAM - TOTAL FM	98.609,84	56.071,28
CAM - *NÃO ASSINANTE FM - 8 RÁDIOS	14.888,76	7.989,88
CAM - EDUCADORA FM/WEB	11.723,92	8.090,18
CAM - BAND FM/WEB	11.342,62	5.045,87
CAM - ANTENA 1 FM/WEB	10.113,58	6.573,68
CAM - TOTAL WEB	9.495,27	4.705,27
CAM - JOVEM PAN FM/WEB	8.978,93	5.971,49
CAM - RÁDIO LASER FM 93.3 FM/WEB	8.046,48	2.902,29
CAM - CIDADE FM 92.5 FM/WEB	7.367,41	2.997,57
CAM - NATIVA FM/WEB	6.950,67	3.570,17
CAM - CBN - NOTÍCIAS E TRÂNSITO FM/WEB	3.925,26	2.006,22
CAM - JOVEM PAN NEWS FM/WEB	3.760,11	2.881,23
CAM - NOVABRASIL FM/WEB	3.378,70	2.553,27
CAM - TOTAL AM	2.852,34	1.104,93
CAM - *NÃO ASSINANTE AM - 2 RÁDIOS	2.643,56	1.068,50
CAM - KISS FM/WEB	2.540,50	2.247,78
CAM - EDUCATIVA FM 101.9 FM/WEB	2.460,49	1.148,58
CAM - 101.1 RÁDIO MIX FM/WEB	2.225,75	1.258,08
CAM - RÁDIO BANDEIRANTES FM/WEB	2.137,09	1.170,10
CAM - TRANSAMÉRICA FM/WEB	1.831,80	1.375,65
CAM - OUTRAS WEB	1.344,27	708,60
CAM - *NÃO ASSINANTE WEB - 10 RÁDIOS	1.130,39	486,92
CAM - OUTRAS FM	955,22	164,74
CAM - NAO LEMBRA/NAO SABE FM	937,28	305,82
CAM - EP FM 84.9 FM/WEB	844,55	699,56
CAM - FM GOLD 94.7 FM/WEB	770,59	397,80
CAM - RÁDIO ZÉ FM 76.3 FM/WEB	231,83	153,11
CAM - NAO LEMBRA/NAO SABE WEB	218,91	77,97
CAM - OUTRAS AM	111,56	23,29
CAM - NAO LEMBRA/NAO SABE AM	97,23	13,14
CAM - JOVEM PAN NEWS AM	NA	NA

Fonte: Kantar IBOPE Media EasyMedia4 | CAM | CAM-AGO/2025 A OUT/2025 | CAM-TOTAL EMISSORAS | CAM-TOTAL RADIO | CAM-TOTAL AM | CAM-TOTAL FM | CAM-TOTAL WEB | CAM-101.1 RÁDIO MIX FM/WEB | CAM-ANTENA 1 FM/WEB | CAMBAND
FM/WEB | CAM-CBN - NOTÍCIAS E TRÂNSITO FM/WEB | CAM-CIDADE FM 92.5 FM/WEB | CAM-EDUCADORA FM/WEB | CAM-EDUCATIVA FM 101.9 FM/WEB | CAM-EP FM 84.9 FM/WEB | CAM-FM GOLD 94.7 FM/WEB | CAM-JOVEM PAN

Anexo 23 – Ranking Rádio Bauru AS ABCDE 18+ e AS AB 25+

	BAU - 26/05/2025 A 02/06/2025 BAURU 07-19 30 SEGUNDOS SEGUNDA A SEXTA	
	OPM#	OPM#
Agrupamento	AS ABCDE 18+	AS AB 25+
BAU - TOTAL EMISSORAS	31.052,48	9.372,57
BAU - TOTAL RADIO	29.279,95	9.122,24
BAU - TOTAL FM	29.272,71	9.115,00
BAU - NATIVA FM/WEB	15.137,77	4.868,84
BAU - *NÃO ASSINANTE-94 FM/WEB	4.460,04	1.120,25
BAU - 96 FM/WEB	3.750,50	1.185,53
BAU - *NÃO ASSINANTE-RD A VER FM/WEB	1.949,39	646,55
BAU - TOTAL WEB	1.772,52	250,33
BAU - *NAO ASSINANTE-TOP FM/WEB	1.576,84	302,87
BAU - *NAO ASSINANTE-JP FM/WEB	1.216,02	474,28
BAU - OUTRAS FM	1.054,28	82,45
BAU - OUTRAS WEB	639,26	93,23
BAU - *NAO ASSINANTE-UNESP FM/WEB	515,00	328,55
BAU - NAO LEMBRA/NAO SABE FM	292,64	20,46
BAU - *NAO ASSINANTE-RD ALE FM/WEB	264,84	156,17
BAU - *NAO ASSINANTE-RD CAM FM/WEB	188,65	86,14
BAU - TOTAL AM	7,24	7,24
BAU - OUTRAS AM	7,24	7,24
BAU - NAO LEMBRA/NAO SABE AM	0,00	0,00
BAU - NAO LEMBRA/NAO SABE WEB	0,00	0,00
BAU - *NÃO ASSINANTE-SHOW FM/WEB	0,00	0,00

Fonte: Kantar IBOPE Media EasyMedia4 | BAU | BAU-26/05/2025 A 02/06/2025 | BAU-TOTAL EMISSORAS | BAU-TOTAL RADIO | BAU-TOTAL AM |
BAU-TOTAL FM | BAU-TOTAL WEB | BAU-96 FM/WEB | BAU-NAO LEMBRA/NAO SABE AM | BAU-NAO LEMBRA/NAO SABE FM | BAU-NAO
LEMBRA/NAO SABE WEB | BAU-NATIVA FM/WEB | BAU-OUTRAS AM | BAU-OUTRAS FM | BAU-OUTRAS WEB | BAU-*NAO ASSINANTE-JP
FM/WEB | BAU-*NAO ASSINANTE-RD ALE FM/WEB | BAU-*NAO ASSINANTE-RD CAM FM/WEB | BAU-*NAO ASSINANTE-TOP FM/WEB | BAU-
*NAO ASSINANTE-UNESP FM/WEB | BAU-*NÃO ASSINANTE-94 FM/WEB | BAU-*NÃO ASSINANTE-RD A VER FM/WEB | BAU-*NÃO ASSINANTESHOW
FM/WEB | BAU-CLA AB+BAU-CLA C+BAU-CLA DE+BAU-18++BAU-AMBOS | BAU-CLA AB+BAU-25 E++BAU-AMBOS | 07-19 | 2a-6a | 30 SEG
| OPM#

Anexo 24 – Ranking Rádio Jundiaí AS ABCDE 18+ e AS AB 25+

	JUNDIAI JUD - 12/05/2025 A 19/05/2025 OPM# 07-19 30 SEGUNDOS SEGUNDA A SEXTA	
Agrupamento	AS ABCDE 18+	AS AB 25+
JUD - TOTAL EMISSORAS	28.429,61	10.980,49
JUD - TOTAL RADIO	23.999,47	8.751,08
JUD - TOTAL FM	21.690,91	8.083,57
JUD - OUTRAS FM	9.836,92	4.227,40
JUD - DUMONT FM/ WEB	5.793,40	2.871,18
JUD - *NAO ASSINANTE-105 FM/WEB	4.628,36	1.125,50
JUD - TOTAL WEB	4.430,13	2.229,41
JUD - TOTAL AM	2.308,56	667,51
JUD - OUTRAS WEB	2.261,75	1.244,28
JUD - *NAO ASSINANTE-CID AM/WEB	1.791,24	789,35
JUD - *NAO ASSINANTE-GOSPEL FM/WEB	1.198,53	388,68
JUD - OUTRAS AM	802,89	9,40
JUD - NAO LEMBRA/NAO SABE FM	750,15	9,00
JUD - *NAO ASSINANTE-MAIS FM/WEB	651,59	107,50
JUD - *NAO ASSINANTE-DIFUS AM/WEB	323,51	114,75
JUD - *NAO ASSINANTE-RD ALE FM/WEB	209,27	39,55
JUD - NAO LEMBRA/NAO SABE WEB	182,00	53,91
JUD - NAO LEMBRA/NAO SABE AM	0,00	0,00
JUD - *NAO ASSINANTE-VB MUN FM/WEB	0,00	0,00

Fonte: Kantar IBOPE Media EasyMedia4 | JUD | JUD-12/05/2025 A 19/05/2025 | JUD-TOTAL EMISSORAS | JUD-TOTAL RADIO | JUD-TOTAL AM | JUD-TOTAL FM | JUDTOTAL WEB | JUD-DUMONT FM/ WEB | JUD-NAO LEMBRA/NAO SABE AM | JUD-NAO LEMBRA/NAO SABE FM | JUD-NAO LEMBRA/NAO SABE WEB | JUD-OUTRAS AM | JUD-OUTRAS FM | JUD-OUTRAS WEB | JUD-*NAO ASSINANTE-105 FM/WEB | JUD-*NAO ASSINANTE-CID AM/WEB | JUD-*NAO ASSINANTE-DIFUS AM/WEB | JUD-*NAO ASSINANTE-GOSPEL FM/WEB | JUD-*NAO ASSINANTE-MAIS FM/WEB | JUD-*NAO ASSINANTE-RD ALE FM/WEB | JUD-*NAO ASSINANTE-VB MUN FM/WEB | JUD-CLA AB+JUD-CLA C+JUD-CLA DE+JUD-18++JUD-AMBOS | JUD-CLA AB+JUD-25 E++JUD-AMBOS | 07-19 | 2a-6a | 30 SEG | OPM#

Anexo 25 – Ranking Rádio Ribeirão Preto AS ABCDE 18+ e AS AB 25+

	RIBEIRAO PRETO RPR - 08/09/2025 A 15/09/2025 OPM# 07-19 30 SEGUNDOS SEGUNDA A SEXTA	
Agrupamento	AS ABCDE 18+	AS AB 25+
RPR - TOTAL EMISSORAS	77.433,41	30.407,32
RPR - TOTAL RADIO	74.494,69	29.608,44
RPR - TOTAL FM	74.494,69	29.608,44
RPR - CLUBE FM/WEB	14.229,22	4.822,13
RPR - MEGA FM/WEB	10.531,42	2.526,79
RPR - 106 FM SERTANEJA FM/WEB	9.170,55	4.264,86
RPR - CONQUISTA FM/WEB	9.040,19	2.640,60
RPR - JOVEM PAN FM/WEB	7.142,15	3.780,54
RPR - MELODY FM/WEB	5.180,68	3.605,13
RPR - DIÁRIO FM/WEB	4.263,51	2.041,71
RPR - TOTAL WEB	2.938,72	798,88
RPR - NOVABRASIL FM/WEB	2.652,46	1.626,86
RPR - CBN - NOTÍCIAS E TRÂNSITO FM/WEB	2.321,48	582,61
RPR - CLUBE 1 BANDNEWS FM/WEB	2.296,04	256,90
RPR - NATIVA FM/WEB	1.964,26	410,76
RPR - MIX FM/WEB	1.788,96	767,68
RPR - METROPOLITANA FM/WEB	1.601,07	529,39
RPR - DIFUSORA FM/WEB	1.099,81	530,34
RPR - BAND FM/WEB	1.001,10	70,93
RPR - TH MAIS PRIME FM/WEB	769,32	751,36
RPR - OUTRAS FM	690,46	434,22
RPR - *NÃO ASSINANTE-KISS FM/WEB	635,37	376,06
RPR - *NÃO ASSINANTE-R ALELUI FM/WEB	563,26	105,19
RPR - NAO LEMBRA/NAO SABE FM	216,73	158,79
RPR - OUTRAS WEB	138,70	39,64
RPR - *NÃO ASSINANTE-USP FM/WEB	136,67	84,84
RPR - TOTAL AM	0,00	0,00
RPR - NAO LEMBRA/NAO SABE AM	0,00	0,00
RPR - NAO LEMBRA/NAO SABE WEB	0,00	0,00
RPR - OUTRAS AM	0,00	0,00
RPR - 79 AM/WEB	NA	NA
RPR - 89 FM A RÁDIO ROCK FM/WEB	NA	NA

Fonte: Kantar IBOPE Media EasyMedia4 | RPR | RPR-08/09/2025 A 15/09/2025 | RPR-TOTAL EMISSORAS | RPR-TOTAL RADIO | RPR-TOTAL AM | RPR-TOTAL FM | RPR-TOTAL WEB | RPR-106 FM SERTANEJA FM/WEB | RPR-79 AM/WEB | RPR-89 FM A RÁDIO ROCK FM/WEB | RPR-BAND FM/WEB | RPR-CBN - NOTÍCIAS E TRÂNSITO FM/WEB | RPRCLUBE 1 BANDNEWS FM/WEB | RPR-CLUBE FM/WEB | RPR-CONQUISTA FM/WEB | RPR-DIFUSORA FM/WEB | RPR-DIÁRIO FM/WEB | RPR-JOVEM PAN FM/WEB | RPR-MEGA FM/WEB | RPR-MELODY FM/WEB | RPR-METROPOLITANA FM/WEB | RPR-MIX FM/WEB | RPR-NAO LEMBRA/NAO SABE AM | RPR-NAO LEMBRA/NAO SABE FM | RPR-NAO LEMBRA/NAO SABE WEB | RPR-NATIVA FM/WEB | RPR-NOVABRASIL FM/WEB | RPR-OUTRAS AM | RPR-OUTRAS FM | RPR-OUTRAS WEB | RPR-TH MAIS PRIME FM/WEB | RPR-*NÃO ASSINANTE-KISS FM/WEB | RPR-*NÃO ASSINANTE-R ALELUI FM/WEB | RPR-*NÃO ASSINANTE-USP FM/WEB | RPR-CLA AB+RPR-CLA C+RPR-CLA DE+RPR-18++RPR-AMBOS | RPR-CLA AB+RPR-25 E++RPR-AMBOS | 07-19 | 2a-6a | 30 SEG | OPM#

Anexo 26 – Ranking Rádio São Carlos AS ABCDE 18+ e AS AB 25+

	SAO CARLOS SAC - 07/04/2025 A 14/04/2025 OPM# 07-19 30 SEGUNDOS SEGUNDA A SEXTA	
Agrupamento	AS ABCDE 18+	AS AB 25+
SAC - TOTAL EMISSORAS	24.078,60	9.593,96
SAC - TOTAL RADIO	22.068,91	8.501,48
SAC - TOTAL FM	21.986,73	8.501,48
SAC - CLUBE FM/WEB	10.187,37	3.983,37
SAC - DBC FM/WEB	2.654,59	755,01
SAC - 91 FM SERTANEJA FM/WEB	2.577,01	1.337,20
SAC - EP FM/WEB	2.491,02	1.207,16
SAC - TOTAL WEB	2.009,69	1.092,48
SAC - *NÃO ASSINANTE-NATIVA FM/WEB	1.651,07	690,76
SAC - JOVEM PAN POP FM/WEB	1.399,51	660,34
SAC - OUTRAS FM	889,79	107,40
SAC - *NÃO ASSINANTE-UNIVERSI FM/WEB	611,11	153,76
SAC - MIX FM/WEB	394,57	106,24
SAC - *NÃO ASSINANTE - S CARL FM/WEB	309,56	78,90
SAC - *NÃO ASSINANTE-UFSCAR FM/WEB	295,25	166,50
SAC - OUTRAS WEB	268,18	198,19
SAC - NAO LEMBRA/NAO SABE FM	255,57	137,31
SAC - TOTAL AM	82,18	0,00
SAC - OUTRAS AM	82,18	0,00
SAC - NAO LEMBRA/NAO SABE WEB	11,82	11,82
SAC - NAO LEMBRA/NAO SABE AM	0,00	0,00

Fonte: Kantar IBOPE Media EasyMedia4 | SAC | SAC-07/04/2025 A 14/04/2025 | SAC-TOTAL EMISSORAS | SAC-TOTAL RADIO | SAC-TOTAL AM |
SAC-TOTAL FM | SAC-TOTAL WEB | SAC-91 FM SERTANEJA FM/WEB | SAC-CLUBE FM/WEB | SAC-DBC FM/WEB | SAC-EP FM/WEB | SACJOVEM
PAN POP FM/WEB | SAC-MIX FM/WEB | SAC-NAO LEMBRA/NAO SABE AM | SAC-NAO LEMBRA/NAO SABE FM | SAC-NAO LEMBRA/NAO
SABE WEB | SAC-OUTRAS AM | SAC-OUTRAS FM | SAC-OUTRAS WEB | SAC-*NÃO ASSINANTE - S CARL FM/WEB | SAC-*NÃO ASSINANTENATIVA
FM/WEB | SAC-*NÃO ASSINANTE-UFSCAR FM/WEB | SAC-*NÃO ASSINANTE-UNIVERSI FM/WEB | SAC-CLA AB+SAC-CLA C+SAC-CLA
DE+SAC-18++SAC-AMBOS | SAC-CLA AB+SAC-25 E++SAC-AMBOS | 07-19 | 2a-6a | 30 SEG | OPM#

Anexo 27 – Ranking Rádio São José do Rio Preto AS ABCDE 18+ e AS AB 25+

	SAO JOSE DO RIO PRETO SRP - 19/05/2025 A 26/05/2025 OPM# 07-19 30 SEGUNDOS SEGUNDA A SEXTA	
Agrupamento	AS ABCDE 18+	AS AB 25+
SRP - TOTAL EMISSORAS	37.644,66	13.313,81
SRP - TOTAL RADIO	35.642,75	13.250,81
SRP - TOTAL FM	34.517,29	12.451,55
SRP - *NÃO ASSINANTE-BAND FM/WEB	6.986,46	1.512,45
SRP - KBOING FM/WEB	5.818,52	2.727,11
SRP - NATIVA FM/WEB	5.101,82	1.058,19
SRP - FM DIÁRIO FM/WEB	4.193,50	996,12
SRP - *NÃO ASSINANTE-RD 40 GR FM/WEB	2.805,83	822,04
SRP - JOVEM PAN FM/WEB	2.519,18	1.735,56
SRP - TOTAL WEB	2.001,91	63,00
SRP - *NÃO ASSINANTE-INTERATI FM/WEB	1.744,59	1.009,46
SRP - LÍDER FM/WEB	1.647,35	754,27
SRP - *NÃO ASSINANTE-MIX FM/WEB	1.130,95	201,31
SRP - TOTAL AM	1.125,45	799,26
SRP - *NÃO ASSINANTE-CANC NO AM/WEB	1.081,97	799,26
SRP - *NÃO ASSINANTE-EDUCATIVA FM/WEB	914,39	435,74
SRP - *NÃO ASSINANTE-É MAIS FM/WEB	732,77	427,97
SRP - OUTRAS WEB	570,87	0,00
SRP - NAO LEMBRA/NAO SABE FM	534,06	138,73
SRP - OUTRAS FM	448,65	363,06
SRP - *NÃO ASSINANTE-GOSPEL FM/WEB	443,65	9,61
SRP - *NÃO ASSINANTE-CLUBE FM/WEB	359,09	34,46
SRP - CBN FM/WEB	324,64	227,18
SRP - *NÃO ASSINANTE-RED ALE FM/WEB	162,40	61,30
SRP - *NÃO ASSINANTE-MASSA FM/WEB	69,81	0,00
SRP - *NÃO ASSINANTE-NOV TE AM/WEB	43,48	0,00
SRP - NAO LEMBRA/NAO SABE WEB	10,68	0,00
SRP - NAO LEMBRA/NAO SABE AM	0,00	0,00
SRP - OUTRAS AM	0,00	0,00

Fonte: Kantar IBOPE Media EasyMedia4 | SRP | SRP-19/05/2025 A 26/05/2025 | SRP-TOTAL EMISSORAS | SRP-TOTAL RADIO | SRP-TOTAL AM | SRP-TOTAL FM | SRP-TOTAL WEB | SRP-CBN FM/WEB | SRP-FM DIÁRIO FM/WEB | SRP-JOVEM PAN FM/WEB | SRP-KBOING FM/WEB | SRP-LÍDER FM/WEB | SRP-NAO LEMBRA/NAO SABE AM | SRP-NAO LEMBRA/NAO SABE FM | SRP-NAO LEMBRA/NAO SABE WEB | SRPNATIVA FM/WEB | SRP-OUTRAS AM | SRP-OUTRAS FM | SRP-OUTRAS WEB | SRP-*NÃO ASSINANTE-BAND FM/WEB | SRP-*NÃO ASSINANTE-CANC NO AM/WEB | SRP-*NÃO ASSINANTE-CLUBE FM/WEB | SRP-*NÃO ASSINANTE-EDUCATIVA FM/WEB | SRP-*NÃO ASSINANTE-GOSPEL FM/WEB | SRP-*NÃO ASSINANTE-INTERATI FM/WEB | SRP-*NÃO ASSINANTE-MASSA FM/WEB | SRP-*NÃO ASSINANTE-MIX FM/WEB | SRP-*NÃO ASSINANTE-NOV TE AM/WEB | SRP-*NÃO ASSINANTE-RD 40 GR FM/WEB | SRP-*NÃO ASSINANTE-RED ALE FM/WEB | SRP-*NÃO ASSINANTE-É MAIS FM/WEB | SRP-CLA AB+SRP-CLA C+SRP-CLA DE+SRP-18++SRP-AMBOS | SRP-CLA AB+SRP-25 E++SRP-AMBOS | 07-19 | 2a-6a | 30 SEG | OPM#

Anexo 28 – Ranking Rádio São José dos Campos AS ABCDE 18+ e AS AB 25+

	SAO JOSE DOS CAMPOS SJC - 08/09/2025 A 15/09/2025 OPM# 07-19 30 SEGUNDOS SEGUNDA A SEXTA	
Agrupamento	AS ABCDE 18+	AS AB 25+
SJC - TOTAL EMISSORAS	59.637,61	18.488,64
SJC - TOTAL RADIO	54.473,52	15.993,97
SJC - TOTAL FM	54.025,01	15.827,56
SJC - ÓTIMA FM/WEB	14.415,00	4.711,65
SJC - NATIVA FM/WEB	9.350,48	1.498,64
SJC - JOVEM PAN FM/WEB	6.777,66	2.392,79
SJC - ANTENA 1 FM/WEB	5.909,04	1.984,39
SJC - TOTAL WEB	5.164,09	2.494,67
SJC - BAND VALE FM/WEB	4.655,46	513,89
SJC - OUTRAS FM	4.062,42	1.348,99
SJC - STEREO VALE FM/WEB	3.953,37	1.848,36
SJC - *NÃO ASSINANTE-CAN NOVA FM/WEB	3.108,63	981,37
SJC - *NÃO ASSINANTE-MIX FM/WEB	1.696,84	430,92
SJC - *NÃO ASSINANTE-VIDA FM/WEB	1.588,96	708,52
SJC - OUTRAS WEB	1.078,81	826,92
SJC - NAO LEMBRA NAO SABE FM	740,35	151,51
SJC - *NÃO ASSINANTE-LOGOS FM/WEB	681,24	510,48
SJC - TOTAL AM	448,50	166,41
SJC - MELPHIS FM/WEB	342,91	262,88
SJC - *NÃO ASSINANTE-ONDA FM/WEB	234,37	0
SJC - *NÃO ASSINANTE-CBN VALE AM/WEB	212,68	76,54
SJC - *NÃO ASSINANTE-NOVABR FM/WEB	211,30	39,45
SJC - NAO LEMBRA NAO SABE WEB	208,86	0,00
SJC - *NÃO ASSINANTE-RD ALEL FM/WEB	173,40	111,48
SJC - OUTRAS AM	165,99	89,87
SJC - NAO LEMBRA NAO SABE AM	69,83	0,00
SJC - *NÃO ASSINANTE-RAMEVALE AM/WEB	0,00	0,00

Fonte: Kantar IBOPE Media EasyMedia4 | SJC | SJC-08/09/2025 A 15/09/2025 | SJC-TOTAL EMISSORAS | SJC-TOTAL RADIO | SJC-TOTAL AM | SJC-TOTAL FM | SJC-TOTAL WEB |
SJC-ANTENA 1 FM/WEB | SJC-BAND VALE FM/WEB | SJC-JOVEM PAN FM/WEB | SJC-MELPHIS FM/WEB | SJC-NAO LEMBRA NAO SABE AM | SJC-NAO LEMBRA NAO SABE FM
| SJC-NAO LEMBRA NAO SABE WEB | SJC-NATIVA FM/WEB | SJC-OUTRAS AM | SJC-OUTRAS FM | SJC-OUTRAS WEB | SJC-STEREO VALE FM/WEB | SJC-ÓTIMA FM/WEB |
SJC-*NÃO ASSINANTE-CAN NOVA FM/WEB | SJC-*NÃO ASSINANTE-CBN VALE AM/WEB | SJC-*NÃO ASSINANTE-LOGOS FM/WEB | SJC-*NÃO ASSINANTE-MIX FM/WEB | SJC-
*NÃO ASSINANTE-NOVABR FM/WEB | SJC-*NÃO ASSINANTE-ONDA FM/WEB | SJC-*NÃO ASSINANTE-RAMEVALE AM/WEB | SJC-*NÃO ASSINANTE-RD ALEL FM/WEB | SJC-
*NÃO ASSINANTE-VIDA FM/WEB | SJC-CLA AB+SJC-CLA C+SJC-CLA DE+SJC-18++SJC-AMBOS | SJC-CLA AB+SJC-25 E++SJC-AMBOS | 07-19 | 2a-6a | 30 SEG | OPM#

Anexo 29 – Ranking Rádio Sorocaba AS ABCDE 18+ e AS AB 25+

	SOROCABA VOTORANTIM SOV - 07/04/2025 A 14/04/2025 07-19 30 SEGUNDOS OPM# SEGUNDA A SEXTA	
Agrupamento	AS ABCDE 18+	AS AB 25+
SOV - TOTAL EMISSORAS	58.383,90	19.113,43
SOV - TOTAL RADIO	55.344,52	16.764,85
SOV - TOTAL FM	55.275,86	16.764,85
SOV - BAND FM/WEB	10.343,33	2.615,02
SOV - ANTENA 1 FM/WEB	9.507,97	4.042,19
SOV - JOVEM PAN FM/WEB	6.209,52	3.689,75
SOV - RÁDIO VANGUARDA FM/WEB	6.090,61	1.398,44
SOV - TOP FM/WEB	5.236,96	1.042,72
SOV - *NÃO ASSINANTE-DUM FM/WEB	5.149,07	1.160,39
SOV - *NÃO ASSINANTE-RD 105 FM/WEB	4.275,04	472,21
SOV - TOTAL WEB	3.039,38	2.348,58
SOV - *NÃO ASSINANTE-NAT FM/WEB	2.747,79	519,00
SOV - CRUZEIRO FM/WEB	2.595,07	1.929,81
SOV - OUTRAS FM	1.968,30	940,88
SOV - *NÃO ASSINANTE-CLA FM/WEB	1.210,66	93,16
SOV - OUTRAS WEB	1.020,98	1.020,98
SOV - *NAO ASSINANTE-DS AMOR FM/WEB	815,72	0,00
SOV - *NAO ASSINANTE-NV SERTJ FM/WEB	610,67	0,00
SOV - NAO LEMBRA/NAO SABE FM	283,05	188,87
SOV - *NAO ASSINANTE-RD ALEL FM/WEB	173,58	0,00
SOV - TOTAL AM	68,66	0,00
SOV - OUTRAS AM	68,66	0,00
SOV - *NAO ASSINANTE-CANT FM/WEB	62,44	0,00
SOV - *NÃO ASSINANTE-CLA PA FM /WEB	14,48	0,00
SOV - NAO LEMBRA/NAO SABE AM	0,00	0,00
SOV - NAO LEMBRA/NAO SABE WEB	0,00	0,00
SOV - *NAO ASSINANTE-BOA NV AM/WEB	0,00	0,00

Fonte: Kantar IBOPE Media EasyMedia4 | SOV | SOV-07/04/2025 A 14/04/2025 | SOV-TOTAL EMISSORAS | SOV-TOTAL RADIO | SOV-TOTAL AM | SOV-TOTAL FM | SOV-TOTAL WEB | SOV-ANTENA 1 FM/WEB | SOV-BAND FM/WEB | SOV-CRUZEIRO FM/WEB | SOV-JOVEM PAN FM/WEB | SOV-NAO LEMBRA/NAO SABE AM | SOV-NAO LEMBRA/NAO SABE FM | SOV-NAO LEMBRA/NAO SABE WEB | SOV-OUTRAS AM | SOV-OUTRAS FM | SOV-OUTRAS WEB | SOV-RÁDIO VANGUARDA FM/WEB | SOV-TOP FM/WEB | SOV-*NAO ASSINANTE-BOA NV AM/WEB | SOV-*NAO ASSINANTE-CANT FM/WEB | SOV-*NAO ASSINANTE-DS AMOR FM/WEB | SOV-*NAO ASSINANTE-NV SERTJ FM/WEB | SOV-*NAO ASSINANTE-RD ALEL FM/WEB | SOV-*NÃO ASSINANTE-CLA FM/WEB | SOV-*NÃO ASSINANTE-CLA PA FM /WEB | SOV-*NÃO ASSINANTE-DUM FM/WEB | SOV-*NÃO ASSINANTE-NAT FM/WEB | SOV-*NÃO ASSINANTE-RD 105 FM/WEB | SOV-CLA AB+SOV-CLA C+SOV-CLA DE+SOV-18++SOV-AMBOS | SOV-CLA AB+SOV-25 E++SOV-AMBOS | 07-19 | 2a-6a | 30 SEG | OPM#

comscore

Multi-Platform Reach/Frequency

©2025 Comscore, Inc

Geography : Brazil
Time Period : October 2025

Target : INCLUDE {Males - Age(Males: 18-24 OR 25 - 44 OR Males: 45+) OR Females - Age(Females: 18-24 OR 25 - 44 OR Females: 45+) } AND Region(Region: Southeast)

Media : Facebook,INSTAGRAM.COM,YouTube,TIKTOK.COM,Linkedin...

Reach Option : Total Online Population
Date : 12/12/2025

Row	Entity Type	Media/Target Audience	Total Digital Population		
			Reach/Frequency Measures		
			Total Unique Visitors/Viewers (000)	% Reach Digital Pop	Average Frequency
		Total Campaign			
		Base Audience: Total Audience	112.957	86,17	4,0
		Custom Target	49.889	90,30	4,0
1	[M]	ESTADAO.COM.BR			
		Base Audience: Total Audience	661	0,50	1,4
		Custom Target	386	0,70	1,4
2	[P]	EXAME.COM			
		Base Audience: Total Audience	359	0,27	2,3
		Custom Target	190	0,35	1,7
3	[P]	Facebook			
		Base Audience: Total Audience	48.922	37,32	2,0
		Custom Target	21.665	39,22	2,0
4	[M]	Folha De S.Paulo			
		Base Audience: Total Audience	503	0,38	1,5
		Custom Target	237	0,43	1,6
5	[S]	Globo Play			
		Base Audience: Total Audience	1.828	1,40	1,2
		Custom Target	1.199	2,17	1,2
6	[M]	Globo.com Portal			
		Base Audience: Total Audience	10.404	7,94	1,6
		Custom Target	7.056	12,77	1,4
7	[P]	INFOMONEY.COM.BR			
		Base Audience: Total Audience	278	0,21	3,1
		Custom Target	147	0,27	2,4
8	[M]	INSTAGRAM.COM			
		Base Audience: Total Audience	46.113	35,18	2,1
		Custom Target	19.300	34,93	2,0
9	[C]	ISTOEDINHEIRO.COM.BR			
		Base Audience: Total Audience	499	0,38	1,3
		Custom Target	322	0,58	1,3
10	[P]	Linkedin			
		Base Audience: Total Audience	1.744	1,33	1,7
		Custom Target	956	1,73	1,7
11	[P]	Netflix Inc.			
		Base Audience: Total Audience	3.487	2,66	1,1
		Custom Target	1.673	3,03	1,2
12	[P]	Spotify			
		Base Audience: Total Audience	10.787	8,23	1,4
		Custom Target	5.139	9,30	1,4
13	[NE]	Teads - Potential Reach			
		Base Audience: Total Audience	386	0,29	1,2
		Custom Target	194	0,35	1,2
14	[M]	TIKTOK.COM			
		Base Audience: Total Audience	12.943	9,87	1,2
		Custom Target	5.359	9,70	1,2
15	[P]	UOL			
		Base Audience: Total Audience	8.244	6,29	1,8
		Custom Target	4.225	7,65	1,8
16	[S]	Valor Economico			
		Base Audience: Total Audience	247	0,19	2,4
		Custom Target	113	0,21	2,2
17	[M]	YouTube			
		Base Audience: Total Audience	62.903	47,99	2,8
		Custom Target	27.664	50,07	2,9

Anexo 31 – Ranking Emissoras TV Aberta Grande SP

Targets >>	ABCDE 18+ PMSP				
Emissora	Rat#	Rat%	Shr% [Required]	Share Ponderado	Aff% [ORG]
GLOBO	976,095	6,00	31,04	60,1%	115,01
RECORD	277,942	1,71	9,39	17,1%	115,49
SBT	238,593	1,47	7,82	14,7%	113,51
TV BAND	78,966	0,49	2,74	4,9%	118,65
TV CULTURA	23,641	0,15	0,83	1,5%	108,26
Rede Tv!	19,592	0,12	0,66	1,2%	113,87
TV Gazeta	7,474	0,05	0,26	0,5%	119,67

Anexo 32 – Simulação TV Aberta

PRAÇA	POPULAÇÃO SÃO PAULO	POPULAÇÃO 14+	PERCENTUAL NO TARGET AS ABCDE 18+	UNIVERSO NO TARGET AS ABCDE 18+	TRPS AS ABCDE 18+
GRANDE SÃO PAULO	44.420.459	35.617.813	73,19%	26.068.677	222,97

COBERTURA	COBERTURA (número absoluto)	FREQUÊNCIA	IMPACTOS
44,36%	11.564.065	5,03	58.167.248

Anexo 33 – Simulação Rádio

PRAÇA	POPULAÇÃO SÃO PAULO	POPULAÇÃO 14+	PERCENTUAL NO TARGET AS ABCDE 18+	UNIVERSO NO TARGET AS ABCDE 18+	TRPS AS ABCDE 18+
GRANDE SÃO PAULO	44.420.459	35.617.813	91,22%	32.490.990	261,92

COBERTURA	COBERTURA (número absoluto)	FREQUÊNCIA	IMPACTOS
46,66%	15.160.296	5,61	85.049.260

PRAÇA	POPULAÇÃO SÃO PAULO	POPULAÇÃO 14+	PERCENTUAL NO TARGET AS AB 25+	UNIVERSO NO TARGET AS AB 25+	TRPS AS AB 25+
GRANDE SÃO PAULO	44.420.459	35.617.813	4,45%	1.584.270	25,23

COBERTURA	COBERTURA (número absoluto)	FREQUÊNCIA	IMPACTOS
8,01%	126.900	3,15	399.735

Kantar IBOPE Media
Praças Grande São Paulo
Targets ABCDE 18+({Group 1{Classe Social{AB, C, DE}, Sexo{Masculino, Feminino}, Idades{20-24, 25-29, 30-34, 40-49, 50-59, 60+ - Válida até dez/2024, 35-39}}})
Targets AS AB 25+({Group 1{Classe Social{AB}, Sexo{Masculino, Feminino}, Idades{25-29, 30-34, 40-49, 50-59, 60+ - Válida até dez/2024, 35-39, 60-69, 70+}}})

Anexo 34 A – Prints Meta

Versões

Adicionar uma versão

Nome	Orçamento	Alcance	Resultado	Programação	Custo por resultado	Frequência média	Status
RMSP	R$ 342.605,89 BRL	7.035.220	94.326.919	7 de jan a 6 de abr	R$ 3,63	13,41	

Objetivo Reconhecimento

Otimização para veiculação de anúncio Alcance

Quando a cobrança será feita Impressão

2 a cada 7 dias

Limitação de frequência

Como parte de nossos esforços para atualizar regularmente nossos sistemas e processos, fizemos alterações que podem levar algumas pessoas a ver temporariamente seu anúncio mais vezes do que a frequência máxima que você definiu.

Conta de anúncios

Público

Brasil: Arujá (+40 km), Barretos (+40 km), Barueri (+40 km), Biritiba Mirim (+40 km), Caieiras (+40 km), Cajamar (+40 km), Carapicuíba (+40 km), Cotia (+40 km), Diadema (+40 km), Embu (+40 km), Embu-Guaçu (+40 km), Ferraz de Vasconcelos (+40 km), Francisco Morato (+40 km), Franco da Rocha (+40 km), Guararema (+40 km), Guarulhos (+40 km), Itapecerica da Serra (+40 km), Itapevi (+40 km), Itaquaquecetuba (+40 km), Jandira (+40 km), Juquitiba (+40 km), Mairiporã (+40 km), Mauá (+40 km), Mogi das Cruzes (+40 km), Osasco (+40 km), Pirapora do Bom Jesus (+40 km), Pirituba (+40 km), Poá (+40 km), Pompeia (São Paulo) (+40 km), Ribeirão Pires (+40 km), Rio Grande da Serra (+40 km), Salesópolis (+40 km), Salto (+40 km), Santa Isabel (+40 km), Santana de Parnaíba (+40 km), Santo André (+40 km), São Bernardo do Campo (+40 km), São Caetano do Sul (+40 km), São Lourenço da Serra (+40 km), São Paulo (+40 km), Suzano (+40 km), Taboão da Serra (+40 km), Vargem Grande Paulista, Brazil (+40 km), Pedreira (district of São Paulo) (+40 km), Pari (district of São Paulo) (+40 km), Capuava (+40 km), Sapopemba (+40 km), Perdizes, São Paulo (+40 km), Parque Capuava (+40 km) São Paulo (state), 18 a 65+, Interesses: Transporte público (transporte), Automóveis (veículos), Mídia de notícias, Ônibus, Notícias locais, Governo local, Veículos (transporte) ou Transporte (transporte), Setor: Negócios e finanças

Programação 7 de jan de 2026 00:00 to 6 de abr de 2026 23:59 • Os anúncios são veiculados o dia inteiro (horário local)

Formatos e posicionamentos

Imagem ou carrossel
Facebook
Feeds, Feed do perfil, In-stream para vídeos, Marketplace, Stories, Anúncios no Facebook Reels, Resultados da pesquisa, Reels
Instagram
Feed, Stories, Explorar, Página inicial do Explorar, Reels, Reels do perfil
Audience Network
Nativo, banner e intersticial

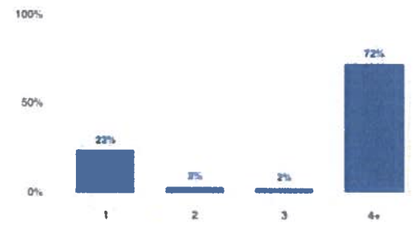
Resultados esperados — Escolha as versões para comparar

Alcance estimado

RMSP 7.035.220

15.000.000 - 17.700.000

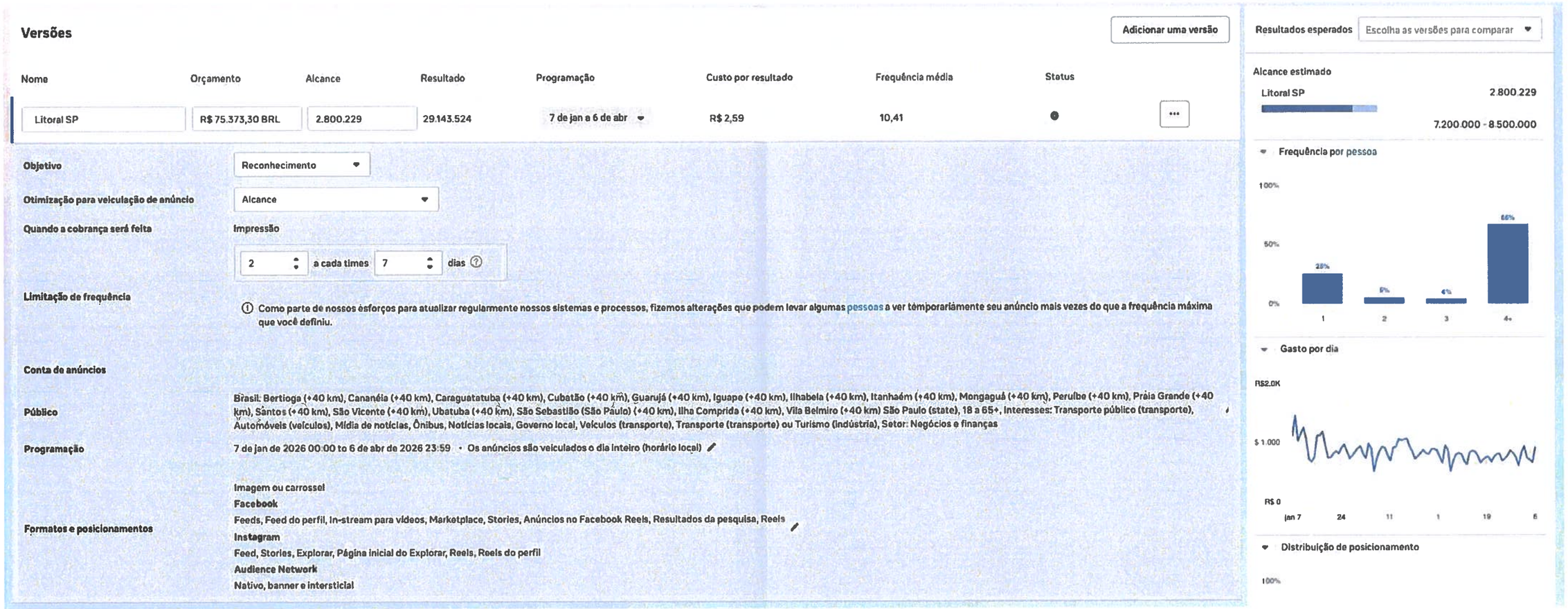
Frequência por pessoa



Gasto por dia

Distribuição de posicionamento

Anexo 34 B – Prints Meta



Anexo 34 C – Prints Meta

Versões

Adicionar uma versão

Nome	Orçamento	Alcance	Resultado	Programação	Custo por resultado	Frequência média	Status
Interior SP	R$ 267.232,59 BRL	5.295.682	74.868.882	7 de jan a 6 de abr	R$ 3,57	14,14	

Objetivo Reconhecimento

Otimização para veiculação de anúncio Alcance

Quando a cobrança será feita Impressão

2 a cada times 7 dias

Limitação de frequência

ⓘ Como parte de nossos esforços para atualizar regularmente nossos sistemas e processos, fizemos alterações que podem levar algumas pessoas a ver temporariamente seu anúncio mais vezes do que a frequência máxima que você definiu.

Conta de anúncios

Público Brasil: São Paulo (state), 18 a 65+, Interesses: Transporte público (transporte), Automóveis (veículos), Mídia de notícias, Ônibus, Notícias locais, Governo local, Veículos (transporte), Transporte (transporte) ou Turismo (indústria), Setor: Negócios e finanças

Programação 7 de jan de 2026 00:00 to 6 de abr de 2026 23:59 · Os anúncios são veiculados o dia inteiro (horário local)

Formatos e posicionamentos

Imagem ou carrossel
Facebook
Feeds, Feed do perfil, In-stream para vídeos, Marketplace, Stories, Anúncios no Facebook Reels, Resultados da pesquisa, Reels
Instagram
Feed, Stories, Explorar, Página inicial do Explorar, Reels, Reels do perfil
Audience Network
Nativo, banner e intersticial

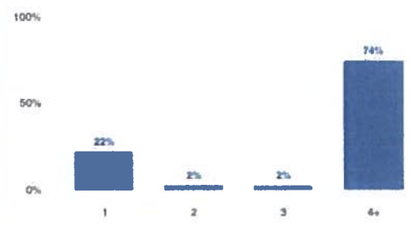
Resultados esperados Escolha as versões para comparar

Alcance estimado

Interior SP 5.295.682

10.800.000 - 12.700.000

Frequência por pessoa



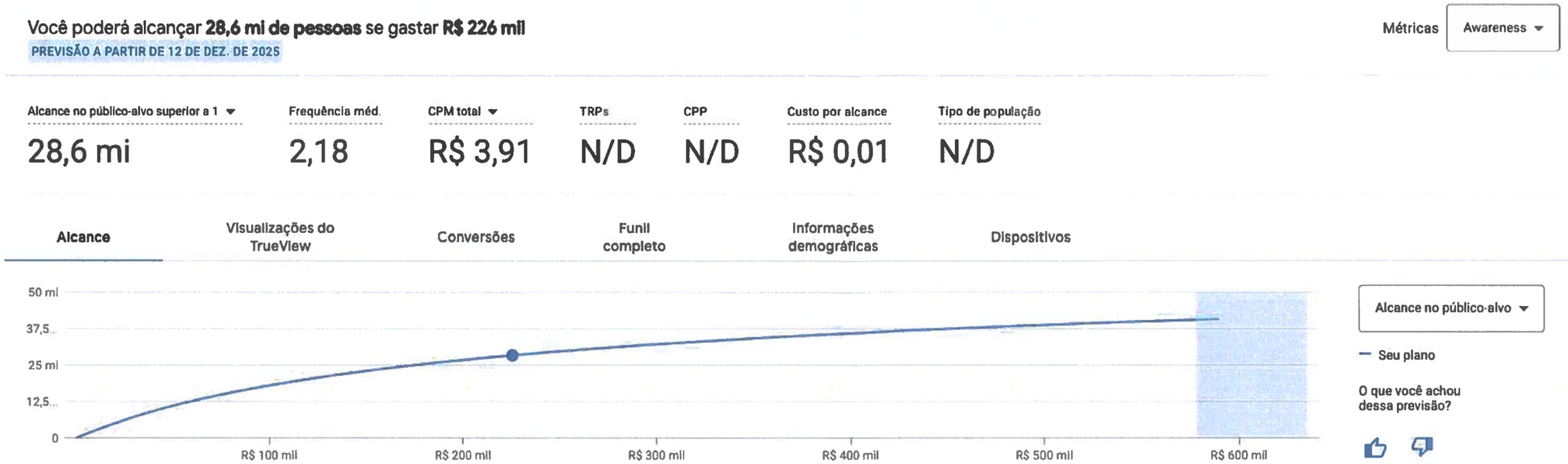
Gasto por dia

Distribuição de posicionamento

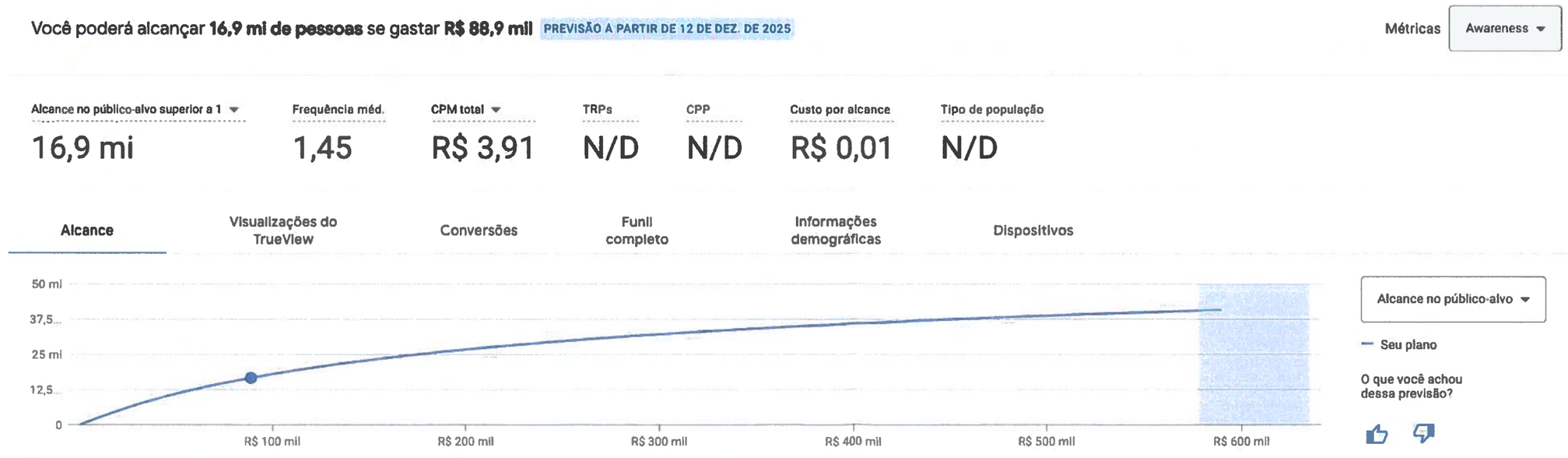
100%

Anexo 35 A – Prints YouTube

Source: Google Ads Reach Planner

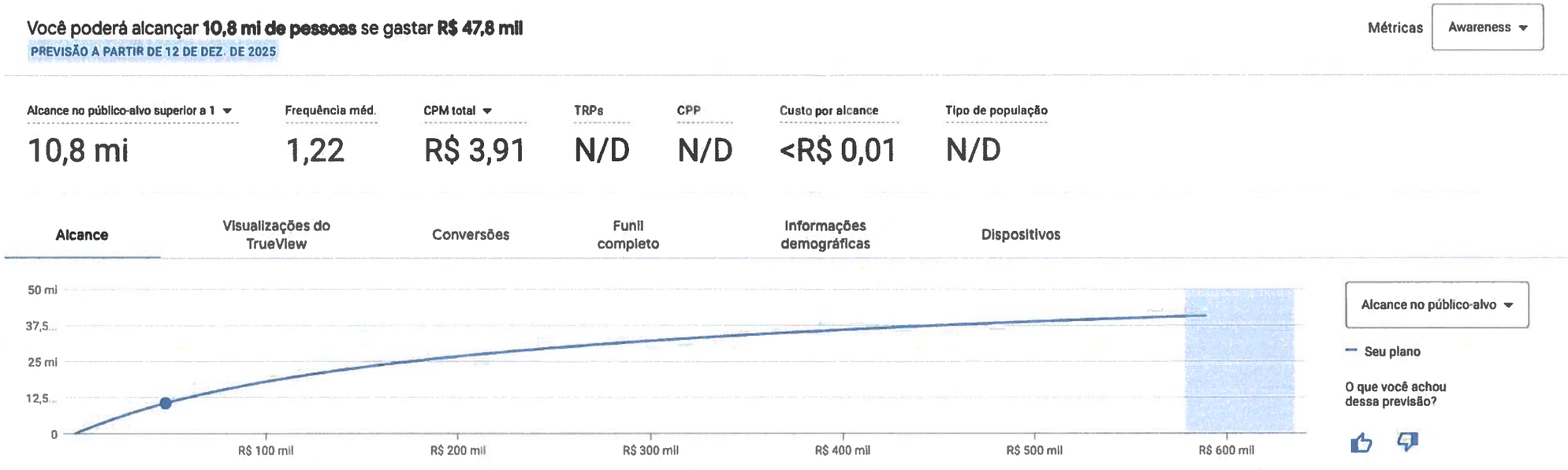


Source: Google Ads Reach Planner

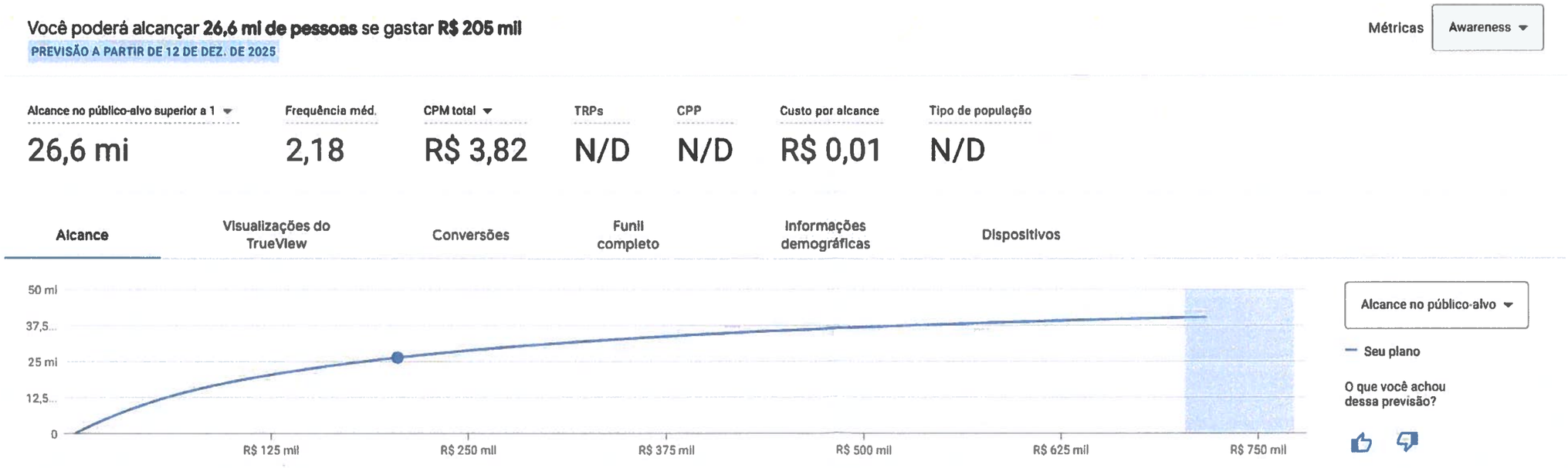


Anexo 35 B – Prints YouTube

Source: Google Ads Reach Planner

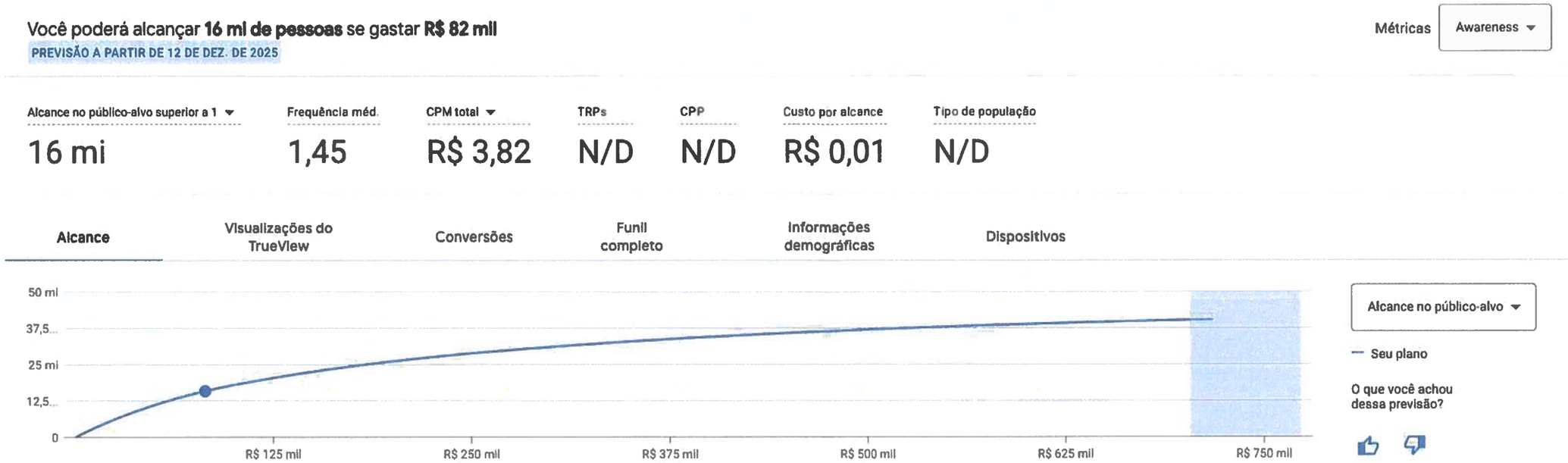


Source: Google Ads Reach Planner

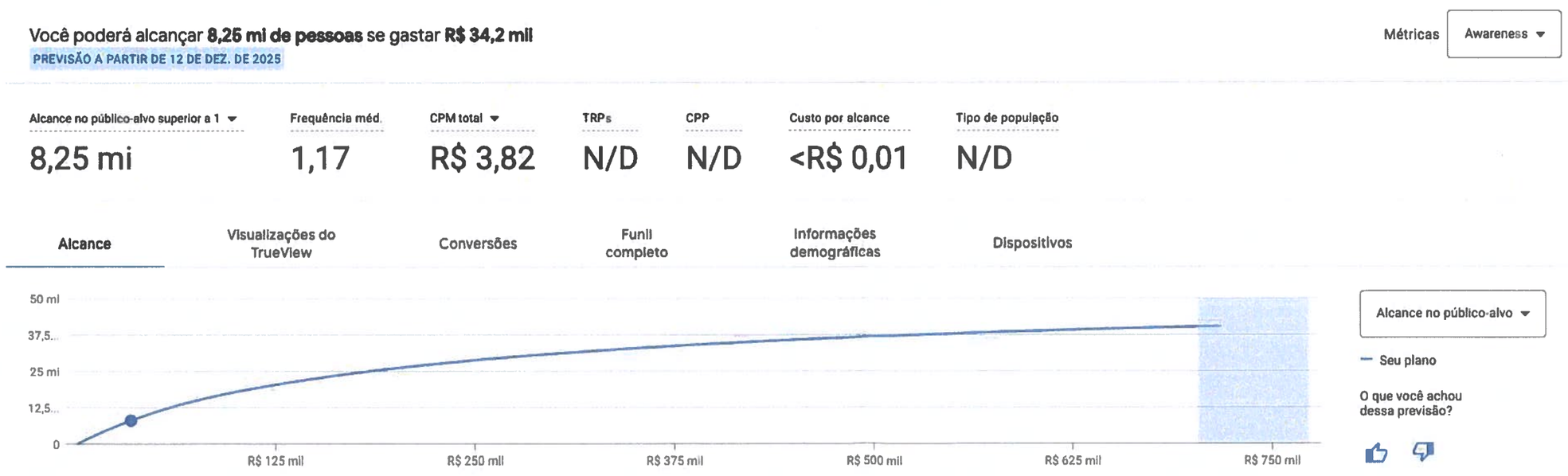


Anexo 35 C – Prints YouTube

Source: Google Ads Reach Planner



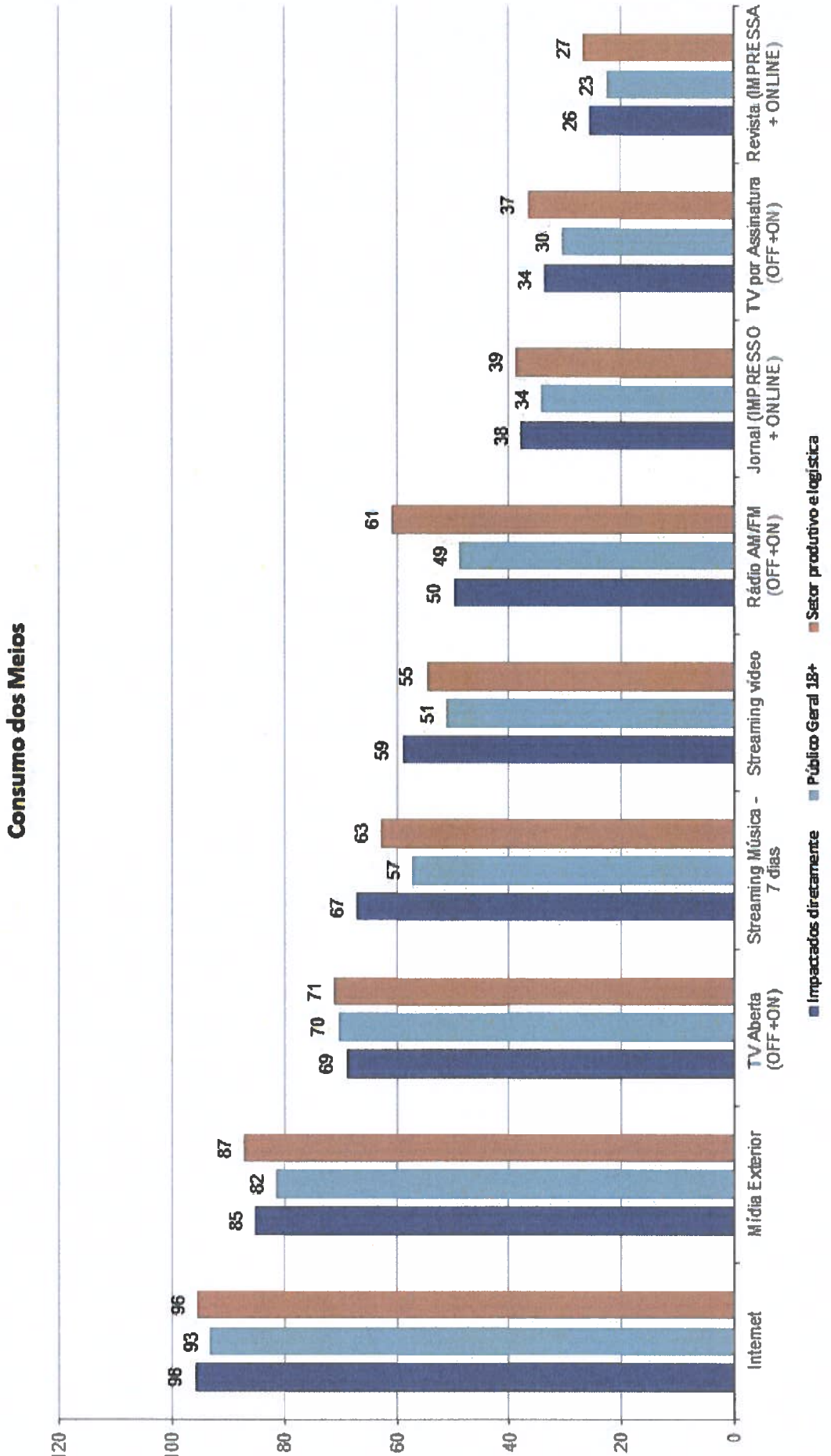
Source: Google Ads Reach Planner



Anexo 36 – Relação de Regiões Administrativas e Cidades-Polo Válidas para Rádio e OOH

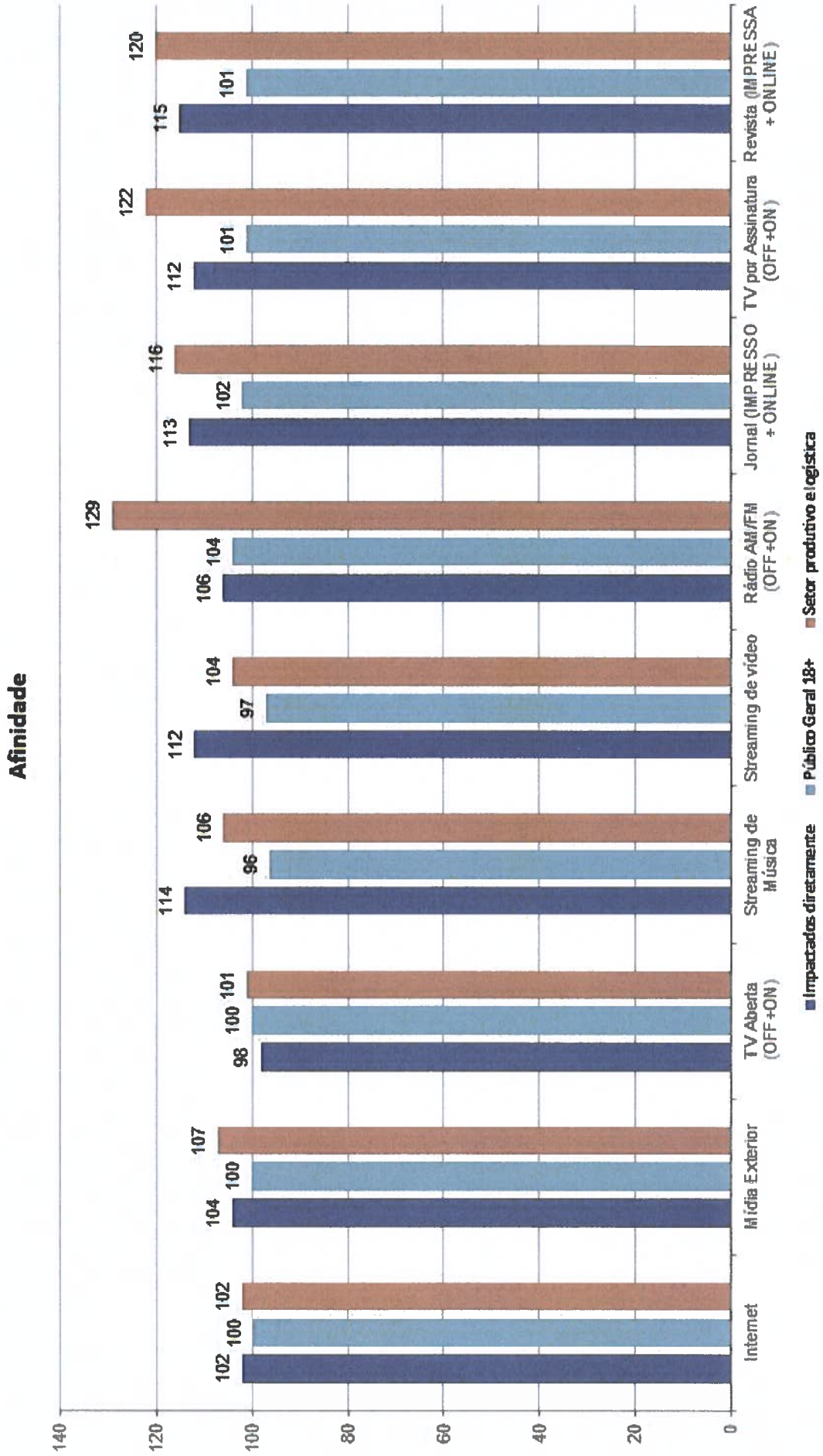
Macro Região	Região Administrativa	Cidade-polo sugerida	Função econômica / estratégica	Papel na cobertura de mídia
RMSP	Região Metropolitana de São Paulo (RMSP)	São Paulo	Capital e centro institucional do estado.	Todas as mídias ativas; alta densidade de OOH.
RMSP	Região Metropolitana de São Paulo (RMSP)	Guarulhos	Hub aeroportuário (GRU) e logística urbana.	Rádio metropolitana e OOH de acesso.
RMSP	Região Metropolitana de São Paulo (RMSP)	São Bernardo do Campo	Polo automotivo e industrial do ABC.	Rádio e OOH regional integrados à capital.
RMSP	Região Metropolitana de São Paulo (RMSP)	Santo André	Eixo metropolitano; base de serviços e comércio.	Complementar à cobertura ABC.
RMSP	Região Metropolitana de São Paulo (RMSP)	Osasco	Polo comercial e de transportes (marginal Pinheiros).	Alta densidade de OOH urbano.
RMSP	Região Metropolitana de São Paulo (RMSP)	Mogi das Cruzes	Portal leste da RMSP, área de expansão urbana.	Rádio e portais locais em crescimento.
Interior	Campinas	Campinas	Principal hub logístico e industrial do estado.	Rádio e OOH com alta cobertura.
Interior	Campinas	Jundiaí	Eixo de distribuição Anhanguera–Bandeirantes.	Forte presença de OOH e rádio regional.
Interior	Campinas	Americana / Santa Bárbara d'Oeste	Polo têxtil e industrial médio.	Rádio local e portais econômicos.
Interior	Campinas	Limeira	Indústria automotiva e metalúrgica.	Cobertura regional de rádio e OOH.
Interior	Sorocaba	Sorocaba	Polo automotivo e metalmecânico.	Rádio e OOH ativos.
Interior	Sorocaba	Itu / Salto	Eixo de logística e serviços; ligação RMSP–Sorocaba.	Mídia exterior moderada.
Interior	Sorocaba	Votorantim	Indústria e serviços integrados à RA Sorocaba.	Rádio e OOH compartilhados com Sorocaba.
Interior	Sorocaba	Tatuí	Ensino técnico e entroncamento logístico.	Rádio local e OOH institucional.
Interior	Ribeirão Preto	Ribeirão Preto	Polo do agronegócio e empresarial.	Rádio regional e OOH urbano fortes.
Interior	Ribeirão Preto	Franca	Indústria calçadista e comercial.	Boa rede rádio local.
Interior	Ribeirão Preto	Sertãozinho	Indústria sucroenergética e metalmecânica.	Rádio local e OOH industrial.
Interior	São José do Rio Preto	São José do Rio Preto	Polo logístico e de agronegócio.	Rádio e OOH regionais.
Interior	São José do Rio Preto	Catanduva	Indústria leve e comércio regional.	Mídia local complementar.
Interior	São José do Rio Preto	Votuporanga	Polo de serviços e saúde regional.	Rádio regional e OOH de entrada.
Interior	Bauru	Bauru	Entrocamento rodoviário e eixo central.	Rádio e OOH moderados.
Interior	Bauru	Jaú	Polo calçadista e comercial.	Rádio local e portais regionais.
Interior	Bauru	Lins	Entrocamento e base educacional.	Rádio local e OOH rodoviário.
Interior	Bauru	Botucatu	Polo educacional (Unesp) e industrial.	Rádio e digital locais.
Interior	Marília	Marília	Polo alimentício, educacional e farmacêutico.	Rádio regional consolidado.
Interior	Marília	Assis	Centro regional de serviços.	Mídia local de menor densidade.
Interior	Presidente Prudente	Presidente Prudente	Polo econômico e universitário do oeste.	Rádio forte, OOH limitado.
Interior	Presidente Prudente	Dracena	Município médio do oeste paulista.	Rádio e portais regionais.
Interior	Araçatuba	Araçatuba	Agronegócio e transporte rodoviário.	Rádio e portais regionais.
Interior	Araçatuba	Birigui	Indústria calçadista e metalúrgica.	Rádio e OOH locais.
Interior	São José dos Campos (Vale do Paraíba)	São José dos Campos	Polo tecnológico e aeroespacial (Embraer, ITA).	Rádio e DOOH ativos.
Interior	São José dos Campos (Vale do Paraíba)	Taubaté	Indústria automotiva e comércio.	Mídia regional complementar.
Interior	São José dos Campos (Vale do Paraíba)	Pindamonhangaba	Indústria e logística intermunicipal.	Rádio e digital de tráfego regional.
Interior	Registro (Vale do Ribeira)	Registro	Polo agrícola e integração territorial.	Rádio e portais de menor alcance.
Interior	Registro (Vale do Ribeira)	Pariquera-Açu	Base logística e institucional do Vale do Ribeira.	Rádio local e portais comunitários.
Interior	Itapeva	Itapeva	Produção agroflorestal e pecuária.	Mídia restrita.
Interior	Barretos / São Joaquim da Barra	Barretos	Polo agropecuário e eventos (Festa do Peão).	Rádio e portais locais.
Interior	Barretos / São Joaquim da Barra	Bebedouro	Polo agroindustrial e de bebidas.	Rádio regional e OOH leve.
Interior	Araraquara / São Carlos	Araraquara	Indústria e universidades.	Rádio e digital regional.
Interior	Araraquara / São Carlos	São Carlos	Tecnologia e inovação.	Presença de mídia moderada.
Litoral	Litoral Sul (Baixada Santista)	Santos	Porto principal e logística nacional.	Rádio e OOH de alta densidade.
Litoral	Litoral Sul (Baixada Santista)	Praia Grande	Alta densidade urbana e turismo popular.	Rádio e DOOH de alto fluxo.
Litoral	Litoral Sul (Baixada Santista)	Guarujá	Turismo e terminais portuários.	Rádio local e OOH de acesso.
Litoral	Litoral Sul (Baixada Santista)	Cubatão	Polo industrial e químico.	OOH institucional.
Litoral	Litoral Norte	Caraguatatuba	Polo de turismo e integração rodoviária (Tamoios).	Rádio e portais locais.
Litoral	Litoral Norte	Ubatuba	Turismo ecológico e sazonal.	Mídia leve, foco institucional.
Litoral	Litoral Norte	São Sebastião	Terminais portuários e turismo.	Rádio regional (Costa Norte).
Litoral	Litoral Norte	Ilhabela	Turismo premium e eventos.	Mídia restrita, foco institucional.

Anexo 37 – Gráfico de Consumos de Meios SP Estado



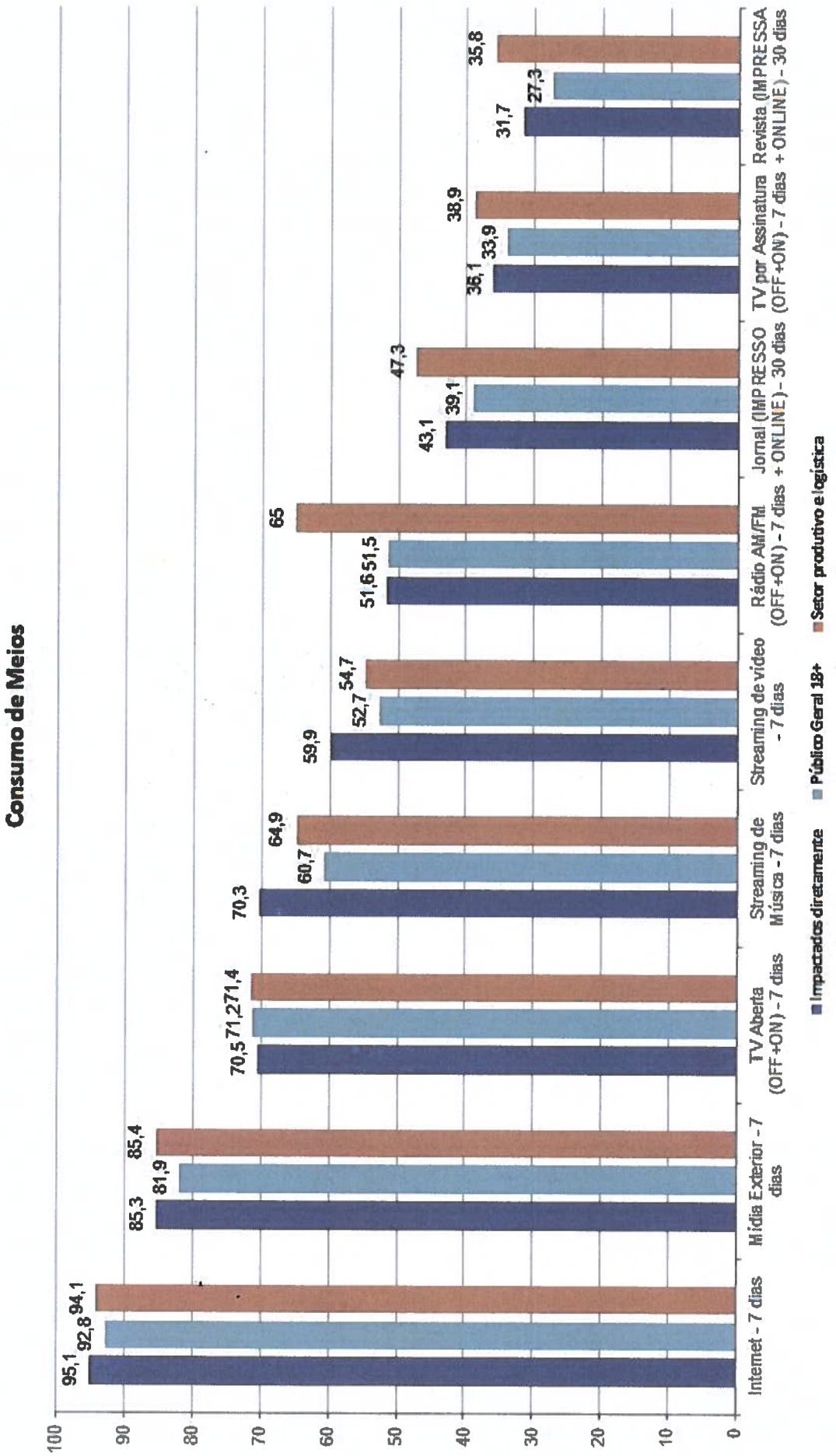
Pesquisa: Brasil TGI (Português) - TG BR 2025 R2 - Pessoas
Filtro: Regiões - SP Estado

Anexo 38 – Gráfico de Afinidade de Meios SP Estado



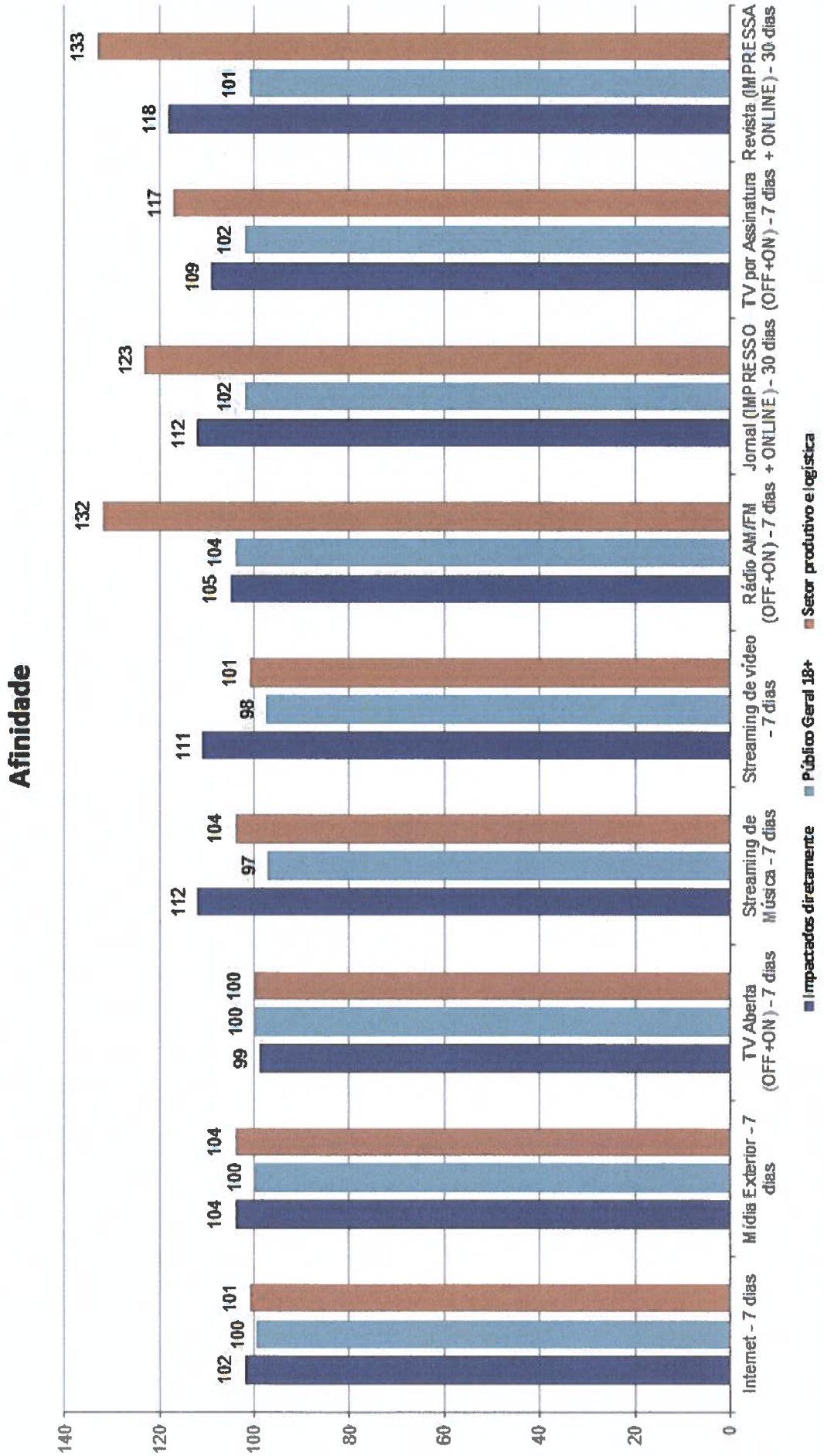
Pesquisa: Brasil TGI (Português) - TG BR 2025 R2 - Pessoas
Filtro: Regiões - SP Estado

Anexo 39 – Gráfico de Consumos de Meios RMSP



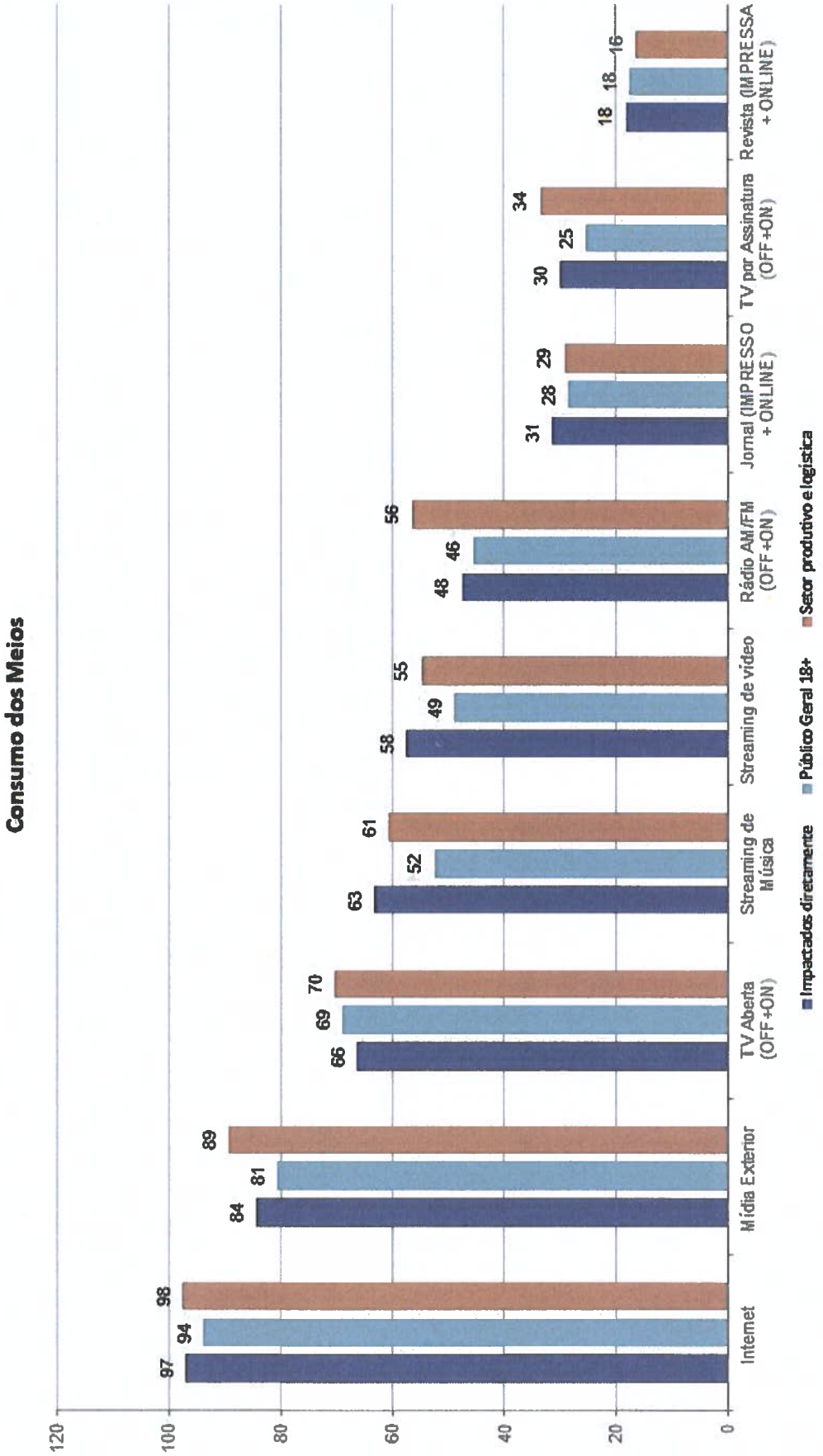
Pesquisa: Brasil TGI (Português) - TG BR 2025 R2 - Pessoas
Filtro: Regiões - RM São Paulo

Anexo 40 – Gráfico de Afinidade de Meios RMSP



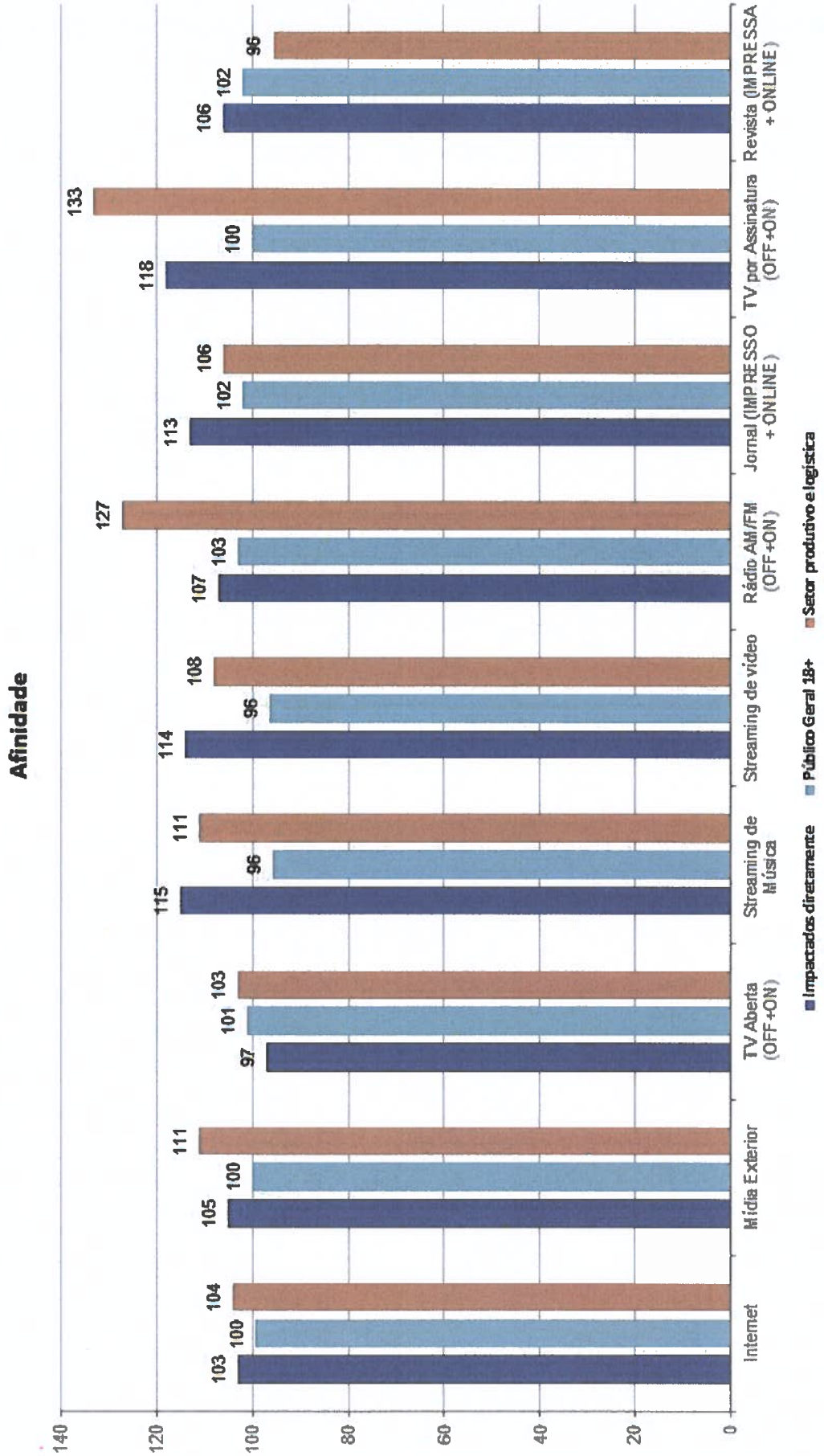
Pesquisa: Brasil TGI (Português) - TG BR 2025 R2 - Pessoas
Filtro: Regiões - RM São Paulo

Anexo 41 – Gráfico de Consumos de Meios SP Interior Exceto Baixada Santista



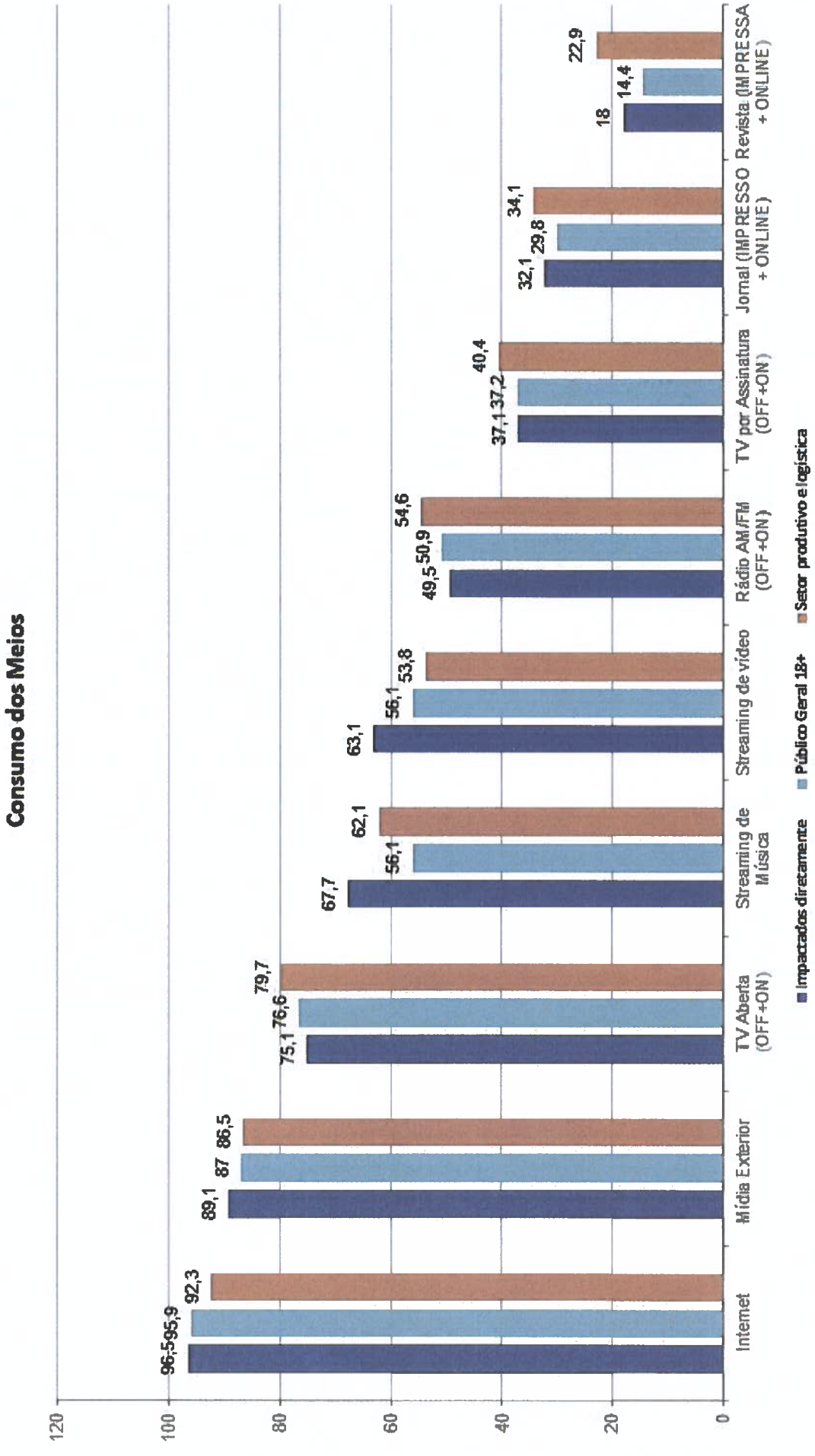
Pesquisa: Brasil TGI (Português) - TG BR 2025 R2 - Pessoas
Filtro: Regiões - SP interior (Exceto Baixada Santista)

Anexo 42 – Gráfico de Afinidade de Meios SP Interior Exceto Baixada Santista

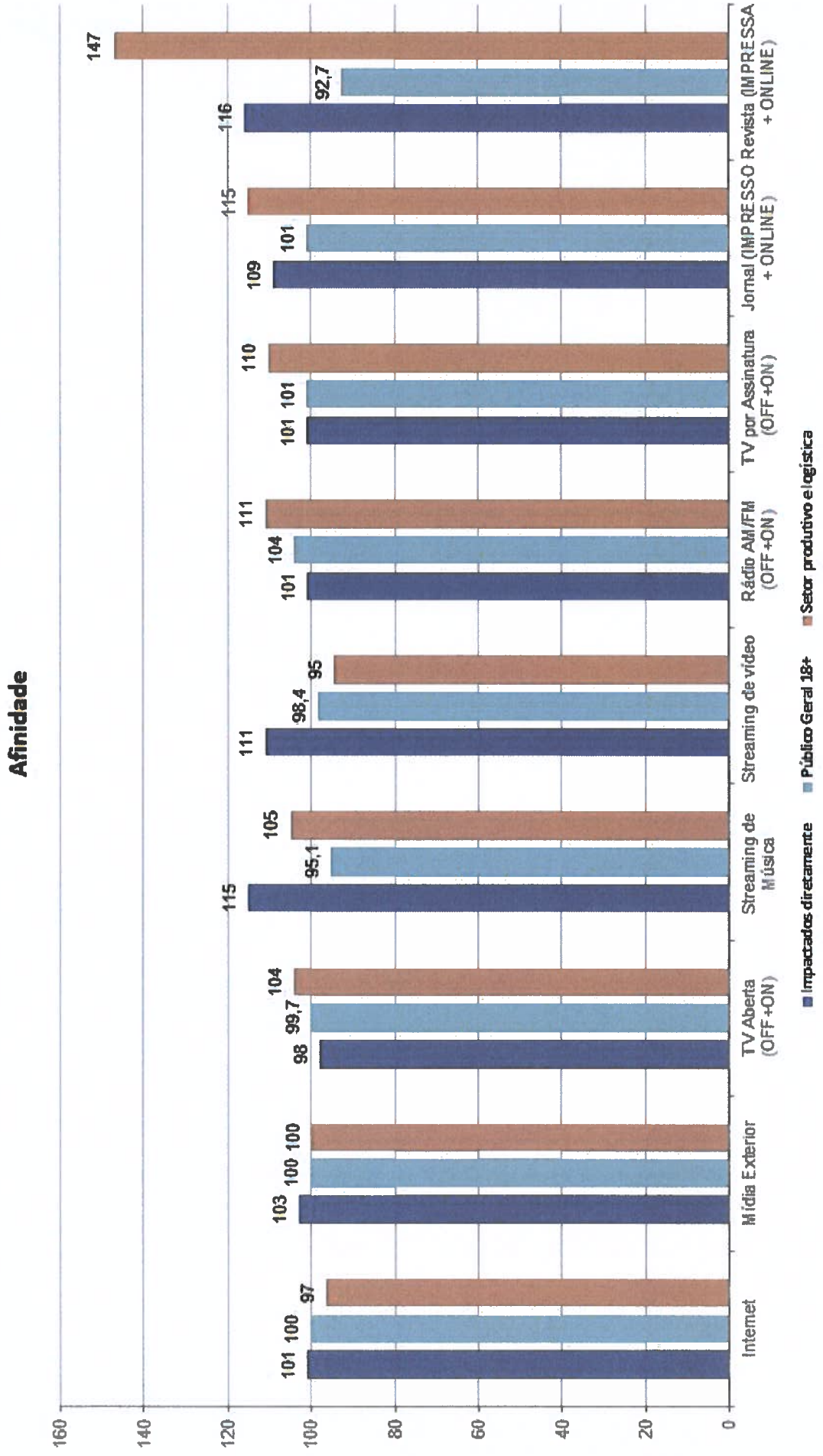


Pesquisa: Brasil TGI (Português) - TG BR 2025 R2 - Pessoas
Filtro: Regiões - SP interior (Exceto Baixada Santista)

Anexo 43 – Gráfico de Consumos de Meios Baixada Santista



Anexo 44 – Gráfico de Afinidade de Meios Baixada Santista



Pesquisa: Brasil TGI (Português) - TG BR 2025 R2 - Pessoas
Filtro: Regiões - Baixada Santista

Anexo 45 A – Lista de Peças

PEÇA	LETRA	QUANTIDADE / CONJUTOS	NOME DA PEÇA	NOME PARA PLANO	FORMATOS
FILME	A	1	FILME INSTITUCIONAL GERAL ESTADO 30S	A - FILME INSTITUCIONAL GERAL ESTADO 30S	30"
FILME	B	1	FILME INSTITUCIONAL GERAL ESTADO 15S	B - FILME INSTITUCIONAL GERAL ESTADO 15S	15"
FILME	C	1	FILME INSTITUCIONAL GERAL RMSP 15S	C - FILME INSTITUCIONAL GERAL RMSP 15S	15"
FILME	D	1	FILME INSTITUCIONAL GERAL INTERIOR 15S	D - FILME INSTITUCIONAL GERAL INTERIOR 15S	15"
FILME	E	1	FILME INSTITUCIONAL GERAL LITORAL 15S	E - FILME INSTITUCIONAL GERAL LITORAL 15S	15"
FILME	F	1	FILME INSTITUCIONAL SETOR PRODUTIVO RMSP 15S	F - FILME INSTITUCIONAL SETOR PRODUTIVO RMSP 15S	15"
FILME	G	1	FILME INSTITUCIONAL SETOR PRODUTIVO INTERIOR 15S	G - FILME INSTITUCIONAL SETOR PRODUTIVO INTERIOR 15S	15"
FILME	H	1	FILME INSTITUCIONAL SETOR PRODUTIVO LITORAL 15S	H - FILME INSTITUCIONAL SETOR PRODUTIVO LITORAL 15S	15"
BUMPER	I	1	BUMPER INSTITUCIONAL GERAL RMSP 6S	I - BUMPER INSTITUCIONAL GERAL RMSP 6S	6"
BUMPER	J	1	BUMPER INSTITUCIONAL GERAL INTERIOR 6S	J - BUMPER INSTITUCIONAL GERAL INTERIOR 6S	6"
BUMPER	K	1	BUMPER INSTITUCIONAL GERAL LITORAL 6S	K - BUMPER INSTITUCIONAL GERAL LITORAL 6S	6"
BUMPER	L	1	BUMPER INSTITUCIONAL SETOR PRODUTIVO RMSP 6S	L - BUMPER INSTITUCIONAL SETOR PRODUTIVO RMSP 6S	6"
BUMPER	M	1	BUMPER INSTITUCIONAL SETOR PRODUTIVO INTERIOR 6S	M - BUMPER INSTITUCIONAL SETOR PRODUTIVO INTERIOR 6S	6"
BUMPER	N	1	BUMPER INSTITUCIONAL SETOR PRODUTIVO LITORAL 6S	N - BUMPER INSTITUCIONAL SETOR PRODUTIVO LITORAL 6S	6"
SPOT	O	1	SPOT INSTITUCIONAL GERAL RMSP 30S	O - SPOT INSTITUCIONAL GERAL RMSP 30S	30"
SPOT	P	1	SPOT INSTITUCIONAL GERAL INTERIOR 30S	P - SPOT INSTITUCIONAL GERAL INTERIOR 30S	30"
SPOT	Q	1	SPOT INSTITUCIONAL GERAL LITORAL 30S	Q - SPOT INSTITUCIONAL GERAL LITORAL 30S	30"
SPOT	R	1	SPOT INSTITUCIONAL SETOR PRODUTIVO RMSP 30S	R - SPOT INSTITUCIONAL SETOR PRODUTIVO RMSP 30S	30"
SPOT	S	1	SPOT INSTITUCIONAL SETOR PRODUTIVO INTERIOR 30S	S - SPOT INSTITUCIONAL SETOR PRODUTIVO INTERIOR 30S	30"
SPOT	T	1	SPOT INSTITUCIONAL SETOR PRODUTIVO LITORAL 30S	T - SPOT INSTITUCIONAL SETOR PRODUTIVO LITORAL 30S	30"
BANNERS PAUSE ADS GLOBOPLAY	U	1	BANNER INSTITUCIONAL GERAL DISPLAY - GLOBOPLAY	U - BANNER INSTITUCIONAL GERAL DISPLAY - GLOBOPLAY	996 x 640
BANNERS	V	3	BANNER INSTITUCIONAL GERAL DISPLAY	V - BANNER INSTITUCIONAL GERAL DISPLAY	996 x 640, 1920x 1080, 300x600px, 300x250px, 300x100, 300x50, 320x100, 320X50, 970x250, 728x90, 970x90,
BANNERS	X	3	BANNER INSTITUCIONAL IMPACTADOS DIRETAMENTE RMSP	X - BANNER INSTITUCIONAL IMPACTADOS DIRETAMENTE RMSP	975 x 861px, 1146 x 393px, 420 x 420px, 320x480px, 320x568px, 480x320px, 568x320px 768x1024px, 800x1280px, 1024x768px, 1280x800px
BANNERS	W	3	BANNER INSTITUCIONAL SETOR PRODUTIVO	W - BANNER INSTITUCIONAL SETOR PRODUTIVO	540x540, 300x600px, 300x250px, 300x100, 300x50, 320x100, 320X50, 970x250, 728x90, 970x90,
CARDS e STORY	Y	3	CARDS STORIES INSTITUCIONAL GERAL RMSP	Y - CARDS STORIES INSTITUCIONAL GERAL RMSP	1080 x 1080, 1080x1920
CARDS e STORY	Z	3	CARDS STORIES INSTITUCIONAL GERAL INTERIOR	Z - CARDS STORIES INSTITUCIONAL GERAL INTERIOR	1080 x 1080, 1080x1920
CARDS e STORY	AA	3	CARDS STORIES INSTITUCIONAL GERAL LITORAL	AA - CARDS STORIES INSTITUCIONAL GERAL LITORAL	1080 x 1080, 1080x1920
CARDS e STORY	AB	3	CARDS STORIES INSTITUCIONAL SETOR PRODUTIVO RMSP	AB - CARDS STORIES INSTITUCIONAL SETOR PRODUTIVO RMSP	1080 x 1080, 1080x1920
CARDS e STORY	AC	3	CARDS STORIES INSTITUCIONAL SETOR PRODUTIVO INTERIOR	AC - CARDS STORIES INSTITUCIONAL SETOR PRODUTIVO INTERIOR	1080 x 1080, 1080x1920

Anexo 45 B – Lista de Peças

PEÇA	LETRA	QUANTIDADE / CONJUTOS	NOME DA PEÇA	NOME PARA PLANO	FORMATOS
CARDS e STORY	AD	3	CARDS STORIES INSTITUCIONAL SETOR PRODUTIVO LITORAL	AD - CARDS STORIES INSTITUCIONAL SETOR PRODUTIVO LITORAL	1080 x 1080, 1080x1920
CARROSSEL	AE	1	CARROSSEL INSTITUCIONAL GERAL RMSP PRINCIPAL	AE - CARROSSEL INSTITUCIONAL GERAL RMSP PRINCIPAL	1080 x 1080 px
CARROSSEL	AF	2	CARROSSEL INSTITUCIONAL GERAL RMSP COMPLEMENTAR	AF - CARROSSEL INSTITUCIONAL GERAL RMSP COMPLEMENTAR	1080 x 1080 px
CARROSSEL	AG	3	CARROSSEL INSTITUCIONAL GERAL INTERIOR	AG - CARROSSEL INSTITUCIONAL GERAL INTERIOR	1080 x 1080 px
CARROSSEL	AH	3	CARROSSEL INSTITUCIONAL GERAL LITORAL	AH - CARROSSEL INSTITUCIONAL GERAL LITORAL	1080 x 1080 px
DOOH	AI	1	DOOH INSTITUCIONAL GERAL RMSP 10S	AI - DOOH INSTITUCIONAL GERAL RMSP 10S	10"
DOOH	AJ	1	DOOH INSTITUCIONAL GERAL RMSP 10S ALTERNATIVO	AJ - DOOH INSTITUCIONAL GERAL RMSP 10S ALTERNATIVO	10"
DOOH	AK	1	DOOH INSTITUCIONAL GERAL RMSP 10S COMPLEMENTAR	AK - DOOH INSTITUCIONAL GERAL RMSP 10S COMPLEMENTAR	10"
OOH - MUB	AL	1	MUB INSTITUCIONAL GERAL RMSP	AL - MUB INSTITUCIONAL GERAL RMSP	1,20 x 1,80
OOH - FRONT, OUTDOOR	AM	1	FRONT OUTDOOR INSTITUCIONAL GERAL RMSP	AM - FRONT OUTDOOR INSTITUCIONAL GERAL RMSP	DIVERSOS
DOOH	AN	1	DOOH INSTITUCIONAL GERAL INTERIOR 10S	AN - DOOH INSTITUCIONAL GERAL INTERIOR 10S	10"
OOH - MUB	AO	1	MUB INSTITUCIONAL GERAL INTERIOR	AO - MUB INSTITUCIONAL GERAL INTERIOR	1,20 x 1,80
OOH -PAINEL ESTRADA	AP	1	PAINEL ESTRADA INSTITUCIONAL GERAL INTERIOR	AP - PAINEL ESTRADA INSTITUCIONAL GERAL INTERIOR	DIVERSOS
OOH - FRONT, OUTDOOR	AQ	1	FRONT OUTDOOR INSTITUCIONAL GERAL INTERIOR	AQ - FRONT OUTDOOR INSTITUCIONAL GERAL INTERIOR	DIVERSOS
DOOH	AR	1	DOOH INSTITUCIONAL GERAL LITORAL 10S	AR - DOOH INSTITUCIONAL GERAL LITORAL 10S	10"
OOH - MUB	AS	1	MUB INSTITUCIONAL GERAL LITORAL	AS - MUB INSTITUCIONAL GERAL LITORAL	1,20 x 1,80
OOH - FRONT, OUTDOOR	AT	1	FRONT OUTDOOR INSTITUCIONAL GERAL LITORAL	AT - FRONT OUTDOOR INSTITUCIONAL GERAL LITORAL	DIVERSOS
OOH -PAINEL ESTRADA	AU	1	PAINEL ESTRADA INSTITUCIONAL GERAL LITORAL	AU - PAINEL ESTRADA INSTITUCIONAL GERAL LITORAL	DIVERSOS

Anexo 46 – Planilha de Produção

CUSTOS DE PRODUÇÃO DE CAMPANHA (VALORES ALOCADOS EM PRODUÇÃO)						
PEÇAS	FORMATO	ESPECIFICAÇÃO	QUANT.	R$ UNITÁRIO	R$ TOTAL	%
Filmes + Adaptações. TV, Internet, Redes Sociais, WhatsApp, DOOH, Meios Próprios, E-Mail Marketing e Outros Meios	1x30", 7x15", 3x10" (DOOH) + 6x Bumper 6". Todos filmes com finalizações nas versões 16:9, 9:16 e 1:1	Produção audiovisual de filme de 30" e suas versões. Direitos dos filmes e dos frames para aplicação em peças impressas e digitais: TV aberta e fechada, internet, redes sociais, DOOH, mídias alternativas, meios próprios, e-mail marketing, eventos, contrapartidas e plataformas de streaming. Veiculação: Estado de São Paulo. Período de 3 meses.	17	Pacote de filmes	R$ 902.217,12	39,52%
Envio de link para filme TV (cópia de veiculação)	30"	1 filme de 30" – Envio de link: Globo, Record, SBT, RedeTV!, Gazeta, TV Cultura e Band. Praça: Estado de São Paulo.	34	Pacote de custo	R$ 12.950,00	0,57%
Áudio. Trilha dos Filmes, Áudio de Spot e Locução. TV, Internet, Redes Sociais, WhatsApp, Meios Próprios, Videowall, E-Mail Marketing e Outros Meios + Adaptações	Trilha e Locução: 1x30", 7x15" + 6x Bumper 6". Spot: 6x30"	Produção de uma trilha com 1 finalização para o filme (1x30", 7x15"), bumper (6x6") e spot de rádio (6x30"). Produção, mix e finalização. Veiculação no Estado de São Paulo. Período de 3 meses. Inclui locuções, trilha e direitos: TV aberta e fechada, internet, redes sociais, testemunhal, mídias alternativas, meios próprios, eventos, contrapartidas, rádio e plataformas de streaming.	20	Pacote de áudio	R$ 60.000,00	2,63%
Fotos	10 fotos, 300 dpi	Produção fotográfica de 10 fotos still com tratamento. Fotos still período de 3 meses. Inclui direitos: mídia impressa, materiais gráficos, TV aberta e fechada, internet, redes sociais, OOH, DOOH, mídias alternativas, meios próprios, eventos e contrapartidas. Veiculação: Estado de São Paulo.	Pacote de 10 imagens		R$ 45.000,00	1,971%
Carrossel – Redes Sociais	1080x1080, 1080x1920, 1920x1080 px	Produção de terceiros – enxoval de 4 criativos de post carrossel, com 5 cards cada, 3 formatos (total: 60 peças).	60	Não tem custo de produção. Material produzido internamente com imagens do item Fotos.		0,00%
Card e Story – Redes Sociais	1080x1080, 1080x1920, 1920x1080 px	Produção de terceiros referente a enxoval de 6 criativos para card e story, em 3 formatos, totalizando 18 peças.	18	Não tem custo de produção. Material produzido internamente com imagens do item Fotos.		0,00%
DOOH 10" – Túnel Digital Aeroporto	1728x576 (face 1), 768x960 (face 2), 768x576 (face 3) e 3456x384 (face 4)	Produção de terceiros referente a peças animadas e sem áudio. DOOH 10": 1 criativo em 4 formatos para utilização nas 4 faces que compõem o circuito de telas e testeiras de LED no Aeroporto de Congonhas.	1	R$ 200,00	R$ 200,00	0,01%
OOH – Mobiliário Urbano / Abrigo de Ônibus (Impresso)	1,17x1,71 m e 1,185x1,75 m; 1,22x1,77 m (totem) e 1,05x1,70 m (estático)	Produção em papel, PS 2 mm, papel offset e couché (135 g a 150 g), nos formatos 1,22x1,77 m (totem), 1,05x1,70 m (estático) e cartaz para abrigo de ônibus (3 criativos). Quantidade inclui 10% de reserva.	120	R$ 88,00	R$ 10.560,00	0,46%
OOH estático – Front / Outdoor / Painel de Estrada (Impresso)	15x5; 10x4; 8x4; 25x8; 9x3; 1,17x1,71; 20x6; 18x7; 18x6; 12x4; 21x7; 7x3,6; 6,40x17,90; 9x4,5; 9x6 e 8x3 m	Produção de lona vinílica e papel (front light, outdoor, painel rodoviário e empena), com diferentes formatos e periodicidades, distribuídos em 18 cidades do Estado de São Paulo (3 criativos). Quantidade inclui reserva técnica.	Pacote de 172 lonas		R$ 215.077,49	9,42%
Mídia Display – Banner Digital – Internet, Portais, Redes Rociais, Streaming e Site Próprio	1024x768, 1080x1080, 1080x1920, 1146x393, 1280x800, 1920x1080, 300x100, 300x250, 300x50, 300x600, 320x100, 320x480, 320x50, 320x568, 420x420, 480x320, 540x540, 568x320, 728x90, 768x1024, 800x1280, 970x250, 970x90, 975x861, 996x640	Produção de terceiros referente a peças em formatos diversos – display animado, GIF ou MP4 (3 criativos).	Pacote de banner – mídia display		R$ 18.400,00	0,81%
E-Mail Marketing – Não Mídia	HTML 450 px	E-mail marketing (2 criativos) a ser disparado para as bases proprietárias da SECOM e seus parceiros.	2	Não tem custo de produção. Material produzido internamente com imagens do item Fotos.		0,00%
Ação Especial Corrida	Ação Não Mídia	Ação não mídia – realização de corrida da Independência no Rodoanel – Trecho Norte, incluindo produção, operação básica do evento, estrutura essencial e serviços obrigatórios.	Pacote de custo		R$ 1.000.000,00	43,80%
AdServer	Software auditor de dados para peças digitais	Ferramenta que gerencia e rastreia anúncios online em sites, aplicativos ou outras mídias digitais, coletando dados sobre o desempenho dos anúncios, como cliques e impressões, permitindo otimização das campanhas publicitárias.	1	R$ 18.645,49	R$ 18.645,49	0,82%
Custo Total de Produção					R$ 2.283.050,10	100,00%

Carrossel – Redes Sociais

A conclusão do Rodoanel
com a entrega do Trecho Norte
vai melhorar a sua rotina e a de
milhões de pessoas. Vai tirar
caminhões da cidade e melhorar
todas as viagens entre o interior,
a capital e o litoral. Porque
São Paulo sabe para onde ir:
São Paulo tem um norte.
Governo de São Paulo.
São Paulo são todos.

Banner Pause Ads – Streaming

DOOH 10” – Terminal de Ônibus

1

2

3

4

Painel de Estrada

DOOH 10" – Túnel Digital Aeroporto

Ação Não Mídia – Corrida

Painel de Estrada

Filme 30”

Spot 30”

Spot 30”