Raciocínio Básico

Com 467 anos e uma população superior a 46 milhões, São Paulo se destaca em sua grandiosidade, diversidade e capacidade. Moldada por uma complexa e rica fusão de povos, carrega a influência de diferentes etnias, que, juntas, fizeram um estado único em seu caráter múltiplo e cosmopolita, com forte vocação para o trabalho e a inovação. Consolidou-se assim como um protagonista no cenário cultural, econômico e logístico do país, uma verdadeira locomotiva para geração de negócios, no Brasil e no mundo.

Em consonância com o DNA do Estado e do seu povo, o Governo do Estado segue trabalhando incansavelmente, imprimindo dinamismo, com articulação empresarial e uma forte agenda para atração de investimentos privados e estrangeiros. Com o lema "Estado de Respeito", construiu por meio de uma gestão moderna, ágil, eficiente e transparente um caminho de desenvolvimento e oportunidades para o cidadão paulista. Para além da economia, o Governo ampliou investimentos em áreas de relevância para o cotidiano e de grande potencial transformador para a vida das pessoas, como a segurança e educação.

Com relevante função para a sociedade, a comunicação do Estado de São Paulo, por intermédio da Unidade de Comunicação da Secretaria de Governo, se faz presente na vida do paulista, reforçando o caráter transparente e comprometido da atual gestão. Mediante múltiplas iniciativas e canais, reverbera informações acerca de direitos e serviços públicos e divulga projetos e ações do Governo do Estado.

No emblemático ano de 2020, um turbilhão colocou em teste a capacidade de gestão de líderes por todo o globo: a Covid-19 subitamente dominou o noticiário, redefiniu prioridades e transformou o cotidiano. O 1º caso identificado no Brasil ocorreu em fevereiro, e em março do mesmo ano, a Organização Mundial da Saúde (OMS) caracterizou a situação como uma pandemia.

Desde a 1ª onda da pandemia, inúmeros países e estados, inclusive o Governo do Estado de São Paulo, adotaram, em momentos estratégicos e urgentes, medidas de restrição – limitando drasticamente a circulação de pessoas e funcionamento de serviços por tempo determinado – e orientaram o isolamento social como um necessário hábito coletivo. Apesar do seu amplo impacto, as medidas foram comprovadamente efetivas. Um estudo liderado pela Imperial College London em colaboração com a OMS, em junho de 2020, estimou que as medidas de isolamento salvaram cerca de 3 milhões de vidas na Europa.

Em paralelo, a OMS delineou e estimulou por todo o globo hábitos responsáveis, como manter distância de pelo menos 1,5 metros de outra pessoa, usar máscaras como parte habitual da interação humana, evitar aglomerações e espaços fechados, higienizar as mãos regularmente, com água e sabão ou gel hidroalcoólico, evitar tocar em olhos, nariz e boca, entre outras iniciativas necessárias para preservar a saúde e a vida das pessoas.

Ao colocar as famílias de volta ao lar, a pandemia também funcionou como um catalisador de tendências. Os brasileiros se habituaram com termos como home office e ensino híbrido. A população se digitalizou mais, inclusive os mais velhos (Comscore, 2020). Em síntese, a pandemia funcionou como um propulsor do futuro, antecipando novos comportamentos emergentes. Dessa maneira, a população do Estado, assim como a humanidade, passou a viver em uma nova realidade, de novos hábitos, individuais e coletivos, como poderosas atitudes para prevenir a contaminação e combater o alcance do vírus.

Apesar da urgência e da necessária atenção à pandemia, o Brasil mergulhou num cenário de grande insegurança no âmbito da saúde. Com a falta de diretrizes claras e coordenadas no

âmbito nacional, pouca transparência dos dados sobre casos, informações desencontradas sobre tratamento e prevenção, que colocavam em descrédito a ciência e a OMS, a situação no Brasil se agravou, alcançando níveis extremos. Pesquisa realizada pela consultoria inglesa Brand Finance, em dezembro de 2020, que avaliou 105 países, posicionou o Brasil entre os 3 piores na gestão da pandemia e suas amplas ramificações.

Orientado pela ciência, em acordo com protocolos da OMS, o Governo do Estado de São Paulo destacou-se como um protagonista nacional a favor dos fundamentos científicos e humanitários, do combate às fake news e do reforço aos hábitos preventivos. Em conjunto com outros estados, São Paulo liderou um amplo movimento para salvar vidas e implantou uma série de iniciativas no Estado, reforçando seu empenho, inovação e agilidade.

Um grande exemplo foi a implantação do pioneiro Centro de Contingência do Estado – concebido após a confirmação do 1º caso em São Paulo –, formado por profissionais especialistas, com foco em infectologia e com o objetivo de monitorar e coordenar ações contra a propagação do novo coronavírus. Já o Centro de Vigilância Epidemiológica atuou de imediato, capacitando profissionais da saúde em todo o Estado. Ainda por meio do Sistema de Monitoramento Inteligente (SIMI-SP), o Governo acompanha diariamente o percentual de isolamento social, analisando dados e tendências em 104 municípios.

Não é da natureza de São Paulo parar. Dessa maneira, buscando uma estratégia de retomada segura, o Estado lançou o Plano SP: atualizado constantemente, com base em indicadores para medir a situação de cada região, como a média de ocupação dos leitos, o Estado classifica cada localidade em uma das 5 fases de abertura econômica, reforçando a premissa de um retorno responsável e consciente às atividades.

Na busca incansável para vencer a guerra contra o vírus e frear as mortes, a partir de sua expertise e reconhecimento na produção de imunizantes, por intermédio do Instituto Butantan, em parceria com o laboratório chinês Sinovac, o Governo do Estado de São Paulo liderou uma corrida pela vacina – inspirando orgulho e esperança, a vacina do Butantan é hoje produzida no Estado. São Paulo assumiu assim um papel estratégico e atuante na imunização nacional: foi onde ocorreu a 1ª aplicação da vacina no Brasil e, até agosto de 2021, o Instituto Butantan entregará um total de 100 milhões de doses para o SUS.

Como mencionado no briefing, o Estado atuou na pandemia muito além do distanciamento social, para mitigar seus efeitos: na educação, levando as aulas para a casa dos alunos; no social, distribuindo cestas básicas e também garantindo refeições a preço simbólico, entre outras diversas iniciativas, e ainda na segurança, na área administrativa, na saúde e na comunicação, tendo uma ampla atuação dentro do complexo impacto da pandemia em diferentes setores. Como prova da capacidade de inovação e realização desta gestão, assim como da assertividade de sua atuação neste período pandêmico, o Produto Interno Bruto (PIB) do Estado de São Paulo avançou +0,4% em 2020, na contramão do encolhimento da economia nacional, que recuou - 4,1%, e da mundial, com - 3,5% de crescimento negativo.

Desde o início da pandemia, a comunicação do Estado de São Paulo buscou sensibilizar para os riscos do vírus e hábitos preventivos, combatendo uma forte onda de fake news e negacionismo. Adotou ainda uma rotina de coletivas transmitidas por lives, aproximando a população de maneira multiplataforma, com informação ágil e confiável.

Apesar dos esforços combinados do Governo estadual, com imensurável empenho para

salvar vidas, o Estado e o País mergulharam em uma 2ª onda da doença, que, após pouco mais de um ano do início da pandemia, atingiu picos maiores que os da 1ª onda.

Em fevereiro deste ano, São Paulo confirmou a 1ª contaminação pela nova variante, brasileira, com maior transmissibilidade, impactando inclusive jovens e pessoas saudáveis, sem histórico de comorbidade, além de possuir maior resistência às vacinas. Os jovens são hoje grandes vetores de contaminação, para si e suas famílias, em decorrência das aglomerações e festas clandestinas que se multiplicam desde o final do ano.

Em resposta, em março deste ano, o Governo do Estado de São Paulo voltou a endurecer as medidas de isolamento, colocando o Estado na fase vermelha do Plano SP. Nas palavras do Governador: "Estamos à beira do colapso em todo o Brasil. Só há uma salvação, além dos cuidados do uso de máscara e não aglomerações: são as vacinas."

Uma pesquisa quantitativa on-line foi realizada por esta licitante, com um instituto reconhecido, contemplando 400 casos dentro do target 16+, das classes ABCD do Estado de São Paulo. Foi possível identificar que, para mais de 85% dos entrevistados, a pandemia ainda é um assunto de elevada importância. Apesar disso, quase metade assume como principal dificuldade em adotar hábitos responsáveis o cansaço de ficar em casa – revelando o desgaste do tema na vida das pessoas e o desejo de retomar sua rotina pré-pandemia.

Estudo de Business Intelligence realizado por esta agência coletou 1.129.728 menções de redes sociais entre maio de 2020 e fevereiro de 2021. Apesar da forte associação do Governo do Estado de São Paulo à pandemia, o que demonstra sua atuação presente e consistente, o termo Covid, apesar de relevante, depois de um ano de pandemia, vem sendo menos citado pela população, o que demonstra um menor engajamento.

O exercício criativo desta licitação tem como tema o plano para novos hábitos a serem adotados pela população do Estado de São Paulo em decorrência da pandemia do novo coronavírus. Torna-se evidente que o caminho proposto deve alertar a população em geral para o fato de que, mesmo com a chegada da vacina, a pandemia ainda não acabou.

Por todo o exposto, fica claro que os novos hábitos preventivos já conhecidos pela população devem ser relembrados e estimulados, como atitudes perenes. Para solução do problema de comunicação deve-se também dialogar com os jovens, desmitificando a percepção de baixo risco, esclarecendo para a necessidade de prevenção de todos.

Para o enfrentamento de uma pandemia desta gravidade, Governo e cidadãos precisam estar juntos, cada um fazendo sua parte pelo coletivo. É necessário estimular a reflexão individual, reforçando o papel de cada cidadão no combate à pandemia em uma comunicação de utilidade pública. Por outro lado, existe a oportunidade de também dar luz às inciativas da gestão, ampliando e diversificando o conhecimento sobre a sua atuação.

Para tal, a comunicação deve trazer uma abordagem diferenciada do realizado pelo Governo do Estado de São Paulo desde o início da pandemia: oxigenando o tema, com um discurso impactante e assertivo. A estratégia deve, portanto, considerar elementos de conscientização associados à mobilização. A seguir, na estratégia de comunicação, será demonstrada a proposta de solução deste desafio.

Para melhor responder aos desafios de comunicação do Governo do Estado de São Paulo, como explicitado no Raciocínio Básico, realizou-se uma profunda análise, mapeando barreiras e oportunidades, a fim de traçar uma solução assertiva para a comunicação dos novos hábitos a serem adquiridos em função da pandemia.

Analisando o contexto, fica evidente a urgência do tema: o Estado de São Paulo vive uma 2ª onda que atinge, após um ano de pandemia, o seu momento mais crítico, impulsionado por uma nova cepa, mais agressiva, e ainda pela disseminação de comportamentos de risco, que impactam não apenas o indivíduo, mas também toda a sociedade.

A chegada da vacina encheu a população de orgulho e esperança, porém é fato também que, apesar do visível empenho do Governo estadual, o ritmo de imunização e o volume de vacina disponível ainda não são suficientes para resolver o problema de imediato. Nas palavras do secretário de Saúde em coletiva em 11/03/21, "é preciso ter responsabilidade."

Dessa maneira, o caminho passa inevitavelmente pela atitude preventiva do cidadão. A estratégia que se desenha busca provocar uma reflexão sobre o papel de cada indivíduo para o bem-estar coletivo, em uma campanha de utilidade pública que alerta e orienta.

Pesquisa quantitativa realizada por esta licitante e citada anteriormente prova que as pessoas já conhecem e adquiriram novos hábitos, como usar máscara (94%), lavar as mãos com mais frequência (85%), usar álcool em gel (88%) e manter distanciamento e/ou evitar aglomerações (83%). Não é um problema de desinformação. As pessoas sabem o que fazer. Fato é que, após um período prolongado de restrições, a ansiedade em voltar para a rotina "normal" é latente. Não é fácil, mas, apesar da fadiga, é necessário prevenir.

Apesar de 91,5% concordarem com a frase "a pandemia mudou o mundo para sempre", o cenário mostra que os hábitos não foram incorporados por parte da população de maneira perene, em desacordo com o agravamento do cenário pandêmico. Ponto fundamental para esta estratégia, para além do didatismo, é sensibilizar o indivíduo, estimulando a atenção constante para a manutenção dos comportamentos corretos, não como uma decisão pessoal, mas como uma atitude permanente de respeito com o outro e cuidado com a vida.

Analisando a comunicação do Estado, seu discurso evoluiu de acordo com o cenário pandêmico, passando por mensagens como, "Fique em casa", "Use a máscara" e "Vacina para todos". A campanha proposta estreia um novo momento. É hora de marcar o próximo passo, a partir da vacina, alimentando uma nova onda de mobilização: um chamamento urgente de atitude preventiva, até que todo o Estado esteja seguro e vacinado.

O conceito proposto é potente, direto e grandioso e ao mesmo tempo extremante próximo. Afasta-se assim de um comando ou da ordem pura e simples de uma autoridade; assume, ao contrário, o tom de um alerta importante de um amigo, um parceiro preocupado:

MESMO COM A VACINA, VÊ SE NÃO VACILA.

A sentença é extremamente clara em desqualificar as atitudes irresponsáveis e cobrar comportamentos responsáveis. Ao assumir uma linguagem popular, compreensível a todos e de fácil aplicação no dia a dia, amplia a identificação das pessoas, potencializando o seu efeito e engajamento. Ao mesmo tempo, estreia uma nova abordagem, renovando o fôlego, a atenção e interesse pelo tema.

A primeira parte, “mesmo com a vacina”, desconstrói a sensação de plena segurança com a chegada do imunizante, pontuando o cenário de cautela - a vacina está aí, mas a solução para salvar vidas está na atitude responsável de cada um. Enquanto a resposta, “Vê se não vacila”, revela o tom coloquial e próximo da mensagem, como uma conversa de igual para igual. Nesse sentido, o uso do termo “vacilo” se conecta diretamente a uma atitude que não é positiva, bem vista ou celebrada, desqualificando os comportamentos irresponsáveis e de risco.

No conjunto, demonstra a indignação coletiva e o papel vigilante que toda a sociedade deve assumir, sobre o seu entorno e sobre si mesma, em uma corrente de cobrança e de cuidado mútuo. Desperta assim o espírito de cidadania nas pessoas. O conceito ganha contornos de um movimento popular, espalhando a consciência entre as pessoas.

Pela ótica do Governo do Estado de São Paulo, a mensagem apresenta uma gestão empática, que conhece os paulistas e que sabe dialogar. Uma gestão que tem atuado com compromisso social, competência e trabalho e que estimula a participação do cidadão.

Dessa maneira, a campanha dialoga com a população em geral e também com públicos estratégicos, como: 1) Jovens, atualmente grandes vetores de disseminação do vírus: desde o final o ano passado, houve aumento de casos a partir de 10 anos com atenção para a faixa de 20 a 29, que chegou a ter um salto de 26% no período, de acordo com dados do Governo de São Paulo; 2) Formadores de opinião, que devem ser impactados pelo seu caráter influenciador; 3) Mulheres, pelo seu papel na família, principalmente nesse contexto de retorno para o lar; 4) Idosos, público prioritário da vacinação, permanecem como maiores vítimas fatais da doença.

O partido temático se inspira na mobilização e indignação coletiva, traz a atitude consciente e engajada como ideia central. Para pôr em prática essa ideia, a campanha coloca em primeiro plano o elemento humano, por meio de personagens de olhar forte e atitude, que, no conjunto das peças, revelam a multiplicidade da população paulista, entregando diversidade de gênero, raça e faixa etária. Compondo a cena, recortes variados ilustram diferentes comportamentos, em linguagem moderna, unindo as pessoas e as atitudes corretas. A mensagem enfatiza a ação do Governo frente à pandemia, alimentando uma percepção de que o Governo tem feito sua parte, logo o cidadão tem que fazer a sua.

A combinação de diferentes cores se traduz em mais impacto e diferenciação para a campanha, assim como o uso de fonte moderna e de inspiração urbana, que destaca com grande visibilidade o conceito central da comunicação.

O mercado prioritário da estratégia é o Estado de São Paulo, contribuindo para a mobilização de todos. O público-alvo prioritário é a sociedade em geral do Estado, incluindo iniciativas táticas para mulheres e idosos e esforços segmentados para jovens e formadores de opinião. Em decorrência da urgência do tema, a campanha compreenderá 3 meses, de abril a junho do ano vigente, em uma estratégia de ondas, garantindo perenidade e picos de grande impacto.

Aproveitando da cadência e rima natural que emana do conceito, um marcante Jingle de Rádio 60” irá fixar a mensagem, como um grande comando engajador, aproveitando da capilaridade regional e presença no cotidiano desse meio. Com inspiração em hits do universo musical pop, configura-se um grande hino em prol da coletividade e do cuidado mútuo como uma atitude de amor. A sustentação contará com edição de 30”.

Um forte call to action, "Vamos espalhar a consciência", estará presente no jingle e outras peças. Reforça assim o seu aspecto de movimento, ao mesmo tempo em que descredibiliza a viralização de fake news, reforçando também o papel do Estado em esclarecer a orientação pela ciência e compartilhamento de conteúdos seguros.

Utilizando-se da base do jingle, o lançamento conta com um impactante Filme para TV de 60", para a sociedade em geral, que se configura quase como um videoclipe, lançado em programas de grande audiência. Dinâmico e musical, apresenta pessoas cheias de atitude, promovendo a consciência coletiva e hábitos preventivos. A sustentação terá uma edição de 30", amplificada na TV por assinatura, e pílulas de 10", que entregarão maior frequência.

Ainda nesse meio, haverá um Filme para TV de 30" para os jovens, com o objetivo de sensibilizar e frear os índices de contaminação e óbitos. A peça tem como protagonistas dois jovens, que dialogam em locais seguros, em ambientes separados, imprimindo atitude e seriedade. O filme também será veiculado na internet, reforçando a sua cobertura.

Um Anúncio de Revista Página Dupla será veiculado na Veja, no encarte Estado de São Paulo, reforçando a mensagem para formadores de opinião. Apresenta um homem usando máscara, com olhar sério, em consonância com o conceito da campanha. Hábitos diversos, como o uso de álcool em gel, compõem a cena, enquanto um texto de apoio reforça o call to action e a presença do Governo do Estado de São Paulo.

Com uma nova variação de cor e personagem central, um Anúncio de Jornal Rouba Página será veiculado nos 2 principais jornais do Estado. Uma jovem estudante, usando máscara e posicionada à frente de novos hábitos, como o estudo on-line, compõe a cena. O texto chama atenção para os cuidados na retomada dos estudos e apresenta as iniciativas do Governo do Estado na educação, como o Centro de Mídias SP, com a transmissão de aulas on-line, além de citar outras áreas, como de segurança e administrativa.

Para responder à necessidade de visibilidade e reforçar os comportamentos cotidianos, um Abrigo de Ônibus será vestido com a linguagem e mensagem da campanha. De maneira interativa, a peça traz uma médica que "oferece" orientações e eincentivo para as pessoas continuarem protegidas. A estratégia de OOH conta ainda com peças em busdoor, outdoor social e supermercados e DOOH com painéis, monitores digitais e Banco 24 Horas. Acompanhando a rotina de deslocamento dos paulistas, um Painel para Túnel de Estação apresenta grande impacto, com diferentes pessoas em sequência assumindo uma postura responsável e disseminando hábitos seguros.

Um Banner de Internet Billboard apresenta uma mensagem clara e impactante, utilizando-se da figura de uma profissional de saúde que orienta as pessoas para a valorização da ciência, em alinhamento com a postura do Governo do Estado de São Paulo. A peça reforça também a entrega de hospitais e novos leitos desde o início da pandemia, mas alerta principalmente para que cada indivíduo faça a sua parte.

A estratégia para internet conta ainda com formatos variados para grandes portais e redes sociais, além do Deezer e Spotify, com impacto principalmente no jovem. Um clipe para TikTok, com base no filme de 60", utiliza a natureza musical da campanha, convidando a audiência a produzir suas próprias versões, reforçando o potencial de apropriação coletiva do conceito.

Amplificando essa mensagem com os recursos próprios do Governo do Estado, uma peça

simples, mas de grande força, com foco no social, irá sensibilizar as pessoas em situação de vulnerabilidade. Um Jogo Americano Bandeja, utilizado nas refeições do programa Bom Prato, reforçará os comportamentos responsáveis e a atuação do Governo para garantir o acesso à alimentação, a exemplo dos programas Merenda em Casa e Alimento Solidário.

As peças terão direcionamento para o portal do Governo, estimulando maior conhecimento sobre os hábitos responsáveis, além de QR Code que amplificará o filme da campanha. Sugere-se ainda um enxoval para as redes sociais do Governo do Estado.

Na pesquisa realizada por esta licitante, foi avaliada a campanha, sua linha gráfica e conceito, resultando em 85% dos entrevistados aprovando a comunicação: 88% aprovaram o jingle. A campanha despertou nas pessoas sentimentos primordiais para o contexto, emocionais e mobilizadores, como “Esperança”, “Coletividade” e “Me fez refletir”. Um caminho comprovadamente impactante, elástico e transformador para sensibilizar as pessoas e reforçar os diferentes comportamentos urgentes com efetividade.

A proposta comporta assim múltiplas interpretações positivas, conectando-se de maneira relevante com a população, traçando um caminho diferenciado e assertivo acerca da adoção de novos hábitos e ampliando as associações favoráveis ao Governo do Estado.

Ideia Criativa

Lista de peças apresentadas como exemplo:
01. Filme TV 60": com grande impacto, é voltado para a sociedade, a fim de conscientização do público em geral. Dinâmico e musical, se assemelha a um videoclipe de música pop. Apresenta diversidade de pessoas, engajadas e conscientes, promovendo os hábitos preventivos e também um olhar coletivo.
02. Filme TV 30" Jovens: desdobra linguagem próxima da campanha, para sensibilizar esse importante público. Retrata os jovens como protagonistas conscientes, imprimindo-lhes atitude e seriedade, e esclarece quais os comportamentos corretos a serem adotados.
03. Jingle Rádio 60": fixa o conceito da campanha de maneira interessante e próxima à população em geral. Com inspiração na música pop, apresenta a mensagem como um grande hino popular, alertando para a necessidade do respeito às normas.
04. Anúncio Jornal Rouba Página: reforça o conceito da campanha para formadores de opinião, mobilizando a adoção dos hábitos coletivos e destacando iniciativas do Governo Estadual na educação e outras áreas, como de segurança e social.
05. Anúncio Revista Página Dupla: direcionado para formadores de opinião, reforça de maneira engajadora, didática e visual o conceito da campanha e a necessidade dos hábitos responsáveis, além da atuação e presença do Governo do Estado de São Paulo.
06. Abrigo de Ônibus: com impacto visual, reforça no deslocamento das pessoas a necessidade de não abandonar os cuidados preventivos, a partir da interação com um painel digital: por meio de um sensor de movimento, uma médica incentivará os hábitos responsáveis.
07. Painel para Túnel de Estação: apresentando diversidade de pessoas, reforça o conceito da campanha em momento de deslocamento. Com impacto visual, destaca que a pandemia ainda não acabou, os hábitos responsáveis e a necessidade de espalhar a consciência.
08. Banner de Internet Billboard: direto e claro, desdobra a linguagem da campanha para internet. Utilizando-se da figura de uma profissional de saúde, valoriza a ciência e a atuação do Governo Estadual na saúde, alertando para importância de cada um fazer a sua parte.
09. Vídeo TikTok: reforçando a linguagem musical e pop da campanha, será divulgado um vídeo nesta plataforma que, além de reverberar o conceito e provocar a reflexão, estimulará o usuário a criar o seu próprio vídeo com a trilha da campanha, promovendo a apropriação da mensagem pelos jovens.
10. Jogo Americano Bandeja: desdobra linguagem da campanha, com o objetivo de sensibilizar a população vulnerável, se faz presente no projeto social Bom Prato, em que reforça para os beneficiados o conceito da campanha e valoriza a atuação do Governo estadual para garantir o acesso à alimentação de qualidade.

Lista de peças não exemplificadas:
11. Filme TV 30": redução do filme de 60" para veiculação em TV e internet.
12. Jingle Rádio 30": redução do jingle de 60" para maior frequência.
13. Filmete TV 10" Atendimento Digital: reforça conceito e novos hábitos para a população.
14. Filmete TV 10" Máscara: reforça conceito e este hábito para a população.
15. Filmete TV 10" Aglomeração: reforça conceito e novos hábitos para a população.
16. Filmete TV 10" Novos Hábitos: reforça conceito e novos hábitos para a população.
17. Painel Estático – Estações Pinheiros, Luz e Paulista: fazem reforço a hábitos de saúde.
18. Vinheta 15" sem Áudio – Linha Lilás, Amarela e CPTM Digital: exalta a informação, de forma visual, aos cidadãos que utilizam os transportes.
19. Vinheta 15" sem Áudio TV Minuto – Linhas Azul, Verde e Vermelha: chama a atenção para a manutenção dos recentes hábitos adquiridos na pandemia.
20. Vinheta 15" sem Áudio em Elevadores: reforça o conceito em condomínios residenciais (voltada às famílias) e em condomínios comerciais (voltada a trabalhadores).
21. Vinheta 15" sem Áudio em Bancos 24 Horas: convoca as pessoas de forma próxima.
22. Busdoor – Vidro Traseiro Adesivado: reforço para indivíduos em circulação.

23. Outdoor Social: difunde conceito e hábitos para as comunidades.
24. Abrigo de Ônibus – Face Simples para Pontos de Circulação: sensibiliza pessoas em circulação e potencializa visibilidade do conceito.
25. Placa Carrinho Supermercado: traz alerta e reflexão em momento de compras.
26. Minioutdoor Supermercados: alerta e reflexão em momento de compras.
27. Jingle 30" Supermercados: versão do Jingle Rádio 30" para momento de compras.
28. Banner de Internet – Uol, Globo.com, R7 e MSN: além do elevado destaque, agrega visibilidade na busca de assuntos atuais.
29. Facebook – Formato de Imagem: reforça conceito e atuação do Governo.
30. Facebook Stories – Vídeo 60": reforça conceito, ampla atuação do Governo e engaja.
31. Facebook Stories – Vídeo 30": reforça conceito, ampla atuação do Governo e engaja.
32. Twitter imagem: geração de engajamento para público com perfil replicador.
33. Instagram – Formato de Imagem: reforço do conceito, da ampla atuação do Governo e geração de engajamento.
34. Instagram Stories – Vídeo 60": reforça conceito, ampla atuação do Governo e engaja.
35. Instagram Stories – Vídeo 30": reforça conceito, ampla atuação do Governo e engaja.
36. Youtube – Formato de Vídeo: reforço do conceito e musicalidade da campanha.
37.Spotify: mesmo jingle rádio 30".
38.Deezer: mesmo jingle rádio 30".
39.Verizon vídeo: reforça campanha e conscientiza para hábitos corretos.
40.Verizon – banner dia Nacional da Saúde: aproveita o contexto para potencializar conceito da campanha e os novos hábitos.
41. Cartaz Rede Ensino: reforça o conceito da campanha e mostra os hábitos responsáveis para alunos da rede pública de ensino.

Objetivos

A estratégia tem por objetivo divulgar para todo o Estado de São Paulo uma campanha sobre os novos hábitos a serem adotados e cultivados em decorrência da pandemia do novo coronavírus.

Trata-se de uma campanha de utilidade pública, inclusiva e de fácil entendimento. Tem como principal objetivo ampliar o alcance da mensagem institucional para o número máximo de pessoas, principalmente aquelas que não estão engajadas nas ações de prevenção, para as quais precisaremos divulgar, primeiramente, os novos hábitos que devem ser adotados para a diminuição da propagação do contágio e, também, as ações realizadas pelo Governo do Estado de São Paulo e Secretaria da Saúde alinhadas às diretrizes da Organização Mundial da Saúde.

Para atender ao desafio do briefing, foram analisadas criteriosamente as informações disponibilizadas no site do Governo do Estado, tais como todas as formas de atuação nos meios de comunicação.

Essas informações, somadas aos dados de alguns softwares de pesquisa dos meios como TGI (Target Group Index), Easy Media, Instar Analytics, ComScore e estudos especiais elaborados por veículos de mídia, colaboraram para a definição desta estratégia.

Estabeleceu-se adiante o detalhamento da ideia geral com base em um roteiro que abordará os seguintes itens: praças, período, público-alvo, hábitos de consumo dos meios, definição dos meios, estratégia de mídia e não mídia, tática de mídia e considerações finais.

Praça: Estado de São Paulo

Período: noventa dias de campanha dentro de uma estratégia de ondas, distribuída em dois flights. Um lançamento de impacto e uma sustentação, de forma que seja mantida uma cobertura eficaz por todo o período da campanha.

Públicos-Alvo

Prioritário

População do Estado de São Paulo – representada por aproximadamente 46 milhões de indivíduos, ambos os sexos, todas as classes sociais e formada por grupos com ideias, opiniões e valores predominantes dentro da sociedade em geral, capaz de influir nas diretrizes de governos, empresas e instituições.

Definido como filtro para o plano como pessoas de ambos os sexos, classes ABCDE, acima de 16 anos, que significam aproximadamente 85,46% da população do Estado a partir dos dados demográficos do IBGE.

Foi analisada também a importância de mais 4 (quatro) públicos para o briefing:

Jovens de 16 a 29 anos – por seu comportamento de risco, entendemos como importante um trabalho de comunicação direcionado com segmentação específica dentro dos meios. Para efeito de informações de pesquisas de audiências nos meios televisão e rádio utilizamos:

TV: software Instar Analitycs – ambos os sexos, classes ABCDE 18+, e ambos os sexos, classes ABCDE 18-24 anos.
Rádio: software Easymedia – ambos os sexos, classes ABCDE 18+, e ambos os sexos, classes ABCDE 18-29 anos.

Formadores de opinião

Público que pode potencializar a mensagem da campanha e ganha destaque por se tratar de um multiplicador de informação, com características de influenciador em seus círculos sociais e profissionais.

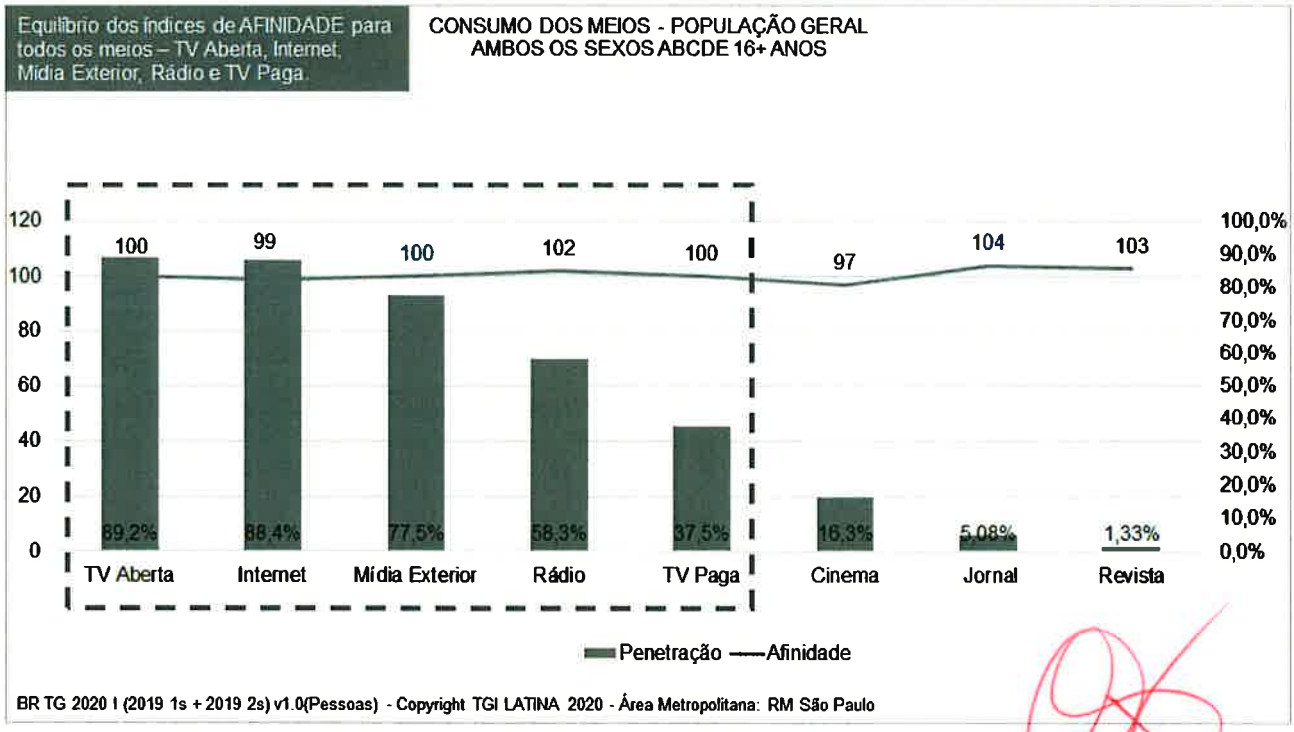
A construção deste público teve como base dados comportamentais, grau de escolaridade, hábitos de consumo e perfil influenciador. A demografia extraída a partir dessa composição é: classes AB, ambos os sexos, 25 anos+.

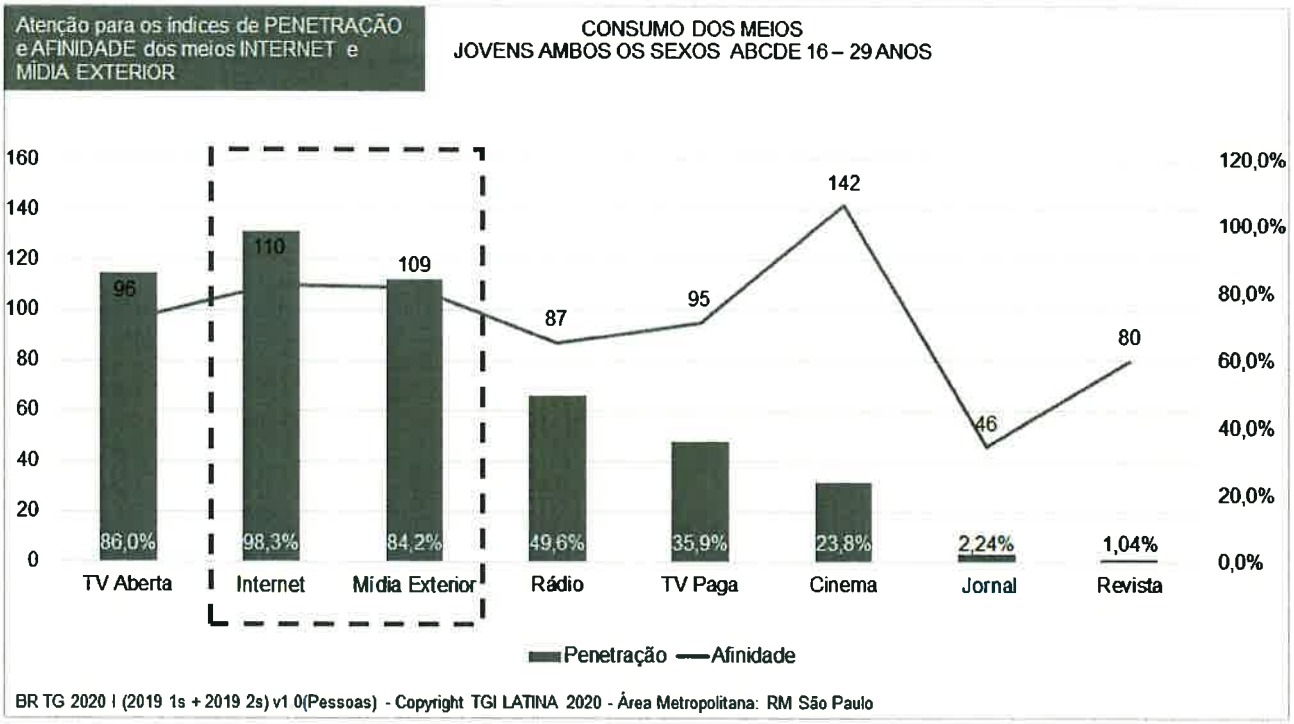
Mulheres de todas as classes sociais – por seu poder de decisão e ser educadora da família.

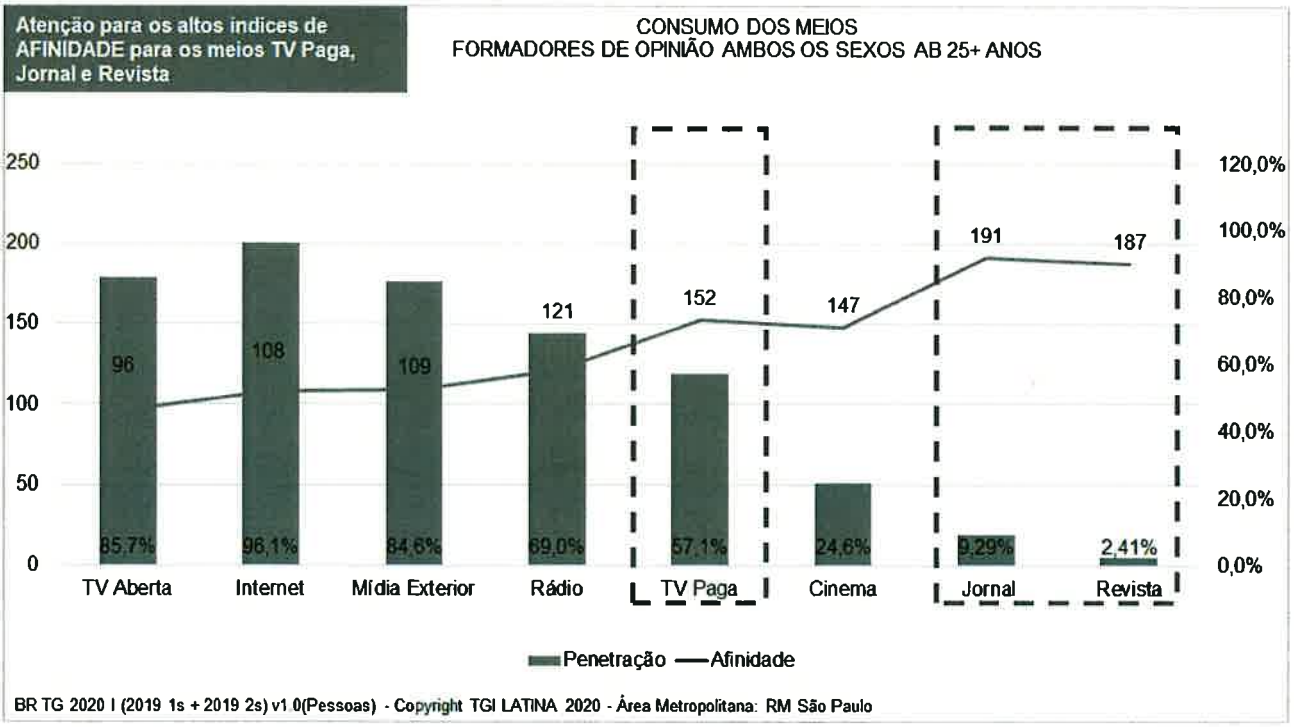
Idosos – cidadãos de todas as classes sociais com mais de 60 anos de idade, por serem mais vulneráveis, com seu sistema imunológico mais frágil, podendo elevar o risco de maiores complicações (óbito) em decorrência do vírus. São também o público prioritário da campanha de vacinação da Covid -19.

Consumo dos Meios

Para assegurar a maximização dos resultados e maior eficiência de mídia com o investimento disponível, esta licitante se embasou em estudos técnicos para seleção dos meios de comunicação no Kantar IBOPE Media, conforme abaixo:
Consumo dos Meios por Target:





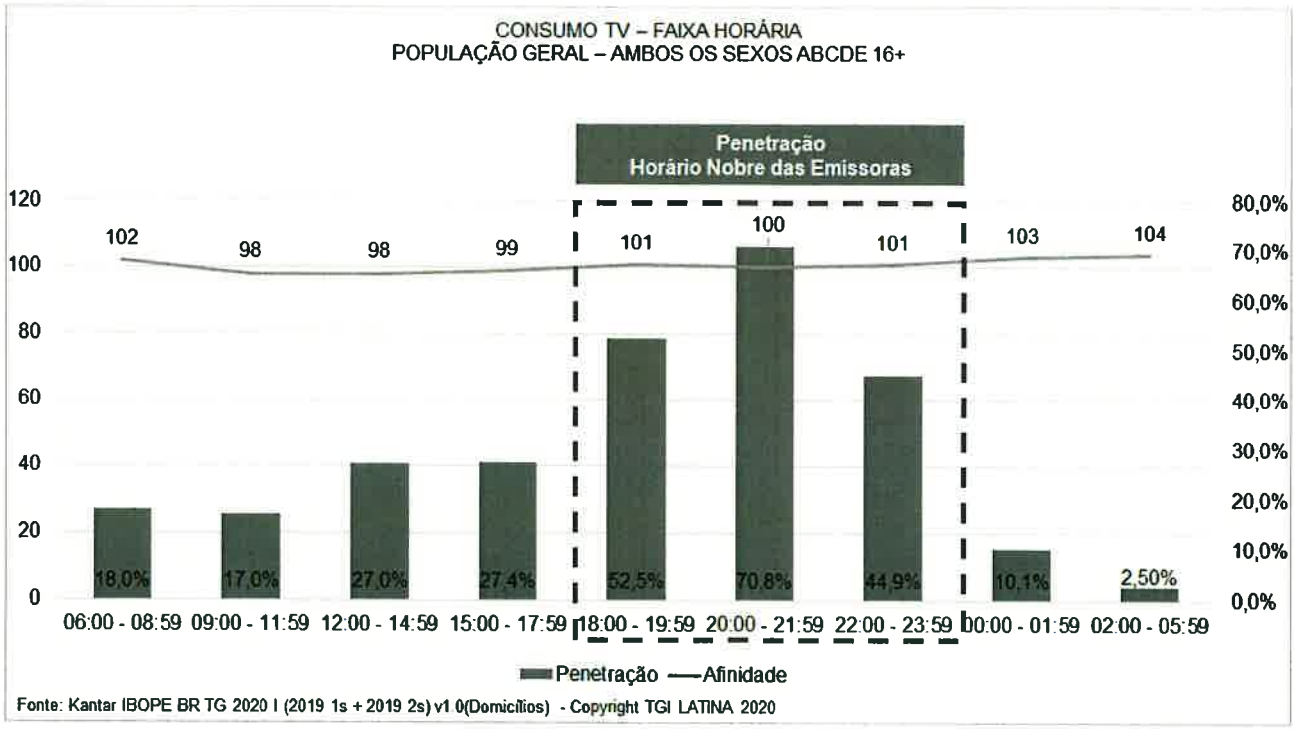


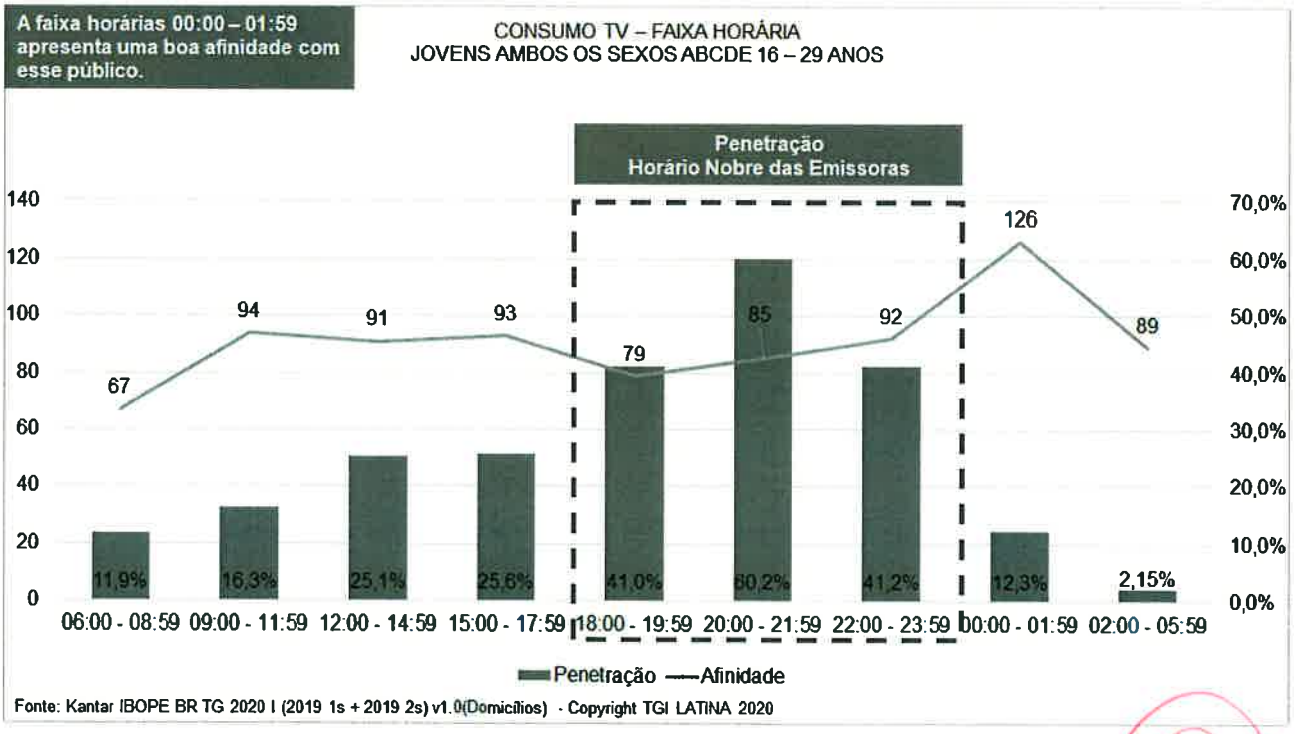
Foram avaliadas também as formas do consumo diário dos meios:

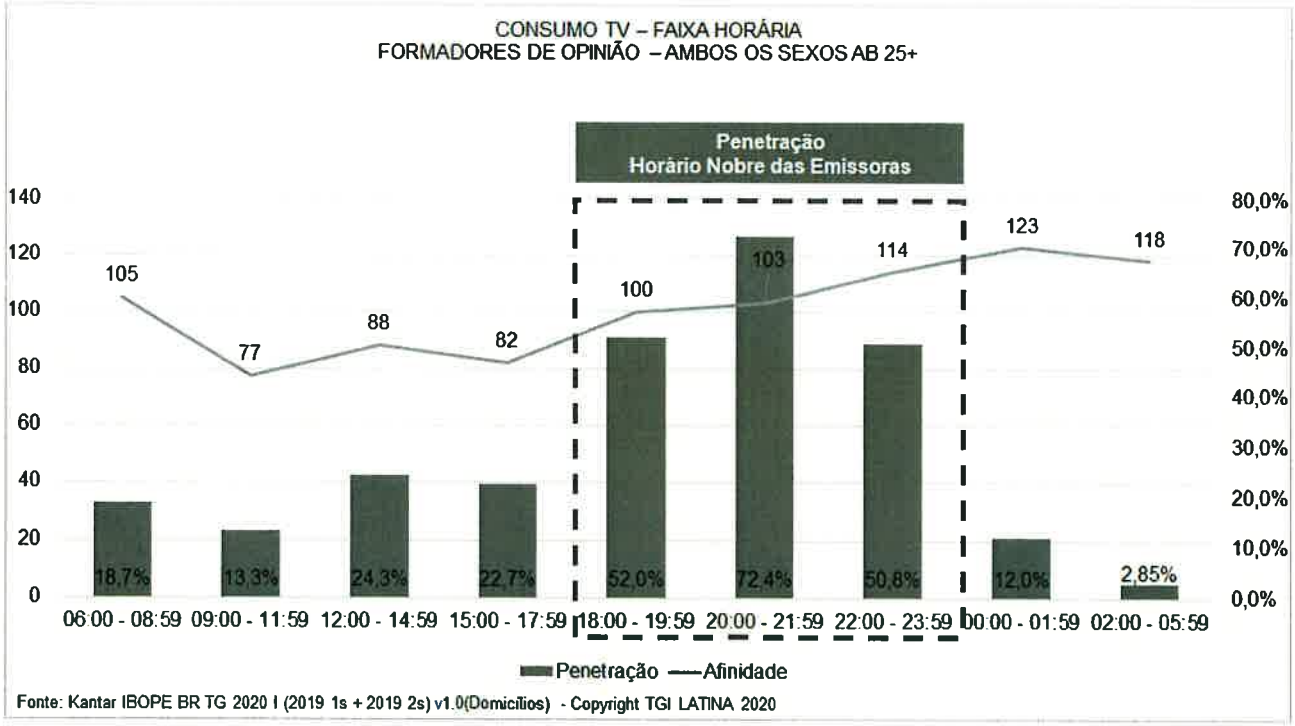
TV (aberta e por assinatura):

Está presente ao longo de todo o dia nos lares brasileiros e se tornou um importante canal de comunicação durante a pandemia. A faixa das 18h à 0h é a de maior consumo, para todos os públicos-alvos. Observou-se também bons índices de afinidade na faixa horária da madrugada e isso deve-se aos programas jornalísticos e/ou programas de entretenimento,

visto que estão sendo consideradas as médias de segunda a domingo, como pode-se constatar nos gráficos abaixo:

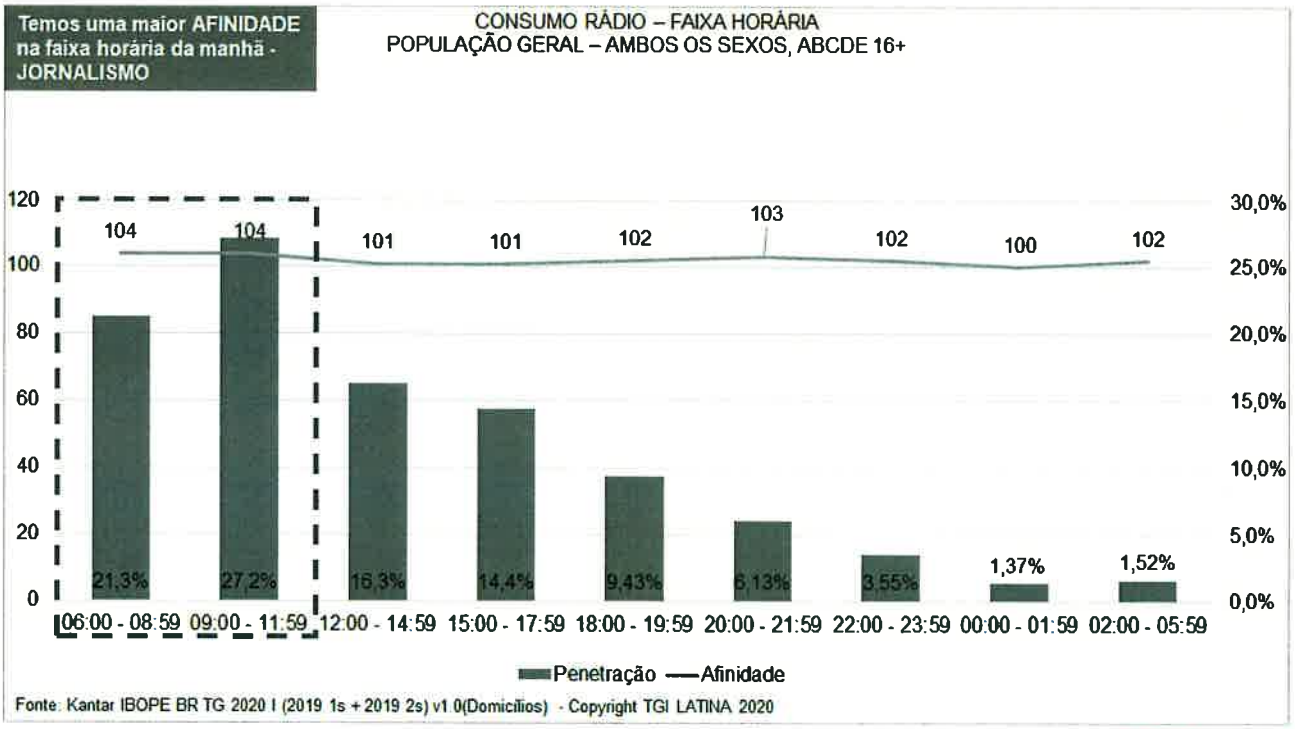


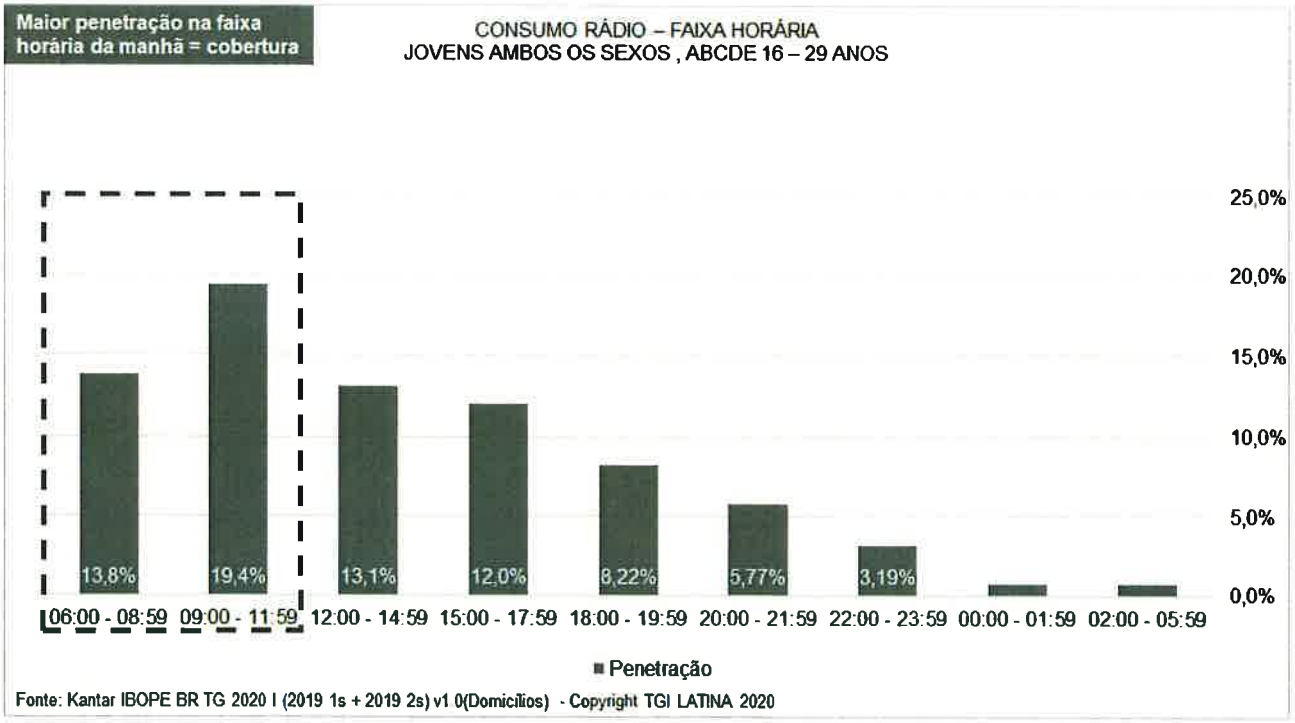


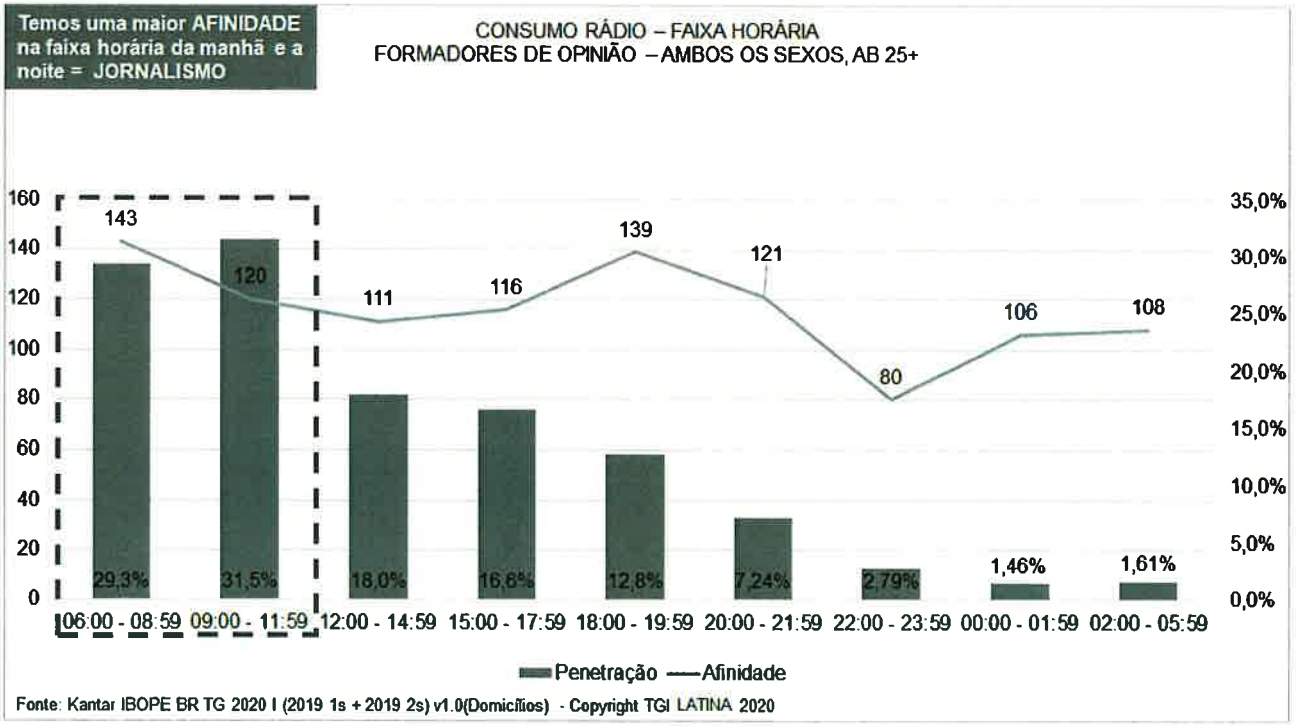


Rádio:

Com presença regionalizada e capilaridade, o rádio também é muito utilizado, porém de forma inversa à TV, com pico de audiência no horário da manhã até as 12 horas.



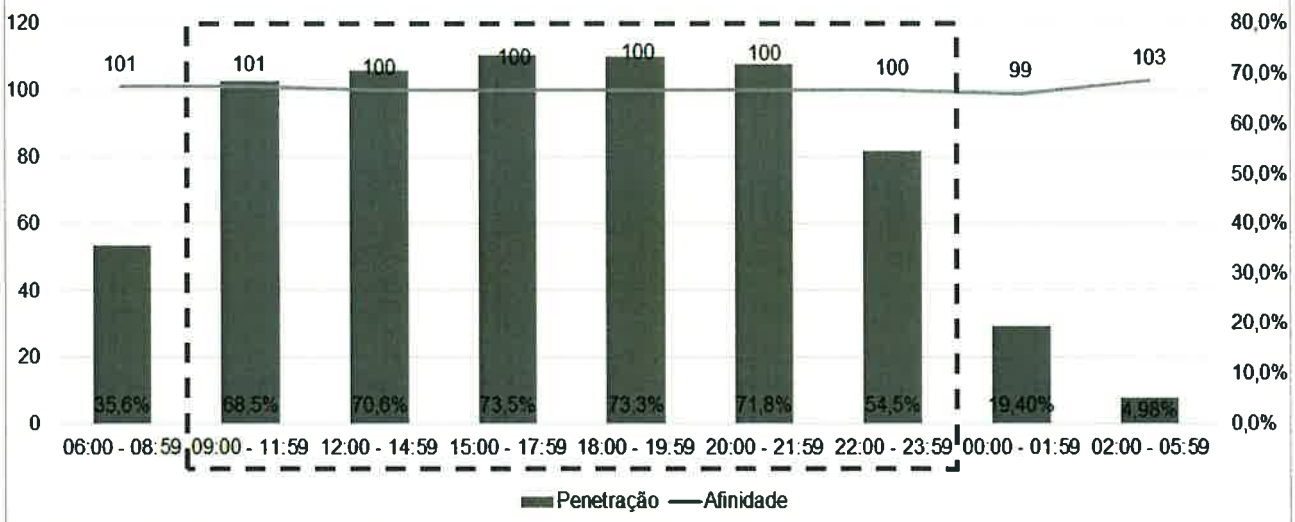




Internet:

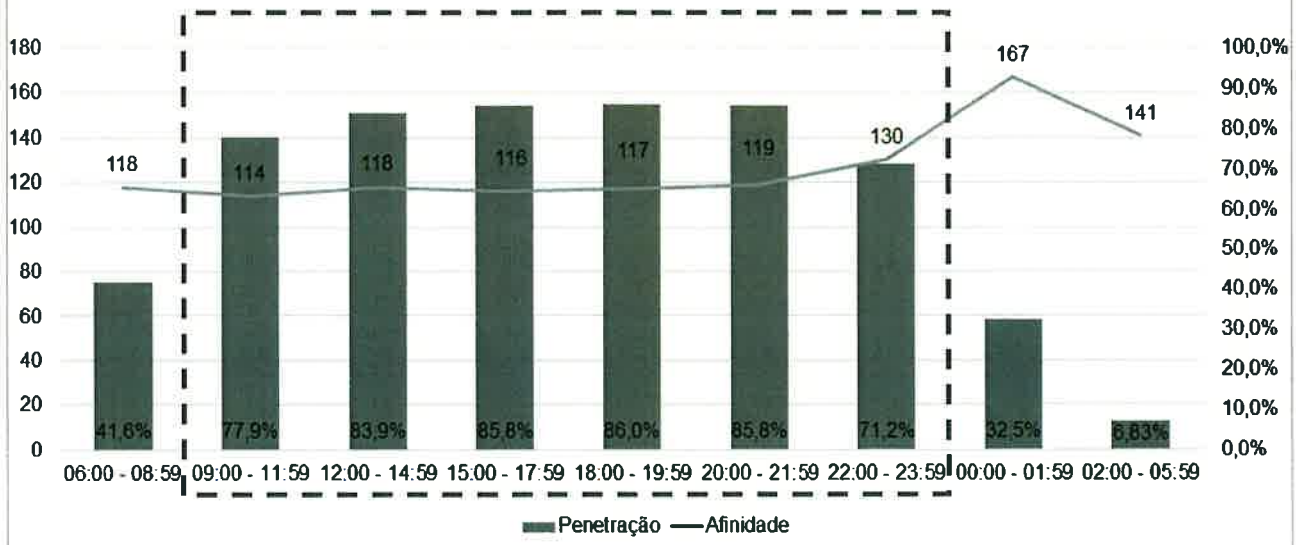
Com forte consumo na pandemia e período de lockdown, a internet é utilizada linearmente a partir das 9 horas da manhã até a zero hora. Percebeu-se que o público jovem avança um pouco na faixa da madrugada.

CONSUMO INTERNET – FAIXA HORÁRIA
POPULAÇÃO GERAL – AMBOS OS SEXOS ABCDE 16+ ANOS

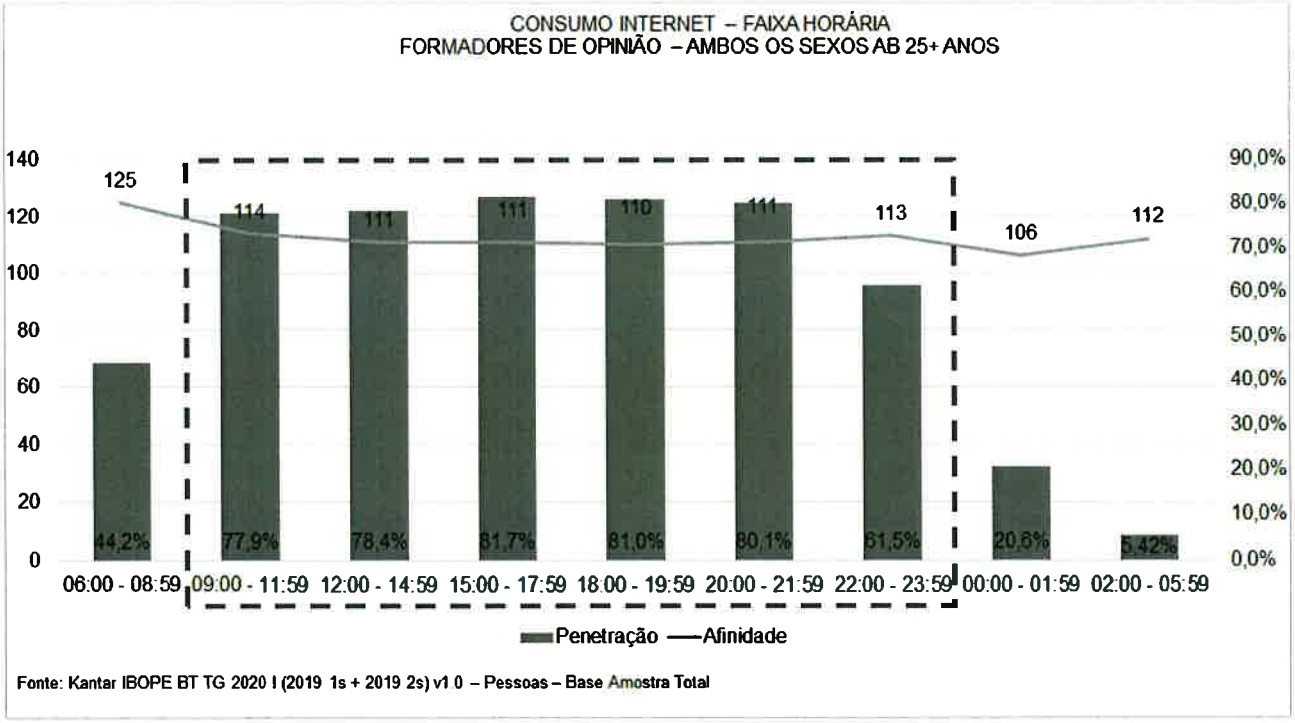


Fonte: Kantar IBOPE BT TG 2020 I (2019 1s + 2019 2s) v1.0 – Pessoas – Base Amostra Total

CONSUMO INTERNET – FAIXA HORÁRIA
JOVENS AMBOS OS SEXOS ABCDE 16-29 ANOS



Fonte: Kantar IBOPE BT TG 2020 I (2019 1s + 2019 2s) v1.0 – Pessoas – Base Amostra Total



Todas as análises apresentadas para cada público-alvo garantem que as particularidades de cada meio serão absorvidas nas pontuações táticas, pois são reforçados os principais pontos de contato com o público conforme o melhor desempenho em cada faixa horária. Assim, consegue-se mais relevância, efetividade e maior rentabilidade nas programações.

Para alicerçar o exercício e embasar as recomendações, extraíram-se também dados de pesquisa de mídia das seguintes fontes: Kantar IBOPE Media, ComScore e Instituto Verificador de Circulação (IVC). Para a seleção dos veículos, também foram levados em conta o perfil, a afinidade, o ambiente editorial e a cobertura geográfica.

Definição dos Meios

TV aberta – com ampla abrangência, rápido alcance e forte poder de persuasão, se posiciona como importante meio para se atingir o público-alvo prioritário da campanha: a sociedade em geral, visto que é o ponto de contato com todos os segmentos da população, levando-lhes informação e entretenimento. Seu elevado potencial de envolvimento e de repercussão contribui de forma significativa para o processo de geração de empatia, influencia comportamentos, cria modismos e fortifica conceitos, permitindo, consequentemente, grande poder de consolidação da mensagem na população. É um meio de comunicação com altos índices de penetração em todas as camadas da população. Por sua diversidade em perfis de programação, pode-se considerar que a comunicação da agência chegará a todos os públicos do briefing: jovens adultos, formadores de opinião, homens e mulheres de todas as faixas etárias.

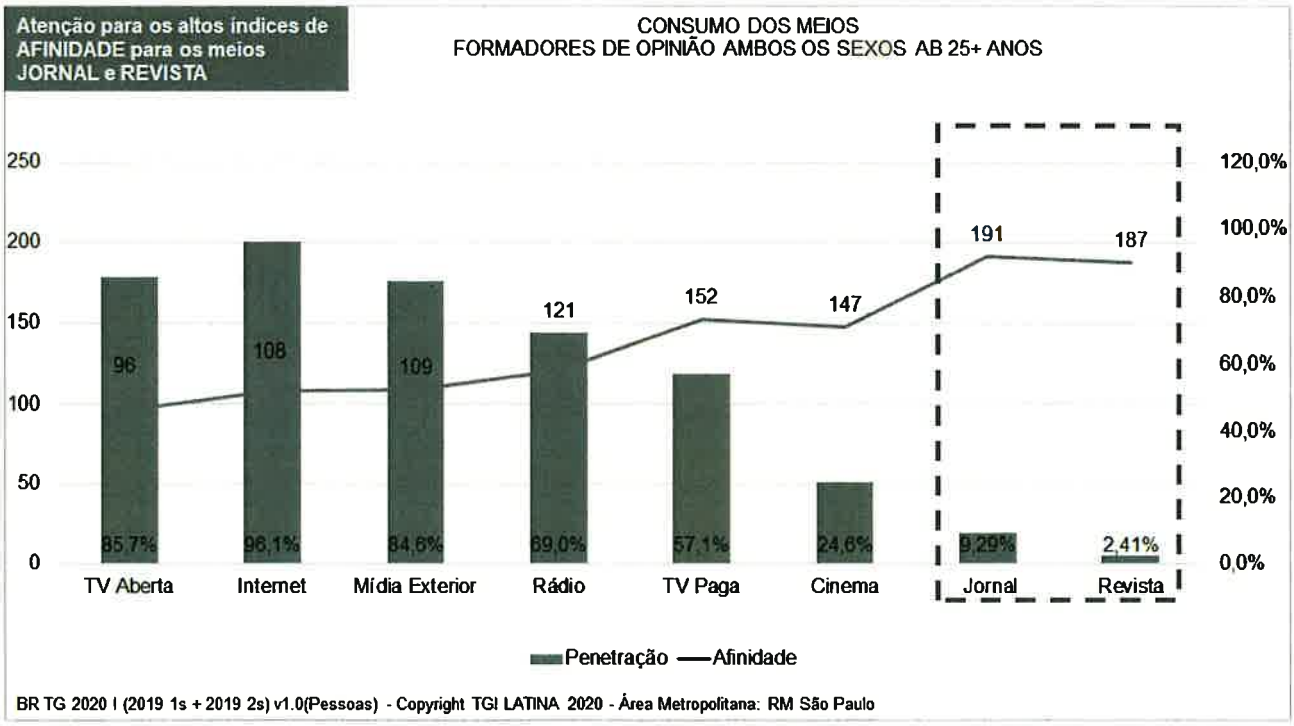
TV por assinatura – o perfil de consumo deste meio mostra-se como ponto de contato importante para falar principalmente com o formador de opinião (índice de 155% de afinidade). Por sua diversa gama de canais e programas, contribui também com o aumento da frequência média de exposição da campanha.

Rádio – o meio permite frequência regional e apresenta ótima relação penetração x afinidade em todos os públicos, o que contribui com o objetivo de ampliar o alcance da mensa-

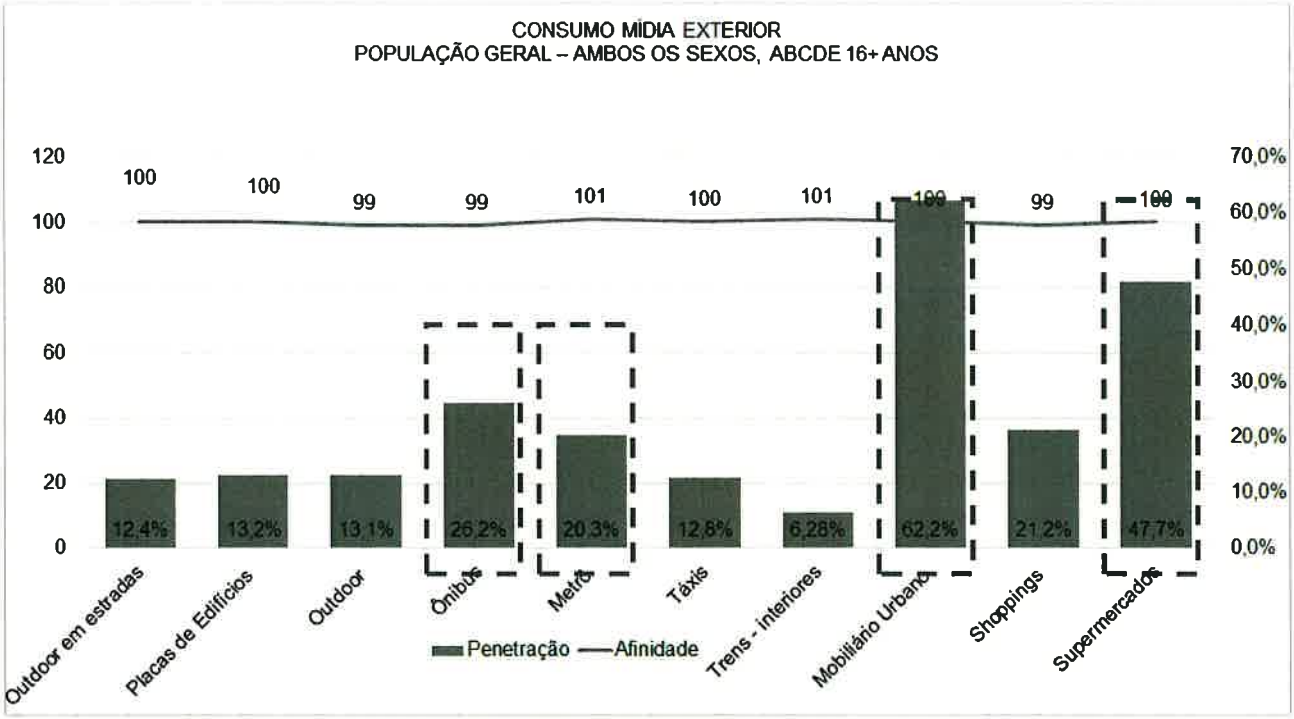
gem. O rádio apresenta uma característica importante de proximidade com o público que o consome.

Revista – para o formador de opinião e dar visibilidade ao lançamento da campanha: meio que também carrega credibilidade, possibilita informar com mais profundidade, associando-se a conteúdos editoriais. Além disso, permite segmentação da mensagem, característica que lhe confere maior retenção do conteúdo.

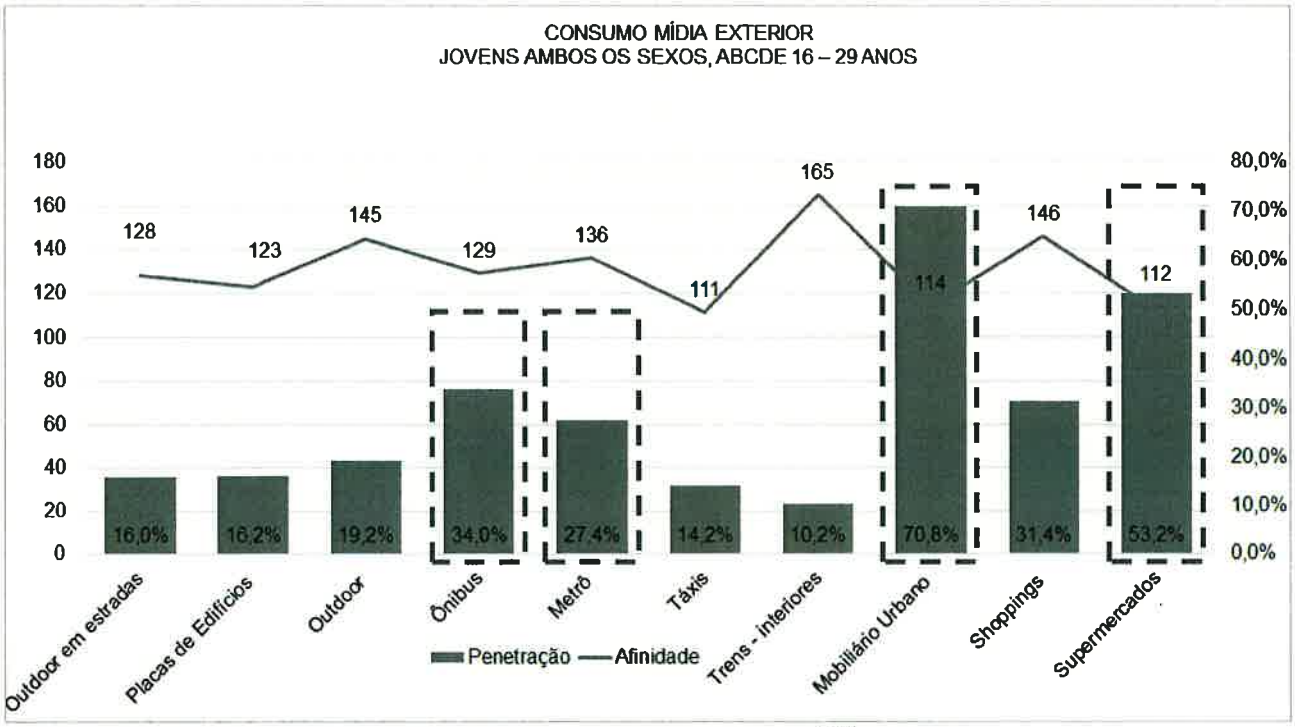
Jornal – para o formador de opinião com perfil de negócios: este meio possui características importantes para levar informação e conhecimento mais aprofundados.
No gráfico abaixo, estão bem representados os altos índices de afinidade dos meios jornal e revista para o público formador de opinião:



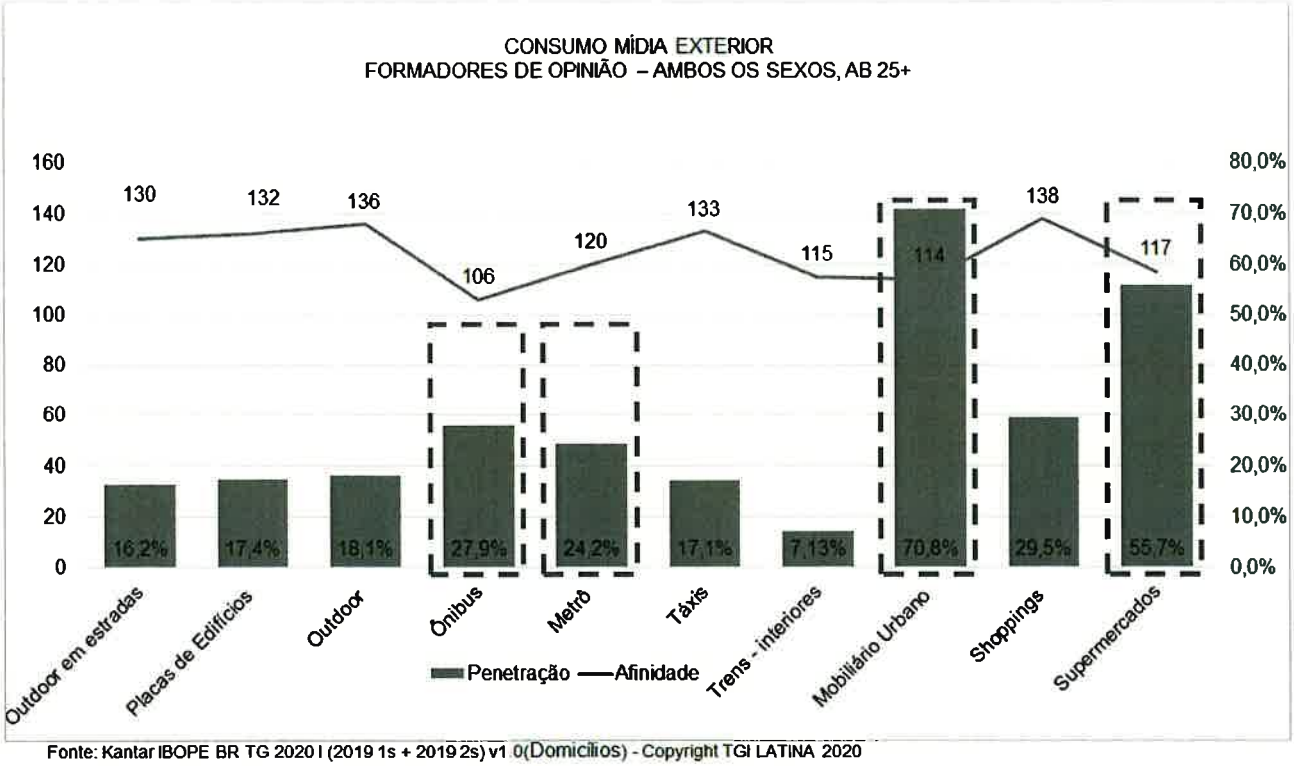
Mídia exterior – OOH – peças estáticas e DOOH – peças digitais (painéis e monitores): importante ponto de contato, pois agrega cobertura regional e possibilita a ampliação da visibilidade e impacto da mensagem, acompanhando os públicos-alvos nos seus diversos deslocamentos ao longo do dia e aproximando a comunicação de seu cotidiano.



Fonte: Kantar IBOPE BR TG 2020 I (2019 1s + 2019 2s) v1.0(Domicílios) - Copyright TGI LATINA 2020



Fonte: Kantar IBOPE BR TG 2020 I (2019 1s + 2019 2s) v1.0(Domicílios) - Copyright TGI LATINA 2020



Fonte: Kantar IBOPE BR TG 2020 I (2019 1s + 2019 2s) v1 0(Domicílios) - Copyright TGI LATINA 2020

Internet – meio que aparece em ótima posição entre os índices de penetração e afinidade em todos os públicos-alvo da campanha. Terá o papel de amplificar o alcance da campanha, com engajamento regional e estadual.

Com potencial de assimilar múltiplos comportamentos por parte dos usuários, permite alcançar simultaneamente diversos objetivos de comunicação. Na mesma programação, podem ser usadas várias estratégias de alcance e segmentação, atingindo os usuários por meio da construção de clusters segmentados para todos os targets: jovens, formadores de opinião, mulheres e idosos.

Pode-se ainda associar estímulos de impacto e engajamento, promover interatividade e aplicar tecnologia de inteligência de entrega que permite eficácia na programação e rentabilidade na programação. Por sua possibilidade de entrega de conteúdo relevante e direcionada para os usuários, a internet é de suma importância para a campanha, pois permite trabalhar de forma individual todos os temas da campanha.

Todas as ações no digital: em redes sociais, canais de vídeo, portais, sites e mídia programática pode haver mensagens específicas, com linguagem distinta, por interesses/hábitos de consumo, tornando o meio indispensável durante toda a jornada do consumidor.

Estratégia de Mídia

Todas as ações da estratégia foram desenvolvidas de acordo com o conceito tratado na Estratégia de Comunicação Publicitária.

Com base nos dados apresentados, nos objetivos citados e nas características de cada meio, esta campanha utiliza uma combinação de meios que possibilitam uma comunicação eficiente de forma maciça e impactante em âmbito estadual e regional.

Para atender a necessidade de cobertura geográfica do interior do Estado, definiram-se alguns veículos, por meio de uma estratégia que associa cobertura e economicidade, sendo a veiculação da campanha nas 17 (dezessete) regiões administrativas que representam os 645 municípios do Estado. São regiões com similaridades econômicas e sociais e características parecidas com as cidades do seu entorno; são elas: Araçatuba, Araraquara, Franca, Baixada Santista, Barretos, Bauru, Campinas, Grande São Paulo, Marília, Piracicaba, Presidente Prudente, Registro, Ribeirão Preto, São João da Boa Vista, São José do Rio Preto, Sorocaba e Taubaté, conforme mapa abaixo:

Meios contemplados na estratégia: TV aberta, TV por assinatura, rádio, internet, revista, jornal, OOH (painéis estáticos, busdoor, outdoor social e peças em supermercados) e DOOH (painéis digitais, monitores, Banco 24 Horas).

O lançamento acontecerá no início do mês de abril, em todo o Estado de São Paulo, e a campanha continuará durante noventa dias.

Para cumprir os objetivos de cobertura, a campanha estará presente em programas de maior audiência do horário nobre da TV aberta e TV por assinatura.

Para potencializar a mensagem da campanha, haverá também na TV Globo, emissora de maior audiência da TV aberta, 4 (quatro) filmes de 10", que abordarão os seguintes temas: 1: Atendimento Digital, 2: Máscaras, 3: Aglomeração e 4: Novos Hábitos, entre os quais haverá rodízio de segunda a domingo nos programas "Bom Dia Praça", "É de Casa" e "Temperatura Máxima", gerando assim alcance e mais frequência das mensagens da campanha.

A partir desse lançamento de impacto, será dada continuidade à mídia, de forma que se mantenham os índices de cobertura sempre elevados, fazendo-se uma combinação de meios que proporcionem eficiência e economicidade nas táticas sugeridas.

No dia seguinte ao lançamento na TV aberta, será iniciada veiculação no meio rádio, por ser altamente rentável e gerar altos índices de cobertura; será mantido em quinzenas alternadas, até o final da campanha, na Região Metropolitana São Paulo e nas outras 17 (dezessete) regiões administrativas do Estado de São Paulo.

Na dinâmica de complementariedade dos meios, a internet participa massivamente, com diárias e compras avulsas de formatos de impacto nos maiores portais, lançamento de impacto em redes sociais, streaming de áudio e mídia programática.

Para acompanhar a jornada do público-alvo, haverá presença impactante da mídia exterior por intermédio de peças estáticas e digitais em projeto multiplataforma da Eletromídia, além de Banco 24 Horas, outdoor social e abrigos de ônibus em São Paulo (capital) e formatos estáticos no interior de São Paulo como busdoor e formatos em supermercados.

Na semana seguinte ao lançamento, agregando visibilidade, notoriedade e credibilidade à campanha, um anúncio em formato de impacto no principal título de revista do segmento de interesse geral e nos dois principais jornais de São Paulo.

Tática de Mídia por Meio

TV aberta – a programação de TV aberta na praça de São Paulo (Estado) ocorrerá nas sete principais emissoras (TV Globo, TV Record, SBT, TV Band, Gazeta, Cultura e Rede TV), com a participação de verba baseada no share de audiência conforme software Instar Analytics do Kantar IBOPE.

A estratégia para a TV aberta prevê 2 (dois) flights para a campanha: um de lançamento e outro de sustentação.

O flight de lançamento acontecerá em dois programas de grande audiência, no primeiro domingo do mês de abril: Fantástico, da TV Globo, e Programa Sílvio Santos, do SBT, com filme de 60", que permanecerá durante 5 (cinco) dias em programas de grande audiência – de 4 a 8 de abril. Continuará por mais 10 (dez) dias – de 9 a 18 de abril – com duas versões de filme de 30" em rodízio, considerando-se: uma versão para a população em geral e outra para o público jovem, priorizando sempre os programas de maior audiência e adequação a todos os públicos.

Na dinâmica de mais frequência já a partir do lançamento e para gerar aumento do reconhecimento e conscientização do tema da campanha, haverá filmes de 10" distribuídos na emissora com maior share de audiência, TV Globo, em um programa de jornalismo matutino local, "Praça TV 1ª edição", de segunda a sexta-feira; nos sábados, no "É de Casa", que tem um perfil de audiência mais feminino e editoriais mais voltados para a família, e aos domingos, no "Temperatura Máxima", filmes mais juvenis. Esta programação tem por objetivo principal o aumento de frequência e por esta razão será veiculada no período de 26 de abril a 30 de junho.

Para o período de sustentação na TV aberta, haverá outro flight de 10 (dez) dias, que seguirá a mesma premissa de estar presente em programas de grande audiência e rentáveis, continuando com as mesmas versões de filmes de 30" em rodízio.

As programações previstas para todo o período apresentam resultados de GRP e TRP,

frequência média e índice de cobertura conforme abaixo.

RESULTADOS TV ABERTA						
PÚBLICO	NÚMERO INSERÇÕES	GRP (DOM.)	TRP TARGET	COBERTURA %	COBERTURA ABS.	FREQUÊNCIA
POPULAÇÃO GERAL	197	1650	738	72,26	14.689.051	10,02
AMBOS OS SEXOS CLASSES ABCDE 18+						

Fonte: Kantar Ibope - MW Planview - São Paulo - Dezembro/2020

TV por assinatura – visibilidade, alcance e frequência para todos os públicos em São Paulo (Estado) numa programação em canais de perfil jornalístico, esportivo, feminino e jovem.

A programação está distribuída nos canais da base Globosat e Bandeirantes a cabo, seguindo a mesma estratégia da TV aberta: iniciando a partir do lançamento da versão de 30", de 9 a 23 de abril, e com sustentação de 16 a 26 de maio nos canais GloboNews, Viva, GNT, Sportv, Universal, Megapix, Multishow, BandNews e BandSports.

RESULTADOS TV POR ASSINATURA					
PÚBLICO	NÚMERO INSERÇÕES	TRP TARGET	COBERTURA %	COBERTURA ABS.	FREQUÊNCIA
POPULAÇÃO GERAL	216	46	21,41	2.301.991	2,68
AMBOS OS SEXOS CLASSES AB 25+					

Fonte: Kantar Ibope - MW Planview - PNT Completo com Pay TV - Dezembro/2020 (com projeção para população SP)

Rádio – Jingles de 60" e 30": o de 60" na primeira semana; a partir da segunda semana, já vai ser veiculada a versão de 30", em quinzenas alternadas, durante todo o período da campanha: na região metropolitana de São Paulo e nas 16 (dezesseis) regiões administrativas do Estado de São Paulo. As veiculações acontecerão na plataforma off-line (rádio) e terão ganho de cobertura na plataforma on-line e por meio do streaming nos sites das emissoras.

As emissoras da região metropolitana de São Paulo foram selecionadas com base em ranking de audiência, considerando a participação das principais em audiência dentro de quatro segmentos: jornalístico, qualificado, popular musical e jovem. E, nas regiões administrativas, selecionaram-se as principais emissoras de cada praça.

Com esta tática, serão maximizados alcance, frequência, proximidade e o diálogo com os públicos locais de maneira eficiente e rentável.

TOTAL DE IMPACTOS - RÁDIO - SÃO PAULO	
NÚMERO INSERÇÕES	TT IMPACTOS
986	64.979.117

Fonte: Kantar Ibope - MW Rádio - SP - Out a Dez/2020

Jornal – para falar mais diretamente com o público formador de opinião. Vai ser veiculado um anúncio no formato de rouba página, de 5 colunas por 40 centímetros, no mês de lança-

mento, e mais uma edição no segundo mês de campanha. Vão ser contemplados os dois principais jornais do Estado, que são: Estado de S. Paulo e Folha de S. Paulo, geolocalizando para a tiragem do Estado de S. Paulo.

Revista – assim como o de jornal, o anúncio de revista falará mais diretamente com o formador de opinião, além de agregar credibilidade. Selecionou-se o principal título de notícias do País: revista Veja nacional, com a veiculação no reparte do Estado de São Paulo.

Vai ser ainda veiculado um anúncio de página dupla na semana seguinte à de lançamento da campanha e um de página simples no último mês de veiculação.

Mídia Exterior

Projeto multiplataformas do veículo Eletromídia:
Formatos estáticos: haverá grandes formatos estáticos durantes 30 dias em três estações de grande fluxo e de extrema importância para os paulistanos, quais sejam: na Paulista, Túnel Angélica, lado A e B, nas dimensões 20,50 x 2,13 cada lado, Estação Pinheiros, Big Acesso, nas dimensões 9,0m x 1,5m, e Estação Luz, painel de acesso para a Linha Azul, nas dimensões 7,00 x 2,50m.

Formatos digitais: Linha Lilás: em todas as estações da linha, no formato MUB digital, com vinheta de 15" durante 1 semana. Estações: Santa Cruz, Brooklin, Hospital São Paulo, Moema, Chácara Klabin, Eucaliptos, Campo Belo, AACD Servidor, Borba Gato, Santo Amaro, Capão Redondo, Campo Limpo, Largo Treze, V. das Belezas, Giovani Gronchi, Adolfo Pinheiro, Alto da Boa Vista, linha de extrema importância, pois liga o extremo sul ao centro-sul de São Paulo e viabiliza o acesso a polos comerciais (Av. Ibirapuera, Av. Santo Amaro, Rua Vergueiro, entre outras) e diversos hospitais (AACD, Do Servidor e São Paulo).

Linha Azul que liga o Jabaquara ao Tucuruvi, na linha 2 Verde que liga Vila Prudente a Vila Madalena e na linha 3 Vermelha que vai da estação Corinthians-Itaquera à estação Palmeiras-Barra Funda, em todos os trens que circularem nessas 3 linhas, com vinheta de 15" durante 1 semana em todos os monitores da TV Minuto.
Linha Amarela em painéis digitais nas plataformas e bilheterias de todas as estações, sendo elas: SP Morumbi, Butantan, Pinheiros, Faria Lima, Fradique Coutinho, Oscar Freire, Paulista, Higienópolis/Mackenzie, República e Luz, com vinheta de 15" durante 1 semana.

Circuito digital da CPTM em todas as estações da linha Esmeralda em painéis de 1.080x1.920, além das estações Brás e Barra Funda, com painéis de tamanho diferenciado de 1.920x1.080, dando mais visibilidade à mensagem em estações de grande circulação com vinheta de 15" durante 1 semana.

Monitores em Elevadores: em edifícios comerciais e residenciais na região metropolitana de São Paulo, durante 1 semana, com vinheta de 15" nas telas com mensagens de conscientização e cuidados.

Banco 24 Horas: haverá vaiculação em estabelecimentos comerciais de grande movimentação das pessoas durante a pandemia, que são supermercados, farmácias e postos de combustível, na região metropolitana de São Paulo, com formato de vinheta de 15" sem áudios localizados em uma tela acoplada em cima da máquina de dinheiro do Banco 24 Horas.

Outdoor Social: nas maiores comunidades de São Paulo, durante 15 dias, com painéis

estáticos no formato market, medindo 0,80 x 1,20m, localizados próximo de estabelecimentos comerciais, gerando grande visibilidade da campanha na periferia e em zonas de alta vulnerabilidade.

Supermercados: presença e impacto durante 1 (uma) semana nas 17 (dezessete) regiões administrativas dentro de grandes redes varejistas como Assaí, Extra e Dia, em 3 formatos, sendo eles: Placa de Carrinho (0,30x0,25m), Minioutdoor (3x1m) e Jingle de 30." O mesmo material de rádio será veiculado dentro dos supermercados, alertando a população em um ambiente com grande circulação de pessoas.

Busdoor: impacto e visibilidade durante uma bi-semana (quinze dias) em 13 (treze) regiões administrativas, que são: Araçatuba, Araraquara, Bauru, Campinas, Franca, Grande São Paulo (ABC), Marília, Piracicaba, Presidente Prudente, Santos, São João da Boa Vista, Sorocaba e Taubaté. Como o formato adesivo no vidro traseiro de ônibus, no tamanho médio de 2,10 x 0,95, serão selecionadas as principais linhas e rotas de grande movimentação, para que a mensagem seja amplamente divulgada no trânsito. As outras 4 regiões administrativas, Barretos, Registro, Ribeirão Preto e São José do Rio Preto, não permitem este tipo de peça.

Mobiliário Urbano: a campanha marcará presença na cidade de São Paulo nos pontos de ônibus – lugar de necessidade de transporte e mobilidade das pessoas. Um projeto de alta visibilidade, que comunicará os cuidados necessários na panderia durante 1 semana.

RESULTADOS OOH + DOOH - SÃO PAULO - ELETROMÍDIA			
PÚBLICO	NÚMERO INSERÇÕES	COBERTURA %	FREQUÊNCIA
POPULAÇÃO SP CAPITAL-USUÁRIOS	4.463.886	20,9	6,2

Fonte: Eletromídia com base nos fluxos de pessoas - base projeções Metrô e CPTM

Internet – terá como objetivo contribuir para a visibilidade da campanha, com veiculação estadual, e estreitar o relacionamento com os públicos. A internet possui uma grande importância na estratégia, sendo o único meio que estará presente durante todo o período da campanha, auxiliando na cobertura e sustentação das mensagens, além de promover engajamento e diálogo.

O KPI principal é alcance e awareness, cujo foco é a entrega do conceito da campanha. Propõem-se para o lançamento da campanha formatos e compras de mídia que gerem alto impacto e cobertura.

A seleção dos players foi pautada nos rankings de audiências disponibilizados por meio do ComScore. Nessa ferramenta, extraíram-se, para a população em geral, para os jovens e formadores de opinião, os principais canais, as principais redes sociais e a principal rede de display. Foram analisados também, por meio do TGI, os principais temas de interesse na mídia considerando os índices de penetração e afinidade.

Será constituída uma jornada de comunicação com todos os públicos-alvo, criando-se uma régua de relacionamento para todo o período da campanha, o que permitirá que sejam impactados pelas diferentes peças criativas em sites e plataformas de maior relevância e audiência.

Todas as veiculações seguirão as normas do IAB (Interactive Advertising Bureau) Brasil, que rege as normas de mídia digital no mundo, utilizando a melhor tecnologia do mercado em verificação digital (DoubleVerify, da Google), para garantir que os anúncios estejam visíveis para pessoas reais (impressão autêntica) em ambientes seguros e livres de fraudes, já que essa tecnologia também avalia a qualidade do publisher/conteúdo antes mesmo da compra da mídia.

O meio permite, inclusive, segmentar peças criativas para períodos ou datas que venham a ser importantes, como, por exemplo, o "Dia Mundial da Saúde", em 7 de abril, coincidindo com o período escolhido para o lançamento.

Haverá formatos de alto impacto e visibilidade em todos os dispositivos, seja mobile, seja desktop.
Grandes portais: UOL, Globo, Microsoft Sites (MSN) e R7 como principais, com as seguintes entregas:

UOL – foram selecionados os formatos Footer Mobile, com uma diária no lançamento, e os formatos Vídeos Ads e formatos de Display IAB para veiculação durante todo o período da campanha.
Globo.com – foram selecionados os formatos billboard 2desktop e retângulo médio mobile, com uma diária no lançamento, e os formatos vídeo pré-roll, outstream e o Globo display, formatos IAB, para veiculação durante todo o período da campanha.
R7 – selecionaram-se os formatos billboard, island mobile e desk (300x250), com uma diária no lançamento, e o formato superbanner sticky ad (728X90) para veiculação durante todo o período da campanha
MSN – selecionou-se o formato billboard, bem como o mobile para veiculação durante todo o período da campanha.

As redes sociais, além de fazerem parte do contexto de transformação digital e estarem cada vez mais incorporadas à vida das pessoas, se apresentam como um canal de grande engajamento e afinidade com todos os públicos desta campanha, em especial o jovem de 16 a 29 anos.

Facebook e Instagram – de acordo com o ComsCore, Facebook e Instagram são as principais redes sociais mais acessadas hoje pela população. Sua utilização visa o entretenimento e interação entre diversos perfis, que tanto são acessados por dispositivos móveis quanto por desktop.
Haverá presença de peças de mídia digital em todo o período da campanha, como posts patrocinados com fotos no feed, stories e carrossel.

Twitter – é a plataforma em tempo real. É o que as pessoas estão falando e o que está acontecendo no mundo. É uma rede de diálogo, possui o público mais qualificado de todas as redes: líderes de Estado, CEOs de empresas, jornalistas, além de influenciadores, fazem parte diariamente da rede. É a plataforma ideal para falar com os formadores de opinião. Vai ser utilizada a peça tweet promovido durante todo o período da campanha.

Youtube – com o formato masthead: anúncio em vídeo que aparece na página inicial do Youtube; então, todas as pessoas que entrarem serão impactadas. Haverá também o Youtube Select, anúncio em vídeo que aparece somente nos 5% maiores canais mais acessados do Youtube de 25 principais categorias: por exemplo, ciência e educação, esporte, saúde, economia, tecnologia, música, entre outras.

Streaming de áudio – Spotify. Esta plataforma tem como principal audiência os jovens de 16 a 29 anos – 65% (sessenta e cinco por cento). Esta proposta prevê formatos de visibilidade que aparecerão em todos os aparelhos de mídia (celulares, computadores, smartvs e tablets). São eles: áudio + banner (no intervalo de cada 5 músicas que o usuário está ouvindo), overlay mobile, overlay desktop e vídeo + banner (a cada vez que o usuário interage com o aplicativo para trocar de música, artista, playlist, ele será impactado por esses formatos.

Deezer – a entrega de mídia pode ser feita para clusters predefinidos, atingindo o público-alvo de maneira eficiente. A plataforma tem os dados dos usuários, como sexo, idade e localização; com isso, permite esses impactos no target específico. A entrega é 100% garantida, pois os áudios de 30" são veiculados a cada 3 músicas e sem a possibilidade de pular (skip); portanto, somente escutas completas, acompanhadas de um banner que é exibido durante a execução da publicidade, garantindo ao usuário a possibilidade de responder a um call-to-action, caso esteja com a tela ativada.

TikTok – com forte afinidade com o público jovem, possibilita potencializar o caráter musical, cantado e humanizado da campanha, por meio do formato de vídeo In-feed Ads, um vídeo que será exibido em tela cheia, possibilitando a interação dos usuários com o conteúdo de diferentes maneiras: curtidas, seguir a conta e interagir criando um vídeo customizado com a trilha sonora da campanha.

Mídia Programática – formatos de mídia display e vídeo: será usada a Verizon com lista segura, para a compra segmentada e assertiva dentro de adnetworks em que estão grandes portais, sites verticais e sites de conteúdos relevantes, disponibilizando espaços para uma compra segura e verificada.

Com a segmentação dos públicos-alvo, não existe a dispersão de anúncios em sites irrelevantes, além de ser uma compra de mídia que apresenta maior rentabilidade e maximização, pois vai ser possível segmentar a entrega da campanha para sites totalmente adequados e segmentados para os seus temas, como saúde, ciência, educação, tecnologia, etc. Pensando nisso, serão trabalhados banners nos formatos IAB e o vídeo de 30" . Serão veiculados os 6 (seis) principais formatos display IAB e vídeo.

RESULTADOS INTERNET - GRANDES PORTAIS			
PÚBLICO	NÚMERO IMPRESSÕES	COBERTURA %	FREQUÊNCIA
POPULAÇÃO GERAL	22.892.098	12,00	1,8
CLASSES ABCDE 16+ ANOS			
JOVENS 16-29	22.892.098	29,00	3,5
CLASSES ABCDE 16-29 ANOS			
FORMADORES DE OPINIÃO	22.892.098	14	1,8
CLASSES AB 25+			

Fonte: COMSCORE - Janeiro/2021

Não Mídia

A aplicação dos recursos próprios e dos pontos de contato de não mídia é importante reforço, que visa a reverberação da mensagem. Além disso, pela perspectiva de otimização da verba, este artifício é importante, porque representa um ganho de comunicação, uma vez que se utilizam canais dos quais o Governo de São Paulo é proprietário para a veiculação de peças já produzidas ou novas, sem custos de mídia, gerando economicidade.

Neste sentido, é de extrema importância prever a aplicação das peças já produzidas da campanha em recursos próprios do Governo Estadual, como o banner no portal, jingle na Ura de serviços públicos estaduais e hospedagem dos filmes nos seus perfis sociais do Youtube e Facebook.

Para levar a mensagem da campanha à população vulnerável, atendida durante a pandemia nos bandejões do programa Bom Prato, um Jogo Americano para Bandeja sensibilizará os beneficiados, informando-os das ações do Governo Estadual para fornecimento de alimentação para quem mais precisa.

Impactando os jovens alunos, na medida do avanço da retomada das aulas na rede pública estadual, cartazes para as escolas reforçarão o conceito da campanha e hábitos de prevenção entre os alunos.

Esta estratégia de mídia e não mídia compreende os estudos de hábitos de consumo dos públicos mencionados no briefing, conferindo resultados eficientes de cobertura e frequência, como se pode notar no quadro abaixo:

Simulação conforme método Sainsbury – cobertura combinada.

AS ABCDE 18+	40.372.325	Universo Target SP ESTADO					
Meio	Software utilizado na simulação	Universo considerado	Universo Potencial do Meio na Praça	Cobertura do plano	Pessoas Cobertas do plano	Cobertura Ponderada	FM
TV Aberta (1+)	MW Planview	São Paulo Estado	36 007 027	65,3%	23 498 186	58,2%	10,02
Internet (1+)	comScore	São Paulo Estado	35 699 309	12,0%	4 283 917	10,6%	1,80
OOH *	Mapa DOOH	São Paulo Capital	31 271 676	14,8%	4 615 922	11,4%	6,20
Rádio	Easy Media	São Paulo Capital	23 531 211	55,0%	12 942 166	32,1%	9,30
Tv por assinatura	MW Planview	São Paulo Estado	15 139 904	21,0%	3 179 380	7,88%	2,60
		Sainsbury Potencial	91%	Sainsbury Ponderado	79,3%	FM	12,4
		Nº Pessoas Cobertas Potencial	36.632.290	Nº Pessoas cobertas Ponderado	32.010.578		

Universos totais IBGE + Penetração do Target no BR TG 2020 I (2019 1s + 2019 2s) v1 0 - Pessoas
* OOH os dados de simulação são do planejado

No quadro, é possível perceber que a combinação de meios e a estratégia de utilização de cada um geraram resultados eficazes. Entre os públicos trabalhados neste exercício de mídia, a estimativa é de que 79,3% dos indivíduos sejam impactados pela campanha, com frequência média de 12,4. Conclui-se que a programação de mídia proposta atende claramente aos objetivos do briefing, promovendo um amplo alcance da mensagem com uma frequência média eficaz.

propeg we sell ideas

VALORES ALOCADOS EM MÍDIA E PRODUÇÃO

MÍDIA

MEIO	PERÍODO DE VEICULAÇÃO	INSERÇÕES	CUSTO TOTAL	%
Tv Aberta	04/04 à 30/06/2021	196	R$ 14.064.545,00	46,9%
Tv por Assinatura	09 a 23/04 e 16 a 26/05/2021	216	R$ 1.122.925,00	3,7%
Rádio (Rd. Rede + Rd.Avulso)	05/04 a 26/06/2021	2746	R$ 4.937.891,28	16,5%
Jornal	08/04 e 07/05/2021	2	R$ 590.600,00	2,0%
Revista	10/04/2021	1	R$ 524.000,00	1,7%
Internet	05/04 à 30/06/2021	25.002.098	R$ 1.292.914,00	4,3%
OOH	04/04 à 30/06/2021	4.065	R$ 1.958.434,00	6,5%
DOOH	19/04 à 25/06/2021	11.336.360	R$ 2.028.362,00	6,8%
SUBTOTAL MÍDIA			**R$ 26.519.671,28**	**88,5%**

SERVIÇOS DE TECNOLOGIA

FORNECEDOR	PERÍODO DE VEICULAÇÃO	QUANTIDADE DE INSERÇÕES	CUSTO TOTAL	%
Facebook e Instagram	05/04 à 30/06/2021	19.448.000	R$ 414.800,00	1,4%
Twitter	05/04 à 30/06/2021	90.000	R$ 270.000,00	0,9%
Mídia Programática - Verizon	05/04 à 30/06/2021	2.400.000	R$ 480.000,00	1,6%
Youtube	05/04 à 30/06/2021	30.800.000	R$ 523.600,00	1,7%
Spotify	05/04 à 30/06/2021	4.800.000	R$ 181.440,00	0,6%
Deezer	05/04 à 30/06/2021	1.200.000	R$ 133.200,00	0,4%
Tik Tok	05/04 à 30/06/2021	9.523.810	R$ 100.000,01	0,3%
SUBTOTAL SERVIÇOS DE TECNOLOGIA			**R$ 2.103.040,01**	**7,0%**

PRODUÇÃO

PEÇAS CORPORIFICADAS

PEÇA	QUANTIDADE	CUSTO TOTAL	%
Filme TV 60"	1	R$ 374.000,00	1,25%
Filme TV 30" Jovens	1	R$ 330.000,00	1,10%
Jingle Rádio 60"	1	R$ 24.000,00	0,08%
Anúncio Revista página dupla (com fotos produzidas)	1	R$ 48.000,00	0,16%
Anúncio Jornal rouba página (com fotos de banco de imagem)	1	R$ 10.200,00	0,03%
Abrigo de Ônibus	1	R$ 158.152,50	0,53%
Painel para Túnel de Estação	1	R$ 25.070,76	0,08%
Banner de Internet Billboard	1	R$ 1.834,35	0,01%
Vídeo Tik Tok	1	R$ 50.000,00	0,17%
Jogo Americano bandeja	14.000	R$ 4.381,33	0,01%
SUBTOTAL PEÇAS CORPORIFICADAS		**R$ 1.025.638,94**	**3,42%**

PEÇAS NÃO CORPORIFICADAS

PEÇA	QUANTIDADE	CUSTO TOTAL	%
Filme TV 30" - redução filme 60"	1	R$ 80.000,00	0,27%
Jingle Rádio 30" - redução jingle 60"	1	R$ 12.000,00	0,04%
Filmete TV 10" - Atendimento digital - redução filme 60"	1	R$ 3.600,00	0,01%
Filmete TV 10" - Máscara - redução filme 60"	1	R$ 3.600,00	0,01%
Filmete TV 10" - Aglomeração - redução filme 60"	1	R$ 3.600,00	0,01%
Filmete TV 10" - Novos hábitos - redução filme 60"	1	R$ 3.600,00	0,01%
Painel Estático - Estações Pinheiros e Luz	1	R$ 3.700,00	0,01%
Vinheta 15" s/ áudio - Linha Lilás	1	R$ 1.800,00	0,01%
Vinheta 15" s/ áudio (TV Minuto) - L. Azul, Verde e Vermelha	1	R$ 1.800,00	0,01%
Vinheta 15" s/ áudio - Linha Amarela	1	R$ 1.800,00	0,01%
Vinheta 15" s/ áudio - CPTM Digital	1	R$ 1.800,00	0,01%
Vinheta 15" s/ áudio - Elevadores	1	R$ 1.200,00	0,00%
Vinheta 15" s/ áudio - Banco 24 Horas	1	R$ 1.200,00	0,00%
Busdoor - Vidro traseiro adesivado - Médio 2,10x0,95cm	280	R$ 24.917,20	0,08%
Outdoor Social - Market 0,80 x 1,20M	119	R$ 9.168,69	0,03%
Abrigo de ônibus face simples	185	R$ 22.175,95	0,07%
Placas de Carrinho - Supermercado - 0,30 x 0,25cm	1.100	R$ 30.800,00	0,10%
Mini Outdoor - Supermercado - 3,0 x 1,0m	44	R$ 8.800,00	0,03%
Jingle 30" Supermercado - Mesmo Jingle Rádio 30"	1	R$ 1.000,00	0,00%
Banner de Internet	1	R$ 9.800,00	0,03%
Facebook - Formato de imagem	1	R$ 1.200,00	0,00%
Facebook Stories Vídeo 60"	1	R$ 1.200,00	0,00%
Facebook - Sotries Vídeo 30"	1	R$ 1.200,00	0,00%
Instagram - Formato de imagem	1	R$ 800,00	0,00%
Instagram Stories Vídeo 60"	1	R$ 800,00	0,00%
Instagram - Stories Vídeos 30"	1	R$ 800,00	0,00%
Youtube - Formato de Vídeo	1	R$ 800,00	0,00%
Twitter imagem	1	R$ 3.668,70	0,01%
Spotify - Mesmo Jingle Rádio 30"	1	R$ 3.668,70	0,01%
Deezer - Mesmo Jingle Rádio 30"	1	R$ 3.668,70	0,01%
Verizon - Vídeo	1	R$ 9.171,15	0,03%
Verizon - Banner Dia Nacional da Saúde	1	R$ 3.668,70	0,01%
Cartaz para rede de ensino	20.000	R$ 10.164,05	0,03%
Adserver	1	R$ 41.578,74	0,14%
SUBTOTAL PEÇAS NÃO CORPORIFICADAS		**R$ 308.750,58**	**1,03%**

SUBTOTAL PRODUÇÃO		**R$ 3.437.429,53**	**11,5%**

TOTAL MÍDIA + PRODUÇÃO		**R$ 29.957.100,81**	**100,0%**

CRONOGRAMA GERAL DE DISTRIBUIÇÃO DE PEÇAS

RESUMO GERAL

MEIOS	PRAÇA	FORMATO	ABRIL/21				MAIO/21					JUNHO/21				TOTAL	%
			4 D	11 D	18 D	25 D	2 D	9 D	16 D	23 D	30 D	6 D	13 D	20 D	27 D		
TV ABERTA	S.PAULO-ESTADO	60"	4 a 8													R$ 5.865.778,00	53,03%
	S.PAULO-ESTADO	30"		9 a 18					16 a 26							R$ 7.295.113,00	
	S.PAULO-ESTADO	10"				26 Abril a 30 Junho										R$ 903.654,00	
TV POR ASSINATURA	S.PAULO-ESTADO	30"		9 a 23					16 a 26							R$ 1.122.925,00	4,23%
RÁDIO	SÃO PAULO CAPITAL	JINGLE 60" / 30"	X	X												R$ 1.731.282,00	18,62%
	SÃO PAULO CAPITAL	JINGLE 30"			X	X	X	X		X	X		X	X		R$ 2.532.596,00	
	SÃO PAULO INTERIOR	JINGLE 30"			X	X	X	X		X	X		X	X		R$ 674.013,28	
INTERNET	S.PAULO-ESTADO	GRANDES PORTAIS	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	R$ 1.292.914,00	4,88%
REVISTA	SÃO PAULO ESTADO	PÁGINA DUPLA		X												R$ 524.000,00	1,98%
JORNAL	SÃO PAULO - ESTADO	ROUBA PÁGINA-5COLS X 40CMS		X				X								R$ 590.600,00	2,23%
OOH	SÃO PAULO CAPITAL	ELETROMIDIA - FORMATOS ESTÁTICOS		X				X					X			R$ 505.431,00	7,38%
	SÃO PAULO CAPITAL	OUTDOOR SOCIAL								X						R$ 259.063,00	
	SÃO PAULO CAPITAL	ABRIGO DE ÔNIBUS OTIMA - SEQUENCIAL + REGULAR		X												R$ 661.040,00	
	REGIÕES ADMINISTRATIVAS	BUSDOOR	X													R$ 334.350,00	
	REGIÕES ADMINISTRATIVAS	SUPERMERCADO				X										R$ 198.550,00	
DOOH	SÃO PAULO CAPITAL	ELETROMIDIA - LINHA LILÁS DIGITAL ESTAÇÕES					X									R$ 450.000,00	7,65%
	SÃO PAULO CAPITAL	ELETROMIDIA - TV MINUTO - LINHAS: AZUL, VERDE E VERMELHA										X				R$ 270.000,00	
	SÃO PAULO CAPITAL	ELETROMIDIA - LINHA AMARELA DIGITAL ESTAÇÕES			X											R$ 450.000,00	
	REGIÃO METROPOLITANA SÃO PAULO	BANCO 24H											X			R$ 232.512,00	
	REGIÃO METROPOLITANA SÃO PAULO	ELETROMIDIA - CPTM DIGITAL								X						R$ 85.850,00	
	REGIÃO METROPOLITANA SÃO PAULO	ELETROMIDIA - ELEVADORES						X								R$ 540.000,00	
TOTAL MÍDIA																R$ 26.519.671,28	88,5%
SERVIÇOS DE TECNOLOGIA	SÃO PAULO ESTADO	FACEBOOK + INSTAGRAM	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	R$ 414.800,00	7,02%
		TWITTER	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	R$ 270.000,00	
		MÍDIA PROGRAMÁTICA	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	R$ 480.000,00	
		YOUTUBE	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	R$ 523.600,00	
		SPOTIFY	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	R$ 181.440,00	
		DEEZER	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	R$ 133.200,00	
		TIKTOK	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	R$ 100.000,01	
TOTAL SERVIÇOS DE TECNOLOGIA																R$ 2.103.040,01	7,0%
TOTAL PRODUÇÃO																R$ 1.334.389,52	4,5%
TOTAL MÍDIA + SERVIÇOS DE TECNOLOGIA + PRODUÇÃO																R$ 29.957.100,81	100%

propeg we sell ideas

PROGRAMAÇÃO TV ABERTA
PRAÇA: SÃO PAULO ESTADO
PEÇA: FILME 60"

REDE	PROGRAMAS	Hora Inicial	Hora Final	Peça	ABRIL 2021											INS	VALORES TABELA	
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11		UNIT.	TOTAL
					Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D			
GLO	BOM DIA BRASIL	08:30	09:30	60"						1	1	1				3	89.368,00	268.104,00
GLO	BOM DIA PRACA	06:00	08:30	60"						1	1	1				3	54.632,00	163.896,00
GLO	FANTASTICO	20:00	22:40	60"				1								1	462.790,00	462.790,00
GLO	JORNAL NACIONAL	20:30	21:30	60"					1							1	585.860,00	585.860,00
GLO	NOVELA III	21:30	22:35	60"					1							1	620.508,00	620.508,00
GLO	PRACA TV 1 EDICAO	12:00	13:00	60"					1	1	1	1				4	115.858,00	463.432,00
TOTAL GLOBO																13		2.564.590,00
REC	CIDADE ALERTA	16:45	19:55	60"						1		1				2	96.454,00	192.908,00
REC	JORNAL DA RECORD	19:55	21:00	60"					1							1	544.536,00	544.536,00
REC	NOVELA 3	21:00	22:00	60"							1					1	386.734,00	386.734,00
TOTAL RECORD																4		1.124.178,00
SBT	NOVELA TARDE 1	17:30	18:15	60"						1	1	1				3	181.384,00	544.152,00
SBT	PROG SILVIO SANTOS	20:00	00:00	60"				1								1	490.366,00	490.366,00
SBT	PROGRAMA DO RATINHO	22:15	23:15	60"					1							1	316.318,00	316.318,00
TOTAL SBT																5		1.350.836,00
BAN	BORA BRASIL	07:30	09:00	60"						1	1					2	30.192,00	60.384,00
BAN	BRASIL URGENTE	16:00	18:50	60"					1		1	1				3	81.710,00	245.130,00
TOTAL BANDEIRANTES																5		305.514,00
RTV(*)	A TARDE E SUA	15:00	17:00	60"						1	1					2	64.176,00	128.352,00
RTV(*)	REDETV! NEWS	19:30	22:10	60"					1							1	129.268,00	129.268,00
TOTAL REDE TV																3		257.620,00
CUL	JORNAL DA CULTURA	21:15	22:15	60"					1		1					2	55.400,00	110.800,00
CUL	REPORTER ECO DM	18:00	18:30	60"				1								1	28.220,00	28.220,00
TOTAL CULTURA																3		139.020,00
GAZ	GAZETA ESPORTIVA	18:00	19:00	60"						1						1	39.780,00	39.780,00
GAZ	JORNAL DA GAZETA	19:00	20:00	60"					1		1					2	42.120,00	84.240,00
TOTAL GAZETA																3		124.020,00
TOTAL TV ABERTA																36		5.865.778,00

(*) RTV - COBERTURA PARA APENAS SÃO PAULO CAPITAL

propeg we sell ideas

PROGRAMAÇÃO TV ABERTA
PRAÇA: SÃO PAULO ESTADO
PEÇA: Filmes 30"
TARGET PRIORITÁRIO: AS ABCDE 18+

REDE	PROGRAMAS	Hora Inicial	Hora Final	Peça	ABRIL 2021																INS	VALORES TABELA	
					4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19		UNIT.	TOTAL
					S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D			
GLO	BOM DIA BRASIL	08:30	09:30	30"											1		1				2	44.684,00	89.368,00
GLO	BOM DIA PRACA	06:00	08:30	30"							1			1		1		1			4	27.316,00	109.264,00
GLO	CALDEIRAO DO HUCK	16:00	18:40	30"								1									1	67.418,00	67.418,00
GLO	FANTASTICO	20:00	22:40	30"									1								1	231.395,00	231.395,00
GLO	JORNAL NACIONAL	20:30	21:30	30"						1											1	292.930,00	292.930,00
GLO	PRAÇA TV 2 EDIÇÃO	19:10	19:40	30"							1			1					1		3	192.927,00	578.781,00
GLO	NOVELA III	21:30	22:35	30"						1											1	310.254,00	310.254,00
GLO	PRACA TV 1 EDICAO	12:00	13:00	30"							1				1			1			3	57.929,00	173.787,00
GLO	VALE A PENA VER DE N	16:40	17:55	30"										1		1					2	62.614,00	125.228,00
	TOTAL GLOBO																				18		1.978.425,00
REC	CIDADE ALERTA	16:45	19:55	30"							1				1						2	48.227,00	96.454,00
REC	JORNAL DA RECORD	19:55	21:00	30"						1											1	272.268,00	272.268,00
REC	NOVELA 3	21:00	22:00	30"										1							1	193.367,00	193.367,00
	TOTAL RECORD																				4		562.089,00
SBT	NOVELA NOITE 1	21:00	22:15	30"						1											1	207.762,00	207.762,00
SBT	NOVELA TARDE 1	17:30	18:15	30"										1	1	1					3	90.692,00	272.076,00
SBT	PROGRAMA DO RATINHO	22:15	23:15	30"						1	1										2	158.159,00	316.318,00
	TOTAL SBT																				6		796.156,00
BAN	BORA BRASIL	07:30	09:00	30"							1				1		1				3	15.096,00	45.288,00
BAN	BRASIL URGENTE	16:00	18:50	30"						1				1		1					3	40.855,00	122.565,00
	TOTAL BANDEIRANTES																				6		167.853,00
RTV(*)	A TARDE E SUA	15:00	17:00	30"										1		1		1			3	32.088,00	96.264,00
RTV(*)	JOAO KLEBER SHOW	23:00	00:45	30"									1								1	48.681,00	48.681,00
RTV(*)	REDETV! NEWS	19:30	22:10	30"							1										1	64.634,00	64.634,00
	TOTAL REDE TV																				5		209.579,00
CUL	JORNAL DA CULTURA	21:15	22:15	30"						1					1		1				3	27.700,00	83.100,00
CUL	REPORTER ECO DM	18:00	18:30	30"									1								1	14.110,00	14.110,00
CUL	RODA VIVA	22:00	23:30	30"										1							1	36.220,00	36.220,00
	TOTAL CULTURA																				5		133.430,00
GAZ	GAZETA ESPORTIVA	18:00	19:00	30"										1		1					2	19.890,00	39.780,00
GAZ	JORNAL DA GAZETA	19:00	20:00	30"						1	1										2	21.060,00	42.120,00
	TOTAL GAZETA																				4		81.900,00
	TOTAL TV ABERTA																				48		3.929.432,00

(*) RTV - COBERTURA PARA APENAS SÃO PAULO CAPITAL

propeg we sell ideas

PROGRAMAÇÃO TV ABERTA
PRAÇA: SÃO PAULO ESTADO
PEÇA: Filmes 30"
TARGET PRIORITÁRIO: AS ABCDE 18+

REDE	PROGRAMAS	Hora Inicial	Hora Final	Peça	MAIO																	INS	PREÇO TABELA	
					15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31		UNIT.	TOTAL
					S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S			
GLO	BOM DIA BRASIL	08:30	09:30	30"				1		1					1							3	44.684,00	134.052,00
GLO	BOM DIA PRACA	06:00	08:30	30"			1		1		1			1								4	27.316,00	109.264,00
GLO	CALDEIRAO DO HUCK	16:00	18:40	30"								1										1	67.418,00	67.418,00
GLO	FANTASTICO	20:00	22:40	30"		1																1	231.395,00	231.395,00
GLO	PRAÇA TV 2 EDIÇÃO	19:10	19:40	30"			1		1													2	192.927,00	385.854,00
GLO	PRACA TV 1 EDICAO	12:00	13:00	30"				1			1	1			1							4	57.929,00	231.716,00
GLO	VALE A PENA VER DE N	16:40	17:55	30"			1		1					1								3	62.614,00	187.842,00
	TOTAL GLOBO																					18		1.347.541,00
REC	CIDADE ALERTA	16:45	19:55	30"				1							1							2	48.227,00	96.454,00
REC	NOVELA 3	21:00	22:00	30"			1		1					1								3	193.367,00	580.101,00
	TOTAL RECORD																					5		676.555,00
SBT	NOVELA NOITE 1	21:00	22:15	30"											1							1	207.762,00	207.762,00
SBT	NOVELA TARDE 1	17:30	18:15	30"			1							1								2	90.692,00	181.384,00
SBT	PROGRAMA DO RATINHO	22:15	23:15	30"				1		1												2	158.159,00	316.318,00
	TOTAL SBT																					5		705.464,00
BAN	BORA BRASIL	07:30	09:00	30"				1		1					1							3	15.096,00	45.288,00
BAN	BRASIL URGENTE	16:00	18:50	30"			1		1			1		1								4	40.855,00	163.420,00
	TOTAL BANDEIRANTES																					7		208.708,00
RTV(*)	A TARDE E SUA	15:00	17:00	30"			1		1		1			1								4	32.088,00	128.352,00
RTV(*)	JOAO KLEBER SHOW	23:00	00:45	30"		1																1	48.681,00	48.681,00
RTV(*)	REDETV! NEWS	19:30	22:10	30"																		0	64.634,00	0,00
	TOTAL REDE TV																					5		177.033,00
CUL	JORNAL DA CULTURA	21:15	22:15	30"				1		1					1							3	27.700,00	83.100,00
CUL	REPORTER ECO DM	18:00	18:30	30"		1																1	14.110,00	14.110,00
CUL	RODA VIVA	22:00	23:30	30"			1							1								2	36.220,00	72.440,00
	TOTAL CULTURA																					6		169.650,00
GAZ	GAZETA ESPORTIVA	18:00	19:00	30"			1		1					1								3	19.890,00	59.670,00
GAZ	JORNAL DA GAZETA	19:00	20:00	30"				1														1	21.060,00	21.060,00
	TOTAL GAZETA																					4		80.730,00
	TOTAL TV ABERTA																					50		3.365.681,00

(*) RTV - COBERTURA PARA APENAS SÃO PAULO CAPITAL

propeg we sell ideas

PROGRAMAÇÃO TV ABERTA
PRAÇA: SÃO PAULO ESTADO
PEÇA: Filmes 10"
TARGET PRIORITÁRIO: AS ABCDE 18+

REDE	PROGRAMAS	Hora Inicial	Hora Final	Peça	ABRIL 2021																												INS	PREÇO TABELA	
					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			
					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		UNIT.	TOTAL
GLO	BOM DIA PRACA	06:00	08:30	10"																									1	1	1	1	1	5	12.292,20	61.461,00
TOTAL																																	5		61.461,00

REDE	PROGRAMAS	Hora Inicial	Hora Final	Peça	MAIO 2021																														INS	PREÇO TABELA	
					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			
					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	D		UNIT.	TOTAL
GLO	BOM DIA PRACA	06:00	08:30	10"			1	1	1	1	1			1	1	1	1	1			1	1	1	1	1			1	1	1	1	1			21	12.292,20	258.136,20
GLO	É DE CASA	06:50	12:00	10"	1							1						1								1							1		5	13.052,25	65.261,25
GLO	TEMPERATURA MÁXIMA	12:30	14:20	10"		1							1							1							1							1	5	26.151,30	130.756,50
TOTAL																																	31		454.153,95

REDE	PROGRAMAS	Hora Inicial	Hora Final	Peça	JUNHO 2021																														INS	PREÇO TABELA	
					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			
					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		UNIT.	TOTAL
GLO	BOM DIA PRACA	06:00	08:30	10"	1	1	1	1			1	1	1	1	1			1	1	1	1	1			1	1	1	1	1			1	1	1	22	12.292,20	270.428,40
GLO	É DE CASA	06:50	12:00	10"					1							1							1												3	13.052,25	39.156,75
GLO	TEMPERATURA MÁXIMA	12:30	14:20	10"						1							1							1												3	26.151,30	78.453,90
TOTAL																																	28		388.039,05

propeg we sell ideas

PROGRAMAÇÃO TV POR ASSINATURA
PRAÇA: SP- ESTADO
PEÇA: FILMES 30"

REDE	PROGRAMAS	Hora Inicial	Hora Final	Peça	ABRIL 2021																									INS	PREÇO TABELA	
					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		UNIT.	TOTAL
					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			
GNT	FAIXA 13H00 AS 18H00	13:00	18:00	30"									1		1		1		1				1		1		1			7	825,00	5.775,00
GNT	FAIXA 18H00 AS 01H00	18:00	01:00	30"									1			1		1						1		1				5	3.315,00	16.575,00
TOTAL GNT																														12		22.350,00
SPORTV	FAIXA 13H00 AS 18H00	13:00	18:00	30"											1		1						1		1					4	2.210,00	8.840,00
SPORTV	FAIXA 18H00 AS 01H00	18:00	01:00	30"									1			1		1						1		1				5	12.645,00	63.225,00
TOTAL SPORTV																														9		72.065,00
MEGAPIX	FAIXA 13H00 - 18H00	13:00	18:00	30"									1		1		1		1				1		1		1			7	1.260,00	8.820,00
MEGAPIX	FAIXA 18H00 - 02H00	18:00	02:00	30"												1		1		1				1		1				5	3.125,00	15.625,00
MEGAPIX	MGP SESSAO DAS 18H00	14:00	16:00	30"									1				1		1				1		1					5	2.680,00	13.400,00
TOTAL MEGAPIX																														17		37.845,00
GLOBO NEWS	FAIXA 12:00 18:00	12:00	18:00	30"									1			1		1		1				1		1				6	1.705,00	10.230,00
GLOBO NEWS	FAIXA 18:00 01:00	18:00	01:00	30"									1				1		1				1		1		1			6	6.560,00	39.360,00
GLOBO NEWS	JORNAL DAS DEZ NOT P	22:00	00:00	30"									1			1		1		1				1		1				6	11.165,00	66.990,00
TOTAL GLOBO NEWS																														18		116.580,00
UNIVERSAL TV	FAIXA 12H00 18H00	12:00	18:00	30"											1		1					1	1		1					5	1.300,00	6.500,00
UNIVERSAL TV	FAIXA 18H00 01H00	18:00	01:00	30"									1			1		1			1			1		1				6	4.590,00	27.540,00
TOTAL UNIVERSAL TV																														11		34.040,00
VIVA	FAIXA 12H00 18H00	12:00	18:00	30"											1		1		1		1	1		1		1				7	1.435,00	10.045,00
VIVA	FAIXA 18H00 01H00	18:00	01:00	30"									1					1					1		1					4	3.005,00	12.020,00
VIVA	NOVELA 3 NOT P	23:00	00:00	30"									1				1		1					1			1			5	3.065,00	15.325,00
TOTAL VIVA																														16		37.390,00
MULTSHOW	FAIXA 13H00 18H00	13:00	18:00	30"									1	1	1		1		1			1		1		1				8	905,00	7.240,00
MULTISHOW	FAIXA 18H00 01H00	18:00	01:00	30"									1		1	1		1		1			1		1					7	4.085,00	28.595,00
TOTAL MULTSHOW																														15		35.835,00
BANDNEWS	JORNAL DA BAND	20:30	21:30	30"									1				1			1				1			1			5	13.884,00	69.420,00
BANDNEWS	JORNAL BANDNEWS 2ED	18:00	20:00	30"									1			1		1					1		1				5	12.604,00	63.020,00
BANDNEWS	FIM DE SEMANA BANDNEWS	18:00	00:00	30"											1		1		1			1		1		1				6	12.236,00	73.416,00
TOTAL BANDNEWS																														16		205.856,00
BANDSPORTS	FAIXA 13H00 18H00	13:00	18:00	30"										1	1		1		1					1		1				6	7.594,00	45.564,00
BANDSPORTS	FAIXA 18H00 01H00	18:00	01:00	30"												1		1					1		1					4	10.372,00	41.488,00
TOTAL BANDSPORTS																														10		87.052,00
TOTAL TV POR ASSINATURA																														124		649.013,00

propeg we sell ideas

PROGRAMAÇÃO TV POR ASSINATURA
PRAÇA: SP- ESTADO
PEÇA: FILMES 30"

REDE	PROGRAMAS	Hora Inicial	Hora Final	Peça	MAIO 2021																	INS	PREÇO TABELA	
					15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31		UNIT.	TOTAL
					S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	D			
GNT	FAIXA 13H00 AS 18H00	13:00	18:00	30"		1		1		1				1		1						5	825,00	4.125,00
GNT	FAIXA 18H00 AS 01H00	18:00	01:00	30"			1		1						1							3	3.315,00	9.945,00
TOTAL GNT																						8		14.070,00
SPORTV	FAIXA 13H00 AS 18H00	13:00	18:00	30"		1		1						1		1						4	2.210,00	8.840,00
SPORTV	FAIXA 18H00 AS 01H00	18:00	01:00	30"			1		1						1							3	12.645,00	37.935,00
TOTAL SPORTV																						7		46.775,00
MEGAPIX	FAIXA 13H00 - 18H00	13:00	18:00	30"		1		1		1				1		1						5	1.260,00	6.300,00
MEGAPIX	FAIXA 18H00 - 02H00	18:00	02:00	30"			1		1		1				1							4	3.125,00	12.500,00
MEGAPIX	MGP SESSAO DAS 18H00	14:00	16:00	30"				1		1				1		1						4	2.680,00	10.720,00
TOTAL MEGAPIX																						13		29.520,00
GLOBO NEWS	FAIXA 12:00 18:00	12:00	18:00	30"			1		1		1				1							4	1.705,00	6.820,00
GLOBO NEWS	FAIXA 18:00 01:00	18:00	01:00	30"				1		1				1		1						4	6.560,00	26.240,00
GLOBO NEWS	JORNAL DAS DEZ NOT P	22:00	00:00	30"			1		1		1				1							4	11.165,00	44.660,00
TOTAL GLOBO NEWS																						12		77.720,00
UNIVERSAL TV	FAIXA 12H00 18H00	12:00	18:00	30"		1		1					1	1		1						5	1.300,00	6.500,00
UNIVERSAL TV	FAIXA 18H00 01H00	18:00	01:00	30"			1		1			1			1							4	4.590,00	18.360,00
TOTAL UNIVERSAL TV																						9		24.860,00
VIVA	FAIXA 12H00 18H00	12:00	18:00	30"		1		1		1		1	1		1							6	1.435,00	8.610,00
VIVA	FAIXA 18H00 01H00	18:00	01:00	30"					1					1		1						3	3.005,00	9.015,00
VIVA	NOVELA 3 NOT P	23:00	00:00	30"				1		1					1							3	3.065,00	9.195,00
TOTAL VIVA																						12		26.820,00
MULTSHOW	FAIXA 13H00 18H00	13:00	18:00	30"		1		1		1			1		1							5	905,00	4.525,00
MULTISHOW	FAIXA 18H00 01H00	18:00	01:00	30"		1	1		1		1			1		1						6	4.085,00	24.510,00
TOTAL MULTSHOW																						11		29.035,00
BANDNEWS	JORNAL DA BAND	20:30	21:30	30"				1			1				1							3	13.884,00	41.652,00
BANDNEWS	JORNAL BANDNEWS 2ED	18:00	20:00	30"			1		1					1		1						4	12.604,00	50.416,00
BANDNEWS	FIM DE SEMANA BANDNEWS	18:00	00:00	30"		1		1		1			1		1							5	12.236,00	61.180,00
TOTAL BANDNEWS																						12		153.248,00
BANDSPORTS	FAIXA 13H00 18H00	13:00	18:00	30"		1		1		1					1							4	7.594,00	30.376,00
BANDSPORTS	FAIXA 18H00 01H00	18:00	01:00	30"			1		1					1		1						4	10.372,00	41.488,00
TOTAL BANDSPORTS																						8		71.864,00
TOTAL TV POR ASSINATURA																						92		473.912,00

propeg we sell ideas

PROGRAMAÇÃO DE RÁDIO
PRAÇA: SÃO PAULO CAPITAL
PEÇA: JINGLE 60" e 30"

EMISSORA	PROGRAMAÇÃO	PEÇAS	ABRIL																									TT INS.	UNITÁRIO TABELA	TOTAL TABELA
			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			
			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			
POPULARES MUSICAIS																														
BAND FM	ROTATIVO 06/19H	60"					3	3	3	3	3																	15	4.569,50	68.542,50
		30"												3	3	3	3	3										15	2.405,00	36.075,00
NATIVA FM	ROTATIVO 06/19H	60"					3	3	3	3	3																	15	4.337,70	65.065,50
		30"												3	3	3	3	3										15	2.283,00	34.245,00
TRANSCONTINENTAL FM	ROTATIVO 06/19H	60"					3	3	3	3	3																	15	4.928,00	73.920,00
		30"												3	3	3	3	3										15	2.464,00	36.960,00
GAZETA FM	ROTATIVO 06/19H	60"					3	3	3	3	3																	15	4.502,00	67.530,00
		30"												3	3	3	3	3										15	2.251,00	33.765,00
105 FM	ROTATIVO 06/19H	60"					3	3	3	3	3																	15	2.800,00	42.000,00
		30"												3	3	3	3	3										15	1.400,00	21.000,00
JOVENS																														
JOVEM PAN FM	ROTATIVO 06/19H	60"					3	3	3	3	3																	15	8.768,00	131.520,00
		30"												3	3	3	3	3										15	4.384,00	65.760,00
METROPOLITANA YES FM	ROTATIVO 07/19H	60"					3	3	3	3	3																	15	6.400,00	96.000,00
		30"												3	3	3	3	3										15	3.200,00	48.000,00
MIX 106 FM	ROTATIVO 06/19H	60"					3	3	3	3	3																	15	7.080,00	106.200,00
		30"												3	3	3	3	3										15	3.540,00	53.100,00
QUALIFICADAS																														
ALPHA FM	ROTATIVO 06/19H	60"					3	3	3	3	3																	15	7.800,00	117.000,00
		30"												3	3	3	3	3										15	3.900,00	58.500,00
ANTENA 1 FM	ROTATIVO 06/19H	60"					3	3	3	3	3																	15	9.054,00	135.810,00
		30"												3	3	3	3	3										15	4.527,00	67.905,00
JORNALÍSTICAS																														
CBN	CBN Local - das 10h00 às 12h00	60"					1	1	1	1	1																	5	22.600,00	113.000,00
		30"													1		1											2	11.300,00	22.600,00
BAND NEWS	JORNALISMO - 06/09H	60"					1	1	1	1	1																	5	15.664,00	78.320,00
		30"												1		1												2	7.832,00	15.664,00
RÁDIO BANDEIRANTES	J. BANDEIRANTES - 05:30/10H	60"					1	1	1	1	1																	5	23.800,00	119.000,00
		30"													1		1											2	11.900,00	23.800,00
TOTAL RÁDIO CAPITAL																												321		1.731.282,00

propeg we sell ideas

PROGRAMAÇÃO DE RÁDIO
PRAÇA: SÃO PAULO CAPITAL
PEÇA: JINGLE 30"

EMISSORA	PROGRAMAÇÃO	PEÇAS	ABRIL																MAIO									TT INS.	UNITÁRIO TABELA	TOTAL TABELA
			15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	1	2	3	4	5	6	7	8	9			
			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			
POPULARES MUSICAIS																														
BAND FM	ROTATIVO 06/19H	30"					3		3		3			3		3		3										18	2.405,00	43.290,00
NATIVA FM	ROTATIVO 06/19H	30"						3		3					3		3											12	2.283,00	27.396,00
TRANSCONTINENTAL FM	ROTATIVO 06/19H	30"					3		3		3			3		3		3										18	2.464,00	44.352,00
GAZETA FM	ROTATIVO 06/19H	30"						3		3					3		3											12	2.251,00	27.012,00
105 FM	ROTATIVO 05/18H	30"					3		3		3			3		3		3										18	1.400,00	25.200,00
JOVENS																														
JOVEM PAN FM	ROTATIVO 06/19H	30"					3		3		3				3		3											15	4.384,00	65.760,00
METROPOLITANA YES FM	ROTATIVO 07/19H	30"						3		3				3		3		3										15	3.200,00	48.000,00
MIX 106 FM	ROTATIVO 06/19H	30"					3		3		3				3		3											15	3.540,00	53.100,00
QUALIFICADAS																														
ALPHA FM	ROTATIVO 06/19H	30"					3		3		3				3		3											15	3.900,00	58.500,00
ANTENA 1 FM	ROTATIVO 06/19H	30"						3		3				3		3		3										15	4.527,00	67.905,00
JORNALÍSTICAS																														
CBN	CBN Local - das 10h00 às 12h00	30"					1		1		1				1		1											5	11.300,00	56.500,00
BAND NEWS	JORNALISMO - 06/09H	30"						1		1				1		1		1										5	7.832,00	39.160,00
RÁDIO BANDEIRANTES	J. BANDEIRANTES - 05:30/10H	30"					1		1		1				1		1											5	11.900,00	59.500,00
TOTAL RÁDIO CAPITAL																												168		615.675,00

propeg we sell ideas

PROGRAMAÇÃO DE RÁDIO
PRAÇA: SÃO PAULO CAPITAL
PEÇA: JINGLE 30"

EMISSORA	PROGRAMAÇÃO	PEÇAS	MAIO																															TT INS.	UNITÁRIO TABELA	TOTAL TABELA
			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			
			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	S	S			
POPULARES MUSICAIS																																				
BAND FM	ROTATIVO 06/19H	30"			3		3		3			3		3		3										3		3		3			3	30	2.405,00	72.150,00
NATIVA FM	ROTATIVO 06/19H	30"				3		3					3		3												3		3					18	2.283,00	41.094,00
TRANSCONTINENTAL FM	ROTATIVO 06/19H	30"			3		3		3			3		3		3										3		3		3			3	30	2.464,00	73.920,00
GAZETA FM	ROTATIVO 06/19H	30"				3		3					3		3												3		3					18	2.251,00	40.518,00
105 FM	ROTATIVO 05/18H	30"			3		3		3			3		3		3										3		3		3			3	30	1.400,00	42.000,00
JOVENS																																				
JOVEM PAN FM	ROTATIVO 06/19H	30"			3		3		3				3		3											3		3		3				24	4.384,00	105.216,00
METROPOLITANA YES FM	ROTATIVO 07/19H	30"				3		3				3		3		3											3		3				3	24	3.200,00	76.800,00
MIX 106 FM	ROTATIVO 06/19H	30"			3		3		3				3		3											3		3		3				24	3.540,00	84.960,00
QUALIFICADAS																																				
ALPHA FM	ROTATIVO 06/19H	30"			3		3		3				3		3											3		3		3				24	3.900,00	93.600,00
ANTENA 1 FM	ROTATIVO 06/19H	30"				3		3				3		3		3											3		3				3	24	4.527,00	108.648,00
JORNALÍSTICAS																																				
CBN	CBN Local - das 10h00 às 12h00	30"			1	1	1	1	1				1		1											1		1		1				10	11.300,00	113.000,00
BAND NEWS	JORNALISMO - 06/09H	30"			1	1	1	1	1			1		1		1											1		1				1	11	7.832,00	86.152,00
RÁDIO BANDEIRANTES	J. BANDEIRANTES - 05:30/10H	30"			1	1	1	1	1				1		1											1		1		1				10	11.900,00	119.000,00
TOTAL RÁDIO CAPITAL																																		277		1.057.058,00

propeg we sell ideas

PROGRAMAÇÃO DE RÁDIO
PRAÇA: SÃO PAULO CAPITAL
PEÇA: JINGLE 30"

EMISSORA	PROGRAMAÇÃO	PEÇAS	JUNHO																											TT INS.	UNITÁRIO TABELA	TOTAL TABELA
			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			
			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			
POPULARES MUSICAIS																																
BAND FM	ROTATIVO 06/19H	30"		3		3										3		3		3			3		3		3			24	2.405,00	57.720,00
NATIVA FM	ROTATIVO 06/19H	30"	3		3												3		3					3		3				18	2.283,00	41.094,00
TRANSCONTINENTAL FM	ROTATIVO 06/19H	30"		3		3										3		3		3			3		3		3			24	2.464,00	59.136,00
GAZETA FM	ROTATIVO 06/19H	30"	3		3												3		3					3		3				18	2.251,00	40.518,00
105 FM	ROTATIVO 05/18H	30"		3		3										3		3		3			3		3		3			24	1.400,00	33.600,00
JOVENS																																
JOVEM PAN FM	ROTATIVO 06/19H	30"	3		3											3		3		3				3		3				21	4.384,00	92.064,00
METROPOLITANA YES FM	ROTATIVO 07/19H	30"		3		3											3		3				3		3		3			21	3.200,00	67.200,00
MIX 106 FM	ROTATIVO 06/19H	30"	3		3											3		3		3				3		3				21	3.540,00	74.340,00
QUALIFICADAS																																
ALPHA FM	ROTATIVO 06/19H	30"	3		3											3		3		3				3		3				21	3.900,00	81.900,00
ANTENA 1 FM	ROTATIVO 06/19H	30"		3		3											3		3				3		3		3			21	4.527,00	95.067,00
JORNALÍSTICAS																																
CBN	CBN Local - das 10h00 às 12h00	30"	1		1											1		1		1				1		1				7	11.300,00	79.100,00
BAND NEWS	JORNALISMO - 06/09H	30"		1		1											1		1				1		1		1			7	7.832,00	54.824,00
RÁDIO BANDEIRANTES	J. BANDEIRANTES - 05:30/10H	30"	1		1											1		1		1				1		1				7	11.900,00	83.300,00
TOTAL RÁDIO CAPITAL																														234		859.863,00

propeg we sell ideas

PROGRAMAÇÃO DE RÁDIO
PRAÇA: SÃO PAULO INTERIOR
PEÇA: JINGLE 30"

PRAÇA	EMISSORA	PROGRAMAÇÃO	PEÇAS	ABRIL																									TT INS.	UNITÁRIO TABELA	TOTAL TABELA
				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			
				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			
Araraquara	A+ Morada FM	Rotativo I - 11/19h	30"					2		2		2			2		2		2										12	545,62	6.547,44
Araraquara	Morada do Sol FM	Rotativo I - 11/19h	30"						2		2					2		2											8	545,62	4.364,96
Araraquara	Cultura FM	Rotativo I - 07:30/19h	30"					2		2		2			2		2		2										12	545,62	6.547,44
Araçatuba	Band FM 96,9	Rotativo 06/19h	30"						2		2					2		2											8	290,00	2.320,00
Araçatuba	Nossa Rádio 91,7 FM	Rotativo 06/19h	30"					2		2		2			2		2		2										12	543,55	6.522,60
Araçatuba	Jovem Pan FM	Rotativo 06/19h	30"						2		2					2		2											8	112,00	896,00
Barretos	Band FM	Rotativo 06/19h	30"					2		2		2			2		2		2										12	110,00	1.320,00
Barretos	Jovem Pan News FM	Rotativo 06/19h	30"						2		2					2		2											8	96,95	775,60
Barretos	Rd. Rede Vida 97,9	Rotativo 06/19h	30"					2		2		2			2		2		2										12	96,95	1.163,40
Bauru	96 FM	Rotativo 06/19h	30"						2		2					2		2											8	260,00	2.080,00
Bauru	94 FM	Rotativo 06/19h	30"					2		2		2			2		2		2										12	343,00	4.116,00
Bauru	Jovem Pan News (Auri Verde)	Rotativo 06/19h	30"						2		2					2		2											8	230,00	1.840,00
Campinas	Bandeirantes AM	Rotativo 06/19h	30"					2		2		2			2		2		2										12	972,00	11.664,00
Campinas	Band FM	Rotativo 06/19h	30"						2		2					2		2											8	1.134,00	9.072,00
Campinas	Cidade FM	Rotativo 07/19h	30"					2		2		2			2		2		2										12	1.045,00	12.540,00
Franca	Hertz FM	Rotativo 07/19h	30"						2		2					2		2											8	658,85	5.270,80
Franca	Imperador AM	Rotativo 07/19h	30"					2		2		2			2		2		2										12	125,00	1.500,00
Franca	Nossa Rádio 107,7 FM	Rotativo 06/19h	30"						2		2					2		2											8	543,55	4.348,40
Marília	Clube AM	Rotativo 06/19h	30"					2		2		2			2		2		2										12	227,76	2.733,12
Marília	Jovem Pan 100,9 FM	Rotativo 07/19h	30"						2		2					2		2											8	60,00	480,00
Piracicaba	POP FM	Rotativo 06/19h	30"					2		2		2			2		2		2										12	275,00	3.300,00
Piracicaba	Difusora FM	Rotativo 06/19h	30"						2		2					2		2											8	375,00	3.000,00
Piracicaba	Onda Livre FM	Rotativo 06/19h	30"					2		2		2			2		2		2										12	307,33	3.687,96
Presidente Prudente	Diário AM	Rotativo 06/19h	30"						2		2					2		2											8	78,10	624,80
Presidente Prudente	Nova 99 FM	Rotativo 07/19h	30"					2		2		2			2		2		2										12	134,40	1.612,80
Presidente Prudente	101 FM	Rotativo 07/19h	30"						2		2					2		2											8	255,00	2.040,00
Registro	Regional AM	Rotativo I - 07/20h	30"					2		2		2			2		2		2										12	815,00	9.780,00
Ribeirão Preto	CBN FM	Jornal da CBN - 1ª Ed. 06/10h	30"						2		2					2		2											8	302,00	2.416,00
Ribeirão Preto	Clube FM 100,5	Rotativo 07/19h	30"					2		2		2			2		2		2										12	862,00	10.344,00
Ribeirão Preto	Melody FM	Rotativo 07/19h	30"						2		2					2		2											8	742,50	5.940,00
Santos	Tribuna FM	Rotativo 06/19h	30"					2		2		2			2		2		2										12	246,00	2.952,00
Santos	Saudade FM	Rotativo 1 07/19h	30"						2		2					2		2											8	285,00	2.280,00
Guarujá/Santos	Guarujá FM	Rotativo 07/19h	30"					2		2		2			2		2		2										12	350,00	4.200,00
São José Do Rio Preto	FM Diário	Rotativo 06/19h	30"						2		2					2		2											8	330,00	2.640,00
São José do Rio Preto	Band FM	Rotativo 06/19h	30"					2		2		2			2		2		2										12	342,00	4.104,00
São José do Rio Preto	CBN FM	Jornal da CBN - 1ª Ed. 06/10h	30"						2		2					2		2											8	322,00	2.576,00
São João da Boa Vista	Imprensa FM	Rotativo 07/19h	30"					2		2		2			2		2		2										12	90,00	1.080,00
São João da Boa Vista	92 FM	Rotativo 07/19h	30"						2		2					2		2											8	66,00	528,00
São José dos Campos / Taubaté	Band FM	Rotativo 06/19h	30"						2		2					2		2											8	145,00	1.160,00
São José dos Campos / Taubaté	BandVale FM	Rotativo 06/19h	30"					2		2		2			2		2		2										12	190,00	2.280,00
São José dos Campos / Taubaté	Nativa FM	Rotativo 06/19h	30"						2		2					2		2											8	155,00	1.240,00
Sorocaba	Cruzeiro FM	Rotativo 07/19h	30"					2		2		2			2		2		2										12	430,00	5.160,00
Sorocaba	Vanguarda FM	Rotativo 06/22h	30"						2		2					2		2											8	462,00	3.696,00
Sorocaba	Vanguarda AM	Rotativo 06/22h	30"					2		2		2			2		2		2										12	480,00	5.760,00
TOTAL RÁDIO INTERIOR																													440		168.503,32

propeg we sell ideas

PROGRAMAÇÃO DE RÁDIO
PRAÇA: SÃO PAULO INTERIOR
PEÇA: JINGLE 30"

PRAÇA	EMISSORA	PROGRAMAÇÃO	PEÇAS	MAIO																																	TT INS.	UNITÁRIO TABELA	TOTAL TABELA
				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			
				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	D	S			
Araraquara	A+ Morada FM	Rotativo I - 11/19h	30"			2		2		2			2		2		2										2		2		2			2	20	545,62	10.912,40
Araraquara	Morada do Sol FM	Rotativo I - 11/19h	30"				2		2					2		2												2		2				12	545,62	6.547,44
Araraquara	Cultura FM	Rotativo I - 07:30/19h	30"			2		2		2			2		2		2										2		2		2			2	20	545,62	10.912,40
Araçatuba	Band FM 96,9	Rotativo 06/19h	30"				2		2					2		2												2		2				12	290,00	3.480,00
Araçatuba	Nossa Rádio 91,7 FM	Rotativo 06/19h	30"			2		2		2			2		2		2										2		2		2			2	20	543,55	10.871,00
Araçatuba	Jovem Pan FM	Rotativo 06/19h	30"				2		2					2		2												2		2				12	112,00	1.344,00
Barretos	Band FM	Rotativo 06/19h	30"			2		2		2			2		2		2										2		2		2			2	20	110,00	2.200,00
Barretos	Jovem Pan News FM	Rotativo 06/19h	30"				2		2					2		2												2		2				12	96,95	1.163,40
Barretos	Rd. Rede Vida 97,9	Rotativo 06/19h	30"			2		2		2			2		2		2										2		2		2			2	20	96,95	1.939,00
Bauru	96 FM	Rotativo 06/19h	30"				2		2					2		2												2		2				12	260,00	3.120,00
Bauru	94 FM	Rotativo 06/19h	30"			2		2		2			2		2		2										2		2		2			2	20	343,00	6.860,00
Bauru	Jovem Pan News (Auri Verde)	Rotativo 06/19h	30"				2		2					2		2												2		2				12	230,00	2.760,00
Campinas	Bandeirantes AM	Rotativo 06/19h	30"			2		2		2			2		2		2										2		2		2			2	20	972,00	19.440,00
Campinas	Band FM	Rotativo 06/19h	30"				2		2					2		2												2		2				12	1.134,00	13.608,00
Campinas	Cidade FM	Rotativo 07/19h	30"			2		2		2			2		2		2										2		2		2			2	20	1.045,00	20.900,00
Franca	Hertz FM	Rotativo 07/19h	30"				2		2					2		2												2		2				12	658,85	7.906,20
Franca	Imperador AM	Rotativo 07/19h	30"			2		2		2			2		2		2										2		2		2			2	20	125,00	2.500,00
Franca	Nossa Rádio 107,7 FM	Rotativo 06/19h	30"				2		2					2		2												2		2				12	543,55	6.522,60
Marília	Clube AM	Rotativo 06/19h	30"			2		2		2			2		2		2										2		2		2			2	20	227,76	4.555,20
Marília	Jovem Pan 100,9 FM	Rotativo 07/19h	30"				2		2					2		2												2		2				12	60,00	720,00
Piracicaba	POP FM	Rotativo 06/19h	30"			2		2		2			2		2		2										2		2		2			2	20	275,00	5.500,00
Piracicaba	Difusora FM	Rotativo 06/19h	30"				2		2					2		2												2		2				12	375,00	4.500,00
Piracicaba	Onda Livre FM	Rotativo 06/19h	30"			2		2		2			2		2		2										2		2		2			2	20	307,33	6.146,60
Presidente Prudente	Diário AM	Rotativo 06/19h	30"				2		2					2		2												2		2				12	78,10	937,20
Presidente Prudente	Nova 99 FM	Rotativo 07/19h	30"			2		2		2			2		2		2										2		2		2			2	20	134,40	2.688,00
Presidente Prudente	101 FM	Rotativo 07/19h	30"				2		2					2		2												2		2				12	255,00	3.060,00
Registro	Regional AM	Rotativo I - 07/20h	30"			2		2		2			2		2		2										2		2		2			2	20	815,00	16.300,00
Ribeirão Preto	CBN FM	Jornal da CBN - 1ª Ed. 06/10h	30"				2		2					2		2												2		2				12	302,00	3.624,00
Ribeirão Preto	Clube FM 100,5	Rotativo 07/19h	30"			2		2		2			2		2		2										2		2		2			2	20	862,00	17.240,00
Ribeirão Preto	Melody FM	Rotativo 07/19h	30"				2		2					2		2												2		2				12	742,50	8.910,00
Santos	Tribuna FM	Rotativo 06/19h	30"			2		2		2			2		2		2										2		2		2			2	20	246,00	4.920,00
Santos	Saudade FM	Rotativo 1 07/19h	30"				2		2					2		2												2		2				12	285,00	3.420,00
Guarujá/Santos	Guarujá FM	Rotativo 07/19h	30"			2		2		2			2		2		2										2		2		2			2	20	350,00	7.000,00
São José Do Rio Preto	FM Diário	Rotativo 06/19h	30"				2		2					2		2												2		2				12	330,00	3.960,00
São José do Rio Preto	Band FM	Rotativo 06/19h	30"			2		2		2			2		2		2										2		2		2			2	20	342,00	6.840,00
São José do Rio Preto	CBN FM	Jornal da CBN - 1ª Ed. 06/10h	30"				2		2					2		2												2		2				12	322,00	3.864,00
São João da Boa Vista	Imprensa FM	Rotativo 07/19h	30"			2		2		2			2		2		2										2		2		2			2	20	90,00	1.800,00
São João da Boa Vista	92 FM	Rotativo 07/19h	30"				2		2					2		2												2		2				12	66,00	792,00
São José dos Campos / Taubaté	Band FM	Rotativo 06/19h	30"				2		2					2		2												2		2				12	145,00	1.740,00
São José dos Campos / Taubaté	BandVale FM	Rotativo 06/19h	30"			2		2		2			2		2		2										2		2		2			2	20	190,00	3.800,00
São José dos Campos / Taubaté	Nativa FM	Rotativo 06/19h	30"				2		2					2		2												2		2				12	155,00	1.860,00
Sorocaba	Cruzeiro FM	Rotativo 07/19h	30"			2		2		2			2		2		2										2		2		2			2	20	430,00	8.600,00
Sorocaba	Vanguarda FM	Rotativo 06/22h	30"				2		2					2		2												2		2				12	462,00	5.544,00
Sorocaba	Vanguarda AM	Rotativo 06/22h	30"			2		2		2			2		2		2										2		2		2			2	20	480,00	9.600,00
TOTAL RÁDIO INTERIOR																																					704		270.907,44

propeg we sell ideas

PROGRAMAÇÃO DE RÁDIO
PRAÇA: SÃO PAULO INTERIOR
PEÇA: JINGLE 30"

PRAÇA	EMISSORA	PROGRAMAÇÃO	PEÇAS	JUNHO																												TT INS.	UNITÁRIO TABELA	TOTAL TABELA
				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			
				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			
Araraquara	A+ Morada FM	Rotativo I - 11/19h	30"		2		2										2		2		2			2		2		2				16	545,62	8.729,92
Araraquara	Morada do Sol FM	Rotativo I - 11/19h	30"	2		2												2		2					2		2					12	545,62	6.547,44
Araraquara	Cultura FM	Rotativo I - 07:30/19h	30"		2		2										2		2		2			2		2		2				16	545,62	8.729,92
Araçatuba	Band FM 96,9	Rotativo 06/19h	30"	2		2												2		2					2		2					12	290,00	3.480,00
Araçatuba	Nossa Rádio 91,7 FM	Rotativo 06/19h	30"		2		2										2		2		2			2		2		2				16	543,55	8.696,80
Araçatuba	Jovem Pan FM	Rotativo 06/19h	30"	2		2												2		2					2		2					12	112,00	1.344,00
Barretos	Band FM	Rotativo 06/19h	30"		2		2										2		2		2			2		2		2				16	110,00	1.760,00
Barretos	Jovem Pan News FM	Rotativo 06/19h	30"	2		2												2		2					2		2					12	96,95	1.163,40
Barretos	Rd. Rede Vida 97,9	Rotativo 06/19h	30"		2		2										2		2		2			2		2		2				16	96,95	1.551,20
Bauru	96 FM	Rotativo 06/19h	30"	2		2												2		2					2		2					12	260,00	3.120,00
Bauru	94 FM	Rotativo 06/19h	30"		2		2										2		2		2			2		2		2				16	343,00	5.488,00
Bauru	Jovem Pan News (Auri Verde)	Rotativo 06/19h	30"	2		2												2		2					2		2					12	230,00	2.760,00
Campinas	Bandeirantes AM	Rotativo 06/19h	30"		2		2										2		2		2			2		2		2				16	972,00	15.552,00
Campinas	Band FM	Rotativo 06/19h	30"	2		2												2		2					2		2					12	1.134,00	13.608,00
Campinas	Cidade FM	Rotativo 07/19h	30"		2		2										2		2		2			2		2		2				16	1.045,00	16.720,00
Franca	Hertz FM	Rotativo 07/19h	30"	2		2												2		2					2		2					12	658,85	7.906,20
Franca	Imperador AM	Rotativo 07/19h	30"		2		2										2		2		2			2		2		2				16	125,00	2.000,00
Franca	Nossa Rádio 107,7 FM	Rotativo 06/19h	30"	2		2												2		2					2		2					12	543,55	6.522,60
Marília	Clube AM	Rotativo 06/19h	30"		2		2										2		2		2			2		2		2				16	227,76	3.644,16
Marília	Jovem Pan 100,9 FM	Rotativo 07/19h	30"	2		2												2		2					2		2					12	60,00	720,00
Piracicaba	POP FM	Rotativo 06/19h	30"		2		2										2		2		2			2		2		2				16	275,00	4.400,00
Piracicaba	Difusora FM	Rotativo 06/19h	30"	2		2												2		2					2		2					12	375,00	4.500,00
Piracicaba	Onda Livre FM	Rotativo 06/19h	30"		2		2										2		2		2			2		2		2				16	307,33	4.917,28
Presidente Prudente	Diário AM	Rotativo 06/19h	30"	2		2												2		2					2		2					12	78,10	937,20
Presidente Prudente	Nova 99 FM	Rotativo 07/19h	30"		2		2										2		2		2			2		2		2				16	134,40	2.150,40
Presidente Prudente	101 FM	Rotativo 07/19h	30"	2		2												2		2					2		2					12	255,00	3.060,00
Registro	Regional AM	Rotativo I - 07/20h	30"		2		2										2		2		2			2		2		2				16	815,00	13.040,00
Ribeirão Preto	CBN FM	Jornal da CBN - 1ª Ed. 06/10h	30"	2		2												2		2					2		2					12	302,00	3.624,00
Ribeirão Preto	Clube FM 100,5	Rotativo 07/19h	30"		2		2										2		2		2			2		2		2				16	862,00	13.792,00
Ribeirão Preto	Melody FM	Rotativo 07/19h	30"	2		2												2		2					2		2					12	742,50	8.910,00
Santos	Tribuna FM	Rotativo 06/19h	30"		2		2										2		2		2			2		2		2				16	246,00	3.936,00
Santos	Saudade FM	Rotativo 1 07/19h	30"	2		2												2		2					2		2					12	285,00	3.420,00
Guarujá/Santos	Guarujá FM	Rotativo 07/19h	30"		2		2										2		2		2			2		2		2				16	350,00	5.600,00
São José Do Rio Preto	FM Diário	Rotativo 06/19h	30"	2		2												2		2					2		2					12	330,00	3.960,00
São José do Rio Preto	Band FM	Rotativo 06/19h	30"		2		2										2		2		2			2		2		2				16	342,00	5.472,00
São José do Rio Preto	CBN FM	Jornal da CBN - 1ª Ed. 06/10h	30"	2		2												2		2					2		2					12	322,00	3.864,00
São João da Boa Vista	Imprensa FM	Rotativo 07/19h	30"		2		2										2		2		2			2		2		2				16	90,00	1.440,00
São João da Boa Vista	92 FM	Rotativo 07/19h	30"	2		2												2		2					2		2					12	66,00	792,00
São José dos Campos / Taubaté	Band FM	Rotativo 06/19h	30"	2		2												2		2					2		2					12	145,00	1.740,00
São José dos Campos / Taubaté	BandVale FM	Rotativo 06/19h	30"		2		2										2		2		2			2		2		2				16	190,00	3.040,00
São José dos Campos / Taubaté	Nativa FM	Rotativo 06/19h	30"	2		2												2		2					2		2					12	155,00	1.860,00
Sorocaba	Cruzeiro FM	Rotativo 07/19h	30"		2		2										2		2		2			2		2		2				16	430,00	6.880,00
Sorocaba	Vanguarda FM	Rotativo 06/22h	30"	2		2												2		2					2		2					12	462,00	5.544,00
Sorocaba	Vanguarda AM	Rotativo 06/22h	30"		2		2										2		2		2			2		2		2				16	480,00	7.680,00
TOTAL RÁDIO INTERIOR																																616		234.602,52

propeg we sell ideas

PROGRAMAÇÃO INTERNET
PRAÇA: SÃO PAULO ESTADO
FORMATO: DIVERSOS

MERCADO	VEÍCULO	CANAL	FORMATO	ABRIL/21				MAIO/21					JUNHO/21				CPM/CPC/CPV/CPD/CPDP	IMPRESSÕES/ CLIQUES/ VIEWS	VALOR UNITÁRIO	VALOR TOTAL TABELA
				4	11	18	25	2	9	16	23	30	6	13	20	27				
				D	D	D	D	D	D	D	D	S	D	D	D	D				
SÃO PAULO ESTADO	UOL	HOMEPAGE UOL - (APENAS MOBILE)	Footer Mobile - 320x50	1 DIÁRIA													DIÁRIA	2.900.000	R$ 120.000,00	R$ 120.000,00
		UOL NETWORK	Vídeo Ads	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	C P V	1.400.000	R$ 0,10	R$ 140.000,00
		UOL NETWORK	Display IAB - 728X90 / 300X600 / 300X250	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	C P M	4.200.000	R$ 28,67	R$ 120.414,00
TOTAL UOL																		**8.500.000**		**R$ 380.414,00**
SÃO PAULO ESTADO	GLOBO.COM	HOME	Billboard 2 - Desktop - 970x250	1 DIÁRIA													DIÁRIA	767.519	R$ 23.700,00	R$ 23.700,00
		HOME	Retângulo Médio Mobile - 300X250	1 DIÁRIA													DIÁRIA	319.579	R$ 14.000,00	R$ 14.000,00
		ROS	Vídeo pré-rolll até 180s c/skip	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	C P M	1.100.000	R$ 150,00	R$ 165.000,00
		ROS	Outstream (Vídeo até 60s)	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	C P M	1.100.000	R$ 60,00	R$ 66.000,00
		ROS	DGlobo - Formatos IAB - 970X90 / 300X250 / 970X150 / 970X250 / 300X600	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	C P M	4.465.000	R$ 20,00	R$ 89.300,00
TOTAL GLOBO.COM																		**7.752.098**		**R$ 358.000,00**
SÃO PAULO ESTADO	R7	PORTAL R7 + PARCEIROS	Billboard 970x250 + Island Mobile + Desk 300x250	1 DIÁRIA													C P M	2.100.000	R$ 62,00	R$ 130.200,00
		ROS	Superbanner / Sticky Ad (728X90)	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	C P M	2.650.000	R$ 62,00	R$ 164.300,00
TOTAL R7																		**4.750.000**		**R$ 294.500,00**
SÃO PAULO ESTADO	MSN	Autos, Dinheiro, Notícias e Esportes	Billboard 970x250	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	C P M	2.000.000	R$ 70,00	R$ 140.000,00
		Run of Network (Run of HuffPost e Run of MSN Channels)	Mobile 300x250	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	C P M	2.000.000	R$ 60,00	R$ 120.000,00
TOTAL MSN																		**4.000.000**		**R$ 260.000,00**
TOTAL INTERNET																		25.002.098		R$ 1.292.914,00

propeg we sell ideas

PROGRAMAÇÃO REVISTA
PRAÇA: SÃO PAULO ESTADO
PEÇA: PÁGINA DUPLA

VEÍCULO	PERIODICIDADE	FORMATO	ABRIL 2021													Nº INS	UNITÁRIO TABELA	TOTAL TABELA
			Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T			
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13			
VEJA NACIONAL	SEMANAL	PÁG. DUPLA										1				1	524.000,00	524.000,00
(REPARTE S.PAULO ESTADO)																		
TOTAL REVISTA																1		R$524.000,00

propeg we sell ideas

PROGRAMAÇÃO JORNAIS
PRAÇA: SÃO PAULO ESTADO
PEÇA: ROUBA PÁGINA

PRAÇA	VEÍCULO / CANAL	CIRCULAÇÃO OU TIRAGEM	FORMATO	CUSTO UNITÁRIO TABELA (R$)	ABRIL													INS	CUSTO TOTAL TABELA (R$)
					Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T		
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13		
SÃO PAULO ESTADO																			
	O ESTADO DE SÃO PAULO	243.712	ROUBA PÁGINA - 5COLS X 40CMS	297.000,00								1						1	297.000,00
TOTAL JORNAL																		1	R$297.000,00

PRAÇA	VEÍCULO / CANAL	CIRCULAÇÃO OU TIRAGEM	FORMATO	CUSTO UNITÁRIO TABELA (R$)	MAIO													INS	CUSTO TOTAL TABELA (R$)
					S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q		
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13		
SÃO PAULO ESTADO																			
	FOLHA DE SÃO PAULO	340.373	ROUBA PÁGINA - 5COLS X 40CMS	293.600,00							1							1	293.600,00
TOTAL JORNAL																		1	R$293.600,00

propeg we sell ideas

PROGRAMACÃO DOOH - PAINEIS ESTATICOS
PRAÇA: SÃO PAULO CAPITAL
FORMATOS: DIVERSOS

PRAÇA	LOCAL	FORMATO	HORÁRIO	PERIODICIDADE	ABRIL																												TOTAL TABELA
					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	
					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	
São Paulo Capital	Estação Paulista	TÚNEL ANGÉLICA (LADOS A e B) 20,50 x 2,13	5h-23h	MENSAL				X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	R$ 120.000,00
	Pinheiros	Big Painel Acesso 9,0m X 1,5m	5h-23h	MENSAL				X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	R$ 27.459,00
	Luz	PAINEL ACESSO LINHA AZUL (CPTM) 7,00 x 2,50	5h-23h	MENSAL				X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	R$ 21.018,00
Total:		3																															R$ 168.477,00

PRAÇA	LOCAL	FORMATO	HORÁRIO	PERIODICIDADE	MAIO																													TOTAL TABELA
					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	
					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	D	S	
São Paulo Capital	Estação Paulista	TÚNEL ANGÉLICA (LADOS A e B) 20,50 x 2,13	5h-23h	MENSAL	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	R$ 120.000,00
	Pinheiros	Big Painel Acesso 9,0m X 1,5m	5h-23h	MENSAL	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	R$ 27.459,00
	Luz	PAINEL ACESSO LINHA AZUL (CPTM) 7,00 x 2,50	5h-23h	MENSAL	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	R$ 21.018,00
Total:		3																																	R$ 168.477,00

PRAÇA	LOCAL	FORMATO	HORÁRIO	PERIODICIDADE	JUNHO																													TOTAL TABELA
					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	
					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	
São Paulo Capital	Estação Paulista	TÚNEL ANGÉLICA (LADOS A e B) 20,50 x 2,13	5h-23h	MENSAL	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	R$ 120.000,00
	Pinheiros	Big Painel Acesso 9,0m X 1,5m	5h-23h	MENSAL	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	R$ 27.459,00
	Luz	PAINEL ACESSO LINHA AZUL (CPTM) 7,00 x 2,50	5h-23h	MENSAL	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	R$ 21.018,00
Total:		3																																	R$ 168.477,00

propeg we sell ideas

PROGRAMACÁO OOH - OUTDOOR SOCIAL - SÁO PAULO
PRAÇA: SÃO PAULO CAPITAL
FORMATO: MARKET (0,80 x 1,20M)

PRAÇA	COMUNIDADE	BAIRRO	POPULAÇÃO DA COMUNIDADE	IMPACTOS PREVISTOS	TOTAL DE FACES	PERIODICIDADE	MAIO																							TOTAL DIAS	UNITÁRIO TABELA	TOTAL TABELA
							13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31							
							Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S							
São Paulo Capital	Paraisópolis	Morumbi	46.631	2.697.531	9	Bi-semanal					X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X						14	R$2.177,00	R$ 19.593,00
São Paulo Capital	Heliópolis	São João Clímaco	44.766	2.540.869	9	Bi-semanal					X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X						14	R$2.177,00	R$ 19.593,00
São Paulo Capital	Jardim Felicidade	Tremembé	19.466	2.355.365	9	Bi-semanal					X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X						14	R$2.177,00	R$ 19.593,00
São Paulo Capital	São João	Vila Gilda	18.860	2.239.807	9	Bi-semanal					X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X						14	R$2.177,00	R$ 19.593,00
São Paulo Capital	Cantinho do Céu I	Grajau	16.984	2.139.071	9	Bi-semanal					X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X						14	R$2.177,00	R$ 19.593,00
São Paulo Capital	Panorama II	Morumbi	10.826	2.116.139	7	Bi-semanal					X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X						14	R$2.177,00	R$ 15.239,00
São Paulo Capital	Jardim Planalto	Parque Santa Madalena	10.607	2.133.649	7	Bi-semanal					X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X						14	R$2.177,00	R$ 15.239,00
São Paulo Capital	Jardim Pantanal	Jardim Helena	10.308	1.669.128	7	Bi-semanal					X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X						14	R$2.177,00	R$ 15.239,00
São Paulo Capital	Recanto do Paraíso	Perus	10.300	2.139.120	9	Bi-semanal					X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X						14	R$2.177,00	R$ 19.593,00
São Paulo Capital	Pantanal 2	São Miguel Paulista	10.262	1.957.288	9	Bi-semanal					X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X						14	R$2.177,00	R$ 19.593,00
São Paulo Capital	Cidade Júlia	Jardim Miriam	9.981	1.788.920	7	Bi-semanal					X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X						14	R$2.177,00	R$ 15.239,00
São Paulo Capital	União de Vila Nova	Limoeiro	9.770	1.720.656	7	Bi-semanal					X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X						14	R$2.177,00	R$ 15.239,00
São Paulo Capital	Nova Jaguaré	Jaguaré	9.420	1.793.305	7	Bi-semanal					X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X						14	R$2.177,00	R$ 15.239,00
São Paulo Capital	Nova Pantanal	Pedreira	9.081	1.743.308	7	Bi-semanal					X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X						14	R$2.177,00	R$ 15.239,00
São Paulo Capital	Nossa Senhora Aparecida	Parque Cruzeiro do Sul	8.201	1.722.403	7	Bi-semanal					X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X						14	R$2.177,00	R$ 15.239,00
Total:			245.463	30.756.559	119																											R$ 259.063,00

PROGRAMAÇÃO MOBILIÁRIO URBANO
PRAÇA: SÃO PAULO CAPITAL
FORMATO: ABRIGO DE ÔNIBUS - ÓTIMA

PRAÇA	VEÍCULO	ROTEIRO	PERIODICIDADE	ABRIL													TOTAL SEMANAS	TOTAL DE FACES	UNITÁRIO TABELA	TOTAL TABELA
				8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20				
				Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T				
São Paulo Capital	Ótima	Seguencial 4 faces	Semanal						X	X	X	X	X	X	X		1	4	8.010	R$ 32.040,00
		Roteiro 185 Faces Estáticas	Semanal						X	X	X	X	X	X	X		1	185	3.400	R$ 629.000,00
																		189		R$ 661.040,00

propeg we sell ideas

PROGRAMAÇÃO DE MÍDIA EXTERIOR - BUSDOOR
PRAÇA: REGIÕES ADMINISTRATIVAS
PEÇA: VIDRO TRASEIRO ADESIVADO - TAMANHO MÉDIO 2,10 x 0,95

PRAÇA	PERIODICIDADE	ABRIL																														QUANTIDADE ÔNIBUS	UNITÁRIO TABELA	TOTAL TABELA
		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			
		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			
Araçatuba	Bi-semanal					X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X													30	R$ 1.100,00	R$ 33.000,00
Araraquara	Bi-semanal					X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X													20	R$ 950,00	R$ 19.000,00
Bauru	Bi-semanal					X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X													20	R$ 880,00	R$ 17.600,00
Campinas	Bi-semanal					X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X													30	R$ 1.050,00	R$ 31.500,00
Franca	Bi-semanal					X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X													20	R$ 1.100,00	R$ 22.000,00
Grande SP - (ABC)	Bi-semanal					X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X													50	R$ 1.080,00	R$ 54.000,00
Marília	Bi-semanal					X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X													10	R$ 1.120,00	R$ 11.200,00
Piracicaba	Bi-semanal					X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X													25	R$ 1.350,00	R$ 33.750,00
Presidente Prudente	Bi-semanal					X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X													20	R$ 1.200,00	R$ 24.000,00
Santos	Bi-semanal					X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X													25	R$ 1.180,00	R$ 29.500,00
São João da Boa Vista	Bi-semanal					X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X													10	R$ 1.280,00	R$ 12.800,00
Sorocaba	Bi-semanal					X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X													20	R$ 1.150,00	R$ 23.000,00
Taubaté	Bi-semanal					X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X													20	R$ 1.150,00	R$ 23.000,00
Obs.: Barretos, Registro, Ribeirão Preto e São José do Rio Preto não permitem Busdoor																																300		R$334.350,00

propeg we sell ideas

PROGRAMAÇÃO DE MÍDIA EXTERIOR - SUPERMERCADO
PRAÇA: REGIÕES ADMINISTRATIVAS
PEÇA: DIVERSAS

PRAÇA	LOJA	MÍDIA	ABRIL									MAIO				QUANTIDADE	UNITÁRIO TABELA	TOTAL TABELA
			22 Q	23 S	24 S	25 D	26 S	27 T	28 Q	29 Q	30 S	1 S	2 D	3 S	4 T			
Araçatuba	Assai	Placas de Carrinhos			x	x	x	x	x	x	x					50	98,00	4.900,00
		Mini Outdoor			x	x	x	x	x	x	x					2	1.800,00	3.600,00
		Jingle Radio Indoor 30"			15	15	15	15	15	15	15					105	5,00	525,00
Araraquara	Dia	Placas de Carrinhos			x	x	x	x	x	x	x					50	98,00	4.900,00
		Mini Outdoor			x	x	x	x	x	x	x					2	1.800,00	3.600,00
		Jingle Radio Indoor 30"			15	15	15	15	15	15	15					105	5,00	525,00
Barretos	Extra	Placas de Carrinhos			x	x	x	x	x	x	x					50	98,00	4.900,00
		Mini Outdoor			x	x	x	x	x	x	x					2	1.800,00	3.600,00
		Jingle Radio Indoor 30"			15	15	15	15	15	15	15					105	5,00	525,00
Bauru	Assai	Placas de Carrinhos			x	x	x	x	x	x	x					50	98,00	4.900,00
		Mini Outdoor			x	x	x	x	x	x	x					2	1.800,00	3.600,00
		Jingle Radio Indoor 30"			15	15	15	15	15	15	15					105	5,00	525,00
Campinas	Assai	Placas de Carrinhos			x	x	x	x	x	x	x					50	98,00	4.900,00
		Mini Outdoor			x	x	x	x	x	x	x					2	1.800,00	3.600,00
		Jingle Radio Indoor 30"			15	15	15	15	15	15	15					105	5,00	525,00
Franca	Dia	Placas de Carrinhos			x	x	x	x	x	x	x					50	98,00	4.900,00
		Mini Outdoor			x	x	x	x	x	x	x					2	1.800,00	3.600,00
		Jingle Radio Indoor 30"			15	15	15	15	15	15	15					105	5,00	525,00
Marilia	Confiança	Placas de Carrinhos			x	x	x	x	x	x	x					50	98,00	4.900,00
		Mini Outdoor			x	x	x	x	x	x	x					2	1.800,00	3.600,00
		Jingle Radio Indoor 30"			15	15	15	15	15	15	15					105	5,00	525,00
Piracicaba	Assai	Placas de Carrinhos			x	x	x	x	x	x	x					50	98,00	4.900,00
		Mini Outdoor			x	x	x	x	x	x	x					2	1.800,00	3.600,00
		Jingle Radio Indoor 30"			15	15	15	15	15	15	15					105	5,00	525,00
Presidente Prudente	Assai	Placas de Carrinhos			x	x	x	x	x	x	x					50	98,00	4.900,00
		Mini Outdoor			x	x	x	x	x	x	x					2	1.800,00	3.600,00
		Jingle Radio Indoor 30"			15	15	15	15	15	15	15					105	5,00	525,00
Registro	Dia	Placas de Carrinhos			x	x	x	x	x	x	x					50	98,00	4.900,00
		Mini Outdoor			x	x	x	x	x	x	x					2	1.800,00	3.600,00
		Jingle Radio Indoor 30"			15	15	15	15	15	15	15					105	5,00	525,00
Ribeirão Preto	Assai	Placas de Carrinhos			x	x	x	x	x	x	x					50	98,00	4.900,00
		Mini Outdoor			x	x	x	x	x	x	x					2	1.800,00	3.600,00
		Jingle Radio Indoor 30"			15	15	15	15	15	15	15					105	5,00	525,00
Santos	Assai	Placas de Carrinhos			x	x	x	x	x	x	x					50	98,00	4.900,00
		Mini Outdoor			x	x	x	x	x	x	x					2	1.800,00	3.600,00
		Jingle Radio Indoor 30"			15	15	15	15	15	15	15					105	5,00	525,00
São João da Boa Vista	Dia	Placas de Carrinhos			x	x	x	x	x	x	x					50	98,00	4.900,00
		Mini Outdoor			x	x	x	x	x	x	x					2	1.800,00	3.600,00
		Jingle Radio Indoor 30"			15	15	15	15	15	15	15					105	5,00	525,00
São José do Rio Preto	Dia	Placas de Carrinhos			x	x	x	x	x	x	x					50	98,00	4.900,00
		Mini Outdoor			x	x	x	x	x	x	x					2	1.800,00	3.600,00
		Jingle Radio Indoor 30"			15	15	15	15	15	15	15					105	5,00	525,00
Sorocaba	Assai	Placas de Carrinhos			x	x	x	x	x	x	x					50	98,00	4.900,00
		Mini Outdoor			x	x	x	x	x	x	x					2	1.800,00	3.600,00
		Jingle Radio Indoor 30"			15	15	15	15	15	15	15					105	5,00	525,00
Taubaté	Dia	Placas de Carrinhos			x	x	x	x	x	x	x					50	98,00	4.900,00
		Mini Outdoor			x	x	x	x	x	x	x					2	1.800,00	3.600,00
		Jingle Radio Indoor 30"			15	15	15	15	15	15	15					105	5,00	525,00
São Paulo - Zona Sul	Assai	Placas de Carrinhos			x	x	x	x	x	x	x					50	98,00	4.900,00
		Mini Outdoor			x	x	x	x	x	x	x					2	1.800,00	3.600,00
		Jingle Radio Indoor 30"			15	15	15	15	15	15	15					105	5,00	525,00
São Paulo - Zona Leste	Assai	Placas de Carrinhos			x	x	x	x	x	x	x					50	98,00	4.900,00
		Mini Outdoor			x	x	x	x	x	x	x					2	1.800,00	3.600,00
		Jingle Radio Indoor 30"			15	15	15	15	15	15	15					105	5,00	525,00
São Paulo - Zona Oeste	Assai	Placas de Carrinhos			x	x	x	x	x	x	x					50	98,00	4.900,00
		Mini Outdoor			x	x	x	x	x	x	x					2	1.800,00	3.600,00
		Jingle Radio Indoor 30"			15	15	15	15	15	15	15					105	5,00	525,00
São Paulo - Zona Norte	Assai	Placas de Carrinhos			x	x	x	x	x	x	x					50	98,00	4.900,00
		Mini Outdoor			x	x	x	x	x	x	x					2	1.800,00	3.600,00
		Jingle Radio Indoor 30"			15	15	15	15	15	15	15					105	5,00	525,00
São Paulo - Centro	Dia	Placas de Carrinhos			x	x	x	x	x	x	x					50	98,00	4.900,00
		Mini Outdoor			x	x	x	x	x	x	x					2	1.800,00	3.600,00
		Jingle Radio Indoor 30"			15	15	15	15	15	15	15					105	5,00	525,00
Grande São Paulo Região Metropolitana	Assai	Placas de Carrinhos			x	x	x	x	x	x	x					50	98,00	4.900,00
		Mini Outdoor			x	x	x	x	x	x	x					2	1.800,00	3.600,00
		Jingle Radio Indoor 30"			15	15	15	15	15	15	15					105	5,00	525,00
TOTAL																3.454		198.550,00

propeg we sell ideas

PROGRAMACÁO DOOH - LINHA LILAS DIGITAIS + GRANDES FORMATOS
PRAÇA: SÃO PAULO CAPITAL
FORMATO: VINHETA 15" SEM AUDIO

PRAÇA	LOCAL	FLUXO DE PASSAGEIROS POR DIA	HORÁRIO	PERIODICIDADE	TOTAL DE PAINÉIS	ABRIL			MAIO										TOTAL DIAS	INSERÇÕES POR DIA	TOTAL DE INSERÇÕES	TOTAL TABELA
						28	29	30	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10				
						Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S				
São Paulo Capital	Todas as estações da linha Lilás Todas as estações: Santa Cruz, Brooklin, Hosp. S.Paulo, Moema, Chácara Klabin, Eucaliptos, Campo Belo, AACD Servidor, Borba Gato, Sto.Amaro, Capão Redondo,Cpo.Limpo,Largo Treze, V.das Belezas, Giovani Gronchi, Adolfo Pinheiro, Alto Boa Vista (2 circuitos de MUB + Grandes Formatos)	727.182	4:30h-24h	Semanal	260				X	X	X	X	X	X	X				7	240	436.800	R$ 450.000,00
Total:		727.182			260																436.800	R$ 450.000,00

propeg we sell ideas

PROGRAMAÇAO DOOH - CPTM DIGITAL - TV MINUTO
PRAÇA: SÃO PAULO CAPITAL
FORMATO: VINHETA 15" SEM AUDIO

PRAÇA	LOCAL	FLUXO DE PASSAGEIROS POR DIA	HORÁRIO	PERIODICIDADE	TOTAL DE PAINÉIS	MAIO					JUNHO								TOTAL DIAS	INSERÇÕES POR DIA	TOTAL DE INSERÇÕES	TOTAL TABELA
						27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8				
						Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T				
São Paulo Capital	Linha Azul	2.540.000	4:30h-24h	Semanal	1.440						X	X	X	X	X	X	X		7	120	1.209.600	R$ 91.840,00
São Paulo Capital	Linha Verde	1.218.000	4:30h-24h	Semanal	912						X	X	X	X	X	X	X		7	120	766.080	R$ 53.130,00
São Paulo Capital	Linha Vermelha	2.723.000	4:30h-24h	Semanal	1.440						X	X	X	X	X	X	X		7	120	1.209.600	R$ 125.030,00
Total:		6.481.000			3.792																3.185.280	R$ 270.000,00

propeg we sell ideas

PROGRAMAÇAO DOOH - LINHA AMARELA PEÇAS DIGITAIS (TODAS AS ESTAÇOES)
PRAÇA: SÃO PAULO CAPITAL
FORMATO: VINHETA 15" SEM AUDIO

PRAÇA	LOCAL	FLUXO DE PASSAGEIROS POR DIA	HORÁRIO	PERIODICIDADE	TOTAL DE PAINÉIS	ABRIL												TOTAL DIAS	INSERÇÕES POR DIA	TOTAL DE INSERÇÕES	TOTAL TABELA
						15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26				
						Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S				
São Paulo Capital	Todas as estações da linha Amarela (inclui plataforma + bilheteria): SP Morumbi, Butantan, Pinheiros, Faria Lima, Fradique Coutinho, Oscar Freire, Paulista, Higienópolis/Mackenzie, República e Luz.	738.813	5h-23h	Semanal	412					X	X	X	X	X	X	X		7	240	692.160	R$ 450.000,00
Total:		738.813			412															692.160	R$ 450.000,00

propeg we sell ideas

PROGRAMAÇÃO DOOH - BANCO 24 HORAS
PRAÇA: REGIÃO METROPOLITANA
FORMATO: VINHETA 15" SEM AUDIO

PRAÇA	REDE	MONITORES		IMPACTOS PREVISTOS	JUNHO																					TOTAL MONITORES	INSERÇÕES POR MONITOR/SEMANA	TOTAL INSERÇÕES	UNITÁRIO TABELA MONITOR	TOTAL TABELA
		1ª SEMANA	2ª SEMANA		10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28							
					Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S							
Região Metropolitana	Supermercados	210	210	14.994.000			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X				420	2.380	999.600	R$ 336,00	R$ 141.120,00
Região Metropolitana	Farmácias	39	39	1.113.840			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X				78	2.380	185.640	R$ 336,00	R$ 26.208,00
Região Metropolitana	Postos	97	97	2.770.320			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X				194	2.380	461.720	R$ 336,00	R$ 65.184,00
		346	346	18.878.160																				692		1.646.960		R$ 232.512,00

propeg we sell ideas

PROGRAMAÇAO DOOH - CPTM DIGITAL
PRAÇA: REGIÃO METROPOLITANA
FORMATO: VINHETA 15" SEM AUDIO

PRAÇA	LOCAL	FLUXO DE PASSAGEIROS POR DIA	HORÁRIO	PERIODICIDADE	TOTAL DE PAINÉIS	MAIO												TOTAL DIAS	INSERÇÕES POR DIA	TOTAL DE INSERÇÕES	TOTAL TABELA
						13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24				
						Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S				
Região Metropolitana	Linha Esmeralda	560.000	5h-23h	Semanal	45					X	X	X	X	X	X	X		7	240	75.600	R$ 46.570,00
São Paulo Capital	Estação Brás	170.962	5h-23h	Semanal	22					X	X	X	X	X	X	X		7	240	36.960	R$ 19.640,00
São Paulo Capital	Estação Barra Funda	173.557	5h-23h	Semanal	20					X	X	X	X	X	X	X		7	240	33.600	R$ 19.640,00
Total:		904.519			87															146.160	R$ 85.850,00

propeg we sell ideas

PROGRAMAÇÃO ELETROMIDIA - ELEVADORES
PRAÇA: REGIÃO METROPOLITANA
FORMATO: VINHETA 15" SEM AUDIO

PRAÇA	LOCAL	REDE		MAIO												TOTAL MONITORES	INSERÇÕES POR MONITOR/SEMANA	TOTAL INSERÇÕES	UNITÁRIO TABELA	TOTAL TABELA
		PONTOS	MONITORES	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17					
				Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S					
Região Metropolitana	Edifícios Comerciais	98	1.500					X	X	X	X	X	X	X		1.500	1.050	1.575.000	R$ 206,00	R$ 309.000,00
Região Metropolitana	Edifícios Residenciais	350	1.500					X	X	X	X	X	X	X		1.500	2.436	3.654.000	R$ 154,00	R$ 231.000,00
		448	3.000													3.000		5.229.000		R$ 540.000,00

propeg we sell ideas

PROGRAMAÇÃO SERVIÇOS DE TECNOLOGIA
PRAÇA: SÃO PAULO ESTADO
FORMATO: DIVERSOS

MERCADO	PLATAFORMA	SEGMENTAÇÃO	FORMATO	ABRIL				MAIO					JUNHO				CPM/CPC/CPV/CPD/ CPDP	IMPRESSÕES/ CLIQUES/ VIEWS	VALOR UNITÁRIO	VALOR TOTAL
				4	11	18	25	2	9	16	23	30	6	13	20	27				
				D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D				
SP ESTADO	FACEBOOK + INSTAGRAM	População geral: AMBOS ABCDE 16+	Imagem/foto no feed, Carrossel e Stories	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	CPM	12.000.000	R$ 10,00	R$ 120.000,00
			Vídeo 30" e 60"	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	CPV	1.800.000	R$ 0,10	R$ 180.000,00
		Jovens: AMBOS ABCDE 16-29 anos	Imagem/foto no feed, Carrossel e Stories	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	CPM	5.000.000	R$ 10,00	R$ 50.000,00
			Vídeo 30" e 60"	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	CPV	648.000	R$ 0,10	R$ 64.800,00
TOTAL FACEBOOK + INSTAGRAM																		**19.448.000**		**R$ 414.800,00**
SP ESTADO	TWITTER	População geral: AMBOS ABCDE 16+	Tweet com imagem	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	CPE	90.000	R$ 3,00	R$ 270.000,00
TOTAL TWITTER																		**90.000**		**R$ 270.000,00**
SP ESTADO	MÍDIA PROGRAMÁTICA - VERIZON DSP	População geral: AMBOS ABCDE 18+	DISPLAY - Formatos IAB	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	CPM	1.000.000	R$ 64,00	R$ 64.000,00
			VIDEO - 30"	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	CPV	200.000	R$ 0,88	R$ 176.000,00
		Jovens: AMBOS ABCDE 18-24 anos	DISPLAY - Formatos IAB	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	CPM	1.000.000	R$ 64,00	R$ 64.000,00
			VIDEO - 30"	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	CPV	200.000	R$ 0,88	R$ 176.000,00
TOTAL MÍDIA PROGRAMÁTICA																		**2.400.000**		**R$ 480.000,00**
SP ESTADO	YOUTUBE	População geral: AMBOS ABCDE 18+	Masthead	X	X	X	X										CPM	10.000.000	R$ 7,50	R$ 75.000,00
			Select - Vídeo 30"	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	CPM	5.300.000	R$ 32,00	R$ 169.600,00
		Jovens: AMBOS ABCDE 18-34 anos	Select bumper - Vídeo 6"	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	CPM	15.500.000	R$ 18,00	R$ 279.000,00
TOTAL YOUTUBE																		**30.800.000**		**R$ 523.600,00**
SP ESTADO	SPOTIFY	Jovens: AMBOS ABCDE 16-29 anos	Audio Everywhere (audio.mp3 de até 30" + banner 640x640.jpg)	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	CPA	1.200.000	R$ 0,03	R$ 34.560,00
			Overlay Mobile (630x920.jpg)	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	CPM	1.200.000	R$ 27,60	R$ 33.120,00
			Overlay Desktop (800x435.jpg + 728x90.jpg)	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	CPM	1.200.000	R$ 27,60	R$ 33.120,00
			Vídeo takeover Everywhere (video.mp4 até 30" + banner 640x640.jpg)	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	CPV	1.200.000	R$ 0,0672	R$ 80.640,00
TOTAL SPOTIFY																		**4.800.000**		**R$ 181.440,00**
SP ESTADO	DEEZER	Jovens: AMBOS ABCDE 16-29 anos	Áudio até 30"	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	CPE	600.000	R$ 0,17	R$ 102.000,00
			Banner display Interstitial 640x960	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	CPM	600.000	R$ 52,00	R$ 31.200,00
TOTAL SPOTIFY																		**1.200.000**		**R$ 133.200,00**
SP ESTADO	TIKTOK	População em geral	in-feed Ads	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	CPM	9.523.810	R$ 10,50	R$ 100.000,01
TOTAL TIKTOK																		**9.523.810**		**R$ 100.000,01**
TOTAL GERAL PLATAFORMAS DE TECNOLOGIA																		68.261.810		R$ 2.103.040,01

propeg we sell ideas

RANKING TV ABERTA
Grande São Paulo

GLOBO	TARGETS								
	AS ABCDE 18+			AS ABCDE 18-24			AS AB 25+		
Nome Programa	Rat#	Rat%	Aff%	Rat#	Rat%	Aff%	Rat#	Rat%	Aff%
NOVELA III SS	2.400,940	14,54	110,93	161,730	7,50	57,20	685,510	12,12	92,52
FAIXA NOVELA III (*)	2.373,800	14,37	111,02	158,190	7,33	56,63	675,590	11,95	92,29
JORNAL NACIONAL SS	2.273,780	13,77	112,49	131,960	6,12	49,97	678,590	12,00	98,07
FAIXA JORNAL NACIONAL (*)	2.245,350	13,59	112,55	128,830	5,97	49,43	665,800	11,78	97,49
NOVELA III SB	2.216,650	13,42	111,54	137,680	6,38	53,04	618,140	10,93	90,84
GILDA LUCIA E O BODE APR ESP	2.134,070	12,92	111,86	161,740	7,50	64,89	571,890	10,11	87,48
JORNAL NACIONAL SB	2.060,010	12,47	113,02	108,420	5,03	45,53	582,420	10,30	93,31
NOVELA II SS	1.946,380	11,78	110,61	121,540	5,63	52,87	511,420	9,04	84,89
FAIXA NOVELA II (*)	1.933,030	11,70	110,81	118,770	5,50	52,11	508,010	8,98	85,05
FUTEBOL QA	1.904,070	11,53	110,32	124,420	5,77	55,18	614,390	10,85	103,83
FAIXA FUTEBOL QA (*)	1.897,790	11,49	110,36	124,090	5,75	55,23	611,180	10,79	103,66
INTERPROGRAMA	1.882,130	11,40	112,22	113,520	5,26	51,81	558,840	9,88	97,34
NOVELA II SB	1.850,220	11,20	112,11	101,590	4,71	47,12	486,880	8,61	86,15
SPTV 2A EDICAO SB	1.822,010	11,03	113,99	95,600	4,43	45,78	527,920	9,33	96,45
FAIXA SPTV 2A EDICAO (*)	1.801,330	10,91	112,58	101,050	4,68	48,34	538,010	9,51	98,20
SPTV 2A EDICAO SS	1.798,610	10,89	112,39	101,770	4,72	48,68	539,340	9,54	98,43
FLASH MEGA DA VIRADA VIVO NOT	1.690,210	10,23	112,51	91,100	4,22	46,42	403,360	7,11	78,17
FANTASTICO	1.667,350	10,10	114,33	80,050	3,71	42,02	616,890	10,91	123,54
TELA QUENTE	1.637,770	9,92	107,60	115,380	5,35	58,03	511,130	9,05	98,23
GILDA LUCIA E O BODE	1.613,320	9,77	112,40	134,170	6,22	71,55	455,810	8,05	92,68
GLOBO REPORTER	1.580,150	9,57	111,28	100,190	4,64	54,01	530,970	9,40	109,29
ROBERTO CARLOS ESPECIAL	1.574,520	9,53	113,75	84,720	3,93	46,85	585,600	10,38	123,88
NOVELA I SS	1.557,010	9,43	111,10	97,800	4,53	53,42	464,620	8,22	96,83
FAIXA NOVELA I (*)	1.556,010	9,42	111,37	96,320	4,46	52,77	460,610	8,15	96,29
NOVELA I SB	1.549,550	9,38	113,16	86,740	4,02	48,49	434,680	7,69	92,70
PRONUNCIAMENTO	1.532,500	9,28	113,98	88,940	4,12	50,64	350,470	6,21	76,24
FUTEBOL VES	1.522,410	9,22	112,17	89,630	4,15	50,55	464,550	8,21	99,96
FAIXA FUTEBOL VES (*)	1.512,450	9,16	112,10	89,260	4,14	50,64	461,890	8,17	99,98
ZORRA	1.467,690	8,89	109,27	112,820	5,23	64,30	444,700	7,86	96,60
RETROSPECTIVA NOT	1.446,810	8,76	113,93	100,420	4,65	60,53	461,430	8,17	106,21
VALE A PENA VER DE NOVO	1.395,230	8,45	109,86	94,560	4,38	57,00	397,740	7,03	91,47
MALHACAO	1.373,670	8,32	109,79	93,120	4,32	56,97	402,760	7,12	94,01
THE VOICE BRASIL	1.266,560	7,67	112,62	65,730	3,05	44,74	473,760	8,38	123,05
DOMINGAO DO FAUSTAO	1.259,250	7,62	114,38	62,170	2,88	43,23	393,200	6,95	104,30
QUEIMA DE FOGOS	1.186,360	7,18	113,95	81,650	3,78	60,03	379,010	6,68	105,99
FLASH JORNALISMO GLOB VIVO VES	1.180,840	7,15	112,38	101,410	4,70	73,88	348,490	6,15	96,73
SEGUE O JOGO	1.142,580	6,92	110,09	72,420	3,36	53,41	396,410	7,00	111,43
SHOW DA VIRADA 1	1.117,250	6,76	113,09	74,370	3,45	57,62	352,360	6,21	103,84
ALTAS HORAS	1.113,120	6,74	113,76	58,480	2,71	45,75	371,300	6,57	110,82
CINEMA ESPECIAL NOT 1	1.100,330	6,66	108,05	113,960	5,28	85,67	316,060	5,58	90,58
SESSAO GLOBOPLAY	1.074,100	6,50	111,78	76,030	3,52	60,57	332,850	5,89	101,24
FAIXA SHOW DA VIRADA 2 (*)	1.023,810	6,20	113,49	55,670	2,58	47,24	348,210	6,14	112,37
SHOW DA VIRADA 2	1.023,810	6,20	113,49	55,670	2,58	47,24	348,210	6,14	112,37
220 VOLTS ESP FIM ANO	1.016,300	6,15	112,41	56,670	2,63	47,98	433,320	7,68	140,34
CALDEIRAO DO HUCK	1.008,200	6,10	112,19	59,500	2,76	50,68	305,170	5,40	99,17
DOMINGO MAIOR	999,490	6,05	109,30	57,400	2,66	48,05	313,160	5,54	100,01
TEMPERATURA MAXIMA	983,870	5,96	110,32	67,800	3,14	58,20	261,150	4,62	85,52
GLOBO RURAL DM	967,530	5,86	116,14	39,270	1,82	36,08	306,850	5,43	107,59
JORNAL HOJE	956,020	5,79	116,30	40,110	1,86	37,35	342,920	6,06	121,84
SESSAO DA TARDE	913,950	5,53	108,32	65,200	3,02	59,15	270,830	4,79	93,75
GLOBO ESPORTE	907,450	5,49	115,86	39,440	1,83	38,54	332,120	5,87	123,84
SPTV 1A EDICAO	883,210	5,35	116,71	36,690	1,70	37,11	298,810	5,28	115,32
AUTO ESPORTE	853,750	5,17	116,43	37,120	1,72	38,75	275,870	4,88	109,89
SHOW DE QUINTA FEIRA 2	853,450	5,17	110,74	57,600	2,67	57,21	296,570	5,24	112,33
SESSAO COMEDIA	846,270	5,12	112,19	45,560	2,11	46,23	278,430	4,92	107,80
RELIGIOSO MAD	789,070	4,78	116,41	31,790	1,47	35,90	250,430	4,43	108,06
ESCOLINHA PROFESSOR RAIMUNDO	788,880	4,78	113,77	44,330	2,05	48,94	212,500	3,76	89,50
JORNAL DA GLOBO	764,110	4,63	112,60	51,910	2,41	58,55	252,680	4,47	108,77
SHOW DE SABADO	752,160	4,55	111,01	51,650	2,39	58,36	241,300	4,27	104,00
AUTOMOBILISMO MAT	747,110	4,52	117,24	37,550	1,74	45,11	270,070	4,78	123,87
ESPORTE ESPETACULAR	742,870	4,50	114,97	33,960	1,57	40,23	244,150	4,32	110,31
AL NAT GRAND FAMIL	736,880	4,46	111,43	55,430	2,57	64,17	156,460	2,77	69,08
P EMPRESAS G NEGOCIOS	706,890	4,28	115,77	36,030	1,67	45,17	233,400	4,13	111,66
BOM DIA BRASIL	695,760	4,21	117,85	35,730	1,66	46,33	263,380	4,66	130,32
BOM DIA SP	651,650	3,95	117,51	35,450	1,64	48,94	233,620	4,13	123,06
FAIXA BOM DIA SP (*)	651,650	3,95	117,51	35,450	1,64	48,94	233,620	4,13	123,06
SUPERCINE	630,590	3,82	112,83	46,420	2,15	63,58	181,820	3,21	95,00
CINEMACO	613,710	3,72	109,50	42,360	1,96	57,86	157,350	2,78	81,97
JUNTOS MAGIA ACONTECE	610,000	3,69	112,45	45,690	2,12	64,47	153,050	2,71	82,48
VAI QUE COLA	609,770	3,69	110,57	47,970	2,22	66,58	179,110	3,17	94,93
ENCONTRO F BERNARDES	543,070	3,29	116,36	29,640	1,37	48,61	178,900	3,16	111,85
MAIS VOCE	537,300	3,25	116,27	34,840	1,61	57,70	191,420	3,39	120,99
AUTOMOBILISMO NOT	529,350	3,21	107,96	49,050	2,27	76,57	174,180	3,08	103,71
ANTENA PAULISTA	527,410	3,19	115,47	33,220	1,54	55,68	138,590	2,45	88,63
E DE CASA	504,780	3,06	116,08	30,600	1,42	53,86	157,710	2,79	105,91
CONVERSA COM BIAL	497,050	3,01	111,56	41,600	1,93	71,47	144,180	2,55	94,47
SESSAO DE NATAL	453,190	2,74	114,52	25,570	1,19	49,47	156,750	2,78	115,86
RELIGIOSO MAT	434,700	2,63	114,61	34,130	1,58	68,89	118,390	2,09	91,16
CORUJAO CONT	381,240	2,31	111,87	36,550	1,69	82,11	82,510	1,46	70,71
SESSAO DE NATAL CONT	375,470	2,27	116,68	26,310	1,22	62,60	101,800	1,80	92,32
FAIXA CORUJAO (*)	375,080	2,27	110,03	34,860	1,62	78,27	89,310	1,58	76,48
CORUJAO	374,980	2,27	110,00	34,830	1,61	78,21	89,420	1,58	76,57
COMO SERA	373,070	2,26	113,73	24,250	1,12	56,59	93,030	1,64	82,81
FAIXA COMO SERA (*)	361,690	2,19	113,52	24,350	1,13	58,51	90,980	1,61	83,38
FAIXA HORA UM (*)	356,830	2,16	113,73	27,150	1,26	66,25	98,680	1,74	91,85
HORA UM	356,830	2,16	113,73	27,150	1,26	66,25	98,680	1,74	91,85
COMO SERA ANT	303,000	1,83	112,22	27,230	1,26	77,20	75,160	1,33	81,35

Fonte: Instar Analytics Brasil - Kantar IBOPE - Dezembro/2020

RANKING TV ABERTA
Grande São Paulo

SBT	TARGETS								
	AS ABCDE 18+			AS ABCDE 18-24			AS AB 25+		
Nome Programa	Rat#	Rat%	Aff%	Rat#	Rat%	Aff%	Rat#	Rat%	Aff%
FUTEBOL NOT	772,680	4,68	106,15	72,360	3,35	76,09	237,670	4,20	95,39
PROGRAMA SILVIO SANTOS	672,670	4,07	111,49	48,690	2,26	61,77	152,640	2,70	73,88
ELIANA	601,950	3,64	108,14	45,300	2,10	62,29	134,580	2,38	70,60
TELE SENA	589,930	3,57	108,48	42,860	1,99	60,34	113,110	2,00	60,74
CUPOM PREMIADO BAU	574,790	3,48	101,70	48,200	2,23	65,28	133,370	2,36	68,93
RODA A RODA JEQUITI	574,610	3,48	104,57	45,250	2,10	63,04	125,710	2,22	66,82
DOMINGO LEGAL PSS	570,740	3,46	111,62	32,180	1,49	48,18	141,450	2,50	80,79
CINE ESPETACULAR	501,860	3,04	102,50	62,340	2,89	97,46	95,320	1,69	56,95
NOVELA NOITE 1	496,250	3,00	96,21	50,780	2,35	75,36	89,880	1,59	50,89
NOVELA NOITE	492,120	2,98	102,74	47,600	2,21	76,07	97,870	1,73	59,68
CUPOM DO MILHAO NOT	482,830	2,92	101,99	43,650	2,02	70,58	94,340	1,67	58,21
BAKE OFF BRASIL	468,480	2,84	101,97	31,880	1,48	53,11	155,820	2,75	99,02
PRONUNCIAMENTO	446,650	2,70	107,67	34,510	1,60	63,69	68,910	1,22	48,59
SBT BRASIL	445,310	2,70	104,69	33,160	1,54	59,68	104,550	1,85	71,79
PRA GANHAR E SO RODAR	437,610	2,65	98,23	51,630	2,39	88,73	79,460	1,40	51,98
TELA DE SUCESSOS	430,880	2,61	97,20	40,910	1,90	70,65	80,030	1,42	52,76
JOGO DAS FICHAS	427,970	2,59	96,60	39,640	1,84	68,50	64,930	1,15	42,83
FLASH MEGA DA VIRADA VIVO NOT	415,980	2,52	106,13	28,420	1,32	55,50	94,850	1,67	70,45
A PRACA E NOSSA NOT	414,780	2,51	105,34	40,720	1,89	79,17	92,160	1,63	68,32
NOVELA TARDE 1	406,410	2,46	104,03	41,840	1,94	81,99	75,970	1,34	56,79
FABRICA DE CASAMENTOS	406,140	2,46	100,95	35,580	1,65	67,69	90,580	1,60	65,82
PROGRAMA DO RATINHO	403,330	2,44	103,14	35,920	1,66	70,32	87,840	1,55	65,61
THE THUNDERMANS	374,860	2,27	83,40	40,520	1,88	69,00	63,790	1,13	41,44
BAKE OF BR CEREJ BOLO	372,130	2,25	99,56	35,700	1,65	73,12	92,910	1,64	72,56
MAQUINA DA FAMA	354,620	2,15	103,19	25,500	1,18	56,80	75,250	1,33	63,95
CUPOM PREMIADO BAU MAT	342,490	2,07	88,34	46,860	2,17	92,52	45,920	0,81	34,58
BOM DIA E CIA	335,460	2,03	85,79	48,310	2,24	94,57	40,430	0,71	30,20
CASOS DE FAMILIA	316,300	1,92	105,68	29,740	1,38	76,07	69,100	1,22	67,43
PROGRAMA RAUL GIL	310,700	1,88	100,91	18,400	0,85	45,74	65,770	1,16	62,38
PROJ BARBIE NOV ELEM ZYN	290,510	1,76	82,57	20,470	0,95	44,54	28,850	0,51	23,93
PRIMEIRO IMPACTO	287,980	1,74	111,31	23,520	1,09	69,58	55,800	0,99	63,00
TRITURANDO	284,390	1,72	92,53	32,340	1,50	80,55	49,280	0,87	46,83
NOTIC IMPRESSIONANTES MAT	273,960	1,66	104,14	23,900	1,11	69,55	58,760	1,04	65,24
THE NOITE	267,160	1,62	104,81	33,580	1,56	100,83	68,460	1,21	78,43
TRITURANDO NOT	253,970	1,54	93,54	18,000	0,83	50,76	51,530	0,91	55,44
NOTIC IMPRESSIONANTES MAD	253,160	1,53	102,08	26,150	1,21	80,72	68,660	1,21	80,84
RETROSPECTIVA NOT	238,620	1,44	102,41	21,800	1,01	71,62	63,160	1,12	79,39
PODER EM FOCO	238,000	1,44	111,02	26,260	1,22	93,78	58,150	1,03	79,21
ARENA SBT	233,650	1,41	105,10	33,290	1,54	114,64	63,520	1,12	83,51
PE NA ESTRADA	232,520	1,41	112,12	21,580	1,00	79,65	52,260	0,92	73,60
SABADO ANIMADO	231,840	1,40	93,06	19,180	0,89	58,93	36,770	0,65	43,10
JORNAL DA SEMANA SBT MAT	207,810	1,26	112,23	22,880	1,06	94,57	47,520	0,84	74,95
ACELERADOS	196,470	1,19	109,97	21,300	0,99	91,26	43,830	0,77	71,64
OPERACAO MESQUITA	194,540	1,18	106,20	25,130	1,16	105,00	49,210	0,87	78,46
FAIXA JORNAL DA SEMANA SBT (*)	188,900	1,14	111,32	22,130	1,03	99,81	42,580	0,75	73,29
SERIE DE DOMINGO 1	185,240	1,12	108,38	18,060	0,84	80,88	58,530	1,03	100,00
PRIMEIRO IMPACTO MAD	180,350	1,09	108,95	18,440	0,85	85,25	48,470	0,86	85,52
DUELO DE MAES MAT	170,880	1,03	103,02	21,980	1,02	101,43	37,240	0,66	65,60
RODA A RODA JEQUITI MAD	169,340	1,03	109,84	21,140	0,98	104,94	37,360	0,66	70,83
SEMPRE BEM	161,760	0,98	106,43	20,510	0,95	103,32	33,140	0,59	63,70
TRITURANDO MAD	159,830	0,97	105,86	20,040	0,93	101,61	39,690	0,70	76,76
SBT BRASIL REPRISE	159,230	0,96	106,80	18,370	0,85	94,34	42,130	0,74	82,52
WWE RAW MAD	141,400	0,86	107,55	17,370	0,81	101,14	28,970	0,51	64,35
BIG BANG A TEORIA MAD	140,020	0,85	110,74	11,760	0,54	71,18	30,290	0,54	69,94
JORNAL DA SEMANA SBT MAD	134,150	0,81	107,41	19,950	0,92	122,27	28,280	0,50	66,14
SERIE SABADO	121,940	0,74	105,05	17,120	0,79	112,88	23,430	0,41	58,95

Fonte: Instar Analytics Brasil - Kantar IBOPE - Dezembro/2020

RANKING TV ABERTA
Grande São Paulo

RECORD	TARGETS								
	AS ABCDE 18+			AS ABCDE 18-24			AS AB 25+		
Nome Programa	Rat#	Rat%	Aff%	Rat#	Rat%	Aff%	Rat#	Rat%	Aff%
A FAZENDA	1.192,390	7,22	107,09	114,140	5,29	78,48	322,110	5,69	84,47
MUNDO RECORD PREMIOS	876,640	5,31	111,32	58,220	2,70	56,60	315,440	5,58	116,97
DOMINGO ESPETACULAR	824,720	4,99	112,87	47,290	2,19	49,55	273,580	4,84	109,35
NOVELA 2	778,780	4,72	112,28	35,550	1,65	39,23	203,260	3,59	85,59
HORA DO FARO	747,400	4,53	109,36	52,900	2,45	59,25	178,030	3,15	76,09
JORNAL DA RECORD	683,630	4,14	112,18	28,060	1,30	35,24	190,100	3,36	91,11
NOVELA 3	655,260	3,97	111,84	26,370	1,22	34,45	184,750	3,27	92,11
CIDADE ALERTA SP	636,200	3,85	111,15	29,330	1,36	39,23	160,210	2,83	81,76
BALANCO GERAL SP VES	604,750	3,66	112,18	27,160	1,26	38,56	162,740	2,88	88,17
CAMERA RECORD	602,790	3,65	113,48	42,510	1,97	61,26	180,260	3,19	99,07
JORNAL DA RECORD ED SB	578,190	3,50	114,41	28,880	1,34	43,74	147,860	2,61	85,45
RELIGIOSO VES	566,480	3,43	112,42	24,670	1,14	37,47	147,430	2,61	85,46
FAIXA CIDADE ALERTA (*)	549,520	3,33	111,42	26,650	1,24	41,37	134,750	2,38	79,81
CIDADE ALERTA ED SB	546,340	3,31	111,29	28,520	1,32	44,47	120,880	2,14	71,92
PRONUNCIAMENTO	543,140	3,29	118,90	36,070	1,67	60,44	129,950	2,30	83,20
JR 24H MAD	531,740	3,22	109,51	47,780	2,21	75,32	154,540	2,73	92,90
CIDADE ALERTA ED SB 2	517,070	3,13	113,85	25,460	1,18	42,91	121,660	2,15	78,22
CIDADE ALERTA GRAND CASOS	508,020	3,08	108,93	19,960	0,93	32,76	102,670	1,81	64,19
CINE AVENTURA ESPECIAL	495,250	3,00	109,88	28,980	1,34	49,22	112,850	2,00	73,11
SUPER TELA ESPECIAL	480,970	2,91	110,45	40,070	1,86	70,44	93,170	1,65	62,47
GAME DOS CLONES	477,060	2,89	107,80	39,110	1,81	67,65	117,330	2,08	77,51
BALANCO GERAL SP ED SB	468,390	2,84	113,57	17,680	0,82	32,81	121,360	2,15	85,93
FLASH MEGA DA VIRADA VIVO NOT	465,770	2,82	115,82	12,630	0,59	24,04	158,620	2,80	114,84
ESPECIAL MUSICAL	456,120	2,76	112,92	55,130	2,56	104,49	106,740	1,89	77,20
CINE MAIOR ESPECIAL VES	438,420	2,65	104,04	43,210	2,00	78,50	100,530	1,78	69,66
RETROSPECTIVA FAMOSO	432,900	2,62	104,93	11,620	0,54	21,56	129,500	2,30	91,91
RECORD KIDS MAT 1	426,990	2,59	98,97	57,880	2,68	102,69	86,080	1,52	58,26
FAMILIA RECORD	420,200	2,54	111,55	20,430	0,95	41,51	104,880	1,86	81,39
CIDADE ALERTA	403,510	2,44	112,13	22,190	1,03	47,20	91,780	1,62	74,50
FALA BRASIL ED SB	401,210	2,43	116,47	10,050	0,47	22,34	118,650	2,10	100,60
HOJE EM DIA	375,660	2,27	111,61	20,500	0,95	46,62	105,880	1,87	91,87
NOVELA DA TARDE 1	375,410	2,27	111,97	20,860	0,97	47,62	82,310	1,46	71,71
JR 24H MAT	371,260	2,25	110,88	18,960	0,88	43,34	104,950	1,86	91,55
TELA MAXIMA ESPECIAL	369,370	2,24	112,38	20,730	0,96	48,29	80,370	1,42	71,41
CINE RECORD ESPECIAL	365,570	2,21	111,62	19,660	0,91	45,94	97,560	1,73	87,06
JR 24H VES	362,720	2,20	112,11	19,660	0,91	46,52	77,430	1,37	69,92
RETROSPECTIVA REPRISE	361,550	2,19	109,63	11,100	0,51	25,77	109,780	1,94	96,92
FAIXA RECORD KIDS (*)	354,810	2,15	100,77	42,280	1,96	91,91	67,580	1,19	56,05
RETROSPECTIVA NOT	350,610	2,12	116,00	4,220	0,20	10,68	128,560	2,28	124,58
RETROSPECTIVA FAMOSO R	349,760	2,12	112,84	8,100	0,38	20,01	113,010	1,99	106,14
CANTA COMIGO ESPECIAL	322,750	1,95	116,37	8,950	0,41	24,71	83,150	1,47	87,71
FALA BRASIL	316,580	1,92	112,59	15,420	0,71	41,97	93,350	1,65	96,95
A NOVA SUPER MAQUINA	313,740	1,90	111,23	24,420	1,13	66,28	55,730	0,99	57,72
BALANCO GERAL MANHA SP	293,070	1,77	115,58	10,420	0,48	31,45	72,840	1,29	83,89
CANTA COMIGO TEEN ESP	286,590	1,74	116,87	7,340	0,34	22,91	82,270	1,45	97,67
SERIE DE DOMINGO	276,810	1,68	112,13	17,960	0,83	55,69	82,190	1,45	97,16
RECORD KIDS MAT	269,540	1,63	104,32	23,850	1,11	70,65	45,730	0,81	51,69
ESCOLA DO AMOR	226,480	1,37	112,93	11,650	0,54	44,48	66,060	1,17	96,21
ESP O FINO DA BOSSA	217,220	1,32	114,84	9,450	0,44	38,25	48,480	0,86	74,96
BALANCO GERAL MANHA	200,550	1,21	117,55	6,290	0,29	28,24	44,160	0,78	75,59
FAIXA BALANCO GERAL MANHA (*)	192,660	1,17	116,64	6,780	0,31	31,44	43,000	0,76	76,03
INTELIGENCIA E FE MAD	152,320	0,92	112,79	9,330	0,43	52,90	33,050	0,58	71,47
FALA QUE EU TE ESCUTO MAD	132,510	0,80	109,28	12,840	0,60	81,08	22,530	0,40	54,24
BRASIL CAMINHONEIRO	112,900	0,68	120,66	1,780	0,08	14,57	16,930	0,30	52,85
BALANCO GERAL MANHA ANT	82,090	0,50	117,05	3,950	0,18	43,10	11,920	0,21	49,65
ENTRE LINHAS	81,400	0,49	114,42	3,620	0,17	38,94	20,610	0,36	84,70
ESCOLA DO AMOR MAD	75,690	0,46	114,59	4,730	0,22	54,87	11,550	0,20	51,09
RELIGIOSO MAT	68,620	0,42	117,35	3,040	0,14	39,77	10,060	0,18	50,22
RELIGIOSO MAD	63,240	0,38	113,03	3,800	0,18	51,99	10,560	0,19	55,14

Fonte: Instar Analytics Brasil - Kantar IBOPE - Dezembro/2020

RANKING TV ABERTA
Grande São Paulo

REDE TV	TARGETS								
	AS ABCDE 18+			AS ABCDE 18-24			AS AB 25+		
Nome Programa	Rat#	Rat%	Aff%	Rat#	Rat%	Aff%	Rat#	Rat%	Aff%
ENCRENCA	408,190	2,47	102,39	28,850	1,34	55,41	64,660	1,14	47,37
JOAO KLEBER SHOW	208,120	1,26	104,37	16,320	0,76	62,67	40,170	0,71	58,82
OPERACAO DE RISCO NOT 1	206,180	1,25	113,58	11,430	0,53	48,20	63,820	1,13	102,66
ALERTA NACIONAL NOT	138,480	0,84	115,31	1,710	0,08	10,93	35,250	0,62	85,74
A TARDE E SUA	130,550	0,79	118,94	3,540	0,16	24,72	47,340	0,84	126,00
MEGA SENHA	129,000	0,78	114,83	6,170	0,29	42,03	40,440	0,71	105,10
REDE TV NEWS	107,480	0,65	115,82	2,360	0,11	19,48	32,990	0,58	103,81
FLASH LOTOF LOT VIVO NOT	105,250	0,64	116,99	1,800	0,08	15,35	27,170	0,48	88,21
TE PEGUEI NOT	102,080	0,62	104,86	7,080	0,33	55,70	13,770	0,24	41,30
MEGA SENHA MAD	101,560	0,61	104,72	11,350	0,53	89,60	23,280	0,41	70,12
SUPERPOP	98,140	0,59	118,69	4,870	0,23	45,04	33,730	0,60	119,06
FLASH MEG S LOT VIVO NOT	95,290	0,58	115,99	3,340	0,15	31,16	28,430	0,50	101,01
FLASH MEGA DA VIRADA VIVO NOT	94,830	0,57	116,23	0,000	0,00	0,00	28,170	0,50	100,54
ENCRENCA MAD	82,910	0,50	113,72	7,770	0,36	81,56	20,100	0,36	80,48
PRONUNCIAMENTO	76,180	0,46	102,54	3,660	0,17	37,66	15,470	0,27	60,90
TV FAMA	74,620	0,45	116,48	3,580	0,17	42,78	27,420	0,48	125,01
RETROSPECTIVA	66,220	0,40	118,52	1,830	0,08	25,10	21,860	0,39	114,21
OPERACAO DE RISCO MAD CONT	53,630	0,32	121,68	3,230	0,15	56,15	13,260	0,23	87,87
REDE TV NEWS MAT	48,670	0,29	121,01	3,420	0,16	65,13	12,700	0,22	92,24
TV FAMA MAT	47,230	0,29	121,53	3,800	0,18	74,81	13,300	0,24	99,96
LUCIANA BY NIGHT	44,880	0,27	118,40	2,270	0,11	45,80	13,600	0,24	104,93
JOAO KLEBER SHOW VES	44,630	0,27	110,20	3,270	0,15	61,79	8,970	0,16	64,64
LEITURA DINAMICA SSX	44,190	0,27	117,30	2,930	0,14	59,55	12,820	0,23	99,38
TRACE TRENDS NOT 1	41,280	0,25	117,79	2,350	0,11	51,40	13,800	0,24	114,98
VOCE NA TV MAT 1	41,190	0,25	116,45	1,700	0,08	36,75	10,950	0,19	90,43
SENSACIONAL NOT	37,560	0,23	113,02	0,840	0,04	19,44	11,990	0,21	105,22
INFOMERCIAL REDE TV MAT	35,470	0,21	119,15	2,450	0,11	63,12	9,980	0,18	97,90
TRACE TRENDS NOT	34,960	0,21	117,79	2,660	0,12	68,57	10,140	0,18	99,91
AMAURY JR MAD	31,700	0,19	122,17	0,930	0,04	27,30	12,720	0,22	143,20
VOU TE CONTAR MAT 1	31,400	0,19	115,25	2,580	0,12	72,50	8,030	0,14	86,10
O ANJO INVESTIDOR	31,170	0,19	121,83	2,730	0,13	81,55	18,230	0,32	208,04
OPERACAO DE RISCO MAD	31,090	0,19	118,95	2,540	0,12	74,41	9,840	0,17	109,89
RELIGIOSO NOT	31,020	0,19	113,52	0,990	0,05	27,73	5,010	0,09	53,53
SAUDE E SEXUALIDADE	30,610	0,19	117,58	3,480	0,16	102,34	6,100	0,11	68,47
SUCESSO MONEY	28,120	0,17	116,50	4,380	0,20	138,80	5,270	0,09	63,74
OPINIAO NO AR PERSPEC	26,770	0,16	108,44	0,310	0,01	9,47	13,010	0,23	154,01
CAMINHOS DA FAMA	25,770	0,16	104,70	0,130	0,01	4,15	2,580	0,05	30,68
TE PEGUEI MAD	25,670	0,16	110,29	1,840	0,09	60,51	6,120	0,11	76,79
INFOMERCIAL REDE TV MAD	24,550	0,15	110,55	2,030	0,09	70,07	7,210	0,13	94,75
OPINIAO NO AR MAD	23,700	0,14	112,95	1,220	0,06	44,56	7,940	0,14	110,48
RITMO BRASIL NOT	23,500	0,14	110,77	0,800	0,04	28,73	3,960	0,07	54,61
TE PEGUEI VES 1	22,580	0,14	108,08	0,340	0,02	12,50	6,110	0,11	85,39
A HORA A VEZ PEQ EMPRESA VES	22,250	0,13	121,58	0,220	0,01	9,00	3,090	0,05	49,17
INFOMERCIAL REDE TV NOT	21,770	0,13	111,15	0,660	0,03	25,84	4,640	0,08	69,21
TOPZERA	20,830	0,13	115,78	1,420	0,07	60,41	4,190	0,07	68,07
PEANUTS APRESENTA VES	19,120	0,12	122,02	0,490	0,02	23,73	6,810	0,12	127,01
POLISHOP NOT	18,840	0,11	115,57	1,260	0,06	59,26	2,590	0,05	46,49
VOU TE CONTAR MAT	18,620	0,11	119,08	0,920	0,04	45,18	6,490	0,11	121,29
ESPECIAL DE NATAL VES	17,090	0,10	90,07	0,920	0,04	37,28	0,920	0,02	14,16
MOTOCICLISMO VES	16,860	0,10	122,84	0,380	0,02	20,92	5,030	0,09	107,01
PROGRAMA E DA GENTE	16,170	0,10	121,75	1,350	0,06	77,91	6,400	0,11	140,64
RENDA EXTRA NOT	15,940	0,10	109,20	0,170	0,01	8,86	4,980	0,09	99,64
SHOW DA SAUDE MAT	15,900	0,10	121,40	2,390	0,11	139,80	3,970	0,07	88,61
PEANUTS APRESENTA	14,910	0,09	114,08	0,440	0,02	26,06	6,020	0,11	134,52
OPINIAO NO AR	14,670	0,09	117,62	0,150	0,01	9,08	8,250	0,15	193,18
LUCIANA BY NIGHT VES	13,610	0,08	89,77	0,860	0,04	43,36	5,210	0,09	100,42
DIRECAO SOBRE RODAS	13,330	0,08	117,20	2,020	0,09	135,80	5,520	0,10	141,64
INTERPROGRAMA	12,680	0,08	105,11	0,000	0,00	0,00	3,700	0,07	89,61
INFOMERCIAL REDE TV VES	12,410	0,08	114,20	0,720	0,03	50,96	2,320	0,04	62,39
APEOESP	11,090	0,07	122,12	0,110	0,00	8,93	3,440	0,06	110,57
BRASIL QUE FAZ	10,860	0,07	110,10	1,240	0,06	96,46	2,420	0,04	71,51
RELIGIOSO MAD	10,390	0,06	114,07	0,910	0,04	76,10	2,120	0,04	67,81
RELIGIOSO VES	10,070	0,06	114,25	0,430	0,02	37,09	2,880	0,05	95,38
SHOW DA SAUDE	9,670	0,06	115,49	0,990	0,05	90,81	1,510	0,03	52,52
PROG CLEITON RODRIGUES	9,420	0,06	118,45	1,200	0,06	116,00	0,990	0,02	36,43
RELIGIOSO MAT	9,240	0,06	113,74	0,830	0,04	77,94	2,770	0,05	99,63
POLISHOP VES	7,630	0,05	119,72	0,310	0,01	36,64	2,120	0,04	97,04
BOLETIM REDE TV VES	6,720	0,04	103,15	1,550	0,07	182,53	1,650	0,03	73,99
ENTRE LINHAS	5,760	0,03	120,79	0,000	0,00	0,00	1,970	0,03	120,50
POLISHOP MAT	5,620	0,03	98,17	0,320	0,02	43,39	1,950	0,03	99,64
AUTOMOBILISMO VES	5,090	0,03	123,10	0,000	0,00	0,00	3,410	0,06	240,73

Fonte: Instar Analytics Brasil - Kantar IBOPE - Dezembro/2020

RANKING TV ABERTA
Grande São Paulo

TV BAND	TARGETS								
	AS ABCDE 18+			AS ABCDE 18-24			AS AB 25+		
Nome Programa	Rat#	Rat%	Aff%	Rat#	Rat%	Aff%	Rat#	Rat%	Aff%
BRASIL URGENTE 2	454,170	2,75	116,48	12,640	0,59	24,81	157,330	2,78	117,86
FAIXA BRASIL URGENTE (*)	412,590	2,50	116,42	11,570	0,54	24,98	131,370	2,32	108,27
BRASIL URGENTE 1	405,230	2,45	116,41	11,380	0,53	25,02	126,780	2,24	106,37
JORNAL DA BAND	376,930	2,28	116,65	9,690	0,45	22,96	148,380	2,62	134,12
BRASIL URGENTE SB LOC	367,460	2,22	117,95	11,120	0,52	27,34	118,340	2,09	110,95
FAIXA BRASIL URGENTE SB (*)	341,940	2,07	116,86	9,840	0,46	25,75	100,720	1,78	100,53
BRASIL URGENTE SB	337,140	2,04	116,64	9,600	0,45	25,43	97,400	1,72	98,42
FLASH MEGA DA VIRADA VIVO NOT	289,820	1,75	113,16	1,930	0,09	5,76	129,400	2,28	147,09
LAW ORDER INVES ESP	234,050	1,42	110,57	12,450	0,58	45,02	50,340	0,89	69,46
JOGO ABERTO MAT	216,590	1,31	116,18	14,460	0,67	59,39	66,950	1,18	104,88
OS DONOS DA BOLA	198,260	1,20	114,76	14,470	0,67	64,12	65,770	1,16	111,19
TERCEIRO TEMPO	194,440	1,18	115,83	10,450	0,48	47,64	49,450	0,87	86,02
FUTEBOL NOT	182,940	1,11	112,49	8,800	0,41	41,43	40,460	0,72	72,65
BRUCE LEE A LENDA	177,290	1,07	111,62	4,990	0,23	24,07	47,700	0,84	87,71
SESSAO LIVRE VES	163,810	0,99	117,63	12,610	0,58	69,32	23,270	0,41	48,86
MASTER CHEF	159,350	0,96	112,90	7,670	0,36	41,60	58,440	1,03	121,03
CINE ACAO	159,160	0,96	118,92	5,730	0,27	32,75	31,720	0,56	69,23
MASTER CHEF ESP NATAL	158,190	0,96	101,90	12,170	0,56	60,03	52,240	0,92	98,38
MMA NOT	154,310	0,93	119,15	4,350	0,20	25,72	43,780	0,77	98,74
PRONUNCIAMENTO	152,090	0,92	116,67	4,770	0,22	27,99	64,450	1,14	144,62
OPERACAO IMPLACAVEL	147,100	0,89	111,93	4,740	0,22	27,62	30,820	0,55	68,50
CINE CLUBE	146,890	0,89	107,40	4,900	0,23	27,44	30,390	0,54	64,80
MELHOR DA TARDE	138,770	0,84	118,54	4,570	0,21	29,89	36,270	0,64	90,48
ESP DIEGO MARADONA	136,470	0,83	122,35	1,900	0,09	13,07	36,240	0,64	94,74
FUTEBOL VES	133,310	0,81	115,55	5,870	0,27	38,97	31,520	0,56	79,77
FAIXA MELHOR DA TARDE (*)	124,530	0,75	117,63	4,990	0,23	36,09	33,360	0,59	92,02
SHOW DO ESPORTE VES	123,730	0,75	115,50	3,940	0,18	28,16	29,820	0,53	81,29
CINE PRIVE	118,930	0,72	120,93	3,810	0,18	29,66	26,870	0,48	79,82
NOVELA	117,130	0,71	108,49	5,910	0,27	41,90	38,960	0,69	105,38
ESP NATAL ANDREA BOCELLI	111,150	0,67	119,85	0,400	0,02	3,29	66,920	1,18	210,61
MELHOR DA TARDE LOCAL	109,770	0,66	116,11	5,420	0,25	43,90	30,210	0,53	93,32
ESPECIAL HEBE NA BAND	108,670	0,66	118,30	5,020	0,23	41,83	49,420	0,87	156,64
NATAL FAMIL FER SOROC	100,620	0,61	110,32	10,880	0,50	91,31	21,570	0,38	69,18
RETROSPECTIVA	99,040	0,60	118,68	1,360	0,06	12,49	35,740	0,63	125,05
JIU JITSU NOT	98,040	0,59	115,13	9,700	0,45	87,20	15,810	0,28	54,17
BAR ABERTO	94,010	0,57	113,42	1,260	0,06	11,65	33,240	0,59	116,76
LARGADOS E PELADOS	89,310	0,54	111,44	3,220	0,15	30,71	20,410	0,36	74,46
MINHA RECEITA	87,200	0,53	115,09	0,450	0,02	4,53	31,450	0,56	121,15
AUTOMOBILISMO VES	86,070	0,52	119,81	3,610	0,17	38,50	21,810	0,39	88,72
ORANGE THE N BLACK	85,120	0,52	119,23	8,470	0,39	90,84	13,370	0,24	54,72
BORA BRASIL	84,310	0,51	118,24	3,490	0,16	37,42	40,620	0,72	166,38
JORNAL DA NOITE	80,940	0,49	116,76	2,960	0,14	32,65	26,360	0,47	111,04
SEXPRIVE CLUB	80,650	0,49	118,36	3,370	0,16	37,91	20,010	0,35	85,78
MUSICA NA BAND	78,110	0,47	114,54	3,340	0,15	37,53	29,790	0,53	127,57
BASQUETE NOT	75,990	0,46	115,13	5,580	0,26	64,66	24,620	0,43	108,76
FAIXA SHOW DO ESPORTE (*)	74,050	0,45	112,96	2,460	0,11	28,71	18,180	0,32	80,98
BAND NOTICIAS NOT	73,870	0,45	114,03	1,740	0,08	20,58	29,590	0,52	133,45
FIGURA DE CHATO	72,190	0,44	117,59	2,060	0,10	25,67	18,920	0,33	90,12
DATENA UM NOVO OLHAR	68,560	0,42	123,10	0,920	0,04	12,63	4,060	0,07	21,27
QUE FIM LEVOU MAD	68,470	0,41	117,75	2,670	0,12	35,18	22,840	0,40	114,69
SHOW DO ESPORTE MAT 1	68,170	0,41	110,93	2,050	0,10	25,54	17,680	0,31	83,97
SHOW DO ESPORTE VES 1	66,630	0,40	119,70	2,450	0,11	33,76	17,250	0,30	90,48
FUTBAND	65,980	0,40	116,66	1,280	0,06	17,26	22,830	0,40	117,93
FUTEBOL MAT	64,810	0,39	111,53	8,410	0,39	110,72	12,490	0,22	62,77
CINEMA NA MADRUGADA MAD	64,130	0,39	114,93	2,110	0,10	28,92	18,200	0,32	95,23
HIPER CAP ALTO T REG	61,490	0,37	120,14	2,940	0,14	43,93	11,190	0,20	63,88
RANCHO DO SERJAO	61,130	0,37	117,56	2,660	0,12	39,20	18,320	0,32	102,86
MELHOR AGORA	61,090	0,37	121,61	0,730	0,03	11,10	21,430	0,38	124,22
FELIZ NATAL	60,630	0,37	114,53	3,210	0,15	46,38	17,920	0,32	99,01
THE CHEF	58,770	0,36	115,13	2,970	0,14	44,51	18,650	0,33	106,70
VOCE TORCEU AQUI	56,980	0,35	118,47	1,570	0,07	24,95	16,480	0,29	100,14
BORA SP	56,010	0,34	118,22	1,140	0,05	18,37	20,920	0,37	128,93
MUNDO EMPRESARIAL	53,930	0,33	119,02	2,370	0,11	39,96	19,070	0,34	122,89
INTERPROGRAMA	50,950	0,31	115,79	2,430	0,11	42,24	13,160	0,23	87,34
DOCUMENTO BAND	50,880	0,31	116,36	0,390	0,02	6,85	16,480	0,29	110,00
NOSSO AGRO	50,660	0,31	117,11	3,530	0,16	62,41	11,890	0,21	80,29
JORNAL DA BAND MAD	48,340	0,29	119,13	2,270	0,11	42,83	16,930	0,30	121,91
SHOW DO ESPORTE MAT	48,240	0,29	115,24	2,400	0,11	43,94	9,250	0,16	64,57
HIPER CAP ABC REGIAO	48,130	0,29	115,67	2,860	0,13	52,67	11,450	0,20	80,41
CANAL LIVRE	47,430	0,29	121,28	0,410	0,02	8,11	11,770	0,21	87,65
ENCANTADORES DE PETS	46,670	0,28	109,08	1,470	0,07	26,32	9,860	0,17	67,31
MAIS INFO MAD	44,390	0,27	117,10	1,220	0,06	24,73	12,360	0,22	95,26
CINE MAIS	42,660	0,26	117,68	2,310	0,11	48,86	13,150	0,23	106,01
RELIGIOSO NOT	42,100	0,25	113,43	1,540	0,07	31,86	10,980	0,19	86,41
SUPER TRUCK PROGR	40,470	0,25	116,59	1,870	0,09	41,14	8,940	0,16	75,23
SESSAO ESPECIAL MAD	40,010	0,24	113,14	0,200	0,01	4,32	10,110	0,18	83,26
BAND KIDS MAT	38,290	0,23	113,03	2,470	0,11	55,78	6,750	0,12	58,13
FAIXA PRIMEIRO JORNAL (*)	36,570	0,22	120,33	0,840	0,04	21,25	11,180	0,20	107,50
PRIMEIRO JORNAL	36,570	0,22	120,33	0,840	0,04	21,25	11,180	0,20	107,50
RELIGIOSO VES	36,280	0,22	120,96	1,550	0,07	39,61	6,530	0,12	63,60
VENDO NA TV	33,070	0,20	117,36	1,810	0,08	49,13	8,470	0,15	87,72
SHOW BUSINESS MAD	31,320	0,19	122,76	0,090	0,00	2,82	7,170	0,13	82,14
PROG CORACAO NORONHA	27,690	0,17	117,07	0,030	0,00	1,05	6,170	0,11	76,17
SESSAO ESPECIAL MAD CONT	24,250	0,15	103,62	0,000	0,00	0,00	2,620	0,05	32,72
MOMENTO VOX	23,400	0,14	115,02	0,000	0,00	0,00	4,210	0,07	60,36
CINEMA NA MADRUGADA	23,060	0,14	114,27	0,000	0,00	0,00	3,120	0,06	45,20
QUAL IMOVEL	17,410	0,11	110,78	0,060	0,00	3,10	3,270	0,06	60,80

Fonte: Instar Analytics Brasil - Kantar IBOPE - Dezembro/2020

RANKING TV ABERTA
Grande São Paulo

GAZETA	TARGETS								
	AS ABCDE 18+			AS ABCDE 18-24			AS AB 25+		
Nome Programa	Rat#	Rat%	Aff%	Rat#	Rat%	Aff%	Rat#	Rat%	Aff%
GAZETA ESPORTIVA	73,910	0,45	114,57	3,670	0,17	43,58	19,680	0,35	89,12
JORNAL DA GAZETA	52,840	0,32	114,62	2,640	0,12	43,77	19,120	0,34	121,13
MESA REDONDA	52,070	0,32	115,16	0,710	0,03	12,01	13,970	0,25	90,20
MULHERES 1	42,260	0,26	120,36	0,500	0,02	10,92	22,710	0,40	188,83
FAIXA MULHERES (*)	41,060	0,25	119,25	0,660	0,03	14,67	22,310	0,39	189,23
MULHERES 2	40,440	0,24	118,66	0,740	0,03	16,66	22,100	0,39	189,44
FOFOCA AI	37,780	0,23	120,94	0,720	0,03	17,76	19,280	0,34	180,24
COZINHA AMIGA VES	19,090	0,12	113,76	1,250	0,06	56,99	4,110	0,07	71,60
COZINHA AMIGA	16,160	0,10	119,71	0,160	0,01	9,07	8,260	0,15	178,68
COZINHA AMIGA NOT	15,490	0,09	123,10	0,160	0,01	9,47	2,900	0,05	67,26
ESTILO RAMY	13,800	0,08	120,35	0,340	0,02	22,56	2,630	0,05	67,00
EDICAO EXTRA NOT	12,870	0,08	123,10	0,000	0,00	0,00	0,120	0,00	3,32
PRONUNCIAMENTO	11,670	0,07	123,10	0,000	0,00	0,00	0,000	0,00	0,00
GAZETA MOTORS NOT 1	10,460	0,06	123,10	0,000	0,00	0,00	3,800	0,07	130,78
REVISTA DA MANHA	10,260	0,06	121,52	0,270	0,01	24,27	4,030	0,07	139,32
GAZETA IMOVEIS VES 1	9,410	0,06	122,79	0,000	0,00	0,00	5,360	0,09	204,32
ENTRE LINHAS	7,930	0,05	116,77	0,000	0,00	0,00	0,490	0,01	20,98
GAZETA MOTORS MAT 1	7,370	0,04	121,06	0,000	0,00	0,00	2,450	0,04	117,48
GAZETA SHOPPING MAT 1	6,870	0,04	118,38	0,060	0,00	7,46	1,860	0,03	93,75
RELIGIOSO NOT	6,770	0,04	110,10	0,350	0,02	43,25	0,960	0,02	45,65
VOCE BONITA VES	6,690	0,04	120,58	0,090	0,00	12,66	3,090	0,05	162,58
GAZETA MOTORS VES 1	6,360	0,04	122,42	0,410	0,02	60,08	2,860	0,05	160,59
CHEIRO DE GALPAO MAT	6,160	0,04	123,10	0,710	0,03	109,03	1,800	0,03	104,94
GAZETA IMOVEIS MAT 1	5,910	0,04	123,10	0,040	0,00	6,66	1,900	0,03	115,84
GAZETA SHOPPING NOT 1	5,450	0,03	123,02	0,010	0,00	1,75	1,660	0,03	109,83
GAZETA SHOPPING VES 1	5,220	0,03	108,90	0,120	0,01	19,43	1,780	0,03	108,40
PROGRAMA SEGURO	4,620	0,03	119,69	0,000	0,00	0,00	0,110	0,00	8,30
JORNAL DO BORIS	4,490	0,03	123,10	0,020	0,00	4,05	2,310	0,04	184,94
GAZETA SHOPPING MAD 1	4,080	0,02	120,98	0,000	0,00	0,00	2,600	0,05	224,81
ATELIE NA TV	3,960	0,02	122,68	0,080	0,00	19,83	1,340	0,02	121,53
RELIGIOSO MAD	3,920	0,02	123,10	0,000	0,00	0,00	0,770	0,01	70,40
GAZETA SHOPPING NOT	3,840	0,02	109,32	0,300	0,01	65,65	1,340	0,02	111,68
GAZETA IMOVEIS NOT 1	3,510	0,02	96,31	0,070	0,00	15,52	0,860	0,02	68,79
INFOMERCIAL GAZETA MAT	3,030	0,02	122,62	0,030	0,00	9,04	1,110	0,02	131,04
GAZETA SHOPPING MAD	2,920	0,02	112,81	0,000	0,00	0,00	1,210	0,02	136,44
RELIGIOSO MAT	2,470	0,01	118,68	0,100	0,00	38,59	1,230	0,02	173,22
GAZETA SHOPPING MAT	1,510	0,01	120,07	0,030	0,00	17,17	0,300	0,01	70,92
INFOMERCIAL GAZETA NOT	0,840	0,01	115,35	0,050	0,00	55,59	0,160	0,00	64,66

Fonte: Instar Analytics Brasil - Kantar IBOPE - Dezembro/2020

propeg we sell ideas

RANKING TV ABERTA
Grande São Paulo

CULTURA	TARGETS								
	AS ABCDE 18+			AS ABCDE 18-24			AS AB 25+		
Nome Programa	Rat#	Rat%	Aff%	Rat#	Rat%	Aff%	Rat#	Rat%	Aff%
PLANETA TERRA DM	148,490	0,90	111,42	9,220	0,43	52,97	34,630	0,61	75,87
REPORTER ECO DM	132,260	0,80	115,48	3,540	0,16	23,68	39,060	0,69	99,61
RELIGIOSO MAT	116,220	0,70	122,35	0,160	0,01	1,29	25,390	0,45	78,07
QUINTAL DA CULTURA MAT	107,460	0,65	84,97	12,660	0,59	76,60	10,940	0,19	25,26
MATERIA DE CAPA	104,260	0,63	115,83	3,770	0,17	32,10	32,340	0,57	104,89
JORNAL DA CULTURA	98,490	0,60	116,19	0,810	0,04	7,31	65,570	1,16	225,91
VALENTINS VES	86,720	0,53	101,36	6,020	0,28	53,85	14,950	0,26	51,00
O MUNDO DE MIA	84,450	0,51	72,15	8,210	0,38	53,71	9,030	0,16	22,52
TURMA DA MONICA VES 3	83,490	0,51	73,34	7,920	0,37	53,24	7,080	0,13	18,16
REPORTER CULTURA VES	82,360	0,50	84,71	7,350	0,34	57,89	12,200	0,22	36,64
BR BIOMAS RICHARD RAS	80,130	0,49	119,36	1,010	0,05	11,50	12,040	0,21	52,28
VALENTINS	74,590	0,45	71,15	8,920	0,41	65,14	7,850	0,14	21,85
FILME VES	73,900	0,45	79,65	11,570	0,54	95,43	7,680	0,14	24,21
YOGA COM HISTORIAS	73,670	0,45	103,19	12,480	0,58	133,82	7,600	0,13	31,07
PLANTAO JORNAL DA TARDE MAT	73,130	0,44	74,36	8,580	0,40	66,75	12,380	0,22	36,59
QUINTAL DA CULTURA	68,440	0,41	89,34	9,440	0,44	94,30	7,510	0,13	28,63
QUINTAL DA CULTURA VES 1	67,280	0,41	90,38	3,790	0,18	38,94	8,350	0,15	32,71
JAZZ SINFONICA BR MAT	65,350	0,40	123,10	0,000	0,00	0,00	10,410	0,18	57,18
RODA VIVA	65,110	0,39	117,17	0,050	0,00	0,69	49,280	0,87	259,47
IRMAO DO JOREL	64,740	0,39	75,22	5,350	0,25	47,63	5,690	0,10	19,32
TURMA DA MONICA VES 1	64,670	0,39	94,83	4,560	0,21	51,14	9,120	0,16	39,04
OPINIAO NOT	63,890	0,39	120,53	1,980	0,09	28,60	34,660	0,61	190,76
SHAUN O CARNEIRO NOT	63,800	0,39	75,14	5,430	0,25	48,96	6,110	0,11	21,00
REPORTER ECO NOT	63,440	0,38	117,63	2,000	0,09	28,42	44,310	0,78	240,17
REPORTER CULTURA NOT	62,430	0,38	83,21	4,420	0,20	45,08	9,460	0,17	36,81
SR BRASIL MAT	59,920	0,36	119,64	0,160	0,01	2,44	18,880	0,33	110,09
ANJOS DA ESTRADA	57,960	0,35	121,61	3,850	0,18	61,90	22,030	0,39	134,79
GALINHA PINTAD MINI VES	56,670	0,34	105,53	10,400	0,48	148,27	6,120	0,11	33,25
VIVI VIRAVENTO VES	56,470	0,34	89,27	5,260	0,24	63,71	7,410	0,13	34,23
PROVOCA C MARCELO TAS	56,100	0,34	118,95	0,720	0,03	11,70	42,290	0,75	262,17
NINGUEM MEXE COMIG NOT	55,790	0,34	74,17	8,890	0,41	90,46	2,050	0,04	7,96
CLUB 57	55,520	0,34	71,39	5,040	0,23	49,63	6,350	0,11	23,84
CAES HEROIS	55,050	0,33	118,00	2,840	0,13	46,54	23,240	0,41	145,50
SUSHI ALEM F BR S J	53,910	0,33	102,70	10,870	0,50	158,53	6,780	0,12	37,71
METROPOLIS NOT 1	53,190	0,32	79,68	4,680	0,22	53,65	5,920	0,10	25,91
THOMAS E SEUS AMIGOS VES 1	53,100	0,32	118,14	4,240	0,20	72,16	0,580	0,01	3,74
PLANETA TERRA NOT	51,990	0,31	92,59	2,750	0,13	37,53	8,030	0,14	41,83
TURMA DA MONICA VES 2	51,220	0,31	80,94	5,380	0,25	65,13	5,610	0,10	25,88
VIOLA MINHA VIOLA MAT	50,950	0,31	122,89	2,120	0,10	39,23	17,190	0,30	121,08
BUBU E AS CORUJIN VES	50,290	0,30	105,94	9,250	0,43	149,11	5,500	0,10	33,84
PLANETA TURISMO	48,110	0,29	119,60	0,610	0,03	11,64	12,400	0,22	90,04
Terra Brasil	48,090	0,29	103,12	1,550	0,07	25,40	17,360	0,31	108,78
A BRASILEIRA	47,870	0,29	92,30	1,640	0,08	24,20	6,180	0,11	34,85
REVISTA DO ESPORTE	47,480	0,29	107,18	1,730	0,08	29,93	23,220	0,41	152,94
CAFE FILOSOFICO NOT	46,910	0,28	112,47	1,520	0,07	27,85	15,900	0,28	111,29
SHOW DA LUNA VES	46,810	0,28	102,22	6,820	0,32	113,97	4,560	0,08	29,09
EXPERIMENT EXTRAORD	44,730	0,27	80,50	3,380	0,16	46,59	3,450	0,06	18,14
FUTEBOL REGIONAL MAT	44,720	0,27	113,77	0,870	0,04	16,94	8,210	0,15	61,02
PEPPA PIG VES	44,710	0,27	78,95	4,130	0,19	55,80	7,330	0,13	37,72
JORNAL DA TARDE	44,240	0,27	86,67	7,150	0,33	107,27	6,260	0,11	35,81
SHAUN O CARNEIRO VES 1	43,350	0,26	90,61	3,870	0,18	61,92	6,540	0,12	39,92
AGROCULTURA MAT	43,240	0,26	116,13	0,000	0,00	0,00	11,430	0,20	89,66
PLANTAO JORNAL DA TARDE VES	43,070	0,26	97,54	3,470	0,16	60,11	11,290	0,20	74,70
CLIP MUSICAL VES	42,760	0,26	86,70	5,690	0,26	88,34	4,320	0,08	25,59
FILME NOT	42,760	0,26	120,39	4,900	0,23	105,60	24,020	0,43	197,81
BONEC BARRO E O REI	42,300	0,26	109,82	7,670	0,36	152,48	3,190	0,06	24,18
FOI ASSIM FOI ASSADO	42,020	0,25	95,72	5,690	0,26	99,15	2,430	0,04	16,17
REV E ROLL VES 1	41,310	0,25	106,64	9,660	0,45	190,96	5,510	0,10	41,55
BUBU E AS CORUJIN VES 1	40,560	0,25	92,12	4,870	0,23	84,74	9,590	0,17	63,62
PORTO PAPEL	40,360	0,24	97,83	4,600	0,21	85,31	2,370	0,04	16,78
GALINHA PINTAD MINI VES 1	39,820	0,24	95,92	3,490	0,16	64,29	10,320	0,18	72,58
BR BIOMAS RICHARD RAS NOT	39,770	0,24	91,24	2,490	0,12	43,67	5,790	0,10	38,80
Tromba Trem	39,490	0,24	92,91	5,770	0,27	103,89	0,200	0,00	1,40
METROPOLIS NOT	39,190	0,24	78,86	3,350	0,16	51,64	3,450	0,06	20,30
THOMAS E SEUS AMIGOS VES	38,100	0,23	96,15	4,140	0,19	80,04	8,270	0,15	60,91
BORIS E RUFUS MAT	37,770	0,23	91,58	3,150	0,15	58,45	4,220	0,07	29,89
DOC PONTO MUNDO NOT	37,040	0,22	117,04	0,170	0,01	4,09	22,000	0,39	202,89
IRMAO DO JOREL NOT	36,480	0,22	72,31	2,430	0,11	36,89	2,840	0,05	16,44
PORTO PAPEL VES 1	36,030	0,22	93,03	4,510	0,21	89,22	4,700	0,08	35,42
INTERPROGRAMA	36,000	0,22	96,14	1,330	0,06	27,29	17,580	0,31	137,04
RICKY ZOOM VES	35,900	0,22	99,27	7,280	0,34	154,08	3,740	0,07	30,16
O COMECO DA VIDA	35,860	0,22	93,36	1,030	0,05	20,53	8,090	0,14	61,51
BUBU E AS CORUJIN	35,510	0,21	91,50	4,990	0,23	98,46	3,750	0,07	28,24
REV E ROLL VES	34,640	0,21	88,89	3,420	0,16	67,13	7,860	0,14	58,95
MONSTROS EM REDE VES	34,160	0,21	88,42	5,310	0,25	105,26	3,200	0,06	24,18
COCORICO VES 1	34,080	0,21	93,22	4,130	0,19	86,44	0,000	0,00	0,00

Fonte: Instar Analytics Brasil - Kantar IBOPE - Dezembro/2020

RANKING RÁDIO
SÃO PAULO CAPITAL

	GRANDE SAO PAULO
	GSP - OUT/2020 A DEZ/2020
	SEGUNDA A SEXTA
	TODOS OS EQUIPAMENTOS
	GSP - AS ABCDE 18+
	06-19

Agrupamento	IA%	IA#	AFIN%
GSP - TOTAL EMISSORAS	13,34	2.260.391,77	107,81
GSP - TOTAL RADIO	12,48	2.115.388,71	107,73
GSP - TOTAL AM	1,26	214.402,34	109,18
GSP - TOTAL FM	11,22	1.900.986,37	107,57
GSP - TOTAL WEB	0,86	145.003,07	109,05
GSP - 105 FM/WEB	0,36	61.605,12	106,68
GSP - 89 FM A RADIO ROCK FM/WEB	0,50	85.100,14	110,83
GSP - ALPHA FM 101.7 FM/WEB	0,72	122.119,49	109,25
GSP - AMERICA AM/WEB	0,02	3.263,12	111,72
GSP - ANTENA 1 FM/WEB	0,52	87.328,34	111,35
GSP - BAND FM/WEB	0,98	166.729,84	105,81
GSP - BAND NEWS FM/WEB	0,36	60.276,41	110,68
GSP - CBN FM/WEB	0,40	68.244,96	110,84
GSP - CULTURA FM/WEB	0,08	14.006,33	111,72
GSP - ELDORADO FM/WEB	0,07	11.725,91	111,72
GSP - ENERGIA 97 FM - 97FM - 97.7 FM/WEB	0,33	56.097,36	110,55
GSP - ESTILO FM/WEB	0,08	13.201,33	105,32
GSP - GAZETA FM/WEB	0,49	83.142,96	106,14
GSP - GOSPEL FM/WEB	0,15	25.973,66	106,42
GSP - JOVEM PAN AM/WEB	0,20	33.582,42	109,95
GSP - JOVEM PAN FM/WEB	0,67	113.914,78	110,24
GSP - KISS FM/WEB	0,47	80.251,72	108,41
GSP - METROPOLITANA YES FM/WEB	0,52	88.355,27	107,39
GSP - NAO LEMBRA/NAO SABE - WEB	0,01	1.448,87	107,20
GSP - NAO LEMBRA/NAO SABE AM	0,08	12.987,48	111,72
GSP - NAO LEMBRA/NAO SABE FM	0,48	80.798,38	100,08
GSP - NATIVA FM/WEB	0,73	123.715,01	107,58
GSP - NOVABRASIL FM/WEB	0,49	82.312,43	111,09
GSP - OUTRAS - WEB	0,06	10.558,98	108,95
GSP - OUTRAS AM	0,08	13.376,69	106,67
GSP - OUTRAS FM	0,27	46.211,65	98,65
GSP - RADIO ADORE FM 97.3 FM/WEB	0,03	5.918,14	104,39
GSP - RADIO BANDEIRANTES AM	0,05	9.126,98	111,49
GSP - RADIO BANDEIRANTES FM/WEB	0,33	55.744,67	109,70
GSP - RADIO CAPITAL AM/WEB	0,35	58.821,86	106,25
GSP - RADIO CULTURA BRASIL AM/WEB	0,02	2.947,13	111,72
GSP - RADIO DISNEY FM/WEB	0,37	62.255,94	105,43
GSP - RADIO IMACULADA AM/WEB	0,06	10.444,81	106,75
GSP - RADIO MIX 106.3 FM/WEB	0,40	68.331,02	107,94
GSP - RADIO TRANSITO FM/WEB	NA	NA	NA
GSP - REDE BOA NOVA DE RADIO AM/WEB	0,02	2.753,05	100,69
GSP - S. REDE BOA VONTADE DE RADIO AM/WEB	0,02	3.539,20	111,72
GSP - SUPER RADIO AM/WEB	0,10	16.679,12	110,55
GSP - TOP FM/WEB	0,18	29.826,74	105,58
GSP - TRANSAMERICA FM 100.1 FM/WEB	0,26	43.524,41	108,20
GSP - TRANSCONTINENTAL FM/WEB	0,54	91.910,51	105,37
GSP - TROPICAL FM/WEB	0,24	40.613,92	109,51
GSP - VIBE MUNDIAL FM/WEB	0,03	4.812,69	111,72
GSP - *IMPRENSA FM/WEB	0,08	14.130,53	106,68
GSP - *METROPOLITANA AM/WEB	0,06	9.954,63	108,64
GSP - *MUSICAL FM/WEB	0,07	11.441,92	104,10
GSP - *NACIONAL GOSPEL AM/WEB	0,02	4.124,83	109,20
GSP - *NOSSA RADIO AM	0,01	1.307,80	111,72
GSP - *NOSSA RADIO FM/WEB	0,08	12.913,59	110,65
GSP - *NOVA DIFUSORA AM/WEB	0,01	929,54	111,72
GSP - *PLAY FM/WEB	0,18	31.149,30	108,04
GSP - *RADIO 9 DE JULHO AM/WEB	0,05	8.334,84	111,72
GSP - *RADIO ABC 1570 AM/WEB	0,02	3.946,31	111,72
GSP - *RADIO BRASIL ATUAL FM/WEB	0,03	5.236,28	111,72
GSP - *RADIO DA CIDADE AM/WEB	0,01	2.481,48	111,72
GSP - *RADIO DA CIDADE MOGI AM/WEB	0,01	1.605,71	111,72
GSP - *RADIO MASSA FM/WEB	0,20	33.214,20	101,68
GSP - *RADIO MORADA DO SOL AM/WEB	0,04	7.331,72	111,72
GSP - *RADIO MUNDIAL 660 AM/WEB	0,02	2.767,03	111,72
GSP - *RADIO RECORD AM/WEB	0,08	13.112,82	111,72
GSP - *RADIO SAO PAULO AM/WEB	0,02	3.068,80	111,72
GSP - *RADIO TERRA AM/WEB	0,05	8.947,79	106,75
GSP - *RADIO TRIANON AM 740 AM/WEB	0,00	524,27	111,72
GSP - *REDE ALELUIA FM/WEB	0,12	19.948,04	110,89
GSP - *REDE USP FM/WEB	0,04	6.494,89	111,37
GSP - *SARA BRASIL FM/WEB	0,02	3.574,15	111,72

RANKING RÁDIO
SÃO PAULO CAPITAL

	GRANDE SAO PAULO		
	GSP - OUT/2020 A DEZ/2020		
	SEGUNDA A SEXTA		
	TODOS OS EQUIPAMENTOS		
	GSP - AS ABCDE 18-29		
	06-19		
Agrupamento	IA%	IA#	AFIN%
GSP - TOTAL EMISSORAS	11,11	440.200,03	89,78
GSP - TOTAL RADIO	10,14	402.015,70	87,55
GSP - TOTAL AM	0,60	23.933,16	52,11
GSP - TOTAL FM	9,54	378.082,54	91,48
GSP - TOTAL WEB	0,96	38.184,34	122,80
GSP - 105 FM/WEB	0,45	17.816,55	131,93
GSP - 89 FM A RADIO ROCK FM/WEB	0,47	18.653,83	103,88
GSP - ALPHA FM 101.7 FM/WEB	0,33	12.974,28	49,63
GSP - AMERICA AM/WEB	0,02	677,35	99,16
GSP - ANTENA 1 FM/WEB	0,23	9.062,73	49,42
GSP - BAND FM/WEB	0,98	38.837,38	105,40
GSP - BAND NEWS FM/WEB	0,24	9.565,81	75,11
GSP - CBN FM/WEB	0,20	8.078,67	56,11
GSP - CULTURA FM/WEB	0,11	4.179,19	142,54
GSP - ELDORADO FM/WEB	0,04	1.583,66	64,52
GSP - ENERGIA 97 FM - 97FM - 97.7 FM/WEB	0,40	15.733,76	132,59
GSP - ESTILO FM/WEB	0,06	2.340,28	79,84
GSP - GAZETA FM/WEB	0,42	16.615,64	90,70
GSP - GOSPEL FM/WEB	0,14	5.665,79	99,27
GSP - JOVEM PAN AM/WEB	0,17	6.783,25	94,97
GSP - JOVEM PAN FM/WEB	0,72	28.594,40	118,33
GSP - KISS FM/WEB	0,20	7.742,16	44,72
GSP - METROPOLITANA YES FM/WEB	0,93	36.836,61	191,45
GSP - NAO LEMBRA/NAO SABE - WEB	0,01	295,66	93,54
GSP - NAO LEMBRA/NAO SABE AM	0,03	1.373,52	50,52
GSP - NAO LEMBRA/NAO SABE FM	0,45	17.791,98	94,24
GSP - NATIVA FM/WEB	0,39	15.643,44	58,17
GSP - NOVABRASIL FM/WEB	0,25	9.951,45	57,43
GSP - OUTRAS - WEB	0,03	1.047,71	46,23
GSP - OUTRAS AM	0,00	103,70	3,54
GSP - OUTRAS FM	0,06	2.356,04	21,51
GSP - RADIO ADORE FM 97.3 FM/WEB	0,02	783,00	59,06
GSP - RADIO BANDEIRANTES AM	0,01	261,78	13,67
GSP - RADIO BANDEIRANTES FM/WEB	0,16	6.269,94	52,76
GSP - RADIO CAPITAL AM/WEB	0,08	3.341,62	25,81
GSP - RADIO CULTURA BRASIL AM/WEB	0,01	341,20	55,31
GSP - RADIO DISNEY FM/WEB	0,85	33.698,67	244,05
GSP - RADIO IMACULADA AM/WEB	0,01	505,29	22,08
GSP - RADIO MIX 106.3 FM/WEB	0,71	28.337,79	191,42
GSP - RADIO TRANSITO FM/WEB	NA	NA	NA
GSP - REDE BOA NOVA DE RADIO AM/WEB	0,02	678,53	106,12
GSP - S. REDE BOA VONTADE DE RADIO AM/WEB	0,02	647,21	87,36
GSP - SUPER RADIO AM/WEB	0,04	1.726,61	48,93
GSP - TOP FM/WEB	0,15	5.988,84	90,65
GSP - TRANSAMERICA FM 100.1 FM/WEB	0,21	8.319,16	88,44
GSP - TRANSCONTINENTAL FM/WEB	0,44	17.610,53	86,33
GSP - TROPICAL FM/WEB	0,16	6.289,19	72,51
GSP - VIBE MUNDIAL FM/WEB	0,01	573,69	56,95
GSP - *IMPRENSA FM/WEB	0,06	2.553,79	82,44
GSP - *METROPOLITANA AM/WEB	0,15	6.064,12	283,01
GSP - *MUSICAL FM/WEB	0,07	2.639,83	102,70
GSP - *NACIONAL GOSPEL AM/WEB	0,03	1.326,58	150,17
GSP - *NOSSA RADIO AM	0,00	41,24	15,07
GSP - *NOSSA RADIO FM/WEB	0,06	2.243,82	82,22
GSP - *NOVA DIFUSORA AM/WEB	0,01	205,97	105,85
GSP - *PLAY FM/WEB	0,08	3.354,87	49,76
GSP - *RADIO 9 DE JULHO AM/WEB	0,01	508,59	29,15
GSP - *RADIO ABC 1570 AM/WEB	0,01	365,95	44,30
GSP - *RADIO BRASIL ATUAL FM/WEB	0,03	1.105,92	100,90
GSP - *RADIO DA CIDADE AM/WEB	0,01	580,29	111,71
GSP - *RADIO DA CIDADE MOGI AM/WEB	0,01	202,14	60,14
GSP - *RADIO MASSA FM/WEB	0,06	2.186,14	28,62
GSP - *RADIO MORADA DO SOL AM/WEB	0,01	411,03	26,78
GSP - *RADIO MUNDIAL 660 AM/WEB	0,03	1.034,61	178,62
GSP - *RADIO RECORD AM/WEB	0,04	1.723,09	62,77
GSP - *RADIO SAO PAULO AM/WEB	0,04	1.479,87	230,37
GSP - *RADIO TERRA AM/WEB	0,01	510,11	26,02
GSP - *RADIO TRIANON AM 740 AM/WEB	0,00	132,54	120,77
GSP - *REDE ALELUIA FM/WEB	0,05	2.176,89	51,75
GSP - *REDE USP FM/WEB	0,06	2.392,46	175,43
GSP - *SARA BRASIL FM/WEB	0,03	1.163,25	155,48

RANKING RÁDIO
SÃO PAULO CAPITAL

	GRANDE SAO PAULO
	GSP - OUT/2020 A DEZ/2020
	SEGUNDA A SEXTA
	TODOS OS EQUIPAMENTOS
	GSP - AS AB 25+
	06-19

Agrupamento	IA%	IA#	AFIN%
GSP - TOTAL EMISSORAS	17,14	968.212,78	138,59
GSP - TOTAL RADIO	15,61	881.414,26	134,71
GSP - TOTAL AM	1,15	64.867,65	99,13
GSP - TOTAL FM	14,46	816.546,60	138,66
GSP - TOTAL WEB	1,54	86.798,53	195,91
GSP - 105 FM/WEB	0,36	20.495,81	106,51
GSP - 89 FM A RADIO ROCK FM/WEB	0,95	53.788,30	210,22
GSP - ALPHA FM 101.7 FM/WEB	1,34	75.809,54	203,53
GSP - AMERICA AM/WEB	0,01	732,84	75,29
GSP - ANTENA 1 FM/WEB	0,92	51.711,85	197,88
GSP - BAND FM/WEB	1,07	60.483,71	115,20
GSP - BAND NEWS FM/WEB	0,61	34.717,08	191,30
GSP - CBN FM/WEB	0,63	35.737,78	174,18
GSP - CULTURA FM/WEB	0,12	6.953,55	166,44
GSP - ELDORADO FM/WEB	0,14	8.147,82	232,96
GSP - ENERGIA 97 FM - 97FM - 97.7 FM/WEB	0,53	30.025,36	177,57
GSP - ESTILO FM/WEB	0,13	7.312,36	175,07
GSP - GAZETA FM/WEB	0,51	28.550,46	109,38
GSP - GOSPEL FM/WEB	0,18	9.901,48	121,75
GSP - JOVEM PAN AM/WEB	0,31	17.688,47	173,80
GSP - JOVEM PAN FM/WEB	1,18	66.924,46	194,36
GSP - KISS FM/WEB	0,98	55.612,02	225,44
GSP - METROPOLITANA YES FM/WEB	0,56	31.648,86	115,44
GSP - NAO LEMBRA/NAO SABE - WEB	0,01	453,67	100,73
GSP - NAO LEMBRA/NAO SABE AM	0,02	1.269,93	32,78
GSP - NAO LEMBRA/NAO SABE FM	0,17	9.352,24	34,76
GSP - NATIVA FM/WEB	0,69	39.196,00	102,29
GSP - NOVABRASIL FM/WEB	0,74	41.802,01	169,30
GSP - OUTRAS - WEB	0,08	4.371,43	135,36
GSP - OUTRAS AM	0,04	2.080,98	49,80
GSP - OUTRAS FM	0,16	8.992,11	57,61
GSP - RADIO ADORE FM 97.3 FM/WEB	0,02	1.311,88	69,44
GSP - RADIO BANDEIRANTES AM	0,08	4.525,84	165,90
GSP - RADIO BANDEIRANTES FM/WEB	0,48	26.919,28	158,98
GSP - RADIO CAPITAL AM/WEB	0,27	15.346,80	83,19
GSP - RADIO CULTURA BRASIL AM/WEB	0,03	1.526,69	173,68
GSP - RADIO DISNEY FM/WEB	0,45	25.197,98	128,07
GSP - RADIO IMACULADA AM/WEB	0,06	3.501,61	107,40
GSP - RADIO MIX 106.3 FM/WEB	0,57	32.313,25	153,18
GSP - RADIO TRANSITO FM/WEB	NA	NA	NA
GSP - REDE BOA NOVA DE RADIO AM/WEB	0,02	1.025,93	112,60
GSP - S. REDE BOA VONTADE DE RADIO AM/WEB	0,05	2.596,44	245,96
GSP - SUPER RADIO AM/WEB	0,07	3.835,76	76,29
GSP - TOP FM/WEB	0,13	7.405,93	78,67
GSP - TRANSAMERICA FM 100.1 FM/WEB	0,46	26.188,46	195,38
GSP - TRANSCONTINENTAL FM/WEB	0,53	30.004,31	103,22
GSP - TROPICAL FM/WEB	0,23	12.955,23	104,83
GSP - VIBE MUNDIAL FM/WEB	0,05	2.629,48	183,18
GSP - *IMPRENSA FM/WEB	0,05	2.649,39	60,02
GSP - *METROPOLITANA AM/WEB	0,08	4.536,17	148,57
GSP - *MUSICAL FM/WEB	0,07	4.163,01	113,67
GSP - *NACIONAL GOSPEL AM/WEB	0,03	1.423,91	113,13
GSP - *NOSSA RADIO AM	0,00	216,14	55,41
GSP - *NOSSA RADIO FM/WEB	0,05	2.542,70	65,39
GSP - *NOVA DIFUSORA AM/WEB	0,00	201,76	72,77
GSP - *PLAY FM/WEB	0,25	14.157,45	147,37
GSP - *RADIO 9 DE JULHO AM/WEB	0,04	2.506,17	100,81
GSP - *RADIO ABC 1570 AM/WEB	0,02	1.312,52	111,51
GSP - *RADIO BRASIL ATUAL FM/WEB	0,04	2.351,88	150,58
GSP - *RADIO DA CIDADE AM/WEB	0,03	1.855,10	250,64
GSP - *RADIO DA CIDADE MOGI AM/WEB	0,01	572,16	119,46
GSP - *RADIO MASSA FM/WEB	0,17	9.741,72	89,49
GSP - *RADIO MORADA DO SOL AM/WEB	0,04	1.982,89	90,67
GSP - *RADIO MUNDIAL 660 AM/WEB	0,01	804,80	97,51
GSP - *RADIO RECORD AM/WEB	0,06	3.539,81	90,50
GSP - *RADIO SAO PAULO AM/WEB	0,03	1.889,78	206,46
GSP - *RADIO TERRA AM/WEB	0,02	949,02	33,98
GSP - *RADIO TRIANON AM 740 AM/WEB	0,01	409,93	262,14
GSP - *REDE ALELUIA FM/WEB	0,06	3.655,65	60,99
GSP - *REDE USP FM/WEB	0,07	3.784,91	194,77
GSP - *SARA BRASIL FM/WEB	0,03	1.681,22	157,70

comScore	Fonte de Dados :		Multi-Platform			
	Período :		Janeiro de 2021			
Key Measures	Público-alvo :		INCLUIR {Males - Age(15 - 44 OR Males: 45+) OR Females - Age(15 - 44 OR Females: 45+) } AND Region(Region: Southeast)			
	Mídia :		Top 50 Properties [Sem Duplicação]			
	Data :		11/03/2021			
©2021 Comscore, Inc						

Row	Mídia			Total Unique Visitors/Viewers (000)	% Reach	Total Views (MM)	Total Minutes (MM)
	Top 100 Properties	Category	Attribute	Total Digital Population	Total Digital Population	Total Digital Population	Total Digital Population
	Total Internet : Custom Target			57.226	100,0	62.579	366.127
	Top 100 Properties						
1	Google Sites	Multi-Category	Streaming Video	57.226	100,0	15.396	83.915
2	Facebook	Social Media	Streaming Video	56.718	99,1	2.556	134.329
3	UOL	Multi-Category		53.307	93,2	1.946	3.115
4	Globo	Multi-Category	Streaming Video, Newspaper	50.485	88,2	2.090	3.933
5	Microsoft Sites	Multi-Category		40.389	70,6	2.062	2.540
6	MercadoLibre	Retail		38.568	67,4	941	1.937
7	Terra Networks	Multi-Category		38.483	67,2	557	801
8	B2W Digital	Retail		33.468	58,5	398	1.173
9	CAIXA.GOV.BR	Financial Services		32.907	57,5	421	979
10	R7 Portal	Multi-Category		30.097	52,6	339	499
11	Webedia Sites	Multi-Category	Streaming Video	25.625	44,8	143	146
12	Netflix Inc.	Entertainment	Streaming Video	25.347	44,3	217	8.762
13	Amazon Sites	Retail		23.668	41,4	309	1.248
14	Pinterest	Social Media, Social Media - Social Networking		22.125	38,7	101	579
15	MAGAZINELUIZA.COM.BR	Retail		21.942	38,3	141	319
16	IG Portal	Multi-Category		21.918	38,3	238	321
17	Samsung Group	Services		21.433	37,5	15	898
18	CNova	Retail		21.118	36,9	237	282
19	Metropoles Sites	News/Information	Streaming Video	20.880	36,5	112	139
20	7Graus	Multi-Category		19.555	34,2	122	140
21	Uber	Travel, Travel - Car Transportation		19.154	33,5	23	1.294
22	Itau Unibanco Holding S.A.	Corporate Presence		19.110	33,4	104	631
23	Bytedance Inc.	Social Media, Social Media - Social Networking		18.410	32,2	101	8.803
24	Grupo Abril	Multi-Category		18.187	31,8	94	101
25	Twitter	Social Media, Social Media - Social Networking	Streaming Video	18.090	31,6	266	2.988
26	OLX Inc.	Directories/Resources		18.034	31,5	711	1.072
27	SP.GOV.BR	Government		18.017	31,5	614	518
28	Verizon Media	Media	Streaming Video	17.124	29,9	570	923
29	IFOOD.COM.BR	Retail, Retail - Food/Supermarket/Grocery		17.051	29,8	358	886
30	Grupo Santander	Financial Services, Financial Services - Banking		16.752	29,3	147	696
31	NUBANK.COM.BR	Financial Services, Financial Services - Banking		15.525	27,1	10	332
32	Wikimedia Foundation Sites	Directories/Resources, Directories/Resources - Reference		15.195	26,6	114	119
33	Spotify	Entertainment, Entertainment - Music	Streaming Audio	14.968	26,2	47	9.947
34	The Walt Disney Company	Media	Streaming Video, Cable/Broadcast TV	14.322	25,0	111	394
35	Lenovo Group	Corporate Presence		14.212	24,8	7	37
36	SHOPEE.COM.BR	Retail		13.969	24,4	131	3.021
37	TELEGRAM.ORG	Social Media, Social Media - Instant Messengers		12.985	22,7	2	627
38	Banco Bradesco sites	Financial Services, Financial Services - Banking		12.706	22,2	100	446
39	NOTICIASCONCURSOS.COM.BR	Directories/Resources	Blog	12.249	21,4	62	76
40	Vou De 99	Travel, Travel - Ground/Cruise		11.988	20,9	2	1.243
41	PICPAY.COM	Financial Services, Financial Services - Payments		11.521	20,1	8	189
42	CORREIOS.COM.BR	Directories/Resources, Directories/Resources - Shipping		10.723	18,7	178	164
43	Linkedin	Social Media, Social Media - Social Networking		10.202	17,8	276	435
44	RECLAMEAQUI.COM.BR	Services		9.831	17,2	70	59
45	Banco do Brasil	Financial Services, Financial Services - Banking		9.804	17,1	152	396
46	Grupo NZN	Multi-Category		9.646	16,9	35	33
47	Serasa Sites	Financial Services		9.599	16,8	129	124
48	Carrefour Group	Retail		9.574	16,7	50	127
49	Grupo Carso	Telecommunications		9.503	16,6	58	76
50	Uai	Multi-Category		9.300	16,3	65	86

propeg we sell ideas

comScore	Fonte de Dados :	Multi-Platform
	Período :	Janeiro de 2021
Key Measures	Público-alvo :	INCLUIR {Males - Age(15 - 44 OR Males: 45+) OR Females - Age(15 - 44 OR Females: 45+) } AND Region(Region: Southeast)
	Mídia :	Social Media [Sem Duplicação]
	Data :	11/03/2021
©2021 Comscore, Inc		

Entity Type	Mídia			Total Unique Visitors/Viewers (000)	% Reach	Total Views (MM)	Total Minutes (MM)
	Mídias Sociais	Category	Attribute	Total Digital Population	Total Digital Population	Total Digital Population	Total Digital Population
	Total Internet : Custom Target			57.226	100,0	62.579	366.127
	Social Media			57.142	99,9	3.940	157.144
[P]	Facebook	Social Media	Streaming Video	56.718	99,1	2.556	134.329
[P]	Pinterest	Social Media, Social Media - Social Networking		22.125	38,7	101	579
[C]	Google Messages (Mobile App)	Social Media, Social Media - Instant		--	--	--	--
[P]	Bytedance Inc.	Social Media, Social Media - Social Networking		18.410	32,2	101	8.803
[P]	Twitter	Social Media, Social Media - Social Networking	Streaming Video	18.090	31,6	266	2.988
[M]	Blogger	Social Media	Blog	13.688	23,9	99	93
[P]	TELEGRAM.ORG	Social Media, Social Media - Instant		12.985	22,7	2	627
[P]	Linkedin	Social Media, Social Media - Social Networking		10.202	17,8	276	435
[M]	Kwai - Video Social Network (Mobile App)	Social Media, Social Media - Social Networking		--	--	--	--
[C]	Google Duo (Mobile App)	Social Media, Social Media - Social Networking		--	--	--	--
[P]	Snapchat, Inc	Social Media, Social Media - Social Networking		4.431	7,7	1	125
[P]	VAKINHA.COM.BR	Social Media, Social Media - Social Networking		3.070	5,4	11	14
[C]	Hangouts Meet (Mobile App)	Social Media		--	--	--	--
[M]	HYPENESS.COM.BR	Social Media	Blog	2.686	4,7	5	6
[P]	MESEEMS.COM.BR	Social Media		2.344	4,1	10	75
[M]	Skype	Social Media, Social Media - Instant		2.298	4,0	3	73
[P]	Reddit	Social Media, Social Media - Social Networking		2.131	3,7	21	38
[P]	CHANGE.ORG	Social Media, Social Media - Social Networking		2.029	3,5	7	7
[P]	BLOGDOVESTIBULAR.COM	Social Media	Blog	1.915	3,3	5	4
[P]	DISCORD.COM	Social Media, Social Media - Instant		1.859	3,2	16	18
[C]	Google+	Social Media, Social Media - Social Networking		1.804	3,2	0	18
[P]	Tumblr	Social Media, Social Media - Social Networking	Streaming Video	1.543	2,7	8	47
[M]	INCRIVEL.CLUB	Social Media	Blog	1.541	2,7	4	5
[P]	WHISPERSYSTEMS.ORG	Social Media, Social Media - Instant		1.539	2,7	0	18
[P]	BADOO.COM	Social Media, Social Media - Social Networking		1.443	2,5	56	310
[P]	NARVII.COM	Social Media, Social Media - Social Networking		1.330	2,3	11	14
[M]	UOL Comunidades	Social Media	Blog	1.307	2,3	4	11
[SG]	O Globo - Blogs E Colunas	Social Media	Blog	1.224	2,1	3	2
[P]	ONLYFANS.COM	Social Media		1.064	1,9	7	6
[P]	PORTALDOTRANSITO.COM.BR	Social Media	Blog	933	1,6	2	2
[P]	Parallel Space-Multi Accounts	Social Media		930	1,6	0	141
[P]	WHATS.LINK	Social Media, Social Media - Instant		904	1,6	1	1
[P]	SKOOB.COM.BR	Social Media	Blog	850	1,5	7	18
[P]	STREETBEES.COM	Social Media, Social Media - Social Networking		843	1,5	0	18
[M]	CALENDARR.COM	Social Media	Blog	774	1,4	1	1
[P]	ABCDOABC.COM.BR	Social Media	Blog	695	1,2	3	3
[P]	THEINSIDERSNET.COM	Social Media		683	1,2	6	6
[P]	IMGUR.COM	Social Media		644	1,1	3	2
[M]	BOATOS.ORG	Social Media	Blog	556	1,0	1	1
[P]	QUACKAPP.COM	Social Media		539	0,9	0	19
[P]	ISSUU.COM	Social Media		535	0,9	1	1
[P]	VTEXPAYMENTS.COM.BR	Social Media	Blog	524	0,9	1	1
[P]	TESTNAME.ME	Social Media		494	0,9	1	1
[S]	Blogs NE10	Social Media	Blog	461	0,8	1	0
[P]	OFERTASDESUPERMERCADOS.COM.BR	Social Media	Blog	459	0,8	3	3
[P]	SPIRITFANFICTION.COM	Social Media		437	0,8	7	35
[P]	CITIZENME.COM	Social Media, Social Media - Social Networking		435	0,8	0	3
[P]	MINUTOSAUDAVEL.COM.BR	Social Media	Blog	433	0,8	1	1
[P]	MAIROVERGARA.COM	Social Media	Blog	428	0,7	4	5

propeg we sell ideas

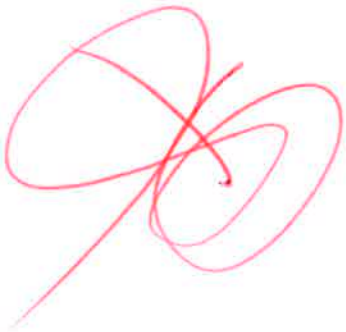
comScore

Fonte de Dados :	Multi-Platform
Período :	Janeiro de 2021
Público-alvo :	INCLUIR {Males - Age(15 - 44 OR Males: 45+) OR Females - Age(15 - 44 OR Females: 45+) } AND Region(Region: Southeast)
Mídia :	Streaming Audio Entities [Sem Duplicação]
Data :	11/03/2021

Key Measures

©2021 Comscore, Inc

Row	Entity Type	Mídia			Total Unique Visitors/Viewers (000)	% Reach	Total Views (MM)	Total Minutes (MM)
		Streaming Audio	Category	Attribute	Total Digital Population	Total Digital Population	Total Digital Population	Total Digital Population
		Total Internet : Custom Target			57.226	100,0	62.579	366.127
		Streaming Audio Entities						
1	[P]	Spotify	Entertainment, Entertainment - Music	Streaming Audio	14.968	26,2	47	9.947
2	[C]	Google Play Music (Mobile App)	Entertainment, Entertainment - Music	Streaming Audio	--	--	--	--
3	[P]	Deezer Sites	Entertainment, Entertainment - Music	Streaming Audio	2.784	4,9	13	309
4	[P]	Pandora SiriusXM	Entertainment, Entertainment - Music	Streaming Audio	1.729	3,0	4	133
5	[C]	Amazon Music (Mobile App)	Entertainment, Entertainment - Music	Streaming Audio	--	--	--	--
6	[P]	RESSO.APP	Entertainment	Streaming Audio	1.328	2,3	0	120
7	[P]	STREEMA.COM	Entertainment, Entertainment - Music	Streaming Audio, Radio	409	0,7	0	32
8	[M]	iTunes Software (App)	Entertainment	Streaming Video, Streaming Audio	348	0,6	0	0
9	[S]	iTunes	Entertainment	Streaming Video, Streaming Audio	292	0,5	0	0
10	[M]	IOL.PT	Entertainment	Streaming Audio, Radio	284	0,5	1	1
11	[G]	Radio Band	Entertainment	Streaming Audio, Radio	207	0,4	1	1
12	[S]	UOL 89 FM	Entertainment, Entertainment - Music	Streaming Audio, Radio	180	0,3	1	2
13	[C]	Last.fm Music	Entertainment, Entertainment - Music	Streaming Video, Streaming Audio	131	0,2	3	3
14	[P]	RCS MediaGroup - Unidad	News/Information	Streaming Video, Newspaper, Streaming Audio	66	0,1	2	1
15	[M]	Audible, Inc.	Retail, Retail - Books	Streaming Audio	55	0,1	0	0
16	[P]	MIXCLOUD.COM	Entertainment, Entertainment - Music	Streaming Audio	48	0,1	0	5
17	[P]	iHeartRadio Network	Entertainment, Entertainment - Music	Streaming Audio, Radio	41	0,1	0	0
18	[G]	VAGALUME.FM	Entertainment, Entertainment - Music	Streaming Audio, Radio	25	0,0	0	0
19	[P]	CBC-Radio Canada Sites	News/Information, News/Information - General	Streaming Video, Streaming Audio, Cable/Broadcast	22	0,0	0	0
20	[M]	TUNEIN.COM	Entertainment, Entertainment - Music	Streaming Audio	19	0,0	1	1
21	[P]	NPR	News/Information, News/Information - General	Streaming Video, Streaming Audio, Radio	16	0,0	0	0
22	[P]	BANDCAMP.COM	Entertainment, Entertainment - Music	Streaming Audio	15	0,0	0	0
23	[C]	Radio Atlantida	Entertainment	Streaming Audio, Blog, Radio	13	0,0	0	0
24	[P]	Napster	Entertainment, Entertainment - Music	Streaming Video, Streaming Audio	13	0,0	0	0
25	[M]	TRANSCONTINENTALFM.COM.	Entertainment, Entertainment - Music	Streaming Audio, Radio	10	0,0	0	1
26	[P]	RCN - La Republica	Media	Streaming Video, Streaming Audio, Radio	8	0,0	0	1
27	[P]	RADIO.GARDEN	Entertainment, Entertainment - Music	Streaming Audio	7	0,0	0	0
28	[P]	JAMENDO.COM	Entertainment, Entertainment - Music	Streaming Audio	7	0,0	0	0
29	[M]	GAANA.COM	Entertainment, Entertainment - Music	Streaming Video, Streaming Audio	7	0,0	0	0
30	[P]	RTVE	Entertainment	Streaming Video, Streaming Audio, Cable/Broadcast	4	0,0	0	0
31	[P]	RADIO.COM Network	Media	Streaming Video, Streaming Audio, Radio	2	0,0	0	0
32	[M]	Cadenaser.com Sites	News/Information, News/Information - General	Streaming Video, Streaming Audio, Radio	1	0,0	0	0
33	[M]	CienRadios	Entertainment, Entertainment - Music	Streaming Video, Streaming Audio, Radio	1	0,0	0	0
34	[P]	Bio-Bio Comunicaciones	News/Information, News/Information - General	Streaming Audio, Radio	1	0,0	0	0
35	[M]	Prisa Radio Colombia	News/Information, News/Information - General	Streaming Video, Streaming Audio, Radio	0	0,0	0	0

18.03.21

propeg we sell ideas