

RACIOCÍNIO BÁSICO



SPO
+55 11 5874 9657
AV. BRIGADEIRO FARIA LIMA, 2.954,

BSB
+55 61 3246 9617
SIG QD 4, BL A, SL 21, TÉRREO,



A SABESP, SEU PAPEL NA SOCIEDADE

Com 45 anos de existência, recém-completados no ano de 2018, a SABESP é considerada a quarta maior empresa de saneamento do mundo em população atendida, de acordo com o relatório Arup inDepth Water Yearbook 2014-2015. São 28,1 milhões de pessoas abastecidas com água (25,1 milhões atendidas diretamente e mais de 3 milhões residentes nos municípios atendidos no atacado) e 21,7 milhões de pessoas com coleta de esgoto. O Relatório de Sustentabilidade 2018 da companhia mostra números impressionantes. A SABESP encerrou o último ano com um quadro de 14.449 empregados, que operam 75,5 mil km de redes de distribuição de água e 51,8 mil km de redes de coleta, emissários e interceptores de esgoto; 247 estações de tratamento de água (ETAs) e 565 estações de tratamento de esgoto (ETEs).

Dessa forma, como bem reforçado no briefing, a SABESP é responsável por cerca de 30% do investimento em saneamento básico feito no Brasil, o que leva a companhia a ter em seu planejamento investimento de aproximadamente R\$ 17,3 bilhões, com foco na ampliação da disponibilidade e segurança hídrica, entre o ano de 2018 até 2022. Os números demonstram uma atuação extremamente relevante para o estado de São Paulo. Porém, é fundamental entender o papel da SABESP para a vida dos paulistas. Afinal, esse é o sentido expresso na missão da companhia: "Prestar serviços de saneamento, contribuindo para a melhoria da qualidade de vida e do meio ambiente." As evidências de que esse trabalho vem sendo bem executado estão em números que traduzem o nível de satisfação da população. E são vários os índices que mostram esse resultado.

Em pesquisa divulgada pela Rede Nossa São Paulo e Ibope Inteligência, em parceria com o SESC São Paulo, para analisar a opinião dos moradores da cidade sobre saúde, educação, confiança nas instituições, qualidade de vida e bem-estar, a SABESP foi a segunda empresa mais bem avaliada, com 52% de nível de confiança, sendo uma das quatro, dentre treze instituições, a superar a marca de 50%. A pesquisa mostra um aumento de quatro pontos percentuais na avaliação recebida pela companhia, saltando de 48% em 2017 para 52% no ano de 2018.

Em outra pesquisa de satisfação dos serviços de água e esgoto, realizada pela Fundação Seade a pedido da agência reguladora Arsesp, a SABESP recebeu nota de satisfação acima de 8 de 60% dos municípios ouvidos. O serviço de água foi muito bem avaliado por 80% da população nesses municípios, com avaliação entre satisfeitos ou muito satisfeitos. A pesquisa revela ainda que apenas 16% disseram que precisaram entrar em contato com a operadora em algum momento para relatar problemas, sendo que 74% destes se declararam satisfeitos ou muito satisfeitos com o atendimento.

Por fim, a SABESP também realiza anualmente a pesquisa de satisfação com os clientes e os números também demonstram um índice de aprovação crescente por parte da população. A avaliação teve um aumento de aprovação de 87% em 2017, para 92% em 2018, em relação ao serviço de água, e de 76% para 80%, no mesmo período, nos serviços de esgotos. A avaliação para serviços em geral também apresentou uma pequena melhora, de 81% para 82% de aprovação.

O Presidente do Conselho de Administração, Mario Engler Pinto Junior, no Relatório de Sustentabilidade 2018 reforça, porém, como esse trabalho que resulta na melhoria de índices deve realmente ser encarado: "na SABESP, grandes números significam vidas transformadas com a entrega de água de qualidade nas torneiras e um ambiente mais saudável pela coleta e tratamento do esgoto. Tais fatores são essenciais para que as pessoas tenham mais saúde, melhor desempenho escolar, mais conforto e oportunidades advindas da valorização turística e imobiliária das áreas atendidas". Fica clara, então, a importância da SABESP e seu papel para a população do estado de São Paulo, não simplesmente pela entrega de serviços de água e esgoto, mas por todas as influências positivas que esse trabalho vem exercendo. Nesse cenário, é fundamental um diagnóstico

preciso sobre as necessidades de comunicação, uma vez que o próprio briefing afirma que as campanhas e ações de conscientização têm se mostrado essenciais para contribuir na mudança da cultura e dos costumes dos cidadãos.

DIAGNÓSTICO DAS NECESSIDADES DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA DA SABESP

Em seu Extrato da Política de Meio Ambiente, a SABESP entende sua responsabilidade como empresa cidadã e estabelece diretrizes, que vão desde a atuação na prevenção da poluição hídrica e gestão dos resíduos sólidos, ao compromisso de desenvolver as pessoas para promover a melhoria contínua, visando à qualidade ambiental, sempre em respeito à legislação ambiental e fomentando o desenvolvimento de tecnologias voltadas à proteção, conservação e recuperação do meio ambiente.

Nesse cenário, o briefing sugere como tema do exercício criativo para este processo licitatório o seguinte: “A SABESP como agente de engajamento para a despoluição do Rio Pinheiros”. Hoje o Rio Pinheiros ainda recebe dejetos de indústrias e de residências. A decomposição desses dejetos gera o gás sulfídrico, extremamente venenoso, que exala um odor fétido e dá à água uma cor negra, o chamado “espelho negro”.

A situação dos rios Pinheiros e Tietê é constantemente tema de reclamações da sociedade civil e de matérias na imprensa, como fez a Veja São Paulo em artigo de setembro de 2018, onde afirma que mais de 11 bilhões de reais já foram gastos desde 1992, quando o então governador Fleury lançou o Projeto Tietê e assumiu o compromisso de beber água limpa do rio até 2005. A matéria afirma que a SABESP coleta 87% do esgoto da região metropolitana, mas trata apenas 59% do total gerado, o que equivale a um despejo de dejetos capaz de encher 660 piscinas olímpicas todos os dias.

Mas a realidade dos rios que cortam a capital do estado não foi sempre essa. Entre 1924 e 1944 uma grande maratona aquática reunia nadadores e milhares de espectadores às margens do rio Tietê. O percurso de cerca de 5.000 metros ia da ponte da Vila Maria até o Clube Esperia, onde hoje fica a ponte das Bandeiras. No ano de 1945, a prova passou a ser realizada na Represa de Guarapiranga, já por conta da poluição do Tietê.

Em um evento da ONG SOS Mata Atlântica, em comemoração ao Dia do Tietê, em setembro de 2013, Elisa de Paula, então com 88 anos, contou sobre quando remava no Tietê, entre 1944 e 1960 pelo Clube Esperia: “Os peixes pulavam enquanto a gente remava. Às vezes, também nadávamos. Me dá vontade de chorar quando vejo o rio assim, mas ainda tenho esperança”. Curiosamente, dois meses antes, no dia 23 de julho, matéria do portal Globo.com estampava a manchete “Homem mergulha nas águas do Rio Pinheiros, na Zona Sul de SP”. O fato é hoje tão inusitado que a reportagem buscou informações com o infectologista Ralcyon Texeira, médico da equipe do Hospital Emilio Ribas, de São Paulo, sobre as possíveis consequências do ato. Segundo o infectologista, é possível que o homem tenha contraído alguma doença infecciosa, como diarreia, hepatite A, leptospirose e febre tifoide.

O histórico de um projeto de tão grande complexidade, assim como a pauta negativa gerada até então, faz com que seja urgente uma campanha de conscientização que coloque a SABESP como protagonista na geração de ações e engajamento da população em prol da mudança desse cenário. Embora muito já tenha sido feito pela despoluição de toda a bacia do Tietê, o briefing reforça que os ganhos do projeto não são percebidos, principalmente pela população da capital, já que o principal resultado da iniciativa, a redução de 408 km da mancha poluidora do rio, concentra-se fora da área urbana.

Dentro desse contexto, para que o plano de comunicação seja eficaz em relação aos desafios de objetivos da campanha, cabe ressaltar três pontos do mapa estratégico da SABESP, disponibilizado no briefing e em seu Relatório de Sustentabilidade 2018: dentro do tema ‘cliente e sociedade’, o primeiro é o objetivo de satisfazer o cliente e o segundo, o de fortalecer a imagem da SABESP; e dentro do tema ‘sustentabilidade’, o terceiro objetivo é gerar impacto socioambiental positivo. Tendo esses pontos como alicerces para

o desenvolvimento da estratégia, vale então o aprofundamento sobre desafios e objetivos de comunicação.

DESAFIOS E OBJETIVOS DE COMUNICAÇÃO

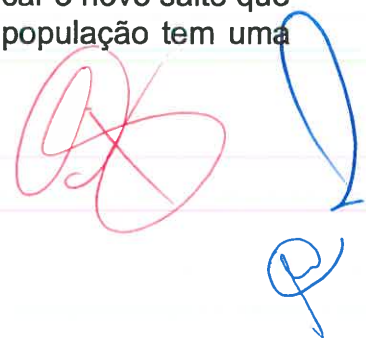
“Os vultosos investimentos na metrópole têm efeitos diretos também na melhoria da qualidade da água de córregos e dos rios Tietê e Pinheiros. Contudo, é mandatório frisar que a completa despoluição e volta da vida a esses cursos d’água dependem da conscientização e do engajamento de todos. Em particular, com o envolvimento dos municípios na limpeza das cidades e fiscalização do descarte irregular de resíduos sólidos e esgotos. E os cidadãos, por sua vez, promovendo a destinação correta dos lixos urbanos e a conexão do esgoto doméstico”, Benedito Braga, Diretor Presidente da SABESP.

O desafio de comunicação está muito bem delimitado no briefing. É preciso desenvolver uma campanha de utilidade pública e institucional, ressaltando o trabalho já executado e em execução pela SABESP, além de promover o engajamento dos diferentes públicos, transformando-os em agentes propagadores e defensores de ações que contribuem para a despoluição do Rio Pinheiros.

Pode-se concluir também pelo briefing que existem alguns obstáculos que devem ser considerados para o desenvolvimento da estratégia a ser adotada, como o descuido da população quanto à necessidade de zelar pelo ambiente retardam a conquista de melhores resultados. Dessa forma, a mudança da cultura e dos costumes dos cidadãos é parte ativa dos esforços de preservação dos recursos naturais. Também já ficou claro que os ganhos dos projetos realizados pela SABESP não são percebidos pela população da capital de São Paulo. É fundamental que esses quadros sejam revertidos.

Portanto, o objetivo geral da campanha é posicionar a SABESP como agente de engajamento para a despoluição do Rio Pinheiros. Tratando-se de uma campanha de engajamento, é preciso que os esforços de comunicação não se limitem a uma prestação de contas da SABESP sobre o que já foi feito, o que está sendo realizado ou o que ainda acontecerá. Essas realizações devem estar “embaladas” em uma mensagem que mostre ao habitante que sua conscientização e trabalho na preservação dos rios, córregos e corpos da água é um ponto chave para que a despoluição do Rio Pinheiros seja alcançada.

O Governo de São Paulo assumiu o compromisso de despoluir o Rio Pinheiros até 2022. Para isso, o investimento em saneamento deve ultrapassar os 15 bilhões de reais nos próximos anos. Porém, saneamento é condição necessária, mas não é suficiente. O lixo descartado em vias públicas que é carregado pelas chuvas para dentro dos rios, sistemas de coletas de lixos e de drenagem urbana deficientes também contribuem para piorar a situação. Todos são responsáveis pela preservação ambiental: governos, empresas e cada cidadão. O meio ambiente corresponde não só ao meio físico e biológico, mas também ao meio sociocultural e sua relação com os modelos de desenvolvimento adotados pelo homem. Portanto, devem fazer parte dos objetivos específicos da campanha: ampliar os esforços de comunicação, gerando maior conhecimento, participação e conscientização sobre como as ações de cada um influenciam no ambiente; valorizar o trabalho já realizado pela SABESP em outros projetos, colocando-a como a entidade que faz parte da solução e não do problema; comunicar o novo salto que será dado rumo à despoluição do Rio Pinheiros; e reforçar que a população tem uma grande responsabilidade com o meio ambiente.



ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

A large, abstract red scribble consisting of several overlapping loops and lines, resembling a stylized signature or a mark.A blue scribble consisting of a large loop at the top and a smaller loop at the bottom, resembling a stylized signature or a mark.

A POPULAÇÃO E A CAUSA AMBIENTAL

Antes de passar pela defesa do partido temático e conceito de campanha, é preciso entender como a população brasileira tem compreendido e se comportado em relação ao tema ambiental. Nesse sentido, são extremamente válidos os dados da pesquisa realizada pelo Ibope, a pedido da ONG WWF, para avaliar a preocupação da população com o meio ambiente, divulgada no segundo semestre de 2018.

Segundo a pesquisa, 9 entre 10 brasileiros (91%) acreditam que a natureza não está sendo protegida de forma adequada. Em 2014, essa porcentagem era de 82%. Também em comparação com os números de 2014, a pesquisa demonstrou que o desmatamento e a poluição das águas continuam sendo vistos como as principais ameaças ao meio ambiente, com 27% e 26% de menções, respectivamente.

Porém, um dos dados mais importantes da pesquisa para este exercício criativo diz respeito ao aumento significativo do percentual de entrevistados que atribuem ao cidadão a responsabilidade em cuidar de parques, reservas e florestas nacionais. Em 2018, o número de brasileiros que pensam também ser atribuição do cidadão cuidar dessas áreas cresceu 20 pontos em comparação com 2014, saltando de 46% para 66%.

Esse aumento do sentimento de responsabilidade é muito propício para que os esforços da SABESP em despoluir o Rio Pinheiros ganhem o engajamento necessário. Ainda segundo a pesquisa, um dos principais fatores para explicar o aumento na preocupação dos brasileiros é a internet, ambiente que possibilita mais comodidade e praticidade para o cidadão se engajar. Porém, apesar de ser uma importante ferramenta, a internet deve ser encarada apenas como um começo desse engajamento. Os pesquisadores reforçam que a alta disposição indicada pela pesquisa não significa que a ação para o envolvimento dos entrevistados se dê de modo espontâneo e imediato. Trazer um efeito prático à disponibilidade apontada pelos brasileiros de se engajar nas causas pesquisadas é o principal desafio. A disposição precisa ser transformada em mobilização.

PARTIDO TEMÁTICO E CONCEITO

“Todos nós temos um compromisso de colocar o Rio Pinheiros, até dezembro de 2022, limpo. São Paulo não pode mais ficar convivendo com a poluição de dois rios que cortam a cidade e achar que o tempo tomará conta disso ou a falta de cuidado fará com que se eternize um problema que vitima a cidade e seus habitantes”. Foi assim que o governador, João Dória, anunciou a nova etapa do projeto Novo Rio Pinheiros, no último dia 12 de julho. Diversos meios de comunicação divulgaram nos dias posteriores o maior desassoreamento realizado no Rio Pinheiros pela Empresa Metropolitana de Águas e Energia.

Assim como o governo do estado vem trabalhando para fazer sua parte, a SABESP tem também se preparado para o grande salto que será dado em relação à despoluição do Rio Pinheiros. É preciso reconhecer que historicamente a companhia tem iniciativas que já trouxeram grandes resultados, como o Projeto Tietê, com expansão dos sistemas de coleta e tratamento de esgoto; o Se Liga na Rede, que subsidia e executa obras nas moradias da população de baixa renda, permitindo que as casas sejam conectadas à rede de esgoto, ligando as instalações sanitárias às tubulações de esgoto; e o Córrego Limpo, programa que já despoluiu mais de 150 córregos na capital paulista. Porém, o momento agora é de mostrar para a população que algo realmente grande irá acontecer.

Em entrevista no último mês de maio, o diretor presidente da SABESP reforçou essa visão de que os esforços poderão trazer resultados em breve. “Planejamos investir R\$ 16 bilhões na construção de sistemas de coleta e tratamento de esgoto. Estamos focando na despoluição do Rio Pinheiros. Temos perspectivas boas de, em curto espaço de tempo, colocar aquele rio urbano em condições muito melhores de aproveitamento”.

As ações estão acontecendo. Até mesmo a imprensa está dando cobertura aos fatos e gerando uma pauta positiva. Se a população brasileira está mais propensa a fazer sua

parte na preservação ambiental, é hora de mostrar que os esforços da SABESP e do governo de São Paulo não terão efeito se o cidadão não se conscientizar e se engajar. O partido temático da campanha estará então fincado nos pilares da ação, conscientização e engajamento. Uma prestação de contas que desperta o sentimento da mudança e gera a mobilização em torno do bem comum.

FAÇA PARTE DA #ONDANOPINHEIROS

Para que a população tenha a percepção de que se trata de um grande salto que está sendo dado rumo à despoluição do Rio Pinheiros, é preciso que a campanha mostre uma mobilização nunca antes vista. Em primeiro lugar, a grande “Onda no Rio Pinheiros” é inusitada. O morador da capital que ouve falar em uma onda nos rios que cortam a cidade já irá se interessar nesse novo fato. O fator inesperado é, portanto, o primeiro grande trunfo do conceito.

Em segundo lugar, o sentido do conceito deve encarar essa “grande onda” como um movimento popular de engajamento. Toda a sociedade se unindo e dando força à causa. A utilização da hashtag reforça o que já foi citado nos estudos da pesquisa Ibope/WWF sobre a facilidade de engajamento da população por meio das redes sociais.

Porém, um terceiro ponto fundamental sobre o conceito está no comando para a população: “Faça parte”. O convite à participação pode ser desdobrado também durante a campanha para uma maior conexão. À medida que o esforço de comunicação mostra a cada cidadão o que deve ser feito para salvar o Rio Pinheiros, o “faça parte” se transforma também em “faça a sua parte, descartando seu lixo da forma correta, denunciando situações irregulares e tomando atitudes mais corretas”.

Cabe ainda ressaltar que a SABESP tem entre seus programas o Onda Limpa, o maior programa de saneamento ambiental da costa brasileira. Com cerca de 12 anos de programa, a cobertura com coleta de esgoto saltou de 54% para 77%, além do tratamento de 100% do esgoto coletado. A proposta de levar a “onda” para os rios da capital e seus afluentes se mostra completamente alinhada com uma atuação marcante da companhia.

O conceito apresentado então se mostra de fácil entendimento e capaz de contribuir decisivamente para o engajamento da população. É importante ressaltar também que, apesar do caráter de surpresa da grande onda que está “arrastando” a cidade, o conceito pode reforçar também que se trata de uma onda que vem sendo criada há anos. Dessa forma, fica mais fácil o entendimento sobre os esforços anteriores e sua importância para que hoje a SABESP e o Governo de São Paulo possam dar um passo mais ousado, com a promessa de transformar drasticamente a situação do rio em curto espaço de tempo. Porém, antes de compreender como o conceito irá se apresentar dentro da campanha, é válido um rápido detalhamento sobre os principais pontos da estratégia de comunicação.

O QUE DIZER

O briefing evidencia que é preciso posicionar a SABESP como agente de engajamento para a despoluição do Rio Pinheiros. Isso quer dizer que a comunicação deve mostrar ao cidadão como cada um pode contribuir e conscientizar familiares, amigos, vizinhos e sociedade em geral sobre a importância da preservação dos rios, córregos e corpos d’água, especialmente na missão de despoluir o Rio Pinheiros.

A “Onda no Pinheiros” irá então dizer que a SABESP vem trabalhando há anos e que agora está preparando grandes investimentos para transformar a realidade do Rio Pinheiros. Além de levar uma mensagem de prestação de contas, o discurso deverá também contemplar a mobilização social para que todos participem.

A QUEM DIZER

A Região Metropolitana de São Paulo (RMSP) concentra mais de 20 milhões de pessoas, aproximadamente 47% dos habitantes do estado. Em janeiro de 2019, com a entrada de Guarulhos, a SABESP passou a atuar em 35 dos 39 municípios que integram a RMSP, o que mostra a enorme capilaridade da companhia. E é a capital do estado a que menos

nota os esforços da empresa na recuperação de córregos e rios. Nesse sentido, trata-se de um público prioritário para ser informado não só sobre o salto que será dado rumo à despoluição do Rio Pinheiros, mas deixá-lo ciente dos esforços realizados anteriormente. Porém, comunicar com o público da capital paulista não é suficiente. Mais uma vez recorrendo ao briefing, é solicitado que seja feita uma divulgação local e regional inicialmente e, posteriormente, seus reflexos em âmbito estadual. Isso quer dizer que a mensagem da onda faz ainda mais sentido, uma vez que ela se iniciará dentro da capital, mas irá se expandir, mostrando que todo o estado se beneficia com esse engajamento.

Para o sucesso da campanha é preciso também que, além da mensagem voltada para a sociedade geral, haja uma articulação com outros órgãos e esferas públicas de poder, além dos demais poderes, como o Judiciário e o Legislativo, e ações com empresas, entidades, escolas, universidades.

É importante também que toda a mensagem se inicie ainda dentro da companhia. Os quase 15 mil colaboradores se tornam uma importante ferramenta de multiplicação da mensagem que não pode ser desprezada nesse momento. O público interno e os acionistas devem tomar conhecimento da campanha antes mesmo do público geral.

COMO DIZER

Como já ficou muito claro na definição do partido temático, a linha de comunicação a ser adotada deve estar baseada em uma narrativa que envolva as ações realizadas e ações a serem feitas, a conscientização da população e o engajamento de cada cidadão. Porém, o briefing também reforça a importância de se contar as histórias dos rios e o trabalho realizado desde 1992.

Uma vez que a campanha terá grande apelo na internet e redes sociais para fazer a "Onda no Pinheiros" crescer, será um bom momento para que a população se aprofunde um pouco mais nessa história e principalmente passe a ter a percepção e o entendimento da SABESP como parte da solução do problema. Essa forma de conduzir a narrativa será fundamental para dar credibilidade à mensagem.

QUANDO DIZER

Assim como a campanha será divulgada como uma "onda" que começa na capital e alcança todo o estado, pode-se entender também o período de campanha acompanhando essa mesma onda, se iniciando em um esforço de curto prazo (de 15 a 20 dias), mas se sustentando a médio e longo prazo (de 21 a 60 dias ou mais). Para isso, serão programados dois flights para a campanha: o primeiro em um esforço concentrado na capital e, posteriormente, direcionando a comunicação para todo o estado.

Para que a campanha aproveite um melhor momento para se gerar mídia espontânea e talkability, o seu pré-lançamento acontecerá no dia 22 de setembro, quando se celebra o Dia do Tietê. A data já foi muito celebrada em anos anteriores, porém, as buscas na internet por ações de comunicação nessa data demonstram que há alguns anos ela vem caindo em esquecimento. Um anúncio em jornal marcará a data e irá preparar a população para o lançamento da campanha. Uma oportunidade também para parcerias com empresas, sociedade civil e outras esferas do governo em torno dessa importante causa.

QUE MEIOS DE DIVULGAÇÃO, INSTRUMENTOS OU FERRAMENTAS UTILIZAR

Embora este assunto seja abordado com profundidade mais à frente, na Estratégia de Mídia, é importante ressaltar os principais pontos. O primeiro flight, de 20 dias, na capital, contará com TV aberta, rádio, mídia exterior, internet, revista e jornal. O segundo flight, de 40 dias e em todo o estado, contemplará TV aberta, rádio, mídia exterior e internet. Porém, vale ressaltar que a campanha poderá se estender por um prazo ainda maior com peças de não mídia, como a continuidade de ações com presença digital nas redes próprias da SABESP, além de parcerias com outros órgãos, empresas, ONGs etc, como ficará mais claro no texto da Estratégia de Não Mídia.

A CAMPANHA

O conceito "Faça parte da #OndanoPinheiros" irá se aproveitar de uma paixão que vem crescendo no país, especialmente em São Paulo: o surfe. O estado mostrou ao mundo representantes ilustres do esporte: Gabriel Medina e Adriano de Souza, que se tornaram campeões mundiais; Filipe Toledo, vencedor de algumas etapas mundiais; e uma nova geração de surfistas brasileiros que vem crescendo e se destacando no cenário do surf mundial. Aproveitar um grande surfista de ondas para divulgar essa grande "onda no Rio Pinheiros", além de deixar o argumento criativo ainda mais pertinente, se vale de um público também crescente no esporte. Um estudo realizado pela Alma Surf e a Toledo & Associados, ainda em 2012, portanto antes dos títulos mundiais dos brasileiros, indicava que o país tinha cerca de 3 milhões de praticantes de surf, porém, com mais de 30 milhões de adeptos do estilo de vida que gira em torno do esporte.

A campanha irá então "surfar na onda" do sucesso do esporte para transmitir para a população um tema tão relevante. Para esse exercício criativo, a sugestão é utilizar um embaixador como o bicampeão mundial Gabriel Medina, nome mais conhecido do esporte no país, com quase 8 milhões de seguidores no Instagram. Ao ser divulgado sobre "uma grande onda" que começa a ser formada na capital paulista, até mesmo um campeão mundial, como Medina, aparece para fazer parte. Porém, apesar de aparecer nas principais peças da campanha, o surfista profissional é somente mais um em meio à grande multidão que, na realidade, é quem forma uma "onda do bem".

A linguagem para as peças de TV e rádio lembra a linguagem jornalística quando um fato importante ou inusitado é anunciado. É dessa forma que uma onda gigante no meio da cidade de São Paulo é noticiada para a população. O objetivo é transmitir para o público a ideia de que se trata de um grande salto na despoluição do Rio Pinheiros. Outra forma de aproveitar a figura de um surfista profissional e traçar um paralelo utilizando linguagem figurativa do esporte será com a produção de um vídeo para a internet, no qual Medina aparece ensinando manobras para quem quiser "surfar nessa onda". Porém, neste caso, as manobras ensinadas tratam da conscientização e de ações práticas em prol da recuperação do Rio Pinheiros.

Toda a campanha terá como sustentação na internet um hotsite onde se concentrará grande parte da informação da campanha, não só em relação ao que a SABESP irá realizar, mas também contribuindo para a construção de uma narrativa mostrando a história dos rios, o trabalho já realizado desde 1992, assim como os novos desafios e formas da população ajudar. O hotsite, juntamente com as ações nas redes sociais, também será uma ferramenta importante para aferir os resultados alcançados pela ação de publicidade desenvolvida tanto online quanto off-line, uma vez que será o canal para onde todas as peças irão direcionar o público, medindo seu engajamento.

Como já ressaltado anteriormente, a campanha será dividida em um flight direcionado para a capital e outro para todo o estado. As peças nos dois flights seguem a mesma linha visual, porém o discurso sofre pequenas mudanças. No primeiro momento, em um esforço de curto prazo, o público da capital recebe uma mensagem com o apelo mais forte no engajamento e nas ações que cada um pode realizar. No segundo momento, em um esforço de comunicação estadual, o público tem conhecimento dessa onda, que não ficará limitada ao Rio Pinheiros, expondo de forma mais clara tudo que a SABESP já vem fazendo pela despoluição de rios e córregos por toda a região.

Finalmente, cabe ainda ressaltar que a linha visual foi criada respeitando o manual da companhia, contribuindo para que esse esforço de comunicação seja percebido pela população como integrante de uma estratégia de comunicação mais ampla da empresa. Dessa forma, a campanha aqui apresentada não só cumpre com o que o briefing solicita, como se mostra capaz de conscientizar, gerar novos comportamentos e ações e engajar toda a população.

IDEIA CRIATIVA

[Handwritten signatures in red and blue ink]

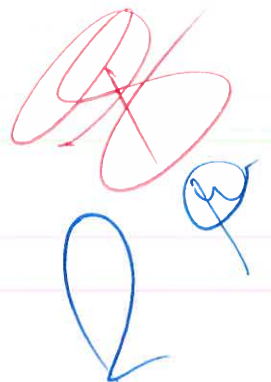
Peças exemplificadas:

1. TV - Filme 60": peça de lançamento da campanha para o flight voltado à população da Região Metropolitana de São Paulo.
2. Rádio - Spot 30": peça de lançamento da campanha para o flight voltado à população da Região Metropolitana de São Paulo.
3. Revista - Anúncio página dupla: peça de pré-lançamento da campanha para o flight voltado à população da Região Metropolitana de São Paulo.
4. Não mídia - Filme 60": peça de sustentação da campanha nas redes sociais, utilizada no início da campanha, porém poderá se estender pelos dois flights, uma vez que a ideia é que seja gerado um grande compartilhamento dessa peça, utilizando influenciadores digitais em um primeiro momento, até que o engajamento se torne orgânico.
5. Não mídia - Hotsite: peça de sustentação da campanha utilizada durante os dois flights. O público literalmente navega pelo site, como se estivesse em uma onda que mostra informações relevantes, como o trabalho da SABESP no passado, no presente e no futuro. Todas as peças direcionam o fluxo do público para o endereço do hotsite.
6. Internet - Banner de internet: peça de sustentação da campanha, especialmente no primeiro flight. O banner é interativo e o público pode ter uma ideia de como ficará o Rio Pinheiros despoluído, dando uma motivação a mais para o engajamento à campanha.
7. Jornal - Anúncio capa: essa peça será veiculada no dia 22 de setembro, Dia do Tietê, um dia antes do lançamento da campanha nos outros meios. O anúncio dará uma prévia da campanha que a população está prestes a conhecer e a forma de se engajar nela.
8. Mídia exterior - Mobiliário urbano: peça de sustentação da campanha para o flight estadual. Comunica a "onda" que está chegando em todo o estado.
9. Não mídia - Instagram stories: peça de sustentação da campanha para o flight estadual, com informações sobre o que já foi feito e o que ainda virá com a chegada da "onda no Pinheiros".
10. Não mídia - Cortina d'água: peça diferenciada de não mídia, onde a mensagem é transmitida por uma cortina d'água, atraindo interesse do público, compartilhamento e mídia espontânea. Estará presente a partir do pré-lançamento da campanha.

Peças não exemplificadas:

11. TV - Filme 30": adaptação da peça de lançamento exemplificada. Será utilizada em ambos os flights.
12. Rádio - Spot 30": adaptação da peça exemplificada para o segundo flight.
13. Mídia exterior - Diversos formatos: adaptações da peça exemplificada para diferentes formatos de OOH e DOOH com mensagem específica para os dois flights.
14. Internet - Diversos formatos: adaptações de peças para formatos em mídia display, mídia display (mobile), vídeo 15" e 30", áudio 30" para ambos os flights.
15. Não Mídia - Posts rede própria - Diversos formatos: aproveitando as redes sociais próprias da SABESP, uma série de posts na linguagem da campanha darão dicas de como contribuir para a despoluição dos rios e córregos de São Paulo.
16. Não mídia - E-mail marketing: peça direcionada para públicos específicos, como colaboradores, acionistas, entidades de proteção ao meio ambiente e veículos de comunicação. Cada público receberá um e-mail marketing diferente, com linguagem específica, falando em primeira mão sobre a campanha.
17. Não mídia - Cartaz A3 digital: peça disponibilizada para que parceiros possam fazer o download, imprimir e disseminar a campanha.
18. Não mídia - Cartilha educativa digital: peça disponibilizada para que parceiros possam fazer o download, imprimir e disseminar a campanha. Com linguagem didática, pode ser muito utilizada em escolas.
19. Não mídia - Pitch SABESP: aproveitar o desafio de 2019 para disseminar a campanha e incentivar iniciativas inovadoras com a mesma temática.

ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA



SPO
+55 11 5874 9637
AV. BRIGADEIRO FARIA LIMA, 2.954,
CONJ 21 JD. DAUHLSTANO

BSB
+55 61 3246 9617
SIG QD 4, BL A, SL 21, TÉRREO,
ED. CAPITAL FINANCIAL CENTER



Saneamento é um elemento fundamental para a saúde e qualidade de vida de uma população. O acesso a esse tipo de serviço traz benefícios significativos, como a diminuição da mortalidade de vida e de internações decorrentes de enfermidades relacionadas à veiculação hídrica, além do fomento ao turismo e ao setor imobiliário.

Além dos ganhos sociais já mencionados, para os paulistanos, ampliar a infraestrutura de saneamento é importante por contribuir também com a melhoria da qualidade dos rios, em especial do Rio Pinheiros e de seus muitos córregos afluentes que enchem represas utilizadas no abastecimento de água da região.

Por mais inovadores e ousados sejam os esforços da SABESP, no entanto, não será ela sozinha que solucionará os graves problemas de recuperação e melhoria dos mananciais e preservação dos rios. É responsabilidade de toda a sociedade. A comunicação da marca, portanto, deve assumir-se como um agente mobilizador da mudança e engajar todos os paulistas.

E aqui destacamos a principal atribuição dos meios de massa. Eles levam uma mensagem universalizante a grandes audiências dispersas e heterogêneas de forma instantânea. Por esta característica, são meios de grande impacto e influência e ajudam a disseminar uma mensagem rapidamente a um grande número de pessoas. Neste planejamento, portanto, serão fundamentais para projetar na mente da população de São Paulo a importância da conservação e cuidado com o Rio Pinheiros para o futuro dos paulistanos.

Por outro lado, como o briefing explora, é preciso também “engajar os diferentes atores sociais nesse processo”, que precisam se juntar ao esforço da SABESP nesta causa. E para falar com esse público é importante buscar meios alternativos capazes de identificar audiências precisas, para trabalhar com mensagens direcionadas.

Fica evidente, então, a integração de uma estratégia de mídia que combine a força mobilizatória das mídias de massa, que atinjam grandes públicos de forma imediata, com os meios segmentados, cujas tecnologias possibilitam a distribuição de mensagens dirigidas a públicos muito específicos.

A eficiência da mídia se dará mediante a criação de um mix de meios, onde buscaremos o equilíbrio entre dois quesitos, sendo: cobertura e frequência. Com o primeiro, alcançando grandes públicos, tem-se a visibilidade para a comunicação, enquanto com o segundo, distribuiremos a mensagem suficientemente até gerar lembrança.

PERÍODO

Conforme o briefing demonstra, a SABESP vem executando desde 1992 o Projeto Tietê, um dos maiores projetos de saneamento do país, com o objetivo de revitalizar progressivamente os rios Tietê, Pinheiros e seus afluentes. Os resultados são evidentes. O projeto, nestes 27 anos de existência, no momento em sua 3ª etapa, já foi responsável pela redução de 408 km da mancha de poluição dos rios que cortam a Região Metropolitana de São Paulo, entre 1992 e 2018.

Apesar disso, os ganhos desse projeto ainda não são percebidos pela população. Por isso que é fundamental um plano de comunicação que traga visibilidade a estes resultados e que conscientize a população a participar desse grande esforço, minimizando, sobretudo, a chamada poluição difusa, resultado da má adequação do lixo doméstico, descarte de lixo nas ruas, entre outras ações que levam detritos aos rios.

Dessa forma, pela sua importância histórica, propomos a realização de um pré-lançamento no dia 22 de setembro, aniversário do Rio Tietê. A data explora o referencial simbólico do rio mais importante da cidade, onde o Rio Pinheiros deságua, para prenunciar o início da veiculação no dia seguinte, 23 de setembro.

Durante a veiculação da campanha, a nossa proposta é compor um mix de meios em uma programação de dois flights. O primeiro terá 21 dias de veiculação e programação

voltadas à população da Região Metropolitana de São Paulo, onde o foco da mídia será voltado à conscientização e ao engajamento do paulistano na preservação dos rios que cortam a cidade, posicionando a marca SABESP como o principal agente mobilizador. Nesta fase, tendo em vista a necessidade de maior comprometimento da população no processo, será o momento que concentraremos o maior esforço de mídia. O período de veiculação será de 22 de setembro até 11 de outubro de 2019.

O segundo flight terá duração de 40 dias e será voltado a toda a população do estado de São Paulo, incluindo os habitantes da capital, já impactados no primeiro flight. O foco dessa veiculação é demonstrar o quanto o paulistano está contribuindo na preservação de seus recursos hídricos em parceria com a SABESP. Além disso, nessa oportunidade, o material da campanha poderá aproximar a população da marca. Mostrando muito do que a SABESP vem fazendo ao longo dos anos e que, em muitos casos, é desconhecido pela população em geral.

Com essa estratégia, teremos uma programação em onda crescente, cobrindo inicialmente uma audiência local e regional no primeiro flight para, em seguida, alcançar públicos em âmbito estadual, complementando a frequência em que será exposto na primeira fase.

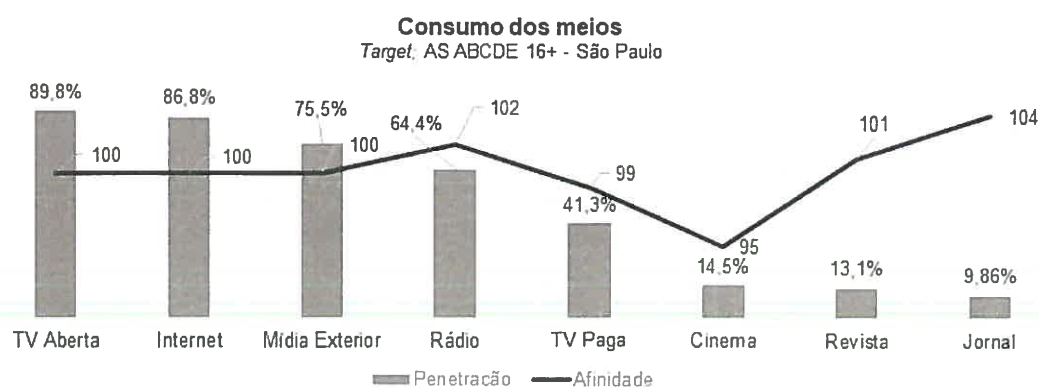
O período prolongado de exposição da mensagem, ao período total de 60 dias, será importante também para se estabelecer uma cultura participativa da população em relação à manutenção de seus mananciais e para a despoluição definitiva do Rio Pinheiros.

ESTUDO DO PÚBLICO-ALVO

No briefing é evidente a necessidade de uma “divulgação local e regional e, posteriormente, seus reflexos em âmbito estadual, esclarecendo como e quando o cidadão está contribuindo para melhorar a poluição do Rio Pinheiros”. Desta forma, percebemos a inevitabilidade de atuar a comunicação em duas praças: a região metropolitana da cidade de São Paulo, em caráter prioritário, onde o Rio Pinheiros corta e que demanda um maior poder de ação da população. A outra é a população de todo o estado, que deve perceber as ações em andamento e engajar-se à causa.

Somando este entendimento, consideramos cidadão todo aquele indivíduo que, como membro do estado, usufrui de direitos por este garantido e que desempenha deveres, aos 16 anos. Portanto, é quando o indivíduo passa a exercer plenamente a sua cidadania e atuando ativamente na construção de melhorias na sociedade conforme suas opiniões.

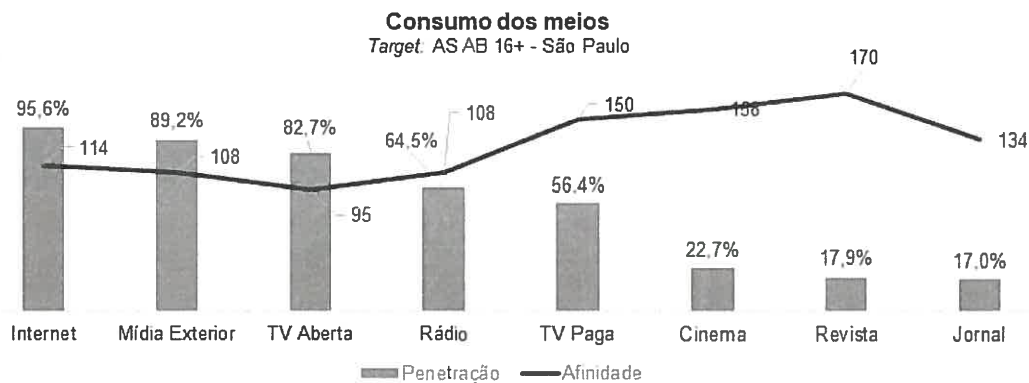
Pela ferramenta TGI (Target Group Index), do Instituto Kantar IBOPE, extraímos os dados de consumo de mídia neste público prioritário. Como resultado, obtivemos:



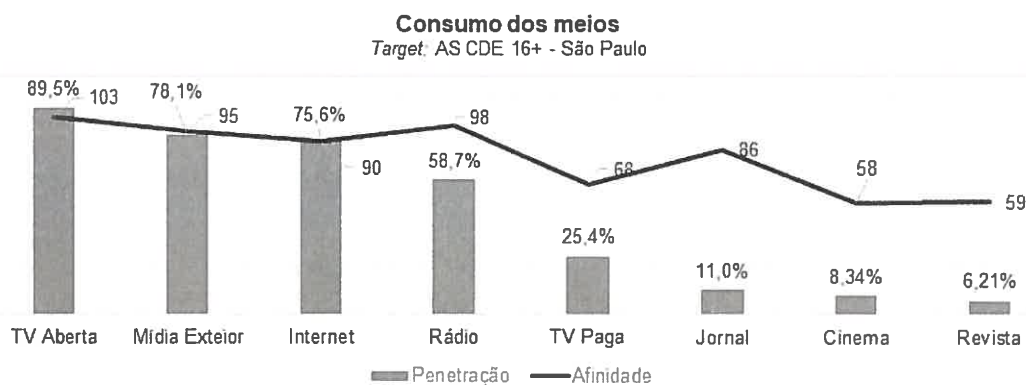
Fonte: IBOPE Target Group Index - BR TG 2019 (2018 1s + 018 2s - Copyright TGI Latina 2019)

No gráfico acima, temos a real noção dos meios de comunicação mais consumidos pelo público-alvo, onde TV aberta, internet, mídia exterior e rádio figuram como os quatro principais meios, com penetração de 89,8%, 86,8% 75,5% e 64,4% respectivamente. Quando analisamos sua afinidade, dado obtido pela divisão dos percentuais de perfil do meio pelo perfil da população total, percebemos que, dos quatro meios mais consumidos, apenas o meio rádio possui afinidade - quando o índice está acima de 100. Pelo critério de afinidade é possível identificar a relevância do meio para com o público-alvo observado.

Neste estudo, temos uma dimensão total do público. Contudo, entendendo que, em uma metrópole com mais de 22 milhões de habitantes, há diferentes vertentes e percepções do problema que a poluição dos rios traz, sugerimos estratificar o público prioritário em ambos os sexos, das classes AB com 16 anos ou mais, e ambos os sexos, das classes CDE com 16 anos ou mais. O objetivo é entender a variação no consumo de mídia que precisa ser considerada nestes perfis ou se podemos considerar o consumo dos meios com o target "agrupado" na análise.



Fonte: IBOPE Target Group Index - BR TG 2019 (2018 1s + 018 2s - Copyright TGI Latina 2019)



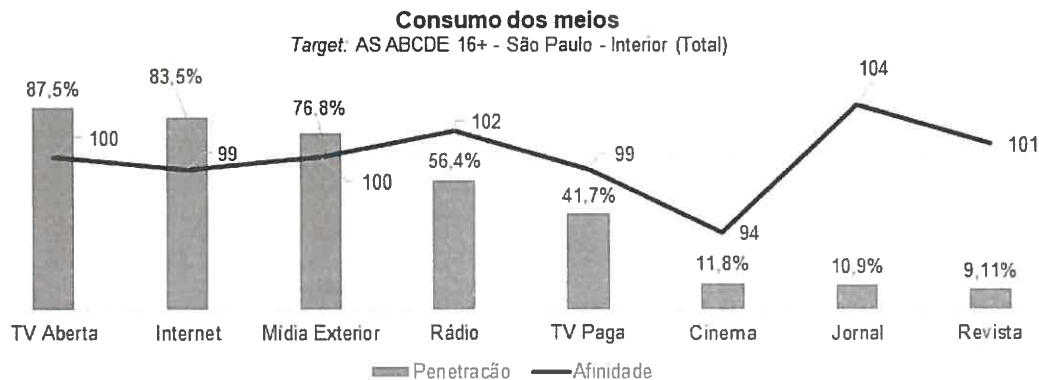
Fonte: IBOPE Target Group Index - BR TG 2019 (2018 1s + 018 2s - Copyright TGI Latina 2019)

Ao comparar os dois gráficos, nota-se uma relevante discrepância de hábitos entre os públicos. Os quatro maiores meios em penetração permanecem sendo TV aberta, internet, mídia exterior e rádio, contudo com indicadores diferentes. Enquanto na população paulistana das classes CDE, a TV aberta conserva-se como meio de maior penetração, nas classes AB o meio é apenas o terceiro neste índice, ultrapassado pelos meios internet e mídia exterior. Mídia exterior é o segundo meio mais consumido em ambos os públicos, com um índice de penetração maior na população AB,

comportamento observado também no meio rádio, onde a penetração é maior na população AB em relação ao CDE.

Também podemos verificar a afinidade dos meios de comunicação. Dos quatro maiores meios em penetração, há afinidade similar nos meios internet, mídia exterior e rádio na população AB, enquanto só foi observado este índice em TV aberta para o target CDE.

A última análise, por fim, deu-se em relação ao cidadão do interior do estado de São Paulo, incluindo também a praça de Campinas. Como esse público será impactado no segundo momento da campanha, para tomar conhecimento das ações realizadas em prol da despoluição do Rio Pinheiros, estudamos sua integralidade sem a estratificação por classe social sugerida para a população paulistana.



Fonte: IBOPE Target Group Index - BR TG 2019 (2018 1s + 018 2s - Copyright TGI Latina 2019)

Neste último gráfico, verificamos uma significativa diferença no consumo de mídia. A TV aberta repete-se como o meio mais consumido na população com 16 anos ou mais de todas as classes sociais, residente no interior de São Paulo, seguido dos meios internet e mídia exterior. Na análise da afinidade, entre os quatro principais meios, percebemos o índice apenas no meio rádio.

Encerradas todas as análises do público-alvo, é possível assegurar que os meios TV aberta, rádio, mídia exterior e internet são meios de maior penetração em todos os públicos-alvos analisados, e tal informação nos conduz a recomendá-los como aqueles onde trabalharemos este plano de comunicação, considerando, claro, para sua eficiência, suas características e peculiaridades.

A seguir, detalhamos a tática de mídia desmembrada pelos meios recomendados.

TÁTICA DE MÍDIA

TV ABERTA

Conforme descrito anteriormente, é o meio de maior penetração entre o público AS ABCDE 18+ e AS CDE 18+, moradores da cidade de São Paulo (Região Metropolitana, Zona Norte, Zona Sul, Zona Leste, Zona Oeste e periferias). Também apresenta alto índice entre o público considerado qualificado (AS AB 18+). Se segmentarmos para o interior do estado, o meio é o terceiro maior em penetração.

Um estudo do Ibope Conecta (abril 2018) mostrou que 95% dos internautas afirmam ver TV enquanto acessam a web, além disso, consumo da segunda tela (celulares+tablets) enquanto assiste-se à TV aumenta a eficiência da publicidade na TV (dados MediaCon 2018).

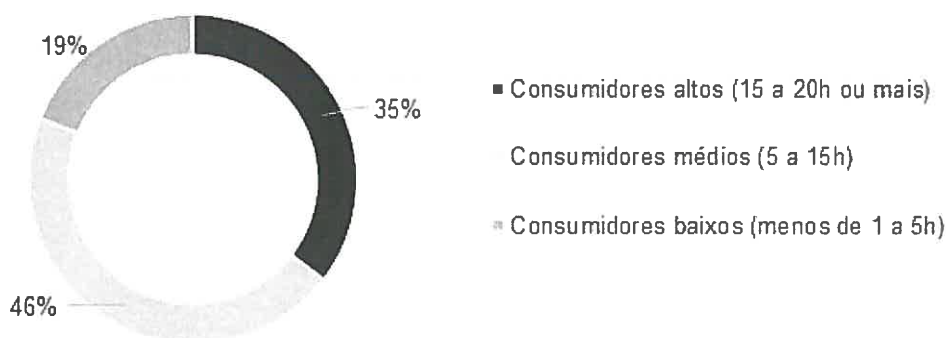
Pela utilização do meio será possível garantir alcance para que todos os públicos supramencionados sejam, em algum momento, impactados, já que a TV aberta é um meio eficiente em construção de cobertura. Por isso, o target proposto para a tática de TV

será o AS ABCDE 18+, segmentação São Paulo, seleção mais próxima do público prioritário recomendado no briefing e disponível no MW Televisão, software de pesquisa do IBOPE responsável por aferir as métricas do meio TV.

Por se tratar de uma comunicação direcionada a um mercado específico, São Paulo (capital+estado), faz-se necessária uma análise mais detalhada a fim de identificar peculiaridades na forma de consumo do meio. Abaixo, o gráfico nos mostra o tempo de horas expandido na TV aberta na cidade de São Paulo, em um período de 7 dias no target AS ABCDE 18+.

Tempo consumindo TV aberta - 7 dias

Target: AS ABCDE 18+ - São Paulo



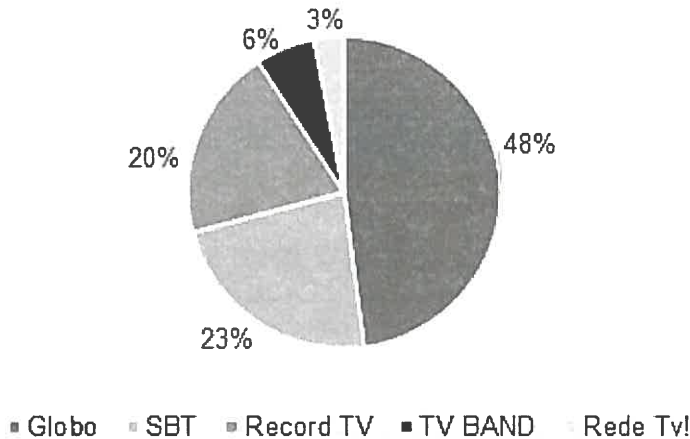
Fonte: IBOPE Target Group Index - BR TG 2019 (2018 1s + 018 2s - Copyright TGI Latina 2019)

A média de tempo assistindo à TV no Brasil gira em torno de 9h17m semanais, segundo levantamento da Kantar Ibope Media realizado em dezembro de 2018. Em São Paulo, 57,61% da população passa mais de 10h consumindo o meio, ou seja, mais da metade dos paulistanos são considerados consumidores médios a altos da TV aberta. São pelo menos 1,42 horas aproximadas em contato com informação e entretenimento diariamente.

Para uma tática de programação assertiva, consideramos a audiência de cada programa no público AS ABCDE 18+ (faixa disponível na ferramenta de pesquisa) na Grande São Paulo, selecionando para os dois flights, preferencialmente, os programas com melhor índice dentro da grade das cinco principais emissoras, respeitando a participação de audiência (share), conforme gráfico a seguir:

Share de participação das emissoras

Target: AS ABCDE 18+ - São Paulo



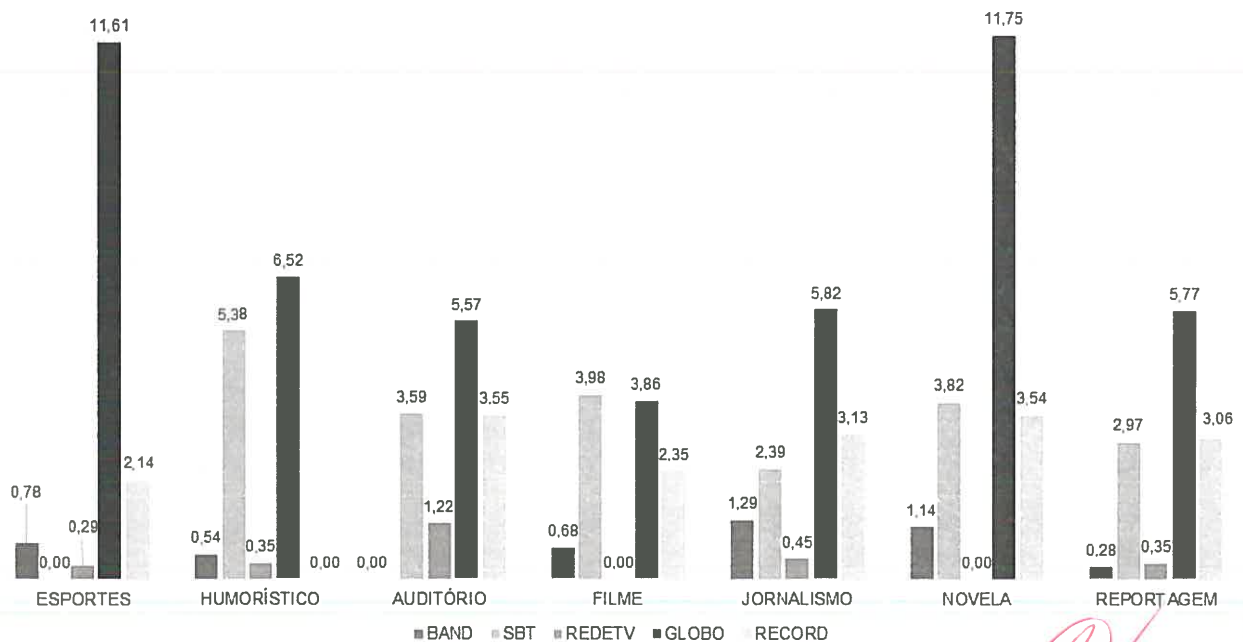
Fonte: KANTAR IBOPE MEDIA - Media Workstation Televisão - 4.3.4.6 TR10.4 VT5.4 LATAM PV7.4(v73 UNIFIED) (X64) - última atualização: 2019-07-08

Visando ainda a menor dispersão possível da mensagem, nos valem do estudo de preferência do target (AS ABCDE 18+ - Grande São Paulo) por gênero em cada emissora, feito por meio do Media Workstation, ferramenta do Instituto Kantar Ibope.

A partir da análise desse estudo, foi possível definir quais gêneros teriam maior adequação com o público, sendo programa esportivo, humorístico, auditório, filme, jornalismo, novela e reportagem, conforme gráfico a seguir:

Preferência por gênero de programação

Target: Ambos os sexos, ABCDE, 18 anos ou mais



EMISSORAS	AS ABCDE 18+						
	ESPORTES	HUMORÍSTICO	AUDITÓRIO	FILME	JORNALISMO	NOVELA	REPORTAGEM
BAND	0,78	0,54	0,00	0,68	1,29	1,14	0,28
SBT	0,00	5,38	3,59	3,98	2,39	3,82	2,97
REDETV	0,29	0,35	1,22	0,00	0,45	0,00	0,35
GLOBO	11,61	6,52	5,57	3,86	5,82	11,75	5,77
RECORD	2,14	0,00	3,55	2,35	3,13	3,54	3,06

Fonte: KANTAR IBOPE MEDIA - Media Workstation Televisão - 4.3.4.6 TR10.4 VT5.4 LATAM PV7.4(v73 UNIFIED) (X64) - última atualização: 2019-07-08

Para o planejamento, o meio terá dois flights. O primeiro terá início no lançamento da campanha, mantendo-se por 20 dias no ar, com veiculação na cidade de São Paulo, praça que possui sinal próprio nas emissoras. Isso nos possibilita fazer uso dos programas locais, garantindo, assim, melhor custo-benefício e trazendo maior proximidade junto à população. A programação, com filmes de 30" e 60", contemplará também programas de maior audiência, que resultarão em um maior impacto.

Para garantir abrangência em todo o estado, requisito do briefing, além de um melhor aproveitamento do investimento destinado ao meio, o segundo flight ficará no ar durante 40 dias subsequentes ao primeiro flight, com veiculação regional cobrindo todo o estado de São Paulo, com filme de 30".

RÁDIO

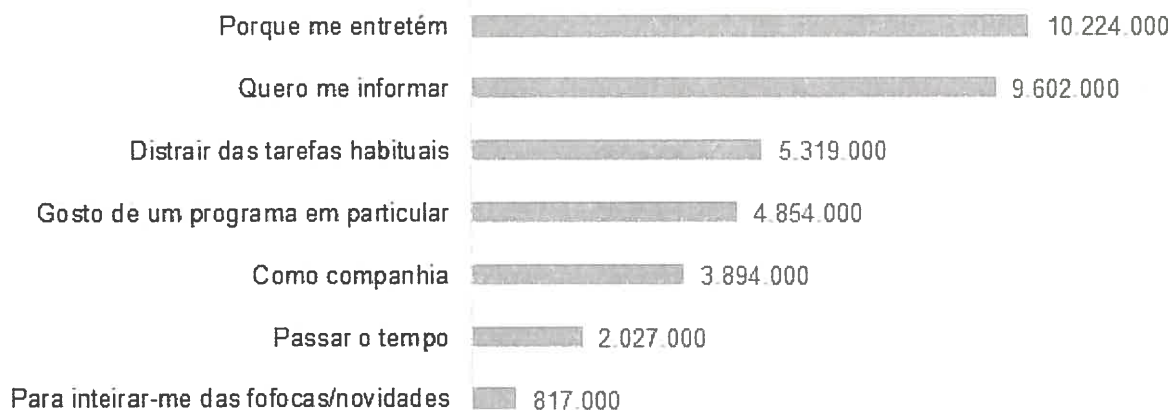
O rádio é o quarto meio de maior penetração em todos os targets segmentados descritos na Estratégia de Mídia. Nos permite ampliar a frequência de exposição da mensagem. É possível identificar que nos públicos AS CDE 16+ e AS ABCDE 16+ anos, representados aqui pelos moradores de São Paulo, a penetração do meio possui uma variação, de 58,7% para 64,4%, respectivamente.

Tratando-se de um meio que acompanha a vida das pessoas enquanto elas estão em trânsito, seja no carro ou ônibus, e as acompanha também em momentos de lazer e/ou descanso, é essencial avaliar a análise de comportamento dos paulistas em geral em relação ao meio, bem como onde o rádio é preferencialmente escutado e com quais equipamentos.

Segundo a ferramenta Target Group Index (TGI) no IBOPE, 67% das pessoas que residem no estado de São Paulo possuem o aparelho em casa, 19% possuem aplicativos de rádio baixados em seus celulares e quase 4% costumam ouvir rádio online (últimos 30 dias), o equivalente a 1.443.000 pessoas no estado todo. Isso nos mostra um fenômeno recente, que é a apropriação da internet por parte do rádio, uma convergência que tem funcionado.

Abaixo, podemos identificar alguns motivos pelos quais os paulistas fazem uso do rádio, por número absoluto de pessoas. Além disso, é possível inferir pelo gráfico que se trata de um meio confiável e de credibilidade, visto que a maioria das pessoas o enxerga como fonte de informação e entretenimento.

Atitudes em relação ao meio São Paulo (Estado)



Fonte: IBOPE Target Group Index - BR TG 2019 (2018 1s + 018 2s - Copyright TGI Latina 2019)

Os gráficos abaixo nos mostram onde os ouvintes de São Paulo (estado) mais escutam rádio e por quais equipamentos:

Locais - Ouvem Rádio Grande São Paulo



■ CASA ■ CARRO ■ TRABALHO ■ TRAJETO ■ OUTROS LOCAIS

Fonte: IBOPE EasyMedia4 - São Paulo - fev a abr/19 - Sexo: Ambos - Total emissoras - Todos os dias

Equipamentos utilizados - Rádio Grande São Paulo



■ RADIO ■ CELULAR ■ OUTROS EQUIPAMENTOS ■ COMPUTADOR

Fonte: IBOPE EasyMedia4 - São Paulo - fev a abr/19 - Sexo: Ambos - Total emissoras - Todos os dias

Podemos concluir que em casa e no carro são os locais onde os moradores do estado de São Paulo mais escutam o meio, e os equipamentos mais utilizados são rádio e celular.

O meio seguirá o mesmo raciocínio de TV, com dois flights: o primeiro na capital, e o segundo, em sequência, de modo regional, nas principais cidades do estado, garantindo maior capilaridade à campanha. Na capital, faremos as 5 primeiras rádios de maior audiência segundo ranking do software de pesquisa EasyMedia, da KANTAR Ibope Mídia, nos targets AS AB 16+ e AS CDE 16+.

Para o segundo flight, a seleção das praças levou em consideração a população dos municípios do estado de São Paulo. Dessa forma, recomendamos trabalhar com cidades acima de 300.000 habitantes, contemplando, assim, 19 localidades através de aproximadamente 100 rádios, com spot no formato de 30". Utilizando essa tática para o meio, garantimos cobertura sem perder frequência em cidades relevantes para o objetivo do briefing.

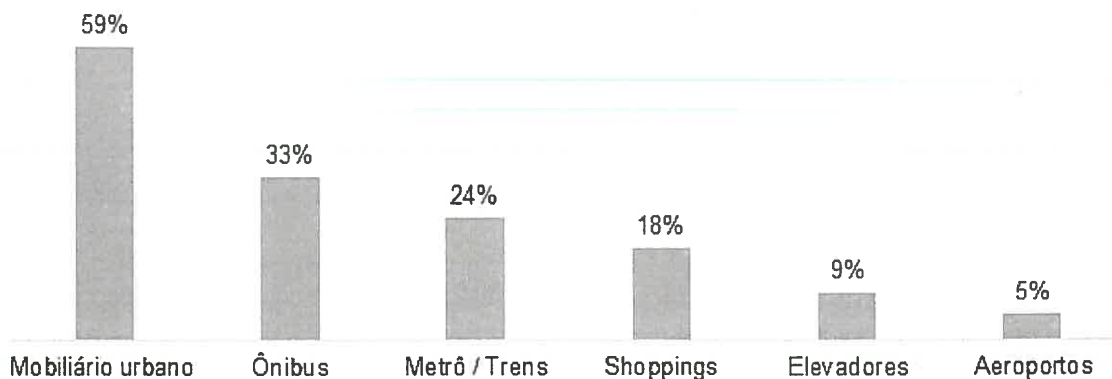
MÍDIA EXTERIOR (OOH e DOOH)

Segundo estudos do TGI apresentados, o meio mídia exterior varia entre a segunda e a terceira maior penetração em todos os targets prioritários citados. Com índice de 75,5% no público AS ABCDE 16+ moradores da capital, e 76,6% se considerarmos o mesmo público, porém residentes do interior do estado. O meio também apresenta boa penetração (89,2%) no público qualificado de AS AB 16+ da região metropolitana, mostrando-se essencial na divulgação da campanha e com o papel de amplificar a lembrança da mensagem.

Segundo pesquisa feita pela Kantar Ibope Media em 2017, o meio OOH é o que mais cresceu no ano, com 26% a mais que no ano anterior, representando 2,8% da fatia publicitária. O crescimento do meio tem sido visto com boa expectativa pelo mercado, especialmente com o avanço das ferramentas de aferição dos resultados por meio de métricas.

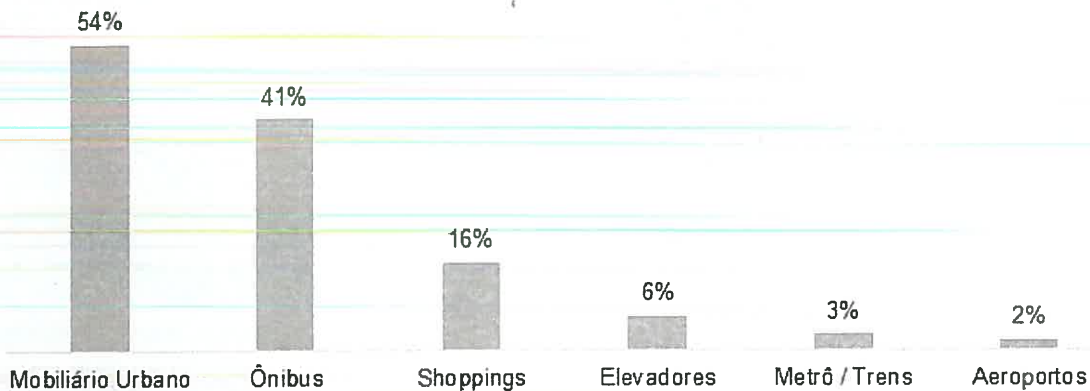
Ao falarmos de mídia exterior, sabemos da sua amplitude de formatos e diversidade de locais possíveis para veiculação, por isso nos valem da pesquisa retirada do software de pesquisa TGI do IBOPE com o intuito de identificar quais meios mais vistos pela população de São Paulo versus interior de São Paulo, para uma recomendação mais assertiva.

Consumo de Mídia Exterior (últimos 7 dias)
Região Metropolitana São Paulo



Consumo Mídia Exterior (últimos 7 dias)

São Paulo (Interior)



Conforme gráfico acima, no recorte da região metropolitana de São Paulo, percebemos que mobiliário urbano, ônibus e metrô são os ativos onde foram observados os maiores índices de penetração, com 59%, 33% e 24%, respectivamente. Porém, indo mais além e analisando a população residente do interior do estado, o terceiro e quarto meio passam a ser shopping e elevadores, e o ativo metrô aparece como quinto meio de maior penetração, em contraponto com os dados apresentados na capital.

Pode-se inferir que o metrô é mais utilizado pelos moradores da capital, evidenciando, assim, a necessidade de buscar outros locais de locomoção como, por exemplo, terminais rodoviários e estradas quando objetivamos falar com o restante do estado, ou ainda, meios que se comportem melhor em cidades menores e comunidades e que tenham maior engajamento junto à população local.

MOBILIÁRIO URBANO

O mobiliário urbano (ou abrigo de ônibus), de maneira geral, localiza-se em pontos estratégicos da cidade: locais de grande fluxo de pessoas (motoristas ou pedestres), o que amplia a visibilidade da campanha. Considerando que a população tem passado cada vez mais tempo fora de casa, programar o meio significa alcançar esse público que está na rua e contribuir não só com o awareness, mas também com a cobertura da campanha. O meio entrará no primeiro flight da campanha com programação das duas principais empresas de mobiliário urbano da capital. A recomendação dos dois maiores players do segmento dará o alcance necessário, se tratando da capital mais populosa do Brasil.

As 350 faces estarão distribuídas por toda cidade, com forte presença nas principais vias de deslocamento, possibilitando múltiplos contatos do público-alvo ao longo do dia.

Abaixo, alguns dos dados das ferramentas de aferição Geofusion e Mapa OOH que nos possibilitam analisar as métricas dos circuitos selecionados dentro do target geral:

PRAÇA	UF	POPULAÇÃO	EMPRESA	FACES	GRP	IMPACTO SEMANAL	ALCANCE (#)	ALCANCE (%)	FREQUÊNCIA (nº de vezes)	FERRAMENTA
São Paulo (Capital)	SP	12.176.866	JC Decaux	150	85	14.180.306	1.941.320	-	4,23	Geofusion
São Paulo (Capital)	SP	10.867.115	Ótima	200	113 13	221.650.604	-	25,45	4,52	Mapa OOH

METRÔ/TRENS

Segundo consumo dos meios de mídia exterior apresentado para a região metropolitana de São Paulo, o metrô se posiciona como o terceiro meio de maior penetração (24%). Trata-se de um local onde é possível impactar um grande número de pessoas, de classes sociais e idades diferentes.

Além disso, as pessoas passam grande parte do tempo deslocando-se entre casa e trabalho. Nesse período, principalmente quando estão em transportes públicos, se tornam mais suscetíveis à publicidade, em razão da limitação de atividades passíveis de distrações.

Somente 5 cidades do Brasil dispõem de metrô. Em São Paulo, o meio possui uma relevância maior se comparado às outras cidades, pois possui 3 vezes mais usuários que as outras 4 cidades somadas: Rio, Recife, Belo Horizonte e Brasília (Revista Superinteressante, dados de 2016). Além disso, possui um fluxo diário de 7,8 milhões de pessoas (Portal do Governo/SP - março 2018).

Recomendamos trabalhar com a mídia estática de grandes formatos - painéis, big painéis, MUB estático e portas das plataformas - durante o primeiro flight em algumas das estações mais movimentadas, conforme sinalizado abaixo:

											
COLOCAÇÃO	ESTAÇÃO	NÚMERO DA LINHA	FLUXO DIÁRIO DE PESSOAS	COLOCAÇÃO	ESTAÇÃO	NÚMERO DA LINHA	FLUXO DIÁRIO DE PESSOAS	COLOCAÇÃO	ESTAÇÃO	NÚMERO DA LINHA	FLUXO DIÁRIO DE PESSOAS
1º	Sé	1 2	536.800	1º	Paulista	4	116.404	1º	Brás	12 11 10	168.563
2º	Palmeiras-Barra Funda	3	209.200	2º	Pinheiros	4	111.588	2º	Luz	11 7	145.019
3º	Paraliso	1 2	194.300	3º	República	4	108.903	3º	Palmeiras-Barra Funda	8 7	144.814
4º	Luz	1	175.700	4º	Luz	4	105.112	4º	Pinheiros	9	138.074
5º	Ana Rosa	1 2	175.000	5º	Butantã	4	56.687	5º	Santo Amaro	9	81.116
6º	República	3	153.000	6º	Faria Lima	4	34.197	6º	Guazianazes	11	73.919
7º	Consolação	2	145.000	7º	Fradique Coutinho	4	14.262	7º	Tatuapé	12 11	68.781
8º	Corinthians-Itaquera	3	102.900					8º	Tamanduateí	10	61.887
9º	Brás	3	101.800					9º	Osasco	8 9	54.517
10º	Tatuapé	3	95.200					10º	Corinthians-Itaquera	11	39.668

Fonte: Site Metrô/CPTM - Janeiro 2018

DOOH RESIDENCIAL

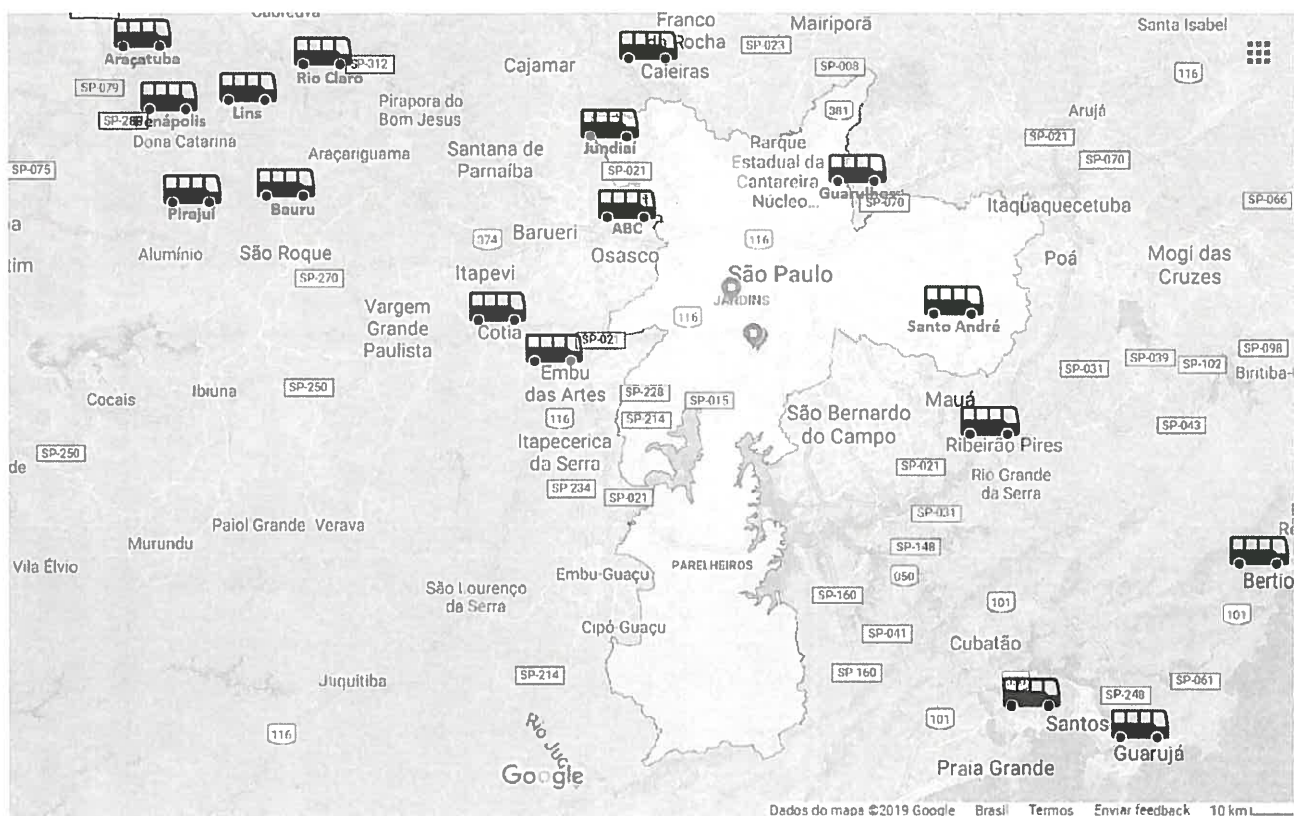
O meio possui grande potencial para atrair atenção e engajar o público-alvo, pois tem como característica apresentar algum tipo de conteúdo em locais estratégicos e momentos oportunos.

A escolha do digital out of home nos edifícios residenciais para a campanha busca estar em contato com as famílias e moradores dos prédios na Grande São Paulo, pessoas que fazem uso diariamente dos serviços oferecidos pela SABESP. Como as telas também trazem notícias e comunicados do próprio condomínio, geram o interesse do morador, que irá absorver a mensagem de forma mais fácil por se tratar de uma veiculação rápida e objetiva. O meio fará parte da estratégia do primeiro flight da campanha, com material de 15”.

BUSDOOR

O busdoor possui a característica de causar grande impacto visual e atingir diversos públicos em vários locais da cidade, pois está sempre em movimento. Dessa forma, o tempo de exposição pode ser prolongado, pois, como o ônibus desloca-se junto ao trânsito, é normal que ele permaneça no campo de visão do público por um período maior de tempo. Por se tratar de um meio com flexibilidade geográfica, as linhas selecionadas abrangem regiões mais distantes da capital, atingindo todo estado.

Para esse exercício, recomendamos a programação de 280 ônibus que circulam nessas regiões específicas sinalizadas no mapa abaixo, durante o segundo flight da campanha.



MINIDOOOR SOCIAL

O meio tem se consolidado por contribuir com a cobertura da população que mora nas comunidades, em regiões de difícil acesso e não tinham sido contempladas em outros meios. Trata-se de outdoors com tamanho menor veiculados no muro das casas da população local. O formato, além de impactar o público destas regiões, agrega valor, uma vez que o material veiculado vira uma importante fonte de renda para esta mesma população, que abre espaço para a mídia. Além disso, o minidoor social apresenta ótimo custo-benefício, visto que produção é bonificada pelo veículo.

Para a estratégia de mídia do meio, separamos algumas das principais comunidades dentro do seguinte corte: abaixo de 30.000 habitantes do estado de São Paulo, contribuindo, assim, para o alcance do segundo flight da campanha. O meio contará com 992 placas distribuídas estrategicamente em 265 comunidades.

TERMINAL RODOVIÁRIO

Sugerimos veiculação em terminais rodoviários intermunicipais e interestaduais que, por sua essência, concentram pessoas por um longo período de tempo, em um momento de espera forçada, o que acaba contribuindo para a absorção da mensagem.

A recomendação é a mensagem estar presente nos terminais de maior fluxo localizados nos municípios relevantes para campanha. O fluxo de pessoas das rodovias selecionadas varia de 64.000 e 2.675.000 pessoas por mês. Dessa forma, o meio, além de impactar quem viaja, alcança também quem trabalha longe de casa e percorre um longo trajeto casa-trabalho, o que se entende ser muito comum se tratando de um estado geograficamente amplo. Nesse caso, o público é impactado mais de uma vez.

O meio será explorado tanto com grandes formatos estáticos, como com telas digitais de 15", dispostos em locais estratégicos, como embarque, desembarque, saguão e fachadas centrais, durante o segundo flight da campanha.

PEDÁGIO

É sabido que por se tratar do estado mais populoso do país, São Paulo possui também a maior malha rodoviária explorada por concessionárias ou diretamente pelo governo estadual. Dessa forma, quem viaja todos os dias, ou até mesmo no período de férias, está em contato direto com os mais de 50 pedágios distribuídos por todo o estado de São Paulo.

A recomendação é estar presente nos pedágios das rodovias e estradas do estado, pois se trata de uma parada obrigatória, onde o meio de transporte é obrigado a reduzir a velocidade e parar o veículo, facilitando seu contato e percepção da peça publicitária, com mais tempo para absorver o conteúdo.

Serão 43 painéis, impactando mais de 7.000.000 de veículos, no período de um mês correspondente ao segundo flight da campanha.

REVISTA

Segundo gráfico de consumo dos meios, a revista se posiciona como meio de maior afinidade no target AS AB 16+ da capital São Paulo, chegando a 170 de índice. Isso nos mostra que o meio possui relevância para o público-alvo observado.

O meio proporciona maior convívio com a mensagem, seja pela leitura e releitura por parte dos leitores, seja pela permanência dos títulos semanais, mensais e até anuais.

Segundo a Pesquisa Brasileira de Mídia, realizada pela SECOM em 2015, a revista é um meio de comunicação que recebe atenção exclusiva. Os leitores não realizam outras atividades no momento em que estão lendo um título. Isso significa que o contato com esse meio tende a ser menos disperso, o que poderia permitir às pessoas uma melhor absorção da mensagem veiculada.

Com a possibilidade de detalhar a campanha, contemplamos o formato de página dupla em uma das principais revistas da capital, a Veja SP. Com tiragem de 85.000 exemplares e auditada pelo IVC (Instituto Verificador de Comunicação), atingirá um público segmentado e interessado nas melhorias trazidas pela SABESP à toda população.

A veiculação em revista dará visibilidade à marca SABESP logo no lançamento da campanha, além de trazer credibilidade à companhia como um todo, atingindo os moradores e formadores de opinião da região metropolitana.

JORNAL

O meio possui boa afinidade com o target AS AB 16+ (índice de 134). O jornal agrega valor e permite a divulgação da mensagem em sua amplitude, pois leva o peso dos jornalistas que escrevem as matérias. As matérias são confiáveis por terem intrinsecamente o princípio da imparcialidade, levando ao público informações e notícias claras.

Sugerimos a utilização de jornal gratuito, um dos tipos de mídia que tem acompanhando a velocidade da comunicação. Sua abrangente distribuição e brevidade no conteúdo possibilitam fácil absorção da mensagem, visto que o leitor consegue ali um resumo rápido das principais notícias locais, do Brasil e do mundo.

Para o primeiro flight da campanha, o formato será de capa com página 2, nos dois principais jornais gratuitos, Metro e Destak, propiciando maior detalhamento da mensagem e destaque ao material da campanha.

INTERNET



A internet, enquanto novo espaço de convívio e sociabilidade, é uma alternativa de comunicação importante por ser mais extensiva, menos estruturada e mais interativa. Entendemos que, para fomentar a conscientização e o engajamento das pessoas na causa, é inevitável ter uma forte presença neste meio.

Além disso, muitos veículos do meio dispõem de recursos tecnológicos que distribuem a mídia de forma ultrassegmentada, com base em hábitos de navegação do usuário e/ou perfis sociodemográficos.

Em razão de seus formatos interativos e da capacidade inata do meio de segmentar públicos, direcionaremos mensagens customizadas para cada público. A estratégia proporcionará um maior detalhamento da mensagem e dará sustentação ao esforço dos demais meios de comunicação.

Os segmentos a serem trabalhados para a internet foram selecionados com o objetivo de trazer cobertura, frequência e visibilidade dentro do meio. São eles:

Portais Nacionais: Os veículos do segmento têm como característica principal a concepção e manutenção de conteúdos separados por diversos editoriais (notícias, economia, entretenimento, esportes, entre outros) e, por esta razão, atraem um grande volume de audiência. Dados da Comscore, um dos principais institutos de pesquisa que avalia o consumo de internet, mostra que na Região Sudeste, recorte geográfico mais próximo que a ferramenta disponibiliza do nosso público-alvo, 100% dos internautas consomem algum veículo do segmento em algum momento do mês. Então será dos portais horizontais a função de trazer cobertura ao meio. Na programação, veicularemos os formatos de mídia display (banners) prioritariamente nos canais regionais que noticiam fatos ocorridos na região de São Paulo. A veiculação do segmento terá o esforço de mídia mais concentrado no primeiro flight, com a distribuição da mídia voltada apenas à Região Metropolitana; no segundo flight, a cobertura se dará em âmbito estadual.

Canal Vertical de Notícias: Dados Comscore evidenciam que o alcance do segmento é de 96,8%. A programação do segmento será estratégica, pois teremos cobertura da comunicação associada com a credibilidade dos principais grupos jornalísticos brasileiros. Na programação, veicularemos os formatos de mídia display (banners). A tática de veiculação do segmento seguirá a dos portais nacionais, com uma programação maior no primeiro flight e voltada à Região Metropolitana de São Paulo, e um segundo flight com menor esforço, porém cobrindo todo o estado.

Redes de Conteúdo e Vídeo: Os veículos deste segmento dispõem de tecnologias próprias que cruzam diversos tipos de dados para distribuir a mídia para audiências ultrassegmentadas. Neste planejamento, como há diversos atores sociais que precisam se envolver na campanha, o segmento será importante para ampliar a frequência média de exposição em públicos estratégicos para engajar-se na comunicação. Além disso, os formatos de vídeo trazem um alto impacto visual e contribuem para gerar lembrança. Na maioria dos casos, quando o usuário é impactado por um formato de vídeo, ele tem sua atenção totalmente focada no material, não havendo outros estímulos que tirem sua concentração da peça. Sendo assim, será fundamental para trazer visibilidade dentro do meio. Aqui, assim como está sendo trabalhado nos dois segmentos supracitados, a distribuição do investimento nas redes de conteúdo e vídeo está mais concentrada no primeiro flight, de modo a dar maior visibilidade da mídia na população paulistana, enquanto o segundo flight, em âmbito estadual, terá uma entrega menor.

Plataformas de Streaming de Áudio: O segmento é caracterizado por empresas que distribuem áudio via fluxo de dados, ou seja, não há um arquivo em que o usuário armazena no seu computador ou smartphone, e sim uma transmissão contínua de dados nestes aparelhos. Como os formatos de áudio são os únicos em que o usuário pode ser impactado enquanto realiza outra atividade na internet, sua programação auxiliará na lembrança e retenção da mensagem. Neste segmento a distribuição tática da mídia está concentrada no primeiro flight, voltado à população da Região Metropolitana de São Paulo onde o foco será em dar maior cobertura e visibilidade à comunicação. No segundo flight, direcionado ao estado de São Paulo, o esforço será reduzido.

Redes mobile: Dados da pesquisa TGI indicam que, dos internautas com 16 anos ou mais residentes na região metropolitana de São Paulo, 97,5% acessam o meio por meio de dispositivos móveis, sendo para 62,4% o único aparelho utilizado para consumir o meio. Os veículos do segmento, assim como as redes de conteúdo e vídeo, possuem mecanismo de cruzamento de dados que possibilitam criar audiências específicas, com a vantagem de englobar nesse processo informações de geolocalização. Por esta razão, nossa estratégia é distribuir a mídia a todos os usuários de smartphone que cruzarem pela marginal Pinheiros, importante trecho viário paulistano e que margeia o Rio Pinheiros. Com isso, contextualizaremos a mensagem àqueles que transitam próximo ao rio em sua rotina diária. O segmento terá, dentro dos demais trabalhados no meio internet, todo o esforço concentrado no primeiro flight, direcionado à população paulistana.



DISTRIBUIÇÃO DOS MEIOS POR FLIGHT		
MEIO	1º FLIGHT	2º FLIGHT
TV Aberta		
Rádio		
Jornal		
Revista		
OOH		
Mobiliário Urbano		
Metrô e Trem		
Minidoor Social		
Terminais Rodoviários		
Busdoor		
Pedágio		
DOOH		
Edifícios Residenciais		
Terminais Rodoviários		
Internet		

SIMULAÇÕES

Os dados apresentados a seguir foram extraídos por meio de software que possibilita o processamento das métricas de alcance (número de pessoas estimadas com possibilidade de serem impactadas pela campanha) e a frequência (oportunidade média de vezes que uma mesma pessoa viu a mensagem), com base nas informações do software do IBOPE, Media Workstation, considerando os targets mais próximos possíveis: AS ABCDE 18+.

O planejamento recomendado para a TV aberta impactará 72,72% do target prioritário do briefing (AS ABCDE 18+), a uma frequência média de 5,97 vezes, conforme demonstrado abaixo.

Para o meio rádio, a frequência média foi de 6,38, com o alcance descrito no quadro seguinte.

SIMULAÇÃO DE TV – AS ABCDE 18+						
Praça	Emissora	Impactos (#)	GRPs	Cobertura (%)	Cobertura (#)	Frequência
São Paulo (Capital)	Globo, SBT, Record, Band e Rede TV	76.080.000	476,75	75,19	12.000.000	6,34

SIMULAÇÃO DE RÁDIO						
Praça	Público	Emissoras	Impactos (#)	Alcance (%)	Alcance (#)	Frequência
Campinas/SP	AS ABCDE 15+	Antena 1 FM, BAND FM, Bandeirantes AM, CBN FM 99.1, Central AM 870, Cidade FM 92.5, Educadora FM, 89.9 Jovem Pan, Jovem Pan News, Mix FM, Nativa FM, Nova FM, Rádio Brasil AM, 93,3 Rádio Laser FM e TOP FM	4.556.550	56,65	555.000	8,21
São Paulo (Capital)	AS AB 15+	Alpha FM, Antena 1 FM, BAND FM, Jovem Pan FM, 89 FM a Rádio Rock FM	8.910.000	17,24	1.800.000	4,95
São Paulo (Capital)	AS CDE 15+	Feliz FM 92.9, Nativa FM, Gazeta FM, Rádio Capital AM e Transcontinental FM	11.820.000	18,87	1.970.000	6,00

As simulações de resultado para o meio internet foram feitas pelo software Comscore Media Metrix Reach and Frequency, fonte de dados multiplataforma, no target ambos os sexos, 18 anos ou mais, Região Sudeste. Esta é a composição do target descrito no briefing mais próxima que a ferramenta disponibiliza. Cobriremos em nossa programação 50,9% do target, com uma frequência de 2,8 vezes.

RECURSOS PRÓPRIOS DE COMUNICAÇÃO E NÃO MÍDIA

Respeitando o princípio da economicidade e com o objetivo de dar maior eficiência para o esforço de comunicação, é fundamental incluir na estratégia o aproveitamento dos canais próprios e dos que não exigem investimento de mídia. São diversos os pontos de contatos que já existem hoje, não só entre a SABESP e a população, mas também canais que podem se tornar parceiros na disseminação da mensagem, como do Governo do Estado de São Paulo, dos seus órgãos e de outras esferas do poder, além, é claro, de empresas e sociedade civil.

As redes sociais da SABESP, por exemplo, são um importante instrumento de interação com o público. Somente no Facebook são cerca de 150 mil seguidores, no Twitter, mais de 37 mil, e no Instagram, mais de 10 mil. São todos exemplos de canais onde a população tem cada vez mais se engajado e participado. Uma campanha com uma temática tão importante tem maior probabilidade de participação.

Michelle Yoshida, fundadora do Movimento de Bem com o Planeta, em matéria do portal Ambiente Legal, ressalta a importância dessa forma de se engajar em causas ambientais: “As redes sociais são uma ótima oportunidade para difusão de informações e, como não tem custo, as pessoas participam muito. A população se envolve em peso por ser de graça e de fácil acesso. Há um grande compartilhamento de ideias e opiniões e quem sai ganhando também é o meio ambiente por causa da visibilidade e difusão de informações e ideias”.

Dessa forma, a campanha será sustentada nas redes sociais próprias com uma série de posts educativos, com a linha visual da campanha contendo um embaixador como Gabriel Medina, dando unidade à comunicação transmitida nos meios online, offline e dentro dos canais próprios. Tanto esses posts, quanto as peças de internet, como banners, poderão ser compartilhados ou até mesmo disponibilizados para que parceiros da campanha utilizem em suas redes sociais ou mesmo em sites próprios. Essas parcerias poderão ser mapeadas em conjunto com a Assessoria de Comunicação da SABESP.

Para trazer maior visibilidade e ampliar o volume de seguidores dos perfis sociais próprios da SABESP no Facebook, Instagram e Twitter, realizaremos o impulsionamento destes posts educativos com a identidade visual da campanha. No primeiro momento, filtrando São Paulo capital, e no segundo, São Paulo estado. Tais plataformas dispõem de mecanismos de segmentação com base em declarações de hábitos dos próprios usuários, o que dará maior assertividade à mensagem e permitirá melhor o crescimento destes perfis com públicos altamente qualificados e engajados com os conteúdos da marca. Como estas ferramentas operam com otimização em tempo real e modalidade de compra via leilão, realizamos uma estimativa de entrega e resultados anexos a este plano de comunicação. Importante ressaltar que tais plataformas devem ser entendidas não como veículos de mídia, mas sim fornecedores de serviços de tecnologia, como ficou claro nas respostas da comissão de licitação aos questionamentos dos licitantes.

O hotsite também será uma importante ferramenta da campanha. Como todas as peças direcionarão o público para entrar no site e saber mais como cada um pode contribuir nessa onda, é fundamental que ali o público encontre informações relevantes e de forma interessante. Para isso, será utilizado muito o recurso da interatividade. O internauta poderá fazer uma “viagem” pelo percurso do Rio Pinheiros. Mas um percurso que mostra o passado, presente e futuro, as ações já realizadas, as formas de contribuir hoje para que um grande salto seja dado e os resultados que poderão ser alcançados em um futuro próximo. Para potencializar e atrair mais parcerias de outras empresas, órgãos e esferas do governo, o hotsite poderá conter um setor destinado a anunciar quem são os parceiros que também entraram na “onda do Rio Pinheiros”.

Cabe ressaltar também que o próprio site da SABESP é uma grande fonte de geração de informações relevantes. Para dar maior relevância a todo o material produzido internamente pela Assessoria de Comunicação, os hiperlinks que estarão presentes no hotsite da campanha darão ao público a opção de saber mais sobre o assunto, direcionando para matérias mais completas feitas pela equipe interna de imprensa.

Para que a campanha ganhe maior relevância nas redes sociais, um vídeo de 60” será produzido e contará com o reforço de influenciadores digitais para disseminar a informação. No vídeo, Gabriel Medina ensina “manobras” a serem realizadas dentro da “onda do Rio Pinheiros”. A partir daí, o vídeo funciona como os famosos desafios que viralizam na internet. O surfista desafia amigos influenciadores para que façam as

“manobras” e postem nas suas redes sociais. Esses influenciadores farão o mesmo, gravando vídeos e sugerindo que alguns amigos também façam o mesmo, até que o desafio seja disseminado de forma orgânica.

Outra importante peça de não mídia e que tem o poder de gerar grande número de compartilhamentos, e até mesmo mídia espontânea, é a cortina d’água. Por meio dessa peça, a mensagem será transmitida de forma diferenciada, remetendo quase a uma obra de arte. A peça irá chamar a atenção das pessoas e levar o público para ver de perto seu funcionamento. A sugestão é que ela seja instalada a partir do dia 22 de setembro, que, além de marcar o Dia do Tietê, é também o Dia Mundial sem Carro. A peça será colocada na Ponte Laguna, na Marginal Pinheiros, local que possui ciclovia e calçada, aproveitando o fluxo de pessoas. A peça ficará disponível para a campanha por 70 dias. Sua construção modular possibilitará que seja levada para outros pontos, caso parcerias com outros órgãos, empresas e locais de grande circulação de público (como shopping e metrô) sejam fechadas.

Será preparado ainda um enxoval de peças digitais que serão disponibilizadas para que possíveis parceiros e órgãos públicos façam o download e se tornem multiplicadores da mensagem. Um cartaz e uma cartilha educativa poderão ser utilizados, tanto para impressão, quanto para uso e disseminação digital.

É importante também aproveitar os eventos e ações que a SABESP já tem em seu calendário e que tem sinergia com o tema da campanha. O Pitch SABESP, por exemplo, pode se tornar um importante instrumento para levar a mensagem para um público que poderá contribuir gerando soluções inovadoras para o problema. Para isso, poderá ser criada uma categoria específica de preservação de mananciais e despoluição de rios e córregos, dando maior visibilidade para a campanha e prolongando a comunicação sem custo adicional.

Por fim, é fundamental que a campanha se conecte também com o público interno, acionistas, empresas parceiras e formadores de opinião e imprensa. Para isso, uma série de e-mails marketing irá contribuir nesse sentido, evidenciando números e ações da SABESP, assim como preparando cada um, com um discurso específico para a campanha que irá ao ar. É importante ressaltar que, segundo a última pesquisa E-mail Marketing Trends, realizada anualmente pela Rock Content, 95,9% das pessoas conferem sua caixa de e-mails diariamente e 78,4% revelaram gostar de receber newsletters. Para se ter uma noção do poder de conversão dessa ferramenta, a pesquisa revela que 76,8% dos entrevistados já realizaram uma compra a partir do recebimento de um e-mail marketing. Dessa forma, uma comunicação com conteúdo relevante para o público pode fazer a diferença na motivação em tornar esse público multiplicador da mensagem.

Assim, espera-se aproveitar ao máximo os recursos próprios e oportunidades de comunicação sem investimento em espaço de mídia, para que a campanha possa ser amplificada e multiplicada, gerando resultados mais assertivos.

ANEXO



MÍDIA	2019			INS	VALORES	SHARE	Legenda:	1º FLIGHT (cinza claro)
	SETEMBRO	OUTUBRO	NOVEMBRO					2º FLIGHT (cinza escuro)
TV Aberta - Capital Formato		30" e 60"		48	R\$ 4.560.177,00	15,201%		
TV Aberta - Estado Formato		30"		34	R\$ 3.507.207,00	11,691%		
Rádio - Capital Formato		30"		360	R\$ 1.011.780,00	3,373%		
Rádio - Estado Formato		30"		5.684	R\$ 2.081.384,76	6,938%		
Jornal Formato		Capa + página 2		2	R\$ 1.838.432,00	6,128%		
Revista Formato		Página Dupla		1	R\$ 368.000,00	1,227%		
Mobiliário Urbano Formato		Cartaz		350	R\$ 1.062.600,00	3,542%		
OOH Formato		Diversos		277	R\$ 866.359,04	2,888%		
OOH Formato		Diversos		1.343	R\$ 2.799.980,00	9,333%		
DOOH Formato		Vinheta 15"		4.195.184	R\$ 232.184,05	0,774%		
DOOH Formato		Vinheta 15"		9.600	R\$ 120.000,00	0,400%		
Internet - Capital Formato		Diversos		41.128.696	R\$ 3.823.336,21	12,744%		
Internet - Estado Formato		Diversos		22.852.486	R\$ 2.309.551,40	7,699%		
TOTAL MÍDIA				68.194.065	R\$ 24.580.991,46	82%		



SPO
+55 11 5874.9657
AV. BRIGADEIRO FARIA LIMA, 2.954,
CONJ. 21. JD. PAULISTANO
01452-000

BSB
+55 61 3246 9617
SIG QD.4, BL A, SL 21, TÉRREO,
ED. CAPITAL FINANCIAL CENTER
70610-440



NÃO MÍDIA	2019			QTD	Legenda:	1º FLIGHT (cinza claro)
	SETEMBRO	OUTUBRO	NOVEMBRO			2º FLIGHT (cinza escuro)
Redes Sociais Formato				12		
	Diversos (Facebook, Instagram e Twitter) *detalhamento separado em planilhas que seguem à frente.					
Redes Próprias Formato				12		
	Diversos (Facebook, Instagram e Twitter)					
Hotsite Formato				1		
	Hotsite					
Instalação Formato				1		
	Cortina d'água					
Email Marketing Formato				4		
	600px x 1500px					
Cartaz Formato				1		
	Digital					
Cartilha Formato				1		
	Digital					
TOTAL NÃO MÍDIA				32		



SPO
+55 11 5874.9657
AV. BRIGADEIRO FARIA LIMA, 2.954,
CONJ. 21, JD. PAULISTANO
01452-000

BSB
+55 61 3246 9617
SIG QD.4, BL. A, SL. 21, TÉRREO,
ED. CAPITAL FINANCIAL CENTER
70610-440

 fields360.agency

PRODUÇÃO DE MÍDIA E NÃO MÍDIA	DESCRIÇÃO	QTD.	VALORES	PARTICIPAÇÃO (0%)
PRODUÇÃO				
Filme 60" + versão 30" + versão 15"	Produção de 01 filme com 60" de duração + versão de 30" de duração + versão de 15", contemplando 02 diárias de captação de imagens, equipe e equipamentos completos, elenco, locações externas e respectivas autorizações, edição, computação gráfica, finalização e 01 registro condencine. Veiculação regional - São Paulo/SP, período de 01 ano. Utilização - TV aberta, TV fechada, cinema, internet, redes sociais, mídias alternativas, DOOH, eventos e uso interno do cliente.	3	713.000,00	2,377%
Filme 60" Não mídia	Produção de 01 filme com 60" de duração, contemplando 02 diárias de captação de imagens, equipe e equipamentos completos, elenco, locações externas e respectivas autorizações, edição, computação gráfica, finalização. Veiculação regional - São Paulo/SP, período de 01 ano. Utilização - internet, redes sociais, mídias alternativas, DOOH, eventos e uso interno do cliente.	1	325.000,00	1,083%
Áudios	Custo de pacote para produção de 01 áudio com 60" de duração + 01 versão de 30" + 01 versão de 15"; produção de 01 áudio com 60" de duração, para filme não mídia, e produção de 02 spots com 30" cada, contemplando músicos, equipe e equipamentos, locutor, edição, mixagem, masterização, finalização. Veiculação regional - São Paulo/SP, período de 01 ano. Utilização FILMES PRINCIPAIS - TV aberta, TV fechada, cinema, internet, redes sociais, mídias alternativas, DOOH, eventos e uso interno do cliente. Utilização FILME INTERNET - internet, redes sociais, mídias alternativas, DOOH, eventos e uso interno do cliente. Utilização SPOT - rádio, internet, mídias alternativas, eventos e uso interno do cliente.	6	84.000,00	0,280%
Player	Entrega digital, por meio de link, para a emissora Globo. Filme 60" e Filme 30". Veiculação regional - São Paulo/SP	2	750,00	0,003%
Player	Entrega digital, por meio de link, para a emissora SBT. Filme 60" e Filme 30". Veiculação regional - São Paulo/SP	8	2.710,00	0,009%
Player	Entrega digital, por meio de link, para a emissora Band. Filme 30". Veiculação regional - São Paulo/SP	6	2.105,00	0,007%
Player	Entrega digital, por meio de link, para a emissora Rede TV. Filme 30". Veiculação regional - São Paulo/SP	1	145,00	0,000%
Player	Entrega digital, por meio de link, para a emissora Record. Filme 60" e Filme 30". Veiculação regional - São Paulo/SP	2	290,00	0,001%
Geração	Custo referente à geração do filme 30" para emissora Record. Veiculação regional - São Paulo/SP	5	4.500,00	0,015%
Gabriel Medina	Participação de Gabriel Medina como embaixador da campanha. Contempla 02 diárias, de até 8h cada, para produção das seguintes peças: 01 filme principal de 60" + 01 versão de 30" + 01 versão de 15", 02 spots de 30" cada, 3 fotos + 01 filme 60" (apenas internet). Ações nas redes sociais: 03 posts no Instagram, com compartilhamento no Facebook + 10 vídeos stories no Instagram. Veiculação regional - São Paulo/SP, período de 01 ano. Utilização FILMES PRINCIPAIS: TV aberta, TV fechada, cinema, internet, redes sociais, mídias alternativas, DOOH, eventos nacionais e uso interno do cliente. Utilização FILME INTERNET: internet, redes sociais, mídias alternativas, DOOH, eventos nacionais e uso interno do cliente. Utilização SPOT: rádio, carro de som, mídias alternativas, eventos nacionais e uso interno do cliente. Utilização FOTO: peças gráficas em geral, impressos em geral, mídia impressa (jornal e revista), mídia exterior, DOOH, OOH, mídia alternativa, internet, landing page, redes sociais do cliente (com legendas personalizadas), eventos nacionais e uso interno do cliente.	1	2.134.000,00	7,113%
Influenciadores	Entrega de influenciadores, onde cada contratado irá produzir 08 stories e 01 vídeo de até 60" para publicação no feed do Instagram. Além do conteúdo para o Instagram dos influenciadores contratados, está incluso o direito de uso de imagem por 01 mês nas redes do cliente.	12	352.500,00	1,175%
Rede Social - Facebook	Impulsioneamento de cards / vídeos e stories na rede social Facebook nos meses de setembro, outubro e novembro. Tipo de compra por impressões.	98.310.867	367.592,96	1,225%
Rede Social - Instagram	Impulsioneamento de cards / vídeos e stories na rede social Instagram nos meses de setembro, outubro e novembro. Tipo de compra por impressões.	75.845.53	321.107,58	1,070%



SPO
+55 11 5874.9657
AV. BRIGADEIRO FARIA LIMA, 2.954,
CONJ. 21, JD. PAULISTANO
01452-000

BSB
+55 61 3246 9617
SIG QD.4, BL A, SL 21, TÉRREO,
ED. CAPITAL FINANCIAL CENTER
70610-440

fields360.agency

Rede Social - Twitter	Impulsioneamento de tweet promovido na rede social Twitter nos meses de setembro, outubro e novembro. Tipo de compra por engajamento.	560.371	229.752,11	0,766%
MUB	Produção de cartazes para mobiliário urbano, em papel couchê fosco 150g, com impressão digital 4/3 cores, 01 motivo/layout e acabamento refilê simples, sendo: São Paulo (JC Decaux) - Formato 118,5 x 175 cm, 180 unidades (incluso 20% de reserva técnica). São Paulo (Ótima) - Formato 120 x 175 cm, 240 unidades (incluso 20% de reserva técnica).	420	25.317,60	0,084%
Busdoor	Produção de busdoor. Impressão digital em alta resolução, 4x0 cores, em Vinil Avery removível refilado. Formato 1,80 x 0,80 m.	147	12.300,96	0,041%
Busdoor	Produção de busdoor. Impressão digital em alta resolução, 4x0 cores, em Vinil Avery removível refilado. Formato 1,40 x 0,80 m.	133	11.129,44	0,037%
PAINEL VERTICAL - EMBARQUE: TERMINAL RODOVIÁRIO DE CAMPINAS	Impressão digital de vinil branco, 4x0 cores, aplicado em placa de PS 2mm, no formato 2,20m x 4,50m	1	2.678,48	0,009%
BANNER - SAGUÃO PRINCIPAL: TERMINAL RODOVIÁRIO DE JUNDIAÍ	Produção de banner dupla face, 4x0 cores, em lona front 440g, no formato 2,50m x 4,00m. Fixação por meio de cabos de aço.	1	2.238,30	0,007%
MEGA PAINEL - SAGUÃO CENTRAL: TERMINAL RODOVIÁRIO DE RIBEIRÃO PRETO	Produção de lona front 440g, 4x0 cores, no formato 6,00m x 3,00m.	1	1.809,00	0,006%
PAINEL FACHADA CENTRAL: TERMINAL RODOVIÁRIO GUARUJÁ	Impressão digital de vinil branco, 4x0 cores, aplicado em placa de PS 2mm, no formato 6,00m x 2,20m.	1	2.678,48	0,009%
PAINEL ADESIVO DUPLA FACE - EMBARQUE/DESEMBARQUE: TERMINAL RODOVIÁRIO DE CAMPINAS	Impressão digital de vinil branco, 4x0 cores, aplicado em placa de PS 2mm, no formato 2,16 x 1,07m. OBS: 8 vinis adesivados em PS 2mm frente e verso (total de 16 adesivos em 8 placas).	8	5.576,40	0,019%
PAINEL SUPER - EMBARQUE E DESEMBARQUE: - ESTAÇÃO JABAQUARA - ESTAÇÃO DIADEMA - ESTAÇÃO PIRAPORINHA - ESTAÇÃO SÃO BERNARDO DO CAMPO - ESTAÇÃO FERRAZÓPOLIS - ESTAÇÃO SANTO ANDRÉ LESTE - ESTAÇÃO SANTO ANDRÉ OESTE - ESTAÇÃO SÃO MATEUS	Impressão digital de vinil adesivado branco, 4x0 cores, aplicado em Duraplac 3mm, no formato 2,18m x 1,09m.	16	9.777,76	0,033%
PORTAS DE PLATAFORMA (PAR): - ESTAÇÃO PAULISTA - ESTAÇÃO DA REPÚBLICA - ESTAÇÃO DA LUZ	Impressão digital de adesivos Vinil Avery removível, com laminação fosca, 4x0 cores, aplicado em placa de PS 2mm. Formato 2,70x1,90m, sendo: 1,35x1,90m porta esquerda/ 1,35x1,90m porta direita	3	13.989,57	0,047%
MUB: LINHA LILÁS	Produção de cartazes para mobiliário urbano, em papel couchê fosco 150g, com impressão digital 4/3 cores, 01 motivo/layout e acabamento refilê simples, no formato 1,20 x 1,80 m. OBS: incluso 10% de reserva técnica.	77	4.641,56	0,015%
MUB: CPTM	Produção de placa PS 1mm, 4x0, no formato total 2,385 m x 1,125 m, sendo: área acabada: 2,385 x 1,125 m e área visual: 2,37 x 1,11 m OBS: incluso 10% de reserva técnica.	220	59.039,20	0,197%
BIG PAINEL - MEZANINO BRÁS: CPTM	Produção de lona front 440g, 4x0 cores, no formato 4,83 m x 2,93 m (frente e verso). Acabamento com bainha e ilhós a cada 15 cm nas pontas. OBS: 02 unidades, com 04 lonas (frente e verso).	2	4.175,20	0,014%
PAINEL MEZANINO: ESTAÇÃO PINHEIROS	Impressão digital de adesivo Vinil Avery removível, com laminação fosca, 4x0 cores, aplicado em placa de PS 2mm. Formato 7 x 2,3m.	1	16.314,78	0,054%
BIG PAINEL - MEZANINO CENTRAL: ESTAÇÃO BARRA FUNDA - CTPM	Produção de lona front 440g, 4x0 cores, no formato 7,0 x 1,60 m. Acabamento com bainha e ilhós a cada 15 cm nas pontas.	1	1.587,00	0,005%
PAINEL ACESSO CONSOLAÇÃO: ESTAÇÃO PAULISTA	Produção de lona fosca Sanlux 440g, no formato 10x4m. Acabamento solda eletrônica, com bainha reforçada em toda a volta + ilhós a cada 30 cm em toda a volta, fixada em estrutura de ferro com fita Hellerman abraçadeira (40 cm x 0,5 cm) preta ou branca.	1	11.284,00	0,038%



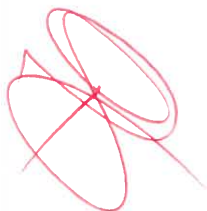
SPO
+55 11 5874.9657
AV. BRIGADEIRO FARIA LIMA, 2.954,
CONJ. 21. JD. PAULISTANO
01452-000

BSB
+55 61 3246 9617
SIG QD. 4, BL. A, SL. 21. TÉRREO,
ED. CAPITAL FINANCIAL CENTER
70610-440



BIG PAINEL - MEZANINO BRÁS: ESTAÇÃO BRÁS - CTPM	Produção de lona front 440g, 4x0 cores, no formato 4,83 m x 2,93 m (frente e verso). Acabamento com bainha e ilhós a cada 15 cm nas pontas.	1	2.087,60	0,007%
MEGA PAINEL: KM 87+000 Pindamonhangaba KM 204+500 Arujá KM 207+200 Seropédica	Produção de lona front 440g, 4x0 cores, no formato 18 x 6cm. Acabamento com ilhós.	3	1.947,88	0,008%
DOOH	Produção de 02 vídeos, com 15" de duração cada, no formato horizontal, sendo: 1280 x 720 px e 1360 x 768 px. Veiculação em São Paulo, período de 01 ano, utilização em DOOH.	2	19.000,00	0,063%
Vídeo 15"	Produção de 1 vídeo, com 15" de duração, no formato vertical 9:16. Veiculação em São Paulo, período de 01 ano, utilização em internet e redes sociais do cliente.	1	9.500,00	0,032%
Cascata Digital	Locação e instalação de uma cascata digital de água, com 5m de comprimento. Contempla 70 diárias de 8 horas cada, técnicos responsáveis pelos serviços de operação e montagem/desmontagem do equipamento.	1	110.000,00	0,367%
Hotsite	Desenvolvimento de hotsite para divulgação de informações sobre o trabalho da SABESP no passado, no presente e no futuro. Período de 01 ano.	1	18.000,00	0,053%
Banners de internet	Produção de banners, sendo 23 desenvolvimentos e 25 adaptações, sendo 01 motivo.	48	42.600,00	0,142%
Adserver	Gerenciamento de campanha online, sendo 120.385.382 impressões, 3.595.808 visualizações, 123.981.170 VCE. Contratação por COM, CPV e VCE.	123.981.170	315.248,47	1,051%
Fotos + Ilustração	Produção de 04 fotos, sendo 02 fotos com modelos, 01 foto skyline da cidade de SP e 01 foto de um objeto para composição final de 02 fotos/ layouts finais. Contempla tratamento, manipulação, fusão, modelagem e ilustração 3D de multidão. Veiculação regional – São Paulo, período de 01 ano. Utilização - peças gráficas em geral, impressos em geral, mídia impressa (jornal e revista), mídia exterior, DOOH, OOH, mídia alternativa, internet, landing page, redes sociais do cliente (com legendas personalizadas), eventos nacionais.	4	180.634,00	0,602%

TOTAL PRODUÇÃO	R\$	5.419.008,31	18%
TOTAL GERAL	R\$	29.999.999,77	100%



F.



SPO
+55 11 5874.9657
AV. BRIGADEIRO FARIA LIMA, 2.954,
CONJ. 21. JD. PAULISTANO
01452-000

BSB
+55 61 3246 9617
SIG QD.4, BL. A, SL 21, TÉRREO,
ED. CAPITAL FINANCIAL CENTER
70610-440

+ fields360.agency

ANEXO – PLANILHAS NÃO MÍDIA (REDES SOCIAIS)

A large, abstract red scribble consisting of several overlapping loops and lines, located in the lower right quadrant of the page.Two blue scribbles, one larger and more vertical, and one smaller and more circular, located below the red scribble in the lower right quadrant.

Cliente: SABESP
 Formato: Diversos
 Mercado: São Paulo - Estado
 Não mídia

FORNECEDOR	CANAL / SEGMENTAÇÃO	FORMATO	SETEMBRO																														TIPO DE COMPRA	QUANTIDADE CONTRATADA	VALOR UNITÁRIO	TOTAL TABELA
			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				
FACEBOOK	AMBOS OS SEXOS. 16+ MORA. SÃO PAULO - SP	CARD / VÍDEO / STORIES	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	IMPRESSÕES	17.303.076	R\$ 5.31	R\$ 91.879,33
TOTAL FACEBOOK																													17.303.076		R\$ 91.879,33					
INSTAGRAM	AMBOS OS SEXOS, 16+ MORA. SÃO PAULO - SP	CARD / VÍDEO / STORIES																															IMPRESSÕES	7.079.398	R\$ 3,56	R\$ 25.202,66
TOTAL INSTAGRAM																													7.079.398		R\$ 25.202,66					
TWITTER	AMBOS OS SEXOS. 16+ MORA. SÃO PAULO - SP	TWEET PROMOVIDO																															ENGAJAMENTO	151.300	R\$ 0.41	R\$ 62.033,00
TOTAL TWITTER																													151.300		R\$ 62.033,00					
TOTAL REDES SOCIAIS																													24.533.774		R\$ 179.114,99					



SPO
 +55 11 5874.9657
 AV. BRIGADEIRO FARIA LIMA, 2.954,
 CONJ. 21. JD. PAULISTANO
 01452-000



BSB
 +55 61 3246 9617
 SIG QD.4, BL. A, SL. 21. TÉRREO.
 ED. CAPITAL FINANCIAL CENTER
 70610-440



ANEXO – PLANILHAS MÍDIA



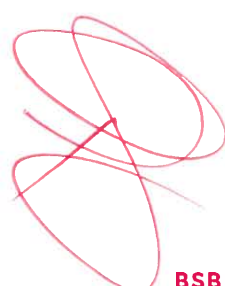
Cliente: SABESP
 Meio: TV Aberta
 Formato: 30" e 60"
 Peças: A - VT 30" / B - VT 60"
 Mercado: São Paulo - Capital

EMISSORA	PÚBLICO	PROGRAMA	HORÁRIO INÍCIO	DIA DE EXIBIÇÃO	GÊNERO	PEÇA	CUSTO UNITÁRIO TABELA 30"	SETEMBRO											TOTAL INS.	AUDIÊNCIA				TOTAL TABELA	INVESTIMENTO POR EMISSORA (SHARE%)		
								D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	DOM			TRP (Pri)		Total de Pessoas Impactadas POP.	Total Pessoas Impactadas Targ.				
								22	23	24	25	26	27	28	29	30	IA%	GRP		IA%	TRP						
GLOBO		NOVELA III	21:20	SEG/SAB	NOV	A	RS 215.180,00												1	14,27	14,27	16,04	16,04	20.076.549	16.270.018	RS 215.180,00	47,50%
GLOBO		JORNAL NACIONAL	20:30	SEG/SAB	JORN	B	RS 398.738,00		1									1	14,33	14,33	16,19	16,19	RS 398.738,00				
GLOBO		NOVELA II	19:40	SEG/SAB	NOV	A	RS 122.089,00											1	11,74	11,74	12,98	12,98	RS 122.089,00				
GLOBO		SP TV 2ª EDIÇÃO	19:20	SEG/SAB	JORN	A	RS 110.737,00				1							1	10,77	10,77	12,03	12,03	RS 110.737,00				
GLOBO	AS ABCDE 18+ anos	GLOBO REPÓRTER	22:30	SEX	REPO	A	RS 108.838,00											1	10,49	10,49	11,70	11,70	RS 108.838,00				
GLOBO		SHOW DE TERÇA-FEIRA 1	22:30	TER	-	A	RS 108.838,00											1	10,47	10,47	11,65	11,65	RS 108.838,00				
GLOBO		SHOW DE QUINTA-FEIRA 1	22:30	QUI	-	A	RS 108.838,00											1	9,70	9,70	10,64	10,64	RS 108.838,00				
GLOBO		TELA QUENTE	22:30	SEG	FILM	A	RS 85.300,00											1	9,22	9,22	9,95	9,95	RS 85.300,00				
GLOBO		CALDEIRÃO DO HUCK	18:05	SÁB	AUDI	A	RS 41.591,00											1	6,50	6,50	7,38	7,38	RS 41.591,00				
GLOBO		TEMPERATURA MÁXIMA	14:15	DOM	FILM	A	RS 34.734,00											1	6,33	6,33	6,86	6,86	RS 34.734,00				
TOTAL GLOBO																		10			115	115	RS 1.334.863,00				
RECORD	AS ABCDE 18+ anos	CIDADE ALERTA	16:45	SEG/SEX	JORN	A	RS 36.570,00											1	4,30	4,30	4,80	4,80	20.076.549	16.270.018	RS 36.570,00	20,83%	
RECORD		BALANÇO GERAL VESP	12:00	SEG/SEX	REPO	A	RS 27.779,00										1	3,70	3,70	4,25	4,25	RS 27.779,00					
RECORD		CIDADE ALERTA ESPECIAL	16:45	SAB	JORN	A	RS 36.570,00										1	3,55	3,55	3,94	3,94	RS 36.570,00					
RECORD		NOVELA DA TARDE 1	15:00	SEG/SEX	NOV	A	RS 32.182,00										1	3,17	3,17	3,52	3,52	RS 32.182,00					
RECORD		JORNAL DA RECORD	21:45	SEG/SEX	JORN	B	RS 452.254,00		1								1	3,11	3,11	3,49	3,49	RS 452.254,00					
TOTAL RECORD																	5			20	20	RS 585.335,00					
SBT	AS ABCDE 18+ anos	PROGRAMA SILVIO SANTOS	20:00	DOM	AUDIT	A	RS 182.580,00											1	5,36	5,36	5,84	5,84	20.076.549	16.270.018	RS 182.580,00	23,87%	
SBT		NOVELA NOITE 1	20:50	SEG/SEX	NOVE	A	RS 157.350,00										1	5,60	5,60	5,05	5,05	RS 157.350,00					
SBT		PROGRAMA DO RATINHO	22:15	SEG/SEX	AUDIT	B	RS 221.040,00		1								1	4,38	4,38	4,54	4,54	RS 221.040,00					
SBT		CONEXÃO REPÓRTER	23:45	SEG	REPO	A	RS 85.650,00										1	3,11	3,11	3,32	3,32	RS 85.650,00					
SBT		SERIE TARDE	12:30	SÁB	SÉRI	A	RS 24.210,00										1	3,64	3,64	2,82	2,82	RS 24.210,00					
TOTAL SBT																	5			22	22	RS 670.830,00					
BAND	AS ABCDE 18+ anos	BRASIL URGENTE - LOCAL	18:50	SEG/SEX	JORN	A	RS 22.457,00										1	1,86	1,86	2,17	2,17	20.076.549	16.270.018	RS 22.457,00	7,81%		
BAND		JORNAL DA BAND	19:20	SEG/SAB	JORN	A	RS 75.052,00		1							1	1,74	1,74	2,06	2,06	RS 75.052,00						
BAND		MASTER CHEF	22:00	TER	REAL	A	RS 44.401,00									1	1,83	1,83	1,99	1,99	RS 44.401,00						
BAND		BRASIL URGENTE SÁB LOCAL	18:50	SÁB	JORN	A	RS 22.457,00									1	1,58	1,58	1,78	1,78	RS 22.457,00						
BAND		JOGO ABERTO	11:00	SEG/SEX	ESPO	A	RS 22.699,00									1	1,25	1,25	1,42	1,42	RS 22.699,00						
BAND		TOP CINE	22:00	QUI	FILM	A	RS 32.439,00									1	0,58	0,58	0,85	0,85	RS 32.439,00						
TOTAL BAND																6			10	10	RS 219.505,00						
TOTAL GERAL																26					RS 2.810.533,00	100%					

*REDETV TEM CORTE APENAS NO ESTADO.



SPO
 +55 11 5874 9657
 AV. BRIGADEIRO FARIA LIMA, 2.954,
 CONJ. 21, JD. PAULISTANO
 01452-000



BSB
 +55 61 3246 9617
 SIG QD 4, BL A, SL 21, TÉRREO,
 ED. CAPITAL FINANCIAL CENTER
 70610-440



Cliente SABESP
 Meio TV Aberta
 Formato: 30" e 60"
 Peças: A - VT 30" / B - VT 60"
 Mercado São Paulo - Capital

EMISSORA	PÚBLICO	PROGRAMA	HORÁRIO INÍCIO	DIA DE EXIBIÇÃO	GÊNERO	PEÇA	CUSTO UNITÁRIO TABELA 30"	OUTUBRO											TOTAL INS.	AUDIÊNCIA				TOTAL TABELA	INVESTIMENTO POR EMISSORA (SHARE%)				
								T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S		IA%	GRP	IA%	TRP			Total de Pessoas Impactadas POP.	Total Pessoas Impactadas Targ.		
GLOBO	AS ABCDE 18+ anos	NOVELA II	19:40	SEG/SAB	NOV	A	RS 122.089,00																						
GLOBO		SP TV 2ª EDIÇÃO	19:20	SEG/SAB	JORN	A	RS 110.737,00	1																					
GLOBO		GLOBO REPORTER	22:30	SEX	REPO	A	RS 108.838,00				1																		
GLOBO		SHOW DE TERÇA-FEIRA 1	22:30	TER	-	A	RS 108.838,00									1													
GLOBO		NOVELA I	18:30	SEG/SAB	NOV	A	RS 90.677,00																						
GLOBO		FANTÁSTICO	21:00	DOM	SHOW	A	RS 155.088,00																						
GLOBO		ZORRA	22:15	SAB	HUMO	A	RS 73.878,00																						
GLOBO		VALE A PENA VER DE NOVO	16:40	SEG/SEX	NOVE	A	RS 36.397,00																						
GLOBO		SP TV 1ª EDIÇÃO	12:00	SEG/SAB	JORN	A	RS 24.363,00																						
GLOBO		GLOBO ESPORTE	12:55	SEG/SAB	ESPO	A	RS 42.400,00																						
TOTAL GLOBO																													
RECORD	AS ABCDE 18+ anos	DOMINGO ESPETACULAR	19:30	DOM	SHOW	A	RS 218.602,00																						
RECORD		CIDADE ALERTA ESPECIAL	16:45	SAB	JORN	A	RS 36.570,00																						
RECORD		POWER COUPLE BRASIL	22:30	SEG/SEX	REAL	A	RS 113.655,00																						
RECORD		HOJE EM DIA	10:00	SEG/SEX	FEMI	A	RS 32.162,00																						
TOTAL RECORD																													
SBT	AS ABCDE 18+ anos	A PRAÇA É NOSSA	23:15	QUI	HUMO	A	RS 177.210,00																						
SBT		PROGRAMA DO RATINHO	22:15	SEG/SEX	AUDIT	A	RS 110.520,00	1																					
SBT		CHAVES MATUTINO	06:00	SAB	INFA	A	RS 13.950,00																						
SBT		THE NOITE	00:45	SEG/SEX	AUDIT	A	RS 72.030,00																						
SBT		PRIMEIRO IMPACTO	06:00	SEG/SEX	JORN	A	RS 22.950,00																						
TOTAL SBT																													
BAND	AS ABCDE 18+ anos	MASTER CHEF	22:00	TER	REAL	A	RS 44.401,00	1																					
BAND		BAND ESPORTE CLUBE	12:00	DOM	ESPO	A	RS 19.081,00																						
BAND		JORNAL DA NOITE	00:00	SEG/SEX	JORN	A	RS 15.208,00																						
TOTAL BAND																													
TOTAL GERAL																													

*REDETV TEM CORTE APENAS NO ESTADO.



SPO
 +55 11 5874.9657
 AV. BRIGADEIRO FARIA LIMA, 2.954,
 CONJ. 21, JD. PAULISTANO
 01452-000



BSB
 +55 61 3246 9617
 SIG QD 4, BL A, SL 21, TERREO,
 ED. CAPITAL FINANCIAL CENTER
 70610-440



Cliente: SABESP
Mercado: São Paulo - Capital

RESUMO DE INVESTIMENTO POR EMISSORA

EMISSORA	TOTAL INVESTIDO	SHARE
GLOBO	R\$ 2.208.168,00	48,42%
SBT	R\$ 1.067.490,00	23,41%
RECORD	R\$ 986.324,00	21,63%
BAND	R\$ 298.195,00	6,54%
TOTAL GERAL	R\$ 4.560.177,00	100,00%



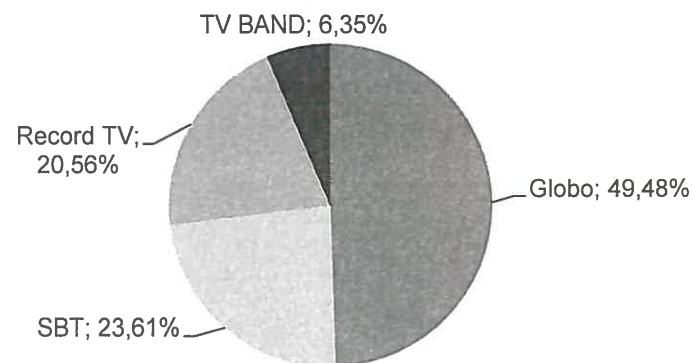
SPO
+55 11 5874.9657
AV. BRIGADEIRO FARIA LIMA, 2.954,
CONJ. 21. JD. PAULISTANO
01452-000

BSB
+55 61 3246 9617
SIG QD 4, BL A, SL 21. TÉRREO,
ED. CAPITAL FINANCIAL CENTER
70610-440



	TV Live
	AS ABCDE 18+
	Rat% {Ponderada}
Globo	6,16
SBT	2,94
Record TV	2,56
TV BAND	0,79
[TOTAL]	2,57

Share de participação das emissoras
Target: AS ABCDE 18+ - São Paulo



Este relatório é uma exportação de dados desde o MW, gerado pelo cliente.

Db:

Grande São Paulo Desagrupado TR Standard e PV Standard

Fonte dos dados: Kantar IBOPE Media

NOTA: Valores médios do período analisado.

Media:

Tabela de Programação

Datas:

01/05/2019 - 31/05/2019

Targets:

- [Ind]:AS ABCDE 18+; Ind [C] [Demográficos]
- Idades: 18-24, 25-34, 35-49, 50+

Target Referência:

UNIVERSO

Emissoras:

TV BAND; Globo; Rede Tv!; Record TV; SBT;

Emissora Base:

Total Ligados

Tipo de audiência:

TV Live

F.

SPO
+55 11 5874.9657
AV. BRIGADEIRO FARIA LIMA, 2.954,
CONJ. 21. JD. PAULISTANO
01452-000

BSB
+55 61 3246 9617
SIG QD.4, BL. A, SL. 21. TERREO,
ED. CAPITAL FINANCIAL CENTER
70610-440

+ fields360.agency

Programação:

Nível: Nível 1;

Apresentado em [Crosstab] vistas dos modos da análise:

Na Vertical:

Emissora;

Na Horizontal:

Atual; Target; Rat%;

Extra:

Ordenar grupos:

Rat% {TV Live / AS ABCDE 18+} [descendente];

Universo (Average):

Para target [AS ABCDE 18+] ...

Para região [SP] [Bom] Universo 16270.0; Amostra 3570 (81.04%)

Para target [UNIVERSO] ...

Para região [SP] [Bom] Universo 20076.5; Amostra 4557 (100.00%)

F.



SPO

+55 11 5874.9657
AV. BRIGADEIRO FARIA LIMA, 2.954,
CONJ. 21. JD. PAULISTANO
01452-000

BSB

+55 61 3246 9617
SIG QD 4, BL A, SL 21. TÉRREO,
ED. CAPITAL FINANCIAL CENTER
70610-440

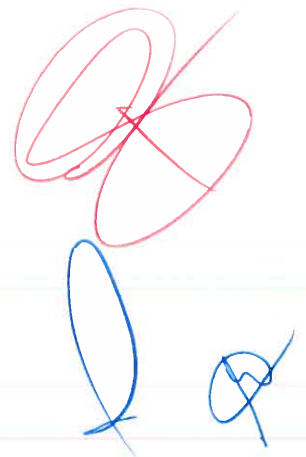
 fields360.agency

	TV Live	Legenda: Programas Contemplados
	AS ABCDE 18+	
	Rat% {Ponderada}	
Globo		
NOVELA III	16,12	
A DONA DO PEDAÇO APRES ESP	14,66	
JORNAL NACIONAL	14,56	
NOVELA II	13,00	
SPTV 2A EDIÇÃO	12,08	
FUTEBOL QA	12,00	
GLOBO REPÓRTER	11,92	
PRONUNCIAMENTO	11,77	
SHOW DE TERÇA-FEIRA 1	11,66	
FUTEBOL VES	11,13	
SHOW DE QUINTA-FEIRA 1	10,62	
NOVELA I	10,25	
TELA QUENTE	10,00	
FLASH JORNALISMO GLOB VIVO NOT	9,82	
FANTÁSTICO	9,75	
ZORRA	8,85	
MALHAÇÃO	8,45	
DOMINGÃO DO FAUSTÃO	8,44	
VALE A PENA VER DE NOVO	7,81	
SEGUE O JOGO	7,59	
CALDEIRÃO DO HUCK	7,35	
SHOW DE TERÇA-FEIRA 2	7,14	
SHOW DE SEXTA-FEIRA 2	7,10	
ALTAS HORAS	6,96	
FLASH JORNALISMO GLOB VIVO VES	6,70	
TEMPERATURA MÁXIMA	6,68	
ALB GRANDE FAMÍLIA	6,39	
SHOW DE QUINTA-FEIRA 2	6,15	
SPTV 1A EDIÇÃO	6,06	
GLOBO ESPORTE	5,85	
JORNAL HOJE	5,76	
FLASH JORNALISMO GLOB VES	5,66	
DOMINGO MAIOR	5,65	
PLANTÃO JORNALISMO GLOBO VES	5,52	
FLASH JORNALISMO GLOB VIVO MAT	5,38	
GLOBO RURAL DM	5,29	
SHOW DE DOMINGO VES	5,27	
PROFISSÃO REPÓRTER NOT	5,25	
SESSÃO COMÉDIA	5,25	
SÓ TOCA TOP	5,08	
AUTO ESPORTE	5,02	
SESSÃO DA TARDE	4,90	
ESPORTE ESPETACULAR	4,85	
BOM DIA BRASIL	4,81	
AUTOMOBILISMO MAT	4,68	
BOM DIA SP	4,43	
JORNAL DA GLOBO	4,28	
ZERO1	4,26	
ENCONTRO F BERNARDES	3,76	
FLASH JORNALISMO GLOB MAT	3,76	
MAIS VOCÊ	3,76	
FESTIV REXONA CINEMA	3,57	
P EMPRESAS G NEGÓCIOS	3,55	
É DE CASA	3,50	

HORA UM CONT	3,29
CONVERSA COM BIAL	3,04
SUPERCINE	2,94
BOL SINAL VERDE MAD	2,83
BOM DIA SP ANT	2,77
ANTENA PAULISTA	2,60
COMO SERÁ	2,58
SÉRIES AMERICANAS	2,54
HORA UM	2,29
VIA BRASIL	2,29
CORUJÃO CONT	2,04
BOL MOMENTO NBA MAD	2,03
CORUJÃO	2,03
RELIGIOSO MAT	1,90
RELIGIOSO MAD	1,57
[TOTAL] Globo	6,16
SBT	
PROGRAMA SILVIO SANTOS	5,83
A PRAÇA É NOSSA NOT	5,38
TELE SENA	5,17
NOVELA NOITE 1	5,05
RODA A RODA JEQUITI	4,96
PROGRAMA DO RATINHO	4,41
NOVELA NOITE 2	4,31
FÁBRICA DE CASAMENTOS	4,13
ESQUADRÃO DA MODA	4,11
ELIANA	4,09
TELA DE SUCESSOS	4,05
PRA GANHAR É SÓ RODAR	4,01
CINE ESPETACULAR	3,89
JOGO DAS FICHAS	3,87
SBT BRASIL	3,51
DOMINGO LEGAL PSS	3,44
AS AVENTURAS DE POLIANA	3,41
CONEXÃO REPÓRTER	3,41
NOVELA NOITE	3,21
NOVELA TARDE 1	3,17
PRONUNCIAMENTO	3,09
SÉRIE DE DOMINGO 1	3,02
SÉRIE TARDE	3,00
PROGRAMA DA MAÍSA	2,85
CHAVES MAT 2	2,84
THE NOITE	2,82
PROGRAMA RAUL GIL	2,73
PRIMEIRO IMPACTO	2,62
CASOS DE FAMÍLIA	2,53
SÁBADO ANIMADO	2,46
BOM DIA E CIA	2,40
FOFOCALIZANDO	2,40
SBT NOTÍCIAS MAD 2 CONT	2,23
RODA A RODA JEQUITI MAD	2,16
SBT NOTÍCIAS MAT	2,07
CHAVES MAT	1,98
SÉRIE SÁBADO	1,94
SBT NOTÍCIAS MAD 2	1,91
OPERAÇÃO MESQUITA	1,89
SBT NOTÍCIAS MAD 1	1,83
BRASIL CAMINHONEIRO MAT	1,82

AGRO JORNAL	1,65
ACELERADOS	1,63
SEMPRE BEM	1,60
[TOTAL] SBT	2,94
Record TV	
PLANTÃO JORNALISMO RECORD VES	5,44
DOMINGO ESPETACULAR	5,02
CIDADE ALERTA	4,82
NOVELA 2	4,71
BALANÇO GERAL SP VES	4,29
HORA DO FARO	4,10
CIDADE ALERTA ESPECIAL	4,06
PRONUNCIAMENTO	4,03
JORNAL DA RECORD ESPECIAL	3,61
NOVELA DA TARDE 1	3,55
JORNAL DA RECORD	3,52
POWER COUPLE BRASIL	3,49
NOVELA 3	3,31
CÂMERA RECORD	3,04
RELIGIOSO VES	3,04
DOMINGO SHOW	2,85
TOP CHEF	2,74
BALANÇO GERAL SP ESPECIAL	2,68
CINE AVENTURA	2,68
NOVELA DA TARDE 2	2,61
HOJE EM DIA	2,40
FALA BRASIL ESPECIAL	2,33
TROCA DE ESPOSAS REP	2,29
FALA BRASIL	2,26
ESPORTE FANTÁSTICO MAT	2,14
SUPER TELA NOT	2,03
SÉRIE PREMIUM	1,91
RECORD KIDS MAT	1,80
SÉRIE DE SÁBADO	1,76
SÃO PAULO NO AR	1,73
SÉRIE DE DOMINGO	1,46
ESCOLA DO AMOR	1,16
FALA QUE EU TE ESCUTO MAD	0,88
BALANÇO GERAL MANHA	0,79
INTELIGÊNCIA E FÉ MAD	0,66
RELIGIOSO MAT	0,34
RELIGIOSO MAD	0,27
ESCOLA DO AMOR MAD	0,22
[TOTAL] Record TV	2,56
TV BAND	
PRONUNCIAMENTO	2,67
BRASIL URGENTE 2	2,43
BRASIL URGENTE 1	2,24
JORNAL DA BAND	2,13
MASTER CHEF	2,02
BRASIL URGENTE SB LOC	1,81
JOGO ABERTO MAT	1,50
BRASIL URGENTE SB	1,30
OS DONOS DA BOLA	1,29
FUTEBOL VES	1,20
TERCEIRO TEMPO	1,20
MINHA VIDA	1,14
CINE MAIS	1,11

MMA NOT	1,02
SESSÃO ESPECIAL VES	1,00
MELHOR DA TARDE LOCAL	0,94
BASQUETE NOT	0,93
MELHOR DA TARDE	0,90
DOCUMENTÁRIOS BBC VES	0,79
PLANETA SELVAGEM	0,77
DOCUMENTÁRIOS BBC	0,76
SÓ RISOS	0,74
QUARTA NO CINEMA	0,70
TOP CINE NOT	0,68
AUTOMOBILISMO VES	0,64
BAND ESPORTE CLUBE	0,64
CINE BAND VES	0,64
MASTER CHEF PARA TUDO	0,60
O APRENDIZ	0,55
CINE BAND CLASSICOS	0,54
BASQUETE VES	0,52
MÚSICA NA BAND	0,50
JORNAL DA NOITE	0,48
SHARK TANK BRASIL	0,46
VÍDEOS INCRÍVEIS VES 1	0,43
O APRENDIZ RÉPRISE	0,42
AQUI NA BAND	0,40
CAFÉ COM JORNAL	0,40
CAFÉ COM JORNAL LOCAL	0,40
SHOW BUSINESS MAD 1	0,40
HIPER CAP ALTO T REG	0,35
PÉ NA ESTRADA MAT	0,35
MUNDO ANIMADO MAT 1	0,32
QUE FIM LEVOU MAD	0,32
HIPER CAP ABC REGIAO	0,31
RELIGIOSO NOT	0,29
VÍDEOS INCRÍVEIS MAD	0,29
BASQUETE MAT	0,28
FUTEBOL MAD	0,28
AUTOMOBILISMO NOT	0,26
AGRO FORTE BR FORTE	0,24
ARTE NA FOTOGRAFIA	0,24
VÍDEOS INCRÍVEIS MAT	0,24
JORNAL BANDNEWS	0,22
MOMENTO VOX	0,22
O APRENDIZ BASTIDORES	0,22
MAIS INFO MAT	0,21
MUNDO ANIMADO MAT	0,21
RELIGIOSO MAT	0,21
RELIGIOSO VES	0,21
CANAL LIVRE	0,19
30 MINUTOS MAD	0,17
CINEMA NA MADRUGADA	0,17
SAÚDE E SEXUALIDADE	0,16
SHOW DA SAÚDE MAT	0,16
VIAGENS AO REDOR MUND MAD	0,16
30 MINUTOS	0,13
INFOMERCIAL BAND MAT	0,13
BAND SHOP MAT	0,11
MAIS RÁPIDO GAME SHOW	0,11
JOGO ABERTO MAD	0,09



OS DONOS DA BOLA MAD	0,08
MAIS INFO MAD	0,06
MAIS INFO MAT ANT	0,06
SÓ RISOS MAD	0,06
BAND ESPORTE CLUBE MAD	0,04
CANAL LIVRE MAD	0,01
[TOTAL] TV BAND	0,79
Rede Tv!	
ENCRENCA	3,30
OPERAÇÃO DE RISCO NOT 1	1,97
JOÃO KLEBER SHOW	1,81
FUTEBOL NOT	1,27
SUPERPOP	1,26
ENCRENCA MAD	1,12
MEGA SENHA	1,09
LUCIANA BY NIGHT	1,01
MEGA SENHA MAD	0,89
CONEXÃO MODELS NOT	0,86
TV FAMA	0,84
A TARDE É SUA	0,83
SENSACIONAL NOT	0,78
PRONUNCIAMENTO	0,66
DOCUMENTO VERDADE	0,63
FUTEBOL VES	0,59
MARIANA GODOY ENTREV	0,59
LEITURA DINÂMICA SSX	0,49
BOLA NA REDE MAD	0,45
REDE TV NEWS	0,44
TE PEGUEI MAD	0,42
TE PEGUEI NOT	0,40
EDU GUEDES E VOCÊ	0,38
OPERAÇÃO DE RISCO MAT	0,38
AMAURY JR MAD	0,35
AUTOMOBILISMO VES	0,33
VOCÊ NA TV VES	0,32
TRICOTANDO	0,27
DATA VENIA	0,24
É NOTÍCIA MAD	0,24
STARTUPERS	0,24
PAPO DE BOLA	0,23
MOTOCICLISMO VES	0,20
VOCÊ NA TV MAT 1	0,20
RELIGIOSO NOT	0,19
OPERAÇÃO DE RISCO MAD CONT	0,17
DOCUMENTO VERDADE MAT	0,16
ESCOLA DO AMOR	0,16
OLGA	0,15
RELIGIOSO MAD	0,15
RITMO BRASIL NOT	0,15
MARIANA GODOY ENTREV MAT	0,14
OPERAÇÃO DE RISCO MAD	0,14
TE PEGUEI MAT 1	0,14
DOCUMENTO VERDADE MAT ANT	0,13
AUTO MAIS NOT	0,12
MARIANA GODOY ENTREV MAD	0,12
TE PEGUEI MAT	0,11
SHOW DA SAÚDE MAT	0,10
FAN GAMES NOT	0,09

POLISHOP MAT	0,09
POLISHOP VES	0,08
RELIGIOSO MAT	0,08
INTERPROGRAMA	0,06
RELIGIOSO VES	0,06
APEOESP	0,05
INFOMERCIAL REDE TV MAT	0,05
INFOMERCIAL REDE TV VES	0,05
SHOW DA SAÚDE	0,05
90 SEGUNDOS MAT	0,04
FAN GAMES	0,04
A HORA A VEZ PEQ EMPRESA VES	0,03
[TOTAL] Rede Tv!	0,39
[TOTAL]	2,57

Este relatório é uma exportação de dados desde o MW, gerado pelo cliente.

Db:

Grande São Paulo Desagrupado TR Standard e PV Standard

Fonte dos dados: Kantar IBOPE Media

NOTA: Valores médios do período analisado

Media:

Tabela de Programação

Datas:

01/05/2019 - 31/05/2019

Targets:

- [Ind]:AS ABCDE 18+; Ind [C] [Demográficos]
- Idades: 18-24, 25-34, 35-49, 50+

Target Referência:

UNIVERSO

Emissoras:

TV BAND; Globo; Rede Tv!; Record TV; SBT;

Emissora Base:

Total Ligados

Tipo de audiência:

TV Live

Programação:

Nível: Nível 1;

Apresentado em [Crosstab] vistas dos modos da análise:

Na Vertical:

Emissora; Programas;

Na Horizontal:

Atual; Target; Rat%;

Extra:

Ordenar grupos:

Rat% {TV Live / AS ABCDE 18+} [descendente];

Universo (Average):

Para target [AS ABCDE 18+] ...

Para região [SP] [Bom] Universo 16270.0; Amostra 3570 (81.04%)

Para target [UNIVERSO] ...

Para região [SP] [Bom] Universo 20076.5; Amostra 4557 (100.00%)

Cliente: SABESP
 Meio: Rádio
 Formato: Spot
 Peças: A - Spot 30" - 1º flight
 Mercado: São Paulo - Capital

ESTADO	PRAÇA	PÚBLICO	RÁDIOS	PROGRAMA	SEC.	PEÇA	FAIXA HORÁRIA		SETEMBRO											OUTUBRO											TOTAL INS.	CUSTO UNITÁRIO TABELA	VALOR TOTAL TABELA		
							INÍCIO	FIM	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S							
									22	23	24	25	26	27	28	29	30	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11							
SP	SÃO PAULO	AS AB 15+ anos	ALPHA FM	ROTATIVO	30"	A	SPOT	06:00	19:00		4	4	4		4								4	4				4		4		4	36	R\$ 3.650,00	R\$ 131.400,00
SP	SÃO PAULO	AS AB 15+ anos	ANTENA 1	ROTATIVO	30"	A	SPOT	06:00	20:00		4	4	4	4									4	4		4		4		4		4	36	R\$ 3.498,00	R\$ 125.928,00
SP	SÃO PAULO	AS AB 15+ anos	BAND FM	ROTATIVO	30"	A	SPOT	06:00	19:00		4	4	4		4								4	4				4		4		4	36	R\$ 2.062,00	R\$ 74.232,00
SP	SÃO PAULO	AS AB 15+ anos	JOVEM PAN FM	ROTATIVO	30"	A	SPOT	06:00	19:00		4	4	4	4									4	4		4		4		4		4	36	R\$ 3.860,00	R\$ 138.960,00
SP	SÃO PAULO	AS AB 15+ anos	89 FM	ROTATIVO	30"	A	SPOT	06:00	19:00		4	4	4		4								4	4				4		4		4	36	R\$ 2.762,00	R\$ 99.432,00
SP	SÃO PAULO	AS CDE 15+ anos	FELIZ FM	ROTATIVO	30"	A	SPOT	06:00	19:00		4	4	4	4									4	4		4		4		4		4	36	R\$ 2.927,00	R\$ 105.372,00
SP	SÃO PAULO	AS CDE 15+ anos	NATIVA FM	ROTATIVO	30"	A	SPOT	06:00	19:00		4	4	4		4								4	4				4		4		4	36	R\$ 1.958,00	R\$ 70.488,00
SP	SÃO PAULO	AS CDE 15+ anos	GAZETA FM	ROTATIVO	30"	A	SPOT	06:00	19:00		4	4	4	4									4	4		4		4		4		4	36	R\$ 2.042,00	R\$ 73.512,00
SP	SÃO PAULO	AS CDE 15+ anos	CAPITAL AM	ROTATIVO	30"	A	SPOT	06:00	19:00		4	4	4		4								4	4				4		4		4	36	R\$ 3.146,00	R\$ 113.256,00
SP	SÃO PAULO	AS CDE 15+ anos	TRANSCONTINENTAL FM	ROTATIVO	30"	A	SPOT	07:00	19:00		4	4	4	4									4	4		4		4		4		4	36	R\$ 2.200,00	R\$ 79.200,00
TOTAL																																	360		R\$ 1.011.780,00



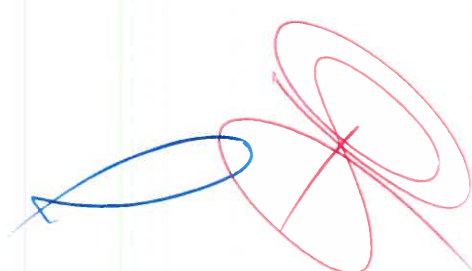
SPO
 +55 11 5874 9657
 AV. BRIGADEIRO FARIA LIMA, 2.954,
 CONJ. 21, JD. PAULISTANO
 01452-000

BSB
 +55 61 3246 9617
 SIG QD 4, BL A, SL 21, TÉRREO,
 ED. CAPITAL FINANCIAL CENTER
 70610-440



Cliente: SABESP
 Meio: Jornal
 Formato: Capa + página 2
 Peças: A - Capa + página 2
 Mercado: São Paulo - Capital

ESTADO	MUNICÍPIO DE VEICULAÇÃO	POPULAÇÃO	VEÍCULO	PEÇA	FORMATO	COLOCAÇÃO	TIRAGEM	FONTE	PERIODICIDADE	SETEMBRO				TT INS	UNITÁRIO TABELA	TOTAL TABELA
										D	D	D	D			
										8	15	22	29			
SP	SÃO PAULO	12.180.000	DESTAK	A	CAPA PARCIAL (CAPA + PÁGINA 2) 25,5x31cm	DETERMINADA	100.000	IVC	DIÁRIO				1	1	R\$ 951.689,00	R\$ 951.689,00
SP	SÃO PAULO	12.180.000	METRO JORNAL	A	CAPA PARCIAL (CAPA + PÁGINA 2) 25,6x36cm	DETERMINADA	121.000	IVC	DIÁRIO				1	1	R\$ 886.743,00	R\$ 886.743,00
TOTAL													2		R\$ 1.838.432,00	



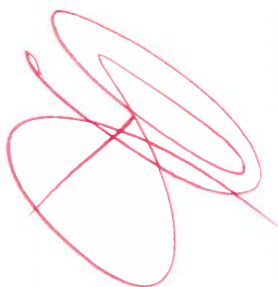
SPO
 +55 11 5874 9657
 AV. BRIGADEIRO FARIA LIMA, 2.954,
 CONJ. 21. JD. PAULISTANO
 01452-000

BSB
 +55 61 3246 9617
 SIG QD.4, BL. A, SL. 21. TÉRREO,
 ED. CAPITAL FINANCIAL CENTER
 70610-440



Cliente: SABESP
 Meio: Revista
 Formato: Página Dupla
 Peças: A - Página Dupla
 Mercado: São Paulo - Capital

ESTADO	MUNICÍPIO DE VEICULAÇÃO	POPULAÇÃO	VEÍCULO	PEÇA	FORMATO	COLOCAÇÃO	TIRAGEM	FONTE	PERIODICIDADE	SETEMBRO				TT INS	UNITÁRIO TABELA	TOTAL TABELA
										Q 4	Q 11	Q 18	Q 25			
SP	SÃO PAULO	12 180 000	VEJA SÃO PAULO	A	PÁGINA DUPLA 40,4x26,6 cm	INDETERMINADA	85.124	IVC	DIÁRIO				1	1	R\$ 368.000,00	R\$ 368.000,00
TOTAL													1		R\$ 368.000,00	


SPO
 +55 11 5874.9657
 AV. BRIGADEIRO FARIA LIMA, 2.954,
 CONJ. 21, JD. PAULISTANO
 01452-000

BSB
 +55 61 3246 9617
 SIG QD 4, BL A, SL 21, TÉRREO,
 ED. CAPITAL FINANCIAL CENTER
 70610-440



Cliente: SABESP
 Meio: MUB
 Formato: Mobiliário Urbano
 Peças: A - Cartaz
 Mercado: São Paulo - Capital

ESTADO	CIDADE	VEÍCULO	FORMATO	ROTEIRO	IMPACTOS	TIPO DE VEICULAÇÃO	PERÍODO	SETEMBRO		OUTUBRO		QUANTIDADE	VALOR UNITÁRIO TABELA	VALOR TOTAL TABELA
								SEMANAS						
								3ª	4ª	1ª	2ª			
SP	SÃO PAULO	JCDECAUX	MOBILIÁRIO URBANO	TARGET 150	14.180.306*	SEMANAL	26/09 a 02/10					150	R\$ 3.144,00	R\$ 471.600,00
SP	SÃO PAULO	ÓTIMA	MOBILIÁRIO URBANO	ABRIGOS	10.867.115**	SEMANAL	26/09 a 02/10					200	R\$ 2.955,00	R\$ 591.000,00
TOTAL												350		R\$ 1.062.600,00

*Geofusion
 **Mapa OOH



SPO
 +55 11 5874.9657
 AV. BRIGADEIRO FARIA LIMA, 2.954,
 CONJ. 21, JD. PAULISTANO
 01452-000

BSB
 +55 61 3246 9617
 SIG QD 4, BL A, SL 21, TÉRREO,
 ED. CAPITAL FINANCIAL CENTER
 70610-440



Cliente: SABESP
 Meio: OOH
 Formato: Diversos
 Peças: A - Portas, B - Cartaz, C - Painel e D - Big Painel
 Mercado: São Paulo - Capital

ESTADO	CIDADE	VEÍCULO	LOCAL	PEÇA	TIPO	FLUXO DE PESSOAS / MÊS	FORMATO	TIPO DE VEICULAÇÃO	PERÍODO DE VEICULAÇÃO	SETEMBRO				OUTUBRO				QTD.	UNIT. TABELA	TOTAL TABELA	
										SEMANAS				SEMANAS							
										1ª	2ª	3ª	4ª	1ª	2ª	3ª	4ª				
SP	SÃO PAULO	VIA QUATRO	METRÔ	ESTAÇÃO PAULISTA	A	PORTAS	5.129.800	PORTAS DE PLATAFORMA (PAR)	MENSAL	23/09 a 22/10									1	R\$ 46.065,00	R\$46.065,00
SP	SÃO PAULO	VIA QUATRO	METRÔ	ESTAÇÃO DA REPÚBLICA	A	PORTAS	4.669.600	PORTAS DE PLATAFORMA (PAR)	MENSAL	23/09 a 22/10									1	R\$ 46.065,00	R\$46.065,00
SP	SÃO PAULO	VIA QUATRO	METRÔ	ESTAÇÃO DA LUZ	A	PORTAS	4.069.000	PORTAS DE PLATAFORMA (PAR)	MENSAL	23/09 a 22/10									1	R\$ 46.065,00	R\$46.065,00
SP	SÃO PAULO	ELETROMIDIA	METRÔ	ESTAÇÕES CAPÃO REDONDO, CAMPO LIMPO, VILA DAS BELEZAS, GIOVANNI GRONCHI, SANTO AMARO, LARGO TREZE, ADOLFO PINHEIRO, ALTO DA BOA VISTA, BORBA GATO, BROOKLIN, CAMPO BELO, EUCALIPTOS, MOEMA, AACD-SERVIDOR, HOSPITAL SÃO PAULO, SANTA CRUZ E CHÁCARA KLABIN (LINHA LILÁS).	B	MUB	3.499.902	MUB - ESTÁTICO	SEMANAL	23/09 a 22/10									70	R\$2.800,00	R\$196.000,00
SP	SÃO PAULO	ELETROMIDIA	TREM	CIRCUITO LINHA ESMERALDA, CIRCUITO BRÁS E CIRCUITO BARRA FUNDA	B	MUB	21.280.000	MUB - ESTÁTICO	SEMANAL	23/09 a 22/10									200	R\$1.937,00	R\$387.400,00
SP	SÃO PAULO	ELETROMIDIA	TREM	ESTAÇÃO DO BRÁS	D	BIG PAINEL	21.280.000	BIG PAINEL - MEZANINO	MENSAL	23/09 a 22/10									1	R\$27.133,56	R\$27.133,56
SP	SÃO PAULO	ELETROMIDIA	METRÔ	ESTAÇÃO PINHEIROS	C	PAINEL	4.800.000	PAINEL MEZANINO (7x2,3m)	MENSAL	23/09 a 22/10									1	R\$28.265,00	R\$28.265,00
SP	SÃO PAULO	ELETROMIDIA	TREM	ESTAÇÃO BARRA FUNDA	C	PAINEL	4.200.000	BIG PAINEL - MEZANINO CENTRAL	MENSAL	23/09 a 22/10									1	R\$23.838,48	R\$23.838,48
SP	SÃO PAULO	ELETROMIDIA	METRÔ	ESTAÇÃO PAULISTA	C	PAINEL	6.300.000	PAINEL ACESSO CONSOLAÇÃO (10x4m)	MENSAL	23/09 a 22/10									1	R\$65.527,00	R\$65.527,00
TOTAL																			277		R\$866.369,04



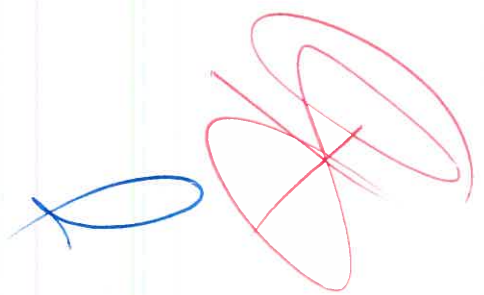
SPO
 +55 11 5874.9657
 AV. BRIGADEIRO FARIA LIMA, 2.954,
 CONJ. 21. JD. PAULISTANO
 01452-000

BSB
 +55 61 3246 9617
 SIG QD.4, BL A, SL 21. TÉRREO,
 ED. CAPITAL FINANCIAL CENTER
 70610-440



Cliente: SABESP
 Meio: DOOH - Ed. Residenciais
 Formato: DOOH
 Peças: A - Vinheta
 Mercado: São Paulo - Capital

ESTADO	CIDADE	VEÍCULO	LOCAL		FLUXO DE PESSOAS	PEÇA	FORMATO	QUANTIDADE DE MONITORES/TELAS	INSERÇÕES / DIA	PERÍODO DE VEICULAÇÃO		TOTAL DE INSERÇÕES	VALOR UNITÁRIO TABELA	TOTAL TABELA
SP	SÃO PAULO	HELLOO	ED. RESIDENCIAL	REGIÃO DA GRANDE SÃO PAULO	4.364.791	A	15"	705	247.455	07 dias	23/09 a 29/09	1.732.185	R\$ 119,41	R\$84.184,05
SP	SÃO PAULO	ELEMÍDIA	ED. RESIDENCIAL	REGIÃO DA GRANDE SÃO PAULO	5.360.831	A	15"	1.000	351.857	07 dias	23/09 a 29/09	2.462.999	R\$ 148,00	R\$148.000,00
TOTAL								1.705	599.312			4.195.184		R\$232.184,05



SPO
 +55 11 5874.9657
 AV. BRIGADEIRO FARIA LIMA, 2.954,
 CONJ. 21, JD. PAULISTANO
 01452-000

BSB
 +55 61 3246 9617
 SIG QD.4, BL. A, SL. 21, TÉRREO,
 ED. CAPITAL FINANCIAL CENTER
 70610-440



TOTAL CANAIS VERTICAIS DE NOTÍCIAS										2.341.507	R\$ 297.374,95	
BRIGHTROLL	ROS Segmentação Geolocalização (São Paulo - SP)	A	728x090px 300x250px						IMPRESSÃO	495 625	R\$ 80,00	R\$ 39 650,00
		A	300x600px						IMPRESSÃO	347 807	R\$ 114,00	R\$ 39 650,00
		A	970x250px						IMPRESSÃO	264 334	R\$ 150,00	R\$ 39 650,03
TOTAL BRIGHTROLL										1.107.766	R\$ 118.950,02	
7 GRAUS	ROS Segmentação Geolocalização (São Paulo - SP)	A	300x250px						IMPRESSÃO	360 455	R\$ 44,00	R\$ 15 860,00
		A	320x050px						IMPRESSÃO	466 471	R\$ 34,00	R\$ 15 860,00
		B	VÍDEO PRE-ROLL 30"						IMPRESSÃO	288 364	R\$ 55,00	R\$ 15 859,99
TOTAL 7 GRAUS										1.115.289	R\$ 47.579,99	
CAZAMBA	ROS Segmentação Geolocalização (São Paulo - SP)	A	WIDESCREEN						IMPRESSÃO	549 264	R\$ 57,75	R\$ 31 719,97
TOTAL CAZAMBA										549.264	R\$ 31.719,97	
TOTAL REDES DE CONTEÚDO										2.772.318	R\$ 198.249,98	
TEADS	GEOLOCALIZAÇÃO São Paulo - SP	B	InREAD COMPLETE 30"						VISUALIZAÇÃO	34 479	R\$ 3,45	R\$ 118 950,83
TOTAL TEADS										34.479	R\$ 118.950,83	
DYNADMIC	GEOLOCALIZAÇÃO São Paulo - SP	B	VÍDEO 30"						VISUALIZAÇÃO	88 111	R\$ 0,90	R\$ 79 299,90
TOTAL DYNADMIC										88.111	R\$ 79.299,90	
TOTAL REDES DE VÍDEO										122.600	R\$ 198.250,73	
SPOTIFY	GEOLOCALIZAÇÃO São Paulo - SP	C / A	AUDIO EVERYWHERE 30" + BANNER						CUSTO POR ESCUTA COMPLETA	2 147 709	R\$ 0,06	R\$ 128 862,51
TOTAL SPOTIFY										2.147.709	R\$ 128.862,51	
DEEZER	GEOLOCALIZAÇÃO São Paulo - SP	B	VÍDEO ADBREAKER						VISUALIZAÇÃO	231 300	R\$ 0,30	R\$ 69 390,00
TOTAL DEEZER										231.300	R\$ 69.390,00	
TOTAL PLATAFORMAS DE STREAMING DE ÁUDIO										2.379.009	R\$ 198.252,51	
HANDS	GEOLOCALIZAÇÃO TRANSITOU PRÓXIMO AO RIO PINHEIROS	A	MOBILE - MÍDIA DISPLAY						IMPRESSÃO	3 398 572	R\$ 35,00	R\$ 118 950,00
TOTAL HANDS										3.398.572	R\$ 118.950,00	
LOGAN	GEOLOCALIZAÇÃO TRANSITOU PRÓXIMO AO RIO PINHEIROS	A	FULLSCREEN BANNER						IMPRESSÃO	887 687	R\$ 134,00	R\$ 118 949,99
TOTAL LOGAN										887.687	R\$ 118.949,99	
HEADWAY	GEOLOCALIZAÇÃO TRANSITOU PRÓXIMO AO RIO PINHEIROS	A	RICH MEDIA						IMPRESSÃO	991 250	R\$ 120,00	R\$ 118 950,00
TOTAL HEADWAY										991.250	R\$ 118.950,00	
FREAKOM	GEOLOCALIZAÇÃO TRANSITOU PRÓXIMO AO RIO PINHEIROS	B	VÍDEO 30"						VISUALIZAÇÃO	126 543	R\$ 0,94	R\$ 118 949,95
TOTAL FREAKOM										126.543	R\$ 118.949,95	
VIVO ADS	GEOLOCALIZAÇÃO TRANSITOU PRÓXIMO AO RIO PINHEIROS	B	VÍDEO 30"						VISUALIZAÇÃO	297 375	R\$ 0,40	R\$ 118 950,00
TOTAL VIVO ADS										297.375	R\$ 118.950,00	
TOTAL REDES MOBILE										5.701.426	R\$ 594.749,94	
TOTAL										20.584.348	R\$ 1.911.888,10	



SPO
+55 11 5874.9657
AV. BRIGADEIRO FARIA LIMA, 2.954,
CONJ. 21. JD. PAULISTANO
01452-000



BSB
+55 61 3246 9617
SIG QD.4, BL. A, SL. 21. TÉRREO,
ED. CAPITAL FINANCIAL CENTER
70610-440



Cliente SABESP
 Meio TV Aberta
 Formato 30"
 Peças A - VT 30"
 Mercado São Paulo - Estado

EMISSORA	PÚBLICO	PROGRAMA	HORÁRIO INÍCIO	DIA DE EXIBIÇÃO	GÊNERO	PEÇA	CUSTO UNITÁRIO TABELA 30"	OUTUBRO														TOTAL INS.	AUDIÊNCIA				Total de Pessoas Impactadas POP.	Total Pessoas Impactadas Targ.	TOTAL TABELA	INVESTIMENTO POR EMISSORA (SHARE%)										
								S 12	D 13	S 14	T 15	Q 16	Q 17	S 18	D 19	S 20	T 21	Q 22	Q 23	S 24	D 25		S 26	D 27	S 28	T 29					Q 30	Q 31	IA%	GRP	TRP (Pr)	TRP				
GLOBAL		NOVELA III	21:20	SEG/SAB	NOV	A	R\$ 351.769,00																																	
GLOBAL		NOVELA II	19:40	SEG/SAB	NOV	A	R\$ 199.908,00																																	
GLOBAL		GLOBO REPORTER	22:30	SEX	REPO	A	R\$ 185.129,00																																	
GLOBAL		SHOW DE TERÇA FEIRA 1	22:30	TER	-	A	R\$ 185.129,00																																	
GLOBAL		SHOW DE QUINTA FEIRA 1	22:30	QUI	-	A	R\$ 185.129,00																																	
GLOBAL	AS ABCDE 18+ anos	TELA QUENTE	22:30	SEG	FILM	A	R\$ 135.280,00																																	
GLOBAL		ZORRA	22:15	SAB	HUMO	A	R\$ 117.930,00																																	
GLOBAL		DOMINGÃO DO FAUSTÃO	18:00	DOM	AUDI	A	R\$ 137.428,00																																	
GLOBAL		VALE A PENA VER DE NOVO	18:40	SEG/SEX	NOVE	A	R\$ 61.483,00																																	
GLOBAL		CALDEIRÃO DO HUCK	16:05	SAB	AUDI	A	R\$ 71.078,00																																	
GLOBAL		ÁLBUM DA GRANDE FAMÍLIA	15:45	SEG/SEX	SÉRI	A	R\$ 38.788,00																																	
TOTAL GLOBO																																								
RECORD		CIDADE ALERTA	16:45	SEG/SEX	JORN	A	R\$ 48.227,00																																	
RECORD		NOVELA 2	19:50	SEG/SEX	NOV	A	R\$ 112.011,00																																	
RECORD		HORA DO FARO	15:45	DOM	AUDI	A	R\$ 143.062,00																																	
RECORD		CIDADE ALERTA ESPECIAL	16:45	SAB	JORN	A	R\$ 48.227,00																																	
RECORD	AS ABCDE 18+ anos	NOVELA DA TARDE 1	15:00	SEG/SEX	NOV	A	R\$ 43.142,00																																	
RECORD		POWER COUPLE BRASIL	22:30	SEG/SEX	REAL	A	R\$ 148.628,00																																	
RECORD		NOVELA DA TARDE 2	15:45	SEG/SEX	NOV	A	R\$ 43.142,00																																	
RECORD		ESPORTE FANTÁSTICO	10:15	SAB	ESPO	A	R\$ 67.048,00																																	
TOTAL RECORD																																								
SBT		NOVELA NOITE 1	20:50	SEG/SEX	NOVE	A	R\$ 207.762,00																																	
SBT	AS ABCDE 18+ anos	PROGRAMA DO RATINHO	22:15	SEG/SEX	AUDI	A	R\$ 158.159,00																																	
SBT		ESQUADRÃO DA MODA	21:15	SAB	REAL	A	R\$ 154.163,00																																	
SBT		TELA DE SUCESSOS	23:15	SEX	FILM	A	R\$ 178.763,00																																	
SBT		NOVELA NOITE	18:30	SEG/SEX	NOVE	A	R\$ 90.425,00																																	
TOTAL SBT																																								
BAND		BRASIL URGENTE	16:00	SEG/SEX	JORN	A	R\$ 40.462,00																																	
BAND	AS ABCDE 18+ anos	BRASIL URGENTE SAB	18:50	SAB	JORN	A	R\$ 40.462,00																																	
BAND		JOGO ABERTO	11:00	SEG/SEX	ESPO	A	R\$ 41.001,00																																	
BAND		CINE +	22:00	SAB	FILM	A	R\$ 40.997,00																																	
BAND		JORNAL DA NOITE	00:00	SEG/SEX	JORN	A	R\$ 27.554,00																																	
TOTAL BAND																																								
REDETV	AS ABCDE 18+ anos	OPERAÇÃO DE RISCO	22:15	SAB	REAL	A	R\$ 41.530,00																																	
REDETV		SUPERPOP	22:45	SEG E QUA	AUDI	A	R\$ 46.996,00																																	
REDETV		TV FAMA	21:30	SEG/SEX	SHOW	A	R\$ 27.708,00																																	
TOTAL REDETV																																								
TOTAL GERAL																																								



SPO
 +55 11 5874.9657
 AV. BRIGADEIRO FARIA LIMA, 2.954,
 CONJ. 21, JD. PAULISTANO
 01452-000

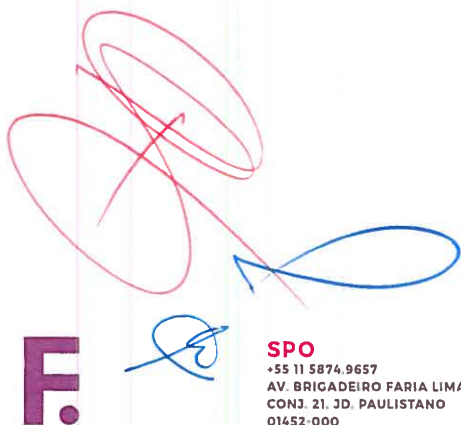
BSB
 +55 61 3246 9617
 SIG QD.4, BL. A, SL 21, TÉRREO,
 ED. CAPITAL FINANCIAL CENTER
 70610-440



Cliente: SABESP
Mercado: São Paulo - Estado

RESUMO DE INVESTIMENTO POR EMISSORA

EMISSORA	TOTAL INVESTIDO	SHARE
GLOBO	R\$ 1.669.051,00	47,59%
SBT	R\$ 789.272,00	22,50%
RECORD	R\$ 701.712,00	20,01%
REDETV!	R\$ 116.234,00	3,31%
BAND	R\$ 230.938,00	6,58%
TOTAL GERAL	R\$ 3.507.207,00	100,00%



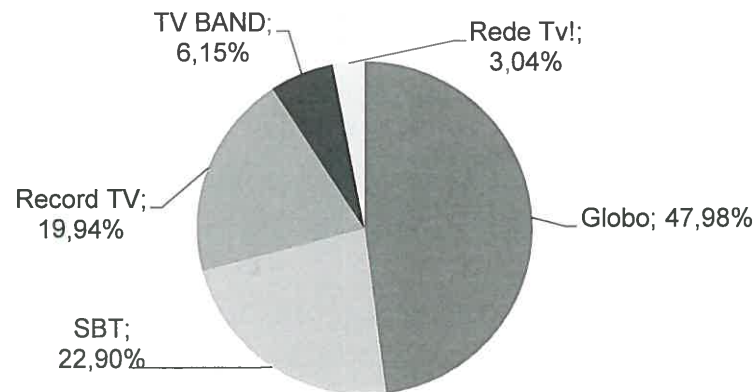
SPO
+55 11 5874.9657
AV. BRIGADEIRO FARIA LIMA, 2.954,
CONJ. 21. JD. PAULISTANO
01452-000

BSB
+55 61 3246 9617
SIG QD 4, BL A, SL 21, TÉRREO,
ED. CAPITAL FINANCIAL CENTER
70610-440

 fields360.agency

	TV Live
	AS ABCDE 18+
	Rat% {Ponderada}
Globo	6,16
SBT	2,94
Record TV	2,56
TV BAND	0,79
RedeTV!	0,39
[TOTAL]	2,57

Share de participação das emissoras
Target: AS ABCDE 18+ - São Paulo



Este relatório é uma exportação de dados desde o MW, gerado pelo cliente.

Db:

Grande São Paulo Desagrupado TR Standard e PV Standard

Fonte dos dados: Kantar IBOPE Media

NOTA: Valores médios do período analisado.

Média:

Tabela de Programação

Datas:

01/05/2019 - 31/05/2019

Targets:

- [Ind]:AS ABCDE 18+; Ind [C] [Demográficos]
- Idades: 18-24, 25-34, 35-49, 50+

Target Referência:

UNIVERSO

Emissoras:

TV BAND; Globo; Rede Tv!; Record TV; SBT;

Emissora Base:

Total Ligados

Tipo de audiência:



SPO
+55 11 5874.9657
AV. BRIGADEIRO FARIA LIMA, 2.954,
CONJ. 21, JD. PAULISTANO
01452-000

BSB
+55 61 3246 9617
SIG QD.4, BL A, SL 21, TÉRREO,
ED. CAPITAL FINANCIAL CENTER
70610-440



TV Live
Programação:
Nível: Nível 1;
Apresentado em [Crosstab] vistas dos modos da análise:
Na Vertical:
Emissora;
Na Horizontal:
Atual; Target; Rat%;
Extra:
Ordenar grupos:
Rat% {TV Live / AS ABCDE 18+} [descendente];
Universo (Average):
Para target [AS ABCDE 18+] ...
Para região [SP] [Bom] Universo 16270.0; Amostra 3570 (81.04%)
Para target [UNIVERSO] ...
Para região [SP] [Bom] Universo 20076.5; Amostra 4557 (100.00%)



SPO
+55 11 5874.9657
AV. BRIGADEIRO FARIA LIMA, 2.954,
CONJ. 21. JD. PAULISTANO
01452-000

BSB
+55 61 3246 9617
SIG QD.4, BL A, SL 21, TÉRREO,
ED. CAPITAL FINANCIAL CENTER
70610-440



SP	Santos	434.742	MIX FM - SANTOS/SP	ROTATIVO	30"	B	SPOT	07:00	19:00		4	4	4		4	4		4	4		3		3	3		3	3	3		3	3	49	R\$ 333,30	R\$ 16.331,70	
SP	Santos	434.742	RÁDIO CLUBE	ROTATIVO	30"	B	SPOT	07:00	19:00		4	4	4		4	4	4		4	4		3		3	3	3		3	3		3	3	49	R\$ 100,00	R\$ 4.900,00
SP	Santos	434.742	RÁDIO DA CIDADE 650 - SANTOS	ROTATIVO	30"	B	SPOT	07:00	19:00		4	4	4		4	4		4	4	3		3	3		3	3	3		3	3	49	R\$ 340,00	R\$ 16.660,00		
SP	Santos	434.742	RÁDIO GLOBO SANTOS	ROTATIVO	30"	B	SPOT	07:00	19:00		4	4	4		4	4	4		4	4		3		3	3	3		3	3	49	R\$ 410,00	R\$ 20.090,00			
SP	Santos	434.742	RÁDIO GUARUJÁ FM	ROTATIVO	30"	B	SPOT	07:00	19:00		4	4	4		4	4		4	4	3		3	3		3	3	3		3	3	49	R\$ 260,00	R\$ 12.740,00		
SP	Santos	434.742	SANTA CECÍLIA FM	ROTATIVO	30"	B	SPOT	07:00	19:00		4	4	4		4	4	4		4	4		3		3	3	3		3	3	49	R\$ 418,00	R\$ 20.482,00			
SP	Santos	434.742	SAUDADE FM	ROTATIVO	30"	B	SPOT	07:00	19:00		4	4	4		4	4	4		4	4	3		3	3	3		3	3	3	49	R\$ 285,00	R\$ 13.965,00			
SP	Santos	434.742	TOP FM 89.9 - SANTOS/ SP	ROTATIVO	30"	B	SPOT	07:00	19:00		4	4	4		4	4	4		4	4		3		3	3	3		3	3	49	R\$ 220,00	R\$ 10.780,00			
SP	Santos	434.742	TOP FM 90.1 - SANTOS/ SP	ROTATIVO	30"	B	SPOT	07:00	19:00		4	4	4		4	4		4	4	3		3	3		3	3	3		3	3	49	R\$ 220,00	R\$ 10.780,00		
SP	Santos	434.742	TRIFM	ROTATIVO	30"	B	SPOT	07:00	19:00		4	4	4		4	4	4		4	4		3		3	3	3		3	3	49	R\$ 235,00	R\$ 11.515,00			
SP	Santos	434.742	013 FM	ROTATIVO	30"	B	SPOT	07:00	19:00		4	4	4		4	4		4	4	3		3	3		3	3	3		3	3	49	R\$ 254,00	R\$ 12.446,00		
SP	Santos	434.742	98 FM	ROTATIVO	30"	B	SPOT	07:00	19:00		4	4	4		4	4	4		4	4		3		3	3	3		3	3	49	R\$ 450,00	R\$ 22.050,00			
SP	São José do Rio Preto	450.657	ANTENA 1 - SÃO JOSÉ DO RIO PRETO/SP	ROTATIVO	30"	B	SPOT	06:00	20:00		4	4	4		4	4	4		4	4	3		3	3		3	3	3		3	3	49	R\$ 150,00	R\$ 7.105,00	
SP	São José do Rio Preto	450.657	BAND FM 99.5 - SÃO JOSÉ DO RIO PRETO/ SP	ROTATIVO	30"	B	SPOT	07:00	19:00		4	4	4		4	4	4		4	4		3		3	3	3		3	3	49	R\$ 270,00	R\$ 13.230,00			
SP	São José do Rio Preto	450.657	CBN SÃO JOSÉ DO RIO PRETO	ROTATIVO	30"	B	SPOT	06:00	10:00		4	4	4		4	4		4	4	3		3	3		3	3	3		3	3	49	R\$ 322,00	R\$ 15.778,00		
SP	São José do Rio Preto	450.657	FM DIÁRIO	ROTATIVO	30"	B	SPOT	07:00	19:00		4	4	4		4	4	4		4	4		3		3	3	3		3	3	49	R\$ 230,00	R\$ 11.270,00			
SP	São José do Rio Preto	450.657	INTERATIVA FM	ROTATIVO	30"	B	SPOT	07:00	19:00		4	4	4		4	4		4	4	3		3	3		3	3	3		3	3	49	R\$ 219,00	R\$ 10.731,00		
SP	São José do Rio Preto	450.657	KBOING FM	ROTATIVO	30"	B	SPOT	07:00	19:00		4	4	4		4	4	4		4	4		3		3	3	3		3	3	49	R\$ 228,00	R\$ 11.172,00			
SP	São José do Rio Preto	450.657	LÍDER FM	ROTATIVO	30"	B	SPOT	07:00	19:00		4	4	4		4	4	4		4	4	3		3	3		3	3	3		3	3	49	R\$ 184,00	R\$ 9.016,00	
SP	São José do Rio Preto	450.657	NATIVA FM - SÃO JOSÉ DO RIO PRETO/SP	ROTATIVO	30"	B	SPOT	07:00	19:00		4	4	4		4	4	4		4	4		3		3	3	3		3	3	49	R\$ 270,00	R\$ 13.230,00			
SP	São José do Rio Preto	450.657	NOVO TEMPO AM 1290 - SÃO JOSÉ DO RIO PRETO/SP	ROTATIVO	30"	B	SPOT	07:00	19:00		4	4	4		4	4		4	4	3		3	3		3	3	3		3	3	49	R\$ 98,50	R\$ 4.826,50		
SP	São José do Rio Preto	450.657	RÁDIO CANÇÃO NOVA AM - SÃO JOSÉ DO RIO PRETO/SP	ROTATIVO	30"	B	SPOT	07:00	19:00		4	4	4		4	4	4		4	4		3		3	3	3		3	3	49	R\$ 104,00	R\$ 5.096,00			
SP	São José dos Campos	703.219	ANTENA 1 - SÃO JOSÉ DOS CAMPOS/SP	ROTATIVO	30"	B	SPOT	06:00	20:00		4	4	4		4	4		4	4	3		3	3		3	3	3		3	3	49	R\$ 164,00	R\$ 8.036,00		
SP	São José dos Campos	703.219	BAND FM - SÃO JOSÉ DOS CAMPOS/SP	ROTATIVO	30"	B	SPOT	07:00	19:00		4	4	4		4	4	4		4	4		3		3	3	3		3	3	49	R\$ 140,00	R\$ 6.860,00			
SP	São José dos Campos	703.219	BAND VALE	ROTATIVO	30"	B	SPOT	06:00	19:00		4	4	4		4	4		4	4	3		3	3		3	3	3		3	3	49	R\$ 185,00	R\$ 9.065,00		
SP	São José dos Campos	703.219	JOVEM PAN FM - SÃO JOSÉ DOS CAMPOS	ROTATIVO	30"	B	SPOT	07:00	19:00		4	4	4		4	4	4		4	4		3		3	3	3		3	3	49	R\$ 184,00	R\$ 9.016,00			
SP	São José dos Campos	703.219	NATIVA FM - SÃO JOSÉ DOS CAMPOS	ROTATIVO	30"	B	SPOT	07:00	19:00		4	4	4		4	4		4	4	3		3	3		3	3	3		3	3	49	R\$ 150,00	R\$ 7.350,00		
SP	São José dos Campos	703.219	NOSSA RÁDIO - SÃO JOSÉ DOS CAMPOS	ROTATIVO	30"	B	SPOT	07:00	19:00		4	4	4		4	4	4		4	4		3		3	3	3		3	3	49	R\$ 526,34	R\$ 25.790,66			
SP	São José dos Campos	703.219	RÁDIO CANÇÃO NOVA AM - SÃO JOSÉ DOS CAMPOS/SP	ROTATIVO	30"	B	SPOT	07:00	19:00		4	4	4		4	4		4	4	3		3	3		3	3	3		3	3	49	R\$ 153,00	R\$ 7.497,00		
SP	São José dos Campos	703.219	REVALE RÁDIO ESTADÃO VALE	ROTATIVO	30"	B	SPOT	07:00	19:00		4	4	4		4	4	4		4	4		3		3	3	3		3	3	49	R\$ 165,00	R\$ 8.085,00			
SP	São José dos Campos	703.219	SP/RIO FM	ROTATIVO	30"	B	SPOT	07:00	19:00		4	4	4		4	4		4	4	3		3	3		3	3	3		3	3	49	R\$ 268,00	R\$ 13.132,00		
SP	Sorocaba	659.871	ANTENA 1 - SOROCABA/SP	ROTATIVO	30"	B	SPOT	06:00	20:00		4	4	4		4	4	4		4	4		3		3	3	3		3	3	49	R\$ 160,00	R\$ 7.840,00			
SP	Sorocaba	659.871	BAND FM - SOROCABA/ SP	ROTATIVO	30"	B	SPOT	07:00	19:00		4	4	4		4	4		4	4	3		3	3		3	3	3		3	3	49	R\$ 228,00	R\$ 11.172,00		
SP	Sorocaba	659.871	CACIQUE AM	ROTATIVO	30"	B	SPOT	07:00	19:00		4	4	4		4	4	4		4	4		3		3	3	3		3	3	49	R\$ 360,00	R\$ 17.640,00			
SP	Sorocaba	659.871	CACIQUE FM	ROTATIVO	30"	B	SPOT	07:00	19:00		4	4	4		4	4		4	4	3		3	3		3	3	3		3	3	49	R\$ 387,00	R\$ 18.963,00		
SP	Sorocaba	659.871	CRUZEIRO FM	ROTATIVO	30"	B	SPOT	07:00	19:00		4	4	4		4	4	4		4	4		3		3	3	3		3	3	49	R\$ 410,40	R\$ 20.109,60			
SP	Sorocaba	659.871	METROPOLITANA	ROTATIVO	30"	B	SPOT	07:00	19:00		4	4	4		4	4		4	4	3		3	3		3	3	3		3	3	49	R\$ 70,00	R\$ 3.430,00		
SP	Sorocaba	659.871	RÁDIO BOA NOVA DE AM	ROTATIVO	30"	B	SPOT	07:00	19:00		4	4	4		4	4	4		4	4		3		3	3	3		3	3	49	R\$ 84,70	R\$ 4.150,30			
SP	Sorocaba	659.871	RÁDIO IPANEMA	ROTATIVO	30"	B	SPOT	07:00	19:00		4	4	4		4	4		4	4	3		3	3		3	3	3		3	3	49	R\$ 620,00	R\$ 30.380,00		
SP	Sorocaba	659.871	RÁDIO MANCHESTER	ROTATIVO	30"	B	SPOT	07:00	19:00		4	4	4		4	4	4		4	4		3		3	3	3		3	3	49	R\$ 60,00	R\$ 2.940,00			
SP	Sorocaba	659.871	TOP FM 100,5 - SOROCABA/ SP	ROTATIVO	30"	B	SPOT	07:00	19:00		4	4	4		4	4		4	4	3		3	3		3	3	3		3	3	49	R\$ 402,00	R\$ 19.698,00		
SP	Sorocaba	659.871	VANGUARDA AM	ROTATIVO	30"	B	SPOT	07:00	19:00		4	4	4		4	4	4		4	4		3		3	3	3		3	3	49	R\$ 403,00	R\$ 19.747,00			
SP	Sorocaba	659.871	VANGUARDA FM	ROTATIVO	30"	B	SPOT	07:00	19:00		4	4	4		4	4		4	4	3		3	3		3	3	3		3	3	49	R\$ 388,00	R\$ 19.012,00		
SP	Taubaté	307.953	CACIQUE DE TAUBATÉ	ROTATIVO	30"	B	SPOT	07:00	19:00		4	4	4		4	4	4		4	4		3		3	3	3		3	3	49	R\$ 198,06	R\$ 9.704,94			
SP	Taubaté	307.953	CULTURA 790 AM	ROTATIVO	30"	B	SPOT	07:00	19:00		4	4	4		4	4		4	4	3		3	3		3	3	3		3	3	49	R\$ 63,00	R\$ 3.087,00		
SP	Taubaté	307.953	RÁDIO ENERGIA	ROTATIVO	30"	B	SPOT	07:00	19:00		4	4	4		4	4	4		4	4		3		3	3	3		3	3	49	R\$ 55,00	R\$ 2.695,00			
TOTAL																												5.884	R\$ 2.081.384,78						

F.

SPO
+55 11 5874.9657
AV. BRIGADEIRO FARIA LIMA, 2.954,
CONJ. 21. JD. PAULISTANO
01452-000

BSB
+55 61.3246.9617
SIG QD.4, BL. A, SL. 21, TÉRREO,
ED. CAPITAL FINANCIAL CENTER
70610-440

+ fields360.agency

Rádio Recall
EasyMedia4

GRANDE SÃO PAULO
GSP - FEV/2019 A ABR/2019
GSP- AS AB 15+ ANOS
07-19
SEGUNDA A SEXTA
30 SEGUNDOS
TODOS OS LOCAIS

Emissora	IA%	IA#	AFIN%
GSP - TOTAL EMISSORAS	15,94	1.109.007,33	124,21
GSP - TOTAL RÁDIO	15,00	1.043.738,69	121,77
GSP - FM-TOTAL FM	13,87	965.085,16	126,10
GSP - FM-BAND FM	1,27	88.306,41	119,32
GSP - FM-ALPHA FM	1,16	80.356,72	168,47
GSP - FM-JOVEM PAN FM	1,14	79.433,05	194,70
GSP - FM-89 FM A RÁDIO ROCK	1,14	79.195,79	194,17
GSP - AM-TOTAL AM	1,13	78.653,53	85,67
GSP - WEB-TOTAL WEB	0,94	65.268,64	182,85
GSP - FM-ANTENA 1	0,86	59.593,15	178,20
GSP - FM-BAND NEWS	0,74	51.635,07	200,13
GSP - FM-KISS FM	0,66	45.897,88	203,64
GSP - FM-CBN	0,62	43.249,60	171,24
GSP - FM-NOVABRASIL FM	0,54	37.555,03	150,58
GSP - FM-NATIVA FM	0,50	34.643,91	75,29
GSP - FM-TRANSCONTINENTAL	0,46	32.066,45	72,47
GSP - FM-GAZETA FM	0,44	30.429,61	78,30
GSP - FM-METROPOLITANA YES	0,40	27.576,19	117,97
GSP - FM-ENERGIA 97 FM - 97FM - 97.7	0,38	26.545,49	167,62
GSP - FM-RÁDIO MIX 106	0,38	26.317,56	136,83
GSP - FM-RÁDIO DISNEY	0,34	23.697,04	141,54
GSP - FM-TRANSAMÉRICA FM 100.1	0,29	20.480,33	157,76
GSP - FM-RÁDIO BANDEIRANTES	0,28	19.138,80	160,08



SPO
+55 11 5874.9657
AV. BRIGADEIRO FARIA LIMA, 2.954,
CONJ. 21, JD. PAULISTANO
01452-000

BSB
+55 61 3246.9617
SIG QD.4, BL A, SL 21, TÉRREO,
ED. CAPITAL FINANCIAL CENTER
70610-440



GSP - FM-*FELIZ FM 92.9	0,26	17.875,32	78,16
GSP - AM-JOVEM PAN AM	0,24	16.625,67	179,72
GSP - FM-105 FM	0,24	16.517,91	79,80
GSP - AM-RÁDIO CAPITAL	0,23	16.341,24	56,64
GSP - FM-OUTRAS FM	0,20	13.843,77	55,46
GSP - FM-NÃO LEMBRA/NÃO SABE FM	0,19	12.919,17	38,82
GSP - FM-TROPICAL	0,16	11.406,09	83,50
GSP - FM-ESTILO FM	0,16	11.033,69	194,76
GSP - FM-RÁDIO TRÂNSITO	0,15	10.382,32	205,57
GSP - FM-TOP FM	0,14	9.820,53	55,10
GSP - FM-*GOSPEL FM	0,13	9.371,32	118,68
GSP - FM-CULTURA FM	0,13	9.219,95	201,67
GSP - WEB-JOVEM PAN FM - WEB	0,11	7.832,51	229,82
GSP - FM-ELDORADO FM	0,11	7.335,03	185,29
GSP - WEB-ANTENA 1 - WEB	0,10	7.118,62	213,72
GSP - WEB-89 FM A RÁDIO ROCK - WEB	0,09	6.150,65	232,72
GSP - AM-*RÁDIO 9 DE JULHO	0,09	5.938,71	91,45
GSP - FM-RÁDIO GLOBO	0,08	5.739,05	95,10
GSP - FM-*IMPrensa	0,08	5.726,95	57,22
GSP - WEB-OUTRAS - WEB	0,07	5.209,58	116,48
GSP - WEB-ALPHA FM - WEB	0,06	4.260,48	150,86
GSP - AM-RÁDIO IMACULADA	0,06	4.175,24	156,96
GSP - FM-*REDE ALELUIA	0,06	4.141,88	59,61
GSP - AM-RÁDIO GLOBO	0,05	3.529,29	97,20
GSP - FM-MUNDIAL FM	0,05	3.486,73	107,51
GSP - AM-RÁDIO BANDEIRANTES	0,05	3.374,75	142,14
GSP - AM-*RÁDIO TERRA AM	0,05	3.225,98	43,63
GSP - AM-AMÉRICA AM	0,05	3.165,77	184,92
GSP - WEB-BAND FM - WEB	0,04	2.881,63	155,76
GSP - WEB-BAND NEWS - WEB	0,04	2.818,07	243,65
GSP - WEB-KISS FM - WEB	0,04	2.742,80	194,82



SPO
+55 11 5874.9657
AV. BRIGADEIRO FARIA LIMA, 2.954,
CONJ. 21, JD. PAULISTANO
01452-000

BSB
+55 61 3246 9617
SIC QD 4, BL A, SL 21, TÉRREO,
ED. CAPITAL FINANCIAL CENTER
70610-440



GSP - WEB-NOVABRASIL FM - WEB	0,04	2.684,21	183,67
GSP - FM-*MUSICAL FM	0,03	2.433,90	49,91
GSP - AM-NÃO LEMBRA/NÃO SABE AM	0,03	2.238,38	74,49
GSP - FM-RÁDIO ADORE FM 98.1	0,03	2.181,01	53,16
GSP - AM-REDE BOA NOVA DE RÁDIO	0,03	2.175,71	185,89
GSP - WEB-JOVEM PAN AM - WEB	0,03	2.163,42	201,42
GSP - WEB-NÃO LEMBRA/NÃO SABE - WEB	0,03	1.929,36	236,59
GSP - FM-*NOSSA RÁDIO	0,03	1.770,23	111,20
GSP - AM-OUTRAS AM	0,02	1.707,26	47,59
GSP - AM-*NOVA DIFUSORA AM	0,02	1.628,37	157,96
GSP - AM-*RÁDIO ABC 1570 AM	0,02	1.604,40	118,42
GSP - FM-*REDE USP	0,02	1.548,64	119,59
GSP - AM-SUPER RÁDIO	0,02	1.532,16	47,80
GSP - AM-*METROPOLITANA AM	0,02	1.480,86	99,42
GSP - WEB-ENERGIA 97 FM-97FM-97.7 - WEB	0,02	1.409,71	122,91
GSP - AM-*NOSSA RÁDIO	0,02	1.375,71	80,74
GSP - AM-*RÁDIO MUNDIAL 660 AM	0,02	1.346,51	195,80
GSP - AM-*RÁDIO RECORD	0,02	1.297,54	27,91
GSP - WEB-ELDORADO FM - WEB	0,02	1.275,71	267,82
GSP - WEB-ESTILO FM - WEB	0,02	1.256,96	269,66
GSP - WEB-*MUSICAL FM - WEB	0,02	1.115,55	269,66
GSP - AM-RÁDIO CULTURA BRASIL	0,02	1.098,01	99,98
GSP - WEB-METROPOLITANA YES - WEB	0,02	1.061,09	118,17
GSP - WEB-TRANSAMÉRICA FM 100.1 - WEB	0,01	1.013,68	175,86
GSP - WEB-*METROPOLITANA AM - WEB	0,01	1.009,88	225,18
GSP - WEB-CBN - WEB	0,01	1.001,23	237,59
GSP - AM-*NACIONAL GOSPEL	0,01	970,43	64,30
GSP - WEB-RÁDIO MIX 106 - WEB	0,01	932,52	200,72
GSP - FM-*SEMPRE MAIS FM	0,01	869,61	196,74
GSP - AM-*RÁDIO DA CIDADE MOGI	0,01	847,98	84,68
GSP - AM-*S. REDE BOA VONTADE DE RÁDIO	0,01	819,52	194,67



SPO
+55 11 5874 9657
AV. BRIGADEIRO FARIA LIMA, 2.954
CONJ. 21, JD. PAULISTANO
01452-000

BSB
+55 61 3246 9617
SIG QD.4, BL. A, SL. 21, TÉRREO,
ED. CAPITAL FINANCIAL CENTER
70610-440



GSP - FM-*SARA BRASIL FM	0,01	729,82	110,94
GSP - WEB-GAZETA FM - WEB	0,01	693,93	100,26
GSP - AM-*RÁDIO TRIANON AM 740	0,01	675,14	117,34
GSP - AM-*RÁDIO DA CIDADE	0,01	664,01	161,27
GSP - FM-*RÁDIO BRASIL ATUAL FM	0,01	614,18	53,20
GSP - WEB-RÁDIO DISNEY - WEB	0,01	581,17	187,21
GSP - WEB-*IMPrensa - WEB	0,01	574,10	269,66
GSP - WEB-*RÁDIO RECORD - WEB	0,01	555,64	246,18
GSP - WEB-*REDE ALELUIA - WEB	0,01	534,08	246,39
GSP - WEB-RÁDIO GLOBO - WEB	0,01	524,02	244,20
GSP - WEB-NATIVA FM - WEB	0,01	514,07	114,16
GSP - WEB-105 FM - WEB	0,01	507,09	132,13
GSP - WEB-*NOVA DIFUSORA AM - WEB	0,01	495,50	269,66
GSP - WEB-*FELIZ FM 92.9 - WEB	0,01	429,26	269,66
GSP - WEB-CULTURA FM - WEB	0,01	426,33	209,39
GSP - WEB-*GOSPEL FM - WEB	0,01	422,52	96,90
GSP - WEB-AMÉRICA AM - WEB	0,01	411,49	234,80
GSP - WEB-TROPICAL - WEB	0,00	340,63	172,80
GSP - AM-*RÁDIO SÃO PAULO	0,00	273,86	120,03
GSP - AM-*UNIVERSO AM	0,00	273,53	147,43
GSP - AM-*RÁDIO MORADA DO SOL	0,00	267,50	12,56
GSP - WEB-RÁDIO BANDEIRANTES - WEB	0,00	258,97	161,81
GSP - WEB-*S. REDE BOA VONTADE DE RÁDIO	0,00	256,06	245,09
GSP - WEB-TRANSCONTINENTAL - WEB	0,00	219,77	81,40
GSP - WEB-RÁDIO TRÂNSITO - WEB	0,00	204,25	212,41
GSP - WEB-RÁDIO CULTURA BRASIL - WEB	0,00	201,49	269,66
GSP - WEB-REDE BOA NOVA DE RÁDIO - WEB	0,00	166,90	172,79
GSP - WEB-RÁDIO IMACULADA - WEB	0,00	143,72	269,66
GSP - WEB-*SEMPRE MAIS FM - WEB	0,00	120,77	269,66
GSP - WEB-MUNDIAL FM - WEB	0,00	111,39	44,02
GSP - WEB-*NACIONAL GOSPEL - WEB	0,00	96,93	41,65



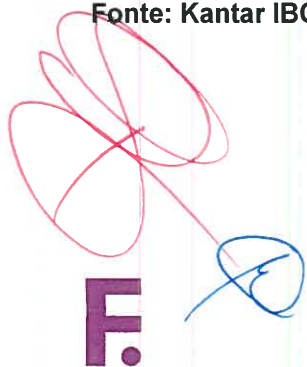
SPO
+55 11 5874.9657
AV. BRIGADEIRO FARIA LIMA, 2.954,
CONJ. 21. JD. PAULISTANO
01452-000

BSB
+55 61 3246 9617
SIG QD.4, BL. A, SL. 21, TÉRREO,
ED. CAPITAL FINANCIAL CENTER
70610-440



GSP - WEB-TOP FM - WEB	0,00	91,02	72,01
GSP - WEB-*RÁDIO SÃO PAULO - WEB	0,00	90,11	93,95
GSP - WEB-*RÁDIO 9 DE JULHO - WEB	0,00	82,85	269,66
GSP - WEB-*NOSSA RÁDIO - WEB	0,00	65,42	269,66
GSP - WEB-*RÁDIO DA CIDADE - WEB	0,00	63,11	269,66
GSP - WEB-*SARA BRASIL FM - WEB	0,00	55,67	269,66
GSP - WEB-RÁDIO ADORE FM 98.1 - WEB	0,00	43,47	269,66
GSP - WEB-RÁDIO CAPITAL - WEB	0,00	26,42	90,65
GSP - WEB-*RÁDIO MUNDIAL 660 AM - WEB	0,00	22,59	269,66
GSP - WEB-*UNIVERSO AM - WEB	0,00	19,08	269,66
GSP - WEB-*RÁDIO BRASIL ATUAL FM - WEB	0,00	19,05	73,03
GSP - WEB-*REDE USP - WEB	0,00	13,62	269,66
GSP - WEB-*RÁDIO DA CIDADE MOGI - WEB	0,00	12,10	15,89
GSP - WEB-SUPER RÁDIO - WEB	0,00	6,36	269,66
GSP - WEB-*RÁDIO ABC 1570 AM - WEB	0,00	0,00	0,00
GSP - WEB-*RÁDIO TRIANON AM 740 - WEB	0,00	0,00	0,00
GSP - WEB-*RÁDIO MORADA DO SOL - WEB	0,00	0,00	0,00
GSP - WEB-*RÁDIO TERRA AM - WEB	0,00	0,00	0,00
GSP - FM-*TERRA FM	NA	NA	NA
GSP - WEB-GAZETA AM 890 - WEB	NA	NA	NA
GSP - AM-GAZETA AM 890	NA	NA	NA
GSP - AM-CBN	NA	NA	NA
GSP - WEB-*TERRA FM - WEB	NA	NA	NA
GSP - AM + FM	NA	NA	NA

Fonte: Kantar IBOPE Media EasyMedia4



Rádio Recall
EasyMedia4

GRANDE SÃO PAULO
GSP - FEV/2019 A ABR/2019
GSP- AS CDE 15+ ANOS
07-19
SEGUNDA A SEXTA
30 SEGUNDOS
TODOS OS LOCAIS

Emissora	IA%	IA#	AFIN%
GSP - TOTAL EMISSORAS	11,81	1.230.836,40	92,05
GSP - TOTAL RÁDIO	11,52	1.199.942,46	93,48
GSP - FM-TOTAL FM	9,92	1.033.911,36	90,20
GSP - AM-TOTAL AM	1,59	166.031,10	120,75
GSP - FM-BAND FM	0,97	100.941,16	91,07
GSP - FM-NATIVA FM	0,84	87.106,76	126,40
GSP - FM-TRANSCONTINENTAL	0,77	80.133,94	120,93
GSP - FM-GAZETA FM	0,67	69.990,82	120,25
GSP - FM-NAO LEMBRA/NAO SABE FM	0,65	68.100,18	136,62
GSP - AM-RÁDIO CAPITAL	0,57	59.648,42	138,04
GSP - FM-OUTRAS FM	0,49	50.556,02	135,24
GSP - FM-ALPHA FM	0,45	47.045,02	65,85
GSP - FM-*FELIZ FM 92.9	0,41	42.932,59	125,33
GSP - FM-105 FM	0,36	37.707,15	121,63
GSP - FM-TOP FM	0,34	34.991,44	131,08
GSP - FM-METROPOLITANA YES	0,32	33.026,99	94,34
GSP - WEB-TOTAL WEB	0,30	30.893,95	57,79
GSP - FM-89 FM A RÁDIO ROCK	0,29	30.611,16	50,11
GSP - FM-JOVEM PAN FM	0,28	29.553,46	48,37
GSP - FM-ANTENA 1	0,28	29.271,39	58,44
GSP - FM-NOVABRASIL FM	0,28	28.694,74	76,82
GSP - FM-CBN	0,24	24.679,69	65,24
GSP - FM-TROPICAL	0,22	23.260,07	113,70



SPO
+55 11 5874.9657
AV. BRIGADEIRO FARIA LIMA, 2.954,
CONJ. 21, JD. PAULISTANO
01452-000

BSB
+55 61 3246 9617
SIG QD.4, BL A, SL 21, TÉRREO,
ED. CAPITAL FINANCIAL CENTER
70610-440



GSP - FM-RÁDIO MIX 106	0,22	23.180,35	80,47
GSP - FM-*IMPrensa	0,20	21.163,25	141,17
GSP - FM-BAND NEWS	0,17	17.670,11	45,73
GSP - AM-*RÁDIO TERRA AM	0,16	16.685,28	150,67
GSP - FM-RÁDIO DISNEY	0,15	16.114,81	64,27
GSP - FM-ENERGIA 97 FM - 97FM - 97.7	0,15	15.792,96	66,59
GSP - FM-KISS FM	0,14	14.317,68	42,41
GSP - FM-*REDE ALELUIA	0,14	14.227,42	136,72
GSP - FM-TRANSAMERICA FM 100.1	0,14	14.114,43	72,60
GSP - FM-RÁDIO BANDEIRANTES	0,12	12.909,78	72,10
GSP - AM-*RÁDIO 9 DE JULHO	0,11	11.572,25	118,99
GSP - AM-*RÁDIO RECORD	0,11	11.147,37	160,09
GSP - FM-RÁDIO GLOBO	0,10	10.534,13	116,55
GSP - FM-*GOSPEL FM	0,10	10.265,52	86,80
GSP - FM-*MUSICAL FM	0,10	10.056,35	137,70
GSP - AM-JOVEM PAN AM	0,08	8.320,48	60,05
GSP - FM-RÁDIO ADORE FM 98.1	0,08	8.103,67	131,89
GSP - AM-OUTRAS AM	0,08	7.966,12	148,28
GSP - AM-SUPER RÁDIO	0,07	7.110,67	148,13
GSP - WEB-OUTRAS - WEB	0,07	6.822,55	101,85
GSP - AM-RÁDIO GLOBO	0,06	6.241,36	114,78
GSP - AM-*RÁDIO MORADA DO SOL	0,05	5.473,39	171,66
GSP - AM-NAO LEMBRA/NAO SABE AM	0,05	5.375,50	119,45
GSP - FM-MUNDIAL FM	0,05	5.143,86	105,90
GSP - FM-ESTILO FM	0,04	4.212,56	49,65
GSP - WEB-ALPHA FM - WEB	0,03	3.355,02	79,32
GSP - FM-ELDORADO FM	0,03	3.339,83	56,33
GSP - AM-*NOSSA RÁDIO	0,03	3.218,74	126,14
GSP - FM-RÁDIO TRÂNSITO	0,03	3.185,18	42,11
GSP - FM-CULTURA FM	0,03	3.082,50	45,02
GSP - AM-*NACIONAL GOSPEL	0,03	3.069,49	135,80



SPO
+55 11 5874.9657
AV. BRIGADEIRO FARIA LIMA, 2.954,
CONJ. 21, JD. PAULISTANO
01452-000

BSB
+55 61 3246 9617
SIG QD.4, BL A, SL 21, TÉRREO,
ED. CAPITAL FINANCIAL CENTER
70610-440



GSP - AM-RÁDIO BANDEIRANTES	0,03	3.027,75	85,15
GSP - AM-RÁDIO IMACULADA	0,03	2.998,00	75,25
GSP - FM-*NOSSA RÁDIO	0,02	2.476,38	103,87
GSP - AM-*METROPOLITANA AM	0,02	2.292,16	102,75
GSP - FM-*RÁDIO BRASIL ATUAL FM	0,02	2.156,64	124,72
GSP - WEB-BAND FM - WEB	0,02	2.107,32	76,05
GSP - AM-*RÁDIO ABC 1570 AM	0,02	2.049,07	100,98
GSP - FM-*REDE USP	0,02	1.894,88	97,70
GSP - WEB-ANTENA 1 - WEB	0,02	1.863,38	37,35
GSP - AM-*RÁDIO DA CIDADE MOGI	0,02	1.852,41	123,51
GSP - AM-RÁDIO CULTURA BRASIL	0,02	1.737,78	105,66
GSP - WEB-ENERGIA 97 FM-97FM-97.7 - WEB	0,02	1.683,18	97,99
GSP - AM-AMERICA AM	0,01	1.398,23	54,53
GSP - WEB-METROPOLITANA YES - WEB	0,01	1.360,28	101,15
GSP - WEB-JOVEM PAN FM - WEB	0,01	1.357,78	26,60
GSP - WEB-NOVABRASIL FM - WEB	0,01	1.256,81	57,42
GSP - WEB-GAZETA FM - WEB	0,01	1.172,54	113,11
GSP - AM-*NOVA DIFUSORA AM	0,01	1.151,61	74,59
GSP - WEB-KISS FM - WEB	0,01	1.053,68	49,97
GSP - FM-*SARA BRASIL FM	0,01	1.044,13	105,98
GSP - AM-REDE BOA NOVA DE RÁDIO	0,01	980,51	55,94
GSP - WEB-89 FM A RÁDIO ROCK - WEB	0,01	976,27	24,66
GSP - AM-*RÁDIO TRIANON AM 740	0,01	876,42	101,71
GSP - WEB-*GOSPEL FM - WEB	0,01	753,27	115,35
GSP - WEB-JOVEM PAN AM - WEB	0,01	733,00	45,57
GSP - WEB-NATIVA FM - WEB	0,01	635,21	94,18
GSP - WEB-MUNDIAL FM - WEB	0,01	570,97	150,66
GSP - WEB-TRANSAMÉRICA FM 100.1 - WEB	0,01	540,72	62,63
GSP - WEB-*NACIONAL GOSPEL - WEB	0,01	530,70	152,25
GSP - WEB-105 FM - WEB	0,01	527,80	91,83
GSP - WEB-TRANSCONTINENTAL WEB	0,00	508,33	125,71



SPO
+55 11 5874.9657
AV. BRIGADEIRO FARIA LIMA, 2.954,
CONJ. 21. JD. PAULISTANO
01452-000

BSB
+55 61 3246 9617
SIG QD.4, BL A, SL 21, TÉRREO,
ED. CAPITAL FINANCIAL CENTER
70610-440



GSP - AM-*RÁDIO MUNDIAL 660 AM	0,00	507,98	49,32
GSP - AM-*RÁDIO DA CIDADE	0,00	446,27	72,37
GSP - AM-*RÁDIO SÃO PAULO	0,00	341,39	99,91
GSP - FM-*SEMPRE MAIS FM	0,00	322,34	48,69
GSP - WEB-RÁDIO MIX 106 - WEB	0,00	320,28	46,03
GSP - AM-*S. REDE BOA VONTADE DE RÁDIO	0,00	315,68	50,07
GSP - WEB-BAND NEWS - WEB	0,00	300,88	17,37
GSP - WEB-NAO LEMBRA/NAO SABE - WEB	0,00	269,71	22,08
GSP - WEB-RÁDIO DISNEY - WEB	0,00	255,98	55,06
GSP - WEB-TOP FM - WEB	0,00	249,84	131,97
GSP - AM-*UNIVERSO AM	0,00	226,78	81,61
GSP - WEB-*METROPOLITANA AM - WEB	0,00	199,51	29,70
GSP - WEB-*RÁDIO DA CIDADE MOGI - WEB	0,00	193,25	169,44
GSP - WEB-TROPICAL - WEB	0,00	190,93	64,67
GSP - WEB-RÁDIO BANDEIRANTES - WEB	0,00	172,61	72,01
GSP - WEB-*RÁDIO SÃO PAULO - WEB	0,00	168,54	117,32
GSP - WEB-CBN - WEB	0,00	135,15	21,41
GSP - WEB-CULTURA FM - WEB	0,00	122,72	40,24
GSP - WEB-REDE BOA NOVA DE RÁDIO - WEB	0,00	93,57	64,68
GSP - WEB-AMERICA AM - WEB	0,00	61,09	23,27
GSP - WEB-RÁDIO TRANSITO - WEB	0,00	55,05	38,23
GSP - WEB-RÁDIO GLOBO - WEB	0,00	54,64	17,00
GSP - WEB-*RÁDIO RECORD - WEB	0,00	53,00	15,68
GSP - WEB-RÁDIO CAPITAL - WEB	0,00	52,18	119,53
GSP - WEB-*RÁDIO BRASIL ATUAL FM - WEB	0,00	51,29	131,29
GSP - WEB-*REDE ALELUIA - WEB	0,00	50,46	15,54
GSP - WEB-*S. REDE BOA VONTADE DE RÁDIO	0,00	25,67	16,41
GSP - WEB-ELDORADO FM - WEB	0,00	8,78	1,23
GSP - WEB-*RÁDIO DA CIDADE - WEB	0,00	0,00	0,00
GSP - WEB-*RÁDIO MORADA DO SOL - WEB	0,00	0,00	0,00
GSP - WEB-*REDE USP - WEB	0,00	0,00	0,00



SPO
 +55 11 5874.9657
 AV. BRIGADEIRO FARIA LIMA, 2.954,
 CONJ. 21, JD. PAULISTANO
 01452-000

BSB
 +55 61 3246 9617
 SIG QD.4, BL. A, SL. 21, TÉRREO,
 ED. CAPITAL FINANCIAL CENTER
 70610-440



GSP - WEB-*RÁDIO TERRA AM - WEB	0,00	0,00	0,00
GSP - WEB-*RÁDIO TRIANON AM 740 - WEB	0,00	0,00	0,00
GSP - WEB-*SARA BRASIL FM - WEB	0,00	0,00	0,00
GSP - WEB-*SEMPRE MAIS FM - WEB	0,00	0,00	0,00
GSP - WEB-*RÁDIO MUNDIAL 660 AM - WEB	0,00	0,00	0,00
GSP - WEB-*RÁDIO ABC 1570 AM - WEB	0,00	0,00	0,00
GSP - WEB-RÁDIO ADORE FM 98.1 - WEB	0,00	0,00	0,00
GSP - WEB-*NOVA DIFUSORA AM - WEB	0,00	0,00	0,00
GSP - WEB-ESTILO FM - WEB	0,00	0,00	0,00
GSP - WEB-*UNIVERSO AM - WEB	0,00	0,00	0,00
GSP - WEB-*RÁDIO 9 DE JULHO - WEB	0,00	0,00	0,00
GSP - WEB-RÁDIO IMACULADA - WEB	0,00	0,00	0,00
GSP - WEB-SUPER RÁDIO - WEB	0,00	0,00	0,00
GSP - WEB-RÁDIO CULTURA BRASIL - WEB	0,00	0,00	0,00
GSP - WEB-*FELIZ FM 92.9 - WEB	0,00	0,00	0,00
GSP - WEB-*IMPRESA - WEB	0,00	0,00	0,00
GSP - WEB-*MUSICAL FM - WEB	0,00	0,00	0,00
GSP - WEB-*NOSSA RÁDIO - WEB	0,00	0,00	0,00
GSP - WEB-GAZETA AM 890 - WEB	NA	NA	NA
GSP - AM-GAZETA AM 890	NA	NA	NA
GSP - AM-CBN	NA	NA	NA
GSP - WEB-*TERRA FM - WEB	NA	NA	NA
GSP - FM-*TERRA FM	NA	NA	NA
GSP - AM + FM	NA	NA	NA

Fonte: Kantar IBOPE Media EasyMedia4



SPO
+55 11 5874.9657
AV. BRIGADEIRO FARIA LIMA, 2.954,
CONJ. 21, JD. PAULISTANO
01452-000

BSB
+55 61 3246 9617
SIG QD.4, BL A, SL 21, TÉRREO,
ED. CAPITAL FINANCIAL CENTER
70610-440



Cliente: SABESP
 Meio: OOH
 Formato: Terminal Rodoviário
 Peças: A - Painel Vertical, B - Banner, C - Mega Painel, D - Painel Fachada, E - Painel embarque e F - Painel Super
 Mercado: São Paulo - Estado

ESTADO	CIDADE	VEÍCULO	LOCAL	TIPO	FLUXO DE PESSOAS / MÊS	PEÇA	FORMATO	TIPO DE VEICULAÇÃO	PERÍODO DE VEICULAÇÃO	OUTUBRO SEMANAS				NOVEMBRO SEMANAS				QTD.	UNIT. TABELA	TOTAL TABELA
										1ª	2ª	3ª	4ª	1ª	2ª	3ª	4ª			
SP	CAMPINAS	BRAVO AD	TERMINAL RODOVIÁRIO DE CAMPINAS	TERMINAL RODOVIÁRIO - INTERMUNICIPAL E INTERESTADUAL	682.000	A	PAINEL VERTICAL - EMBARQUE	MENSAL	13/10 a 11/11									1	R\$48.000,00	R\$48.000,00
SP	JUNDIAÍ	BRAVO AD	TERMINAL RODOVIÁRIO DE JUNDIAÍ	TERMINAL RODOVIÁRIO - INTERMUNICIPAL	172.000	B	BANNER - SAGUÃO PRINCIPAL	MENSAL	13/10 a 11/11									1	R\$35.000,00	R\$35.000,00
SP	RIBEIRÃO PRETO	BRAVO AD	TERMINAL RODOVIÁRIO DE RIBEIRÃO PRETO	TERMINAL RODOVIÁRIO - INTERMUNICIPAL	300.000	C	MEGA PAINEL - SAGUÃO CENTRAL	MENSAL	13/10 a 11/11									1	R\$55.000,00	R\$55.000,00
SP	GUARUJÁ	BRAVO AD	TERMINAL RODOVIÁRIO GUARUJÁ	TERMINAL RODOVIÁRIO - INTERMUNICIPAL	64.000	D	PAINEL FACHADA CENTRAL	MENSAL	13/10 a 11/11									1	R\$30.000,00	R\$30.000,00
SP	CAMPINAS	MEDIA MEGAS	TERMINAL RODOVIÁRIO DE CAMPINAS	TERMINAL RODOVIÁRIO - INTERMUNICIPAL E INTERESTADUAL	682.000	E	PAINEL ADESIVO DUPLA FACE - EMBARQUE/DESEMBARQUE	MENSAL	13/10 a 11/11									8	R\$9.500,00	R\$76.000,00
SP	JABAQUARA	BRAVO AD	ESTAÇÃO JABAQUARA	TERMINAL RODOVIÁRIO - INTERMUNICIPAL	682.000	F	PAINEL SUPER - EMBARQUE E DESEMBARQUE	MENSAL	13/10 a 11/11									2	R\$12.500,00	R\$25.000,00
SP	DIADEMA	BRAVO AD	ESTAÇÃO DIADEMA	TERMINAL RODOVIÁRIO - INTERMUNICIPAL	1.456.000	F	PAINEL SUPER - EMBARQUE E DESEMBARQUE	MENSAL	13/10 a 11/11									2	R\$12.500,00	R\$25.000,00
SP	PIRAPORINHA	BRAVO AD	ESTAÇÃO PIRAPORINHA	TERMINAL RODOVIÁRIO - INTERMUNICIPAL	1.207.000	F	PAINEL SUPER - EMBARQUE E DESEMBARQUE	MENSAL	13/10 a 11/11									2	R\$12.500,00	R\$25.000,00
SP	SÃO BERNARDO DO CAMPO	BRAVO AD	ESTAÇÃO SÃO BERNARDO DO CAMPO	TERMINAL RODOVIÁRIO - INTERMUNICIPAL	560.000	F	PAINEL SUPER - EMBARQUE E DESEMBARQUE	MENSAL	13/10 a 11/11									2	R\$12.500,00	R\$25.000,00
SP	FERRAZÓPOLIS	BRAVO AD	ESTAÇÃO FERRAZÓPOLIS	TERMINAL RODOVIÁRIO - INTERMUNICIPAL	264.000	F	PAINEL SUPER - EMBARQUE E DESEMBARQUE	MENSAL	13/10 a 11/11									2	R\$12.500,00	R\$25.000,00
SP	SANTO ANDRÉ LESTE	BRAVO AD	ESTAÇÃO SANTO ANDRÉ LESTE	TERMINAL RODOVIÁRIO - INTERMUNICIPAL	2.022.000	F	PAINEL SUPER - EMBARQUE E DESEMBARQUE	MENSAL	13/10 a 11/11									2	R\$12.500,00	R\$25.000,00
SP	SANTO ANDRÉ OESTE	BRAVO AD	ESTAÇÃO SANTO ANDRÉ OESTE	TERMINAL RODOVIÁRIO - INTERMUNICIPAL	2.022.000	F	PAINEL SUPER - EMBARQUE E DESEMBARQUE	MENSAL	13/10 a 11/11									2	R\$12.500,00	R\$25.000,00
SP	SÃO MATEUS	BRAVO AD	ESTAÇÃO SÃO MATEUS	TERMINAL RODOVIÁRIO - INTERMUNICIPAL	2.675.000	F	PAINEL SUPER - EMBARQUE E DESEMBARQUE	MENSAL	13/10 a 11/11									2	R\$12.500,00	R\$25.000,00
TOTAL																28		R\$444.000,00		



SPO
 +55 11 5874.9657
 AV. BRIGADEIRO FARIA LIMA, 2.954,
 CONJ. 21, JD. PAULISTANO
 01452-000

BSB
 +55 61 3246 9617
 SIG QD.4, BL. A, SL 21, TÉRREO,
 ED. CAPITAL FINANCIAL CENTER
 70610-440



Cliente: SABESP
 Meio: OOH
 Formato: Diversos
 Peças: A - Mega Painel, B - Painel pedágio (OOH)*
 Mercado: São Paulo - Estado

ESTADO	CIDADE	VEÍCULO	LOCAL	FLUXO DE CARROS/MÊS	PEÇA	TIPO	FORMATO	QUANTIDADE DE PRAÇAS POR RODOVIA	TIPO DE VEICULAÇÃO	PERÍODO DE VEICULAÇÃO	OUTUBRO SEMANAS				NOVEMBRO SEMANAS				QTD.	UNIT. TABELA	TOTAL TABELA
											1ª	2ª	3ª	4ª	1ª	2ª	3ª	4ª			
SP	SÃO PAULO	PLAN PAINÉIS	Nova Dutra(BR 116)	2.250.000	B	PAINEL DE PEDÁGIO	0,55x0,75m	6	FRAÇA DE PEDÁGIO	13/10 a 12/11									12	R\$ 3.200,00	R\$38.400,00
SP	SÃO PAULO	PLAN PAINÉIS	Fernão Dias(BR 381)	900.000	B	PAINEL DE PEDÁGIO	0,55x0,75m	8	FRAÇA DE PEDÁGIO	13/10 a 12/11									16	R\$ 3.200,00	R\$51.200,00
SP	SÃO PAULO	PLAN PAINÉIS	Régis Bittencourt(BR 101)	750.000	B	PAINEL DE PEDÁGIO	0,55x0,75m	6	PRAÇA DE PEDÁGIO	13/10 a 12/11									12	R\$ 3.200,00	R\$38.400,00
SP	SÃO PAULO	RP MIDIA	KM 87+000 Pindamonhangaba	1.002.000	A	MEGA PAINEL	18x6cm	1	FRAÇA DE PEDÁGIO	13/10 a 12/11									1	R\$ 60.000,00	R\$60.000,00
SP	SÃO PAULO	RP MIDIA	KM 204+500 Arujá	1.578.000	A	MEGA PAINEL	18x6cm	1	FRAÇA DE PEDÁGIO	13/10 a 12/11									1	R\$ 60.000,00	R\$60.000,00
SP	SÃO PAULO	RP MIDIA	KM 207+200 Seropédica	876.000	A	MEGA PAINEL	18x6cm	1	PRAÇA DE PEDÁGIO	13/10 a 12/11									1	R\$ 60.000,00	R\$60.000,00
TOTAL																			43		R\$308.000,00

*Produção bonificada



SPO
 +55 11 5874.9657
 AV. BRIGADEIRO FARIA LIMA, 2.954,
 CONJ. 21. JD. PAULISTANO
 01452-000

BSB
 +55 61 3246 9617
 SIG QD.4, BL A, SL 21, TÉRREO,
 ED. CAPITAL FINANCIAL CENTER
 70610-440


 fields360 agency

Cliente: SABESP
 Meio: OOH
 Formato: Busdoor
 Peças: A - Busdoor
 Mercado: São Paulo - Estado

ESTADO	CIDADE	POPULAÇÃO*	VEÍCULO	LOCAL	FLUXO DE PESSOAS MÊS**	TIPO	FORMATO	PERÍODO DE VEICULAÇÃO	PEÇA	OUTUBRO				NOVEMBRO				QUANTIDADE	VALOR UNITÁRIO TABELA	VALOR TOTAL TABELA	
										SEMANAS				SEMANAS							
										1ª	2ª	3ª	4ª	1ª	2ª	3ª	4ª				
SP	BERTIOGA	61.736	ZETA	Região de Bertiooga		BUSDOOR	1,80 x 0,80m	13/10 a 12/11	A									5	R\$ 2.500,00	R\$ 12.500,00	
SP	GUARUJÁ	318.107		Região de Guarujá			1,80 x 0,80m	13/10 a 12/11	A										20	R\$ 2.500,00	R\$ 50.000,00
SP	ABC	2.771.554		Região do ABC			1,80 x 0,80m	13/10 a 12/11	A										35	R\$ 2.500,00	R\$ 87.500,00
SP	SANTO ANDRÉ	716.109		Região de Santo André			1,80 x 0,80m	13/10 a 12/11	A										29	R\$ 2.500,00	R\$ 72.500,00
SP	GUARULHOS	1.365.899		Região de Guarulhos			1,80 x 0,80m	13/10 a 12/11	A										32	R\$ 2.500,00	R\$ 80.000,00
SP	SANTOS	432.957		Região de Santos			1,80 x 0,80m	13/10 a 12/11	A										26	R\$ 2.500,00	R\$ 65.000,00
SP	RIO CLARO	204.797	GRUPO CORUJA	Região de Rio Claro	14.824		1,40 x 0,80m	13/10 a 12/11	A										14	R\$ 3.200,00	R\$ 44.800,00
SP	RIBEIRÃO PIRES	122.607		Região de Ribeirão Pires	7.028		1,40 x 0,80m	13/10 a 12/11	A										8	R\$ 3.200,00	R\$ 25.600,00
SP	CAIEIRAS	100.129		Região de Laranjeiras	1.200		1,40 x 0,80m	13/10 a 12/11	A										8	R\$ 3.200,00	R\$ 25.600,00
SP	JUNDIAÍ	414.810		Região de Jundiaí	25.267		1,40 x 0,80m	13/10 a 12/11	A										26	R\$ 3.200,00	R\$ 83.200,00
SP	EMBU DAS ARTES	270.843		Região de Embu das Artes	12.325		1,40 x 0,80m	13/10 a 12/11	A										17	R\$ 3.200,00	R\$ 54.400,00
SP	COTIA	244.694		Região Cotia	35.570		1,40 x 0,80m	13/10 a 12/11	A										14	R\$ 3.200,00	R\$ 44.800,00
SP	ARAÇATUBA	195.874		Região de Araçatuba	158.627		1,40 x 0,80m	13/10 a 12/11	A										11	R\$ 3.200,00	R\$ 35.200,00
SP	BAURU	374.272		Região de Bauru	328.713		1,40 x 0,80m	13/10 a 12/11	A										23	R\$ 3.200,00	R\$ 73.600,00
SP	LINS	77.510		Região de Lins	66.245		1,40 x 0,80m	13/10 a 12/11	A										5	R\$ 3.200,00	R\$ 16.000,00
SP	PENÁPOLIS	63.047		Região de Penápolis	46.754		1,40 x 0,80m	13/10 a 12/11	A										5	R\$ 3.200,00	R\$ 16.000,00
SP	PIRAJUI	25.259		Região de Pirajui	13.546		1,40 x 0,80m	13/10 a 12/11	A										2	R\$ 3.200,00	R\$ 6.400,00
TOTAL													280		R\$ 793.100,00						

* Fonte da população: IBGE

* Fonte da fluxo: OnMaps - Geofusion 2019



SPO
 +55 11 5874.9657
 AV. BRIGADEIRO FARIA LIMA, 2.954,
 CONJ. 21, JD. PAULISTANO
 01452-000

BSB
 +55 61 3246 9617
 SIC QD.4, BL A, SL 21, TÉRREO,
 ED. CAPITAL FINANCIAL CENTER
 70610-440


 fields360.agency

Cliente: SABESP
 Meio: OOH
 Formato: Minidoor Social
 Peças: A - Minidoor Social
 Mercado: São Paulo - Estado

ESTADO	CIDADE	COMUNIDADE	VEICULO	PEÇA	POPULAÇÃO	PERÍODO DE VEICULAÇÃO	QUANTIDADE DE PONTOS CONTRATADOS	VALOR UNITÁRIO TABELA	VALOR TOTAL TABELA
SP	Bauru	Ferradura	OUTDOOR SOCIAL	A	2.786	Bi-semana 13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
SP	Bertioga	Indaiá - Ilha IV	OUTDOOR SOCIAL	A	1.574	Bi-semana 13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Jardim Ana Paula	OUTDOOR SOCIAL	A	1.959	Bi-semana 13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Vicente de Carvalho II	OUTDOOR SOCIAL	A	3.743	Bi-semana 13/10 a 26/10	4	R\$ 1.265,00	R\$ 5.060,00
		Vista Linda Disperso I	OUTDOOR SOCIAL	A	2.173	Bi-semana 13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
SP	Cajamar	Acampamento Florim	OUTDOOR SOCIAL	A	1.504	Bi-semana 13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
SP	Campinas	Jardim Itaguaçu I e II	OUTDOOR SOCIAL	A	13.979	Bi-semana 13/10 a 26/10	6	R\$ 1.265,00	R\$ 7.590,00
		Jardim Parapanema - Jardim Baroneza	OUTDOOR SOCIAL	A	2.149	Bi-semana 13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Núcleo Residencial Bairro da Vitória - Vila Georgina	OUTDOOR SOCIAL	A	2.143	Bi-semana 13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Núcleo Residencial Boa Esperança	OUTDOOR SOCIAL	A	1.835	Bi-semana 13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Núcleo Residencial Boa Vista	OUTDOOR SOCIAL	A	1.697	Bi-semana 13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Núcleo Residencial Cidade Satélite Iris	OUTDOOR SOCIAL	A	1.816	Bi-semana 13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Núcleo Residencial Colina do Sol	OUTDOOR SOCIAL	A	1.773	Bi-semana 13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Núcleo Residencial Distrito Industrial de Campinas - Dic	OUTDOOR SOCIAL	A	22.447	Bi-semana 13/10 a 26/10	7	R\$ 1.265,00	R\$ 8.855,00
		Núcleo Residencial Dom Gilberto	OUTDOOR SOCIAL	A	1.870	Bi-semana 13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Núcleo Residencial Jardim Campineiro I	OUTDOOR SOCIAL	A	2.231	Bi-semana 13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Núcleo Residencial Jardim Campos Eliseos III	OUTDOOR SOCIAL	A	1.644	Bi-semana 13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Núcleo Residencial Jardim do Lago II	OUTDOOR SOCIAL	A	3.446	Bi-semana 13/10 a 26/10	4	R\$ 1.265,00	R\$ 5.060,00
		Núcleo Residencial Jardim Florence II	OUTDOOR SOCIAL	A	2.753	Bi-semana 13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Núcleo Residencial Jardim Irmãos Sigrist	OUTDOOR SOCIAL	A	2.983	Bi-semana 13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Núcleo Residencial Jardim Londres II	OUTDOOR SOCIAL	A	1.508	Bi-semana 13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Núcleo Residencial Jardim Novos Campos Eliseos II	OUTDOOR SOCIAL	A	2.461	Bi-semana 13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Núcleo Residencial Jardim Santa Mônica / São Marcos	OUTDOOR SOCIAL	A	1.689	Bi-semana 13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Núcleo Residencial Jardim Santana	OUTDOOR SOCIAL	A	1.622	Bi-semana 13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Núcleo Residencial Jardim São Fernando	OUTDOOR SOCIAL	A	2.134	Bi-semana 13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Núcleo Residencial Jardim São José	OUTDOOR SOCIAL	A	1.748	Bi-semana 13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Núcleo Residencial Jardim Novo Flamboyant (Buraco do Sapo)	OUTDOOR SOCIAL	A	1.903	Bi-semana 13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Núcleo Residencial Parque Cidade Campinas	OUTDOOR SOCIAL	A	2.072	Bi-semana 13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Núcleo Residencial Parque Oziel - Jardim Monte Cristo	OUTDOOR SOCIAL	A	13.099	Bi-semana 13/10 a 26/10	6	R\$ 1.265,00	R\$ 7.590,00
		Núcleo Residencial Parque São Quirino - Jardim Santana	OUTDOOR SOCIAL	A	1.865	Bi-semana 13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Núcleo Residencial Vila Vitória	OUTDOOR SOCIAL	A	6.850	Bi-semana 13/10 a 26/10	5	R\$ 1.265,00	R\$ 6.325,00
		SP	Capivari	José Buzatto	OUTDOOR SOCIAL	A	1.606	Bi-semana 13/10 a 26/10	3
SP	Carapicuíba	Csu	OUTDOOR SOCIAL	A	2.309	Bi-semana 13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Favela do Cemitério	OUTDOOR SOCIAL	A	1.718	Bi-semana 13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Favela do Murão	OUTDOOR SOCIAL	A	2.372	Bi-semana 13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Favela Savoy	OUTDOOR SOCIAL	A	2.330	Bi-semana 13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Jardim Novo Horizonte	OUTDOOR SOCIAL	A	2.477	Bi-semana 13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Jathai	OUTDOOR SOCIAL	A	2.351	Bi-semana 13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Vila Municipal	OUTDOOR SOCIAL	A	1.697	Bi-semana 13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
Vila Municipal II	OUTDOOR SOCIAL	A	1.746	Bi-semana 13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00		
SP	Cubatão	Água Fria	OUTDOOR SOCIAL	A	3.632	Bi-semana 13/10 a 26/10	4	R\$ 1.265,00	R\$ 5.060,00
		Cota 200	OUTDOOR SOCIAL	A	5.832	Bi-semana 13/10 a 26/10	5	R\$ 1.265,00	R\$ 6.325,00
		Cota 95 e 100	OUTDOOR SOCIAL	A	5.190	Bi-semana 13/10 a 26/10	5	R\$ 1.265,00	R\$ 6.325,00
		Ilha Bela	OUTDOOR SOCIAL	A	2.349	Bi-semana 13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Piões	OUTDOOR SOCIAL	A	1.619	Bi-semana 13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Pinhal do Miranda	OUTDOOR SOCIAL	A	3.121	Bi-semana 13/10 a 26/10	4	R\$ 1.265,00	R\$ 5.060,00
		Vila Caic	OUTDOOR SOCIAL	A	2.099	Bi-semana 13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Vila dos Pescadores	OUTDOOR SOCIAL	A	10.862	Bi-semana 13/10 a 26/10	6	R\$ 1.265,00	R\$ 7.590,00
		Vila Esperança	OUTDOOR SOCIAL	A	14.936	Bi-semana 13/10 a 26/10	7	R\$ 1.265,00	R\$ 8.855,00

SPO
 +55 11 5874.9657
 AV. BRICADEIRO FARIA LIMA, 2.954,
 CONJ. 21. JD. PAULISTANO
 01452-000

BSB
 +55 61 3246.9617
 SIG QD.4. BL. A. SL. 21. TÉRREO,
 ED. CAPITAL FINANCIAL CENTER
 70610-440


 fields360.agency

SP	Diadema	18 de Agosto / Santa Luzia	OUTDOOR SOCIAL	A	1.538	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Caviúna	OUTDOOR SOCIAL	A	2.504	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Gazuza / Pau do Café	OUTDOOR SOCIAL	A	1.810	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Gazuza / Pau do Café / Fundibem	OUTDOOR SOCIAL	A	2.038	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Marlene	OUTDOOR SOCIAL	A	4.811	Bi-semana	13/10 a 26/10	4	R\$ 1.265,00	R\$ 5.060,00
		Morro do Samba	OUTDOOR SOCIAL	A	1.854	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Nova Conquista / Kronos	OUTDOOR SOCIAL	A	1.966	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Nova Conquista / Kronos II	OUTDOOR SOCIAL	A	11.652	Bi-semana	13/10 a 26/10	6	R\$ 1.265,00	R\$ 7.590,00
		Santo Ivo	OUTDOOR SOCIAL	A	1.827	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Takebe I / do Padre / Vila dos Palmares / Santana	OUTDOOR SOCIAL	A	1.557	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		União 1 B	OUTDOOR SOCIAL	A	2.071	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Vila Nova II	OUTDOOR SOCIAL	A	2.031	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Vila Odete / Vilinha	OUTDOOR SOCIAL	A	1.508	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Vila Olinda	OUTDOOR SOCIAL	A	2.231	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
SP	Embu das Artes	Vila Popular - Amador Bueno	OUTDOOR SOCIAL	A	1.618	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Ilha Porchat	OUTDOOR SOCIAL	A	1.740	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Jardim Castilho	OUTDOOR SOCIAL	A	3.138	Bi-semana	13/10 a 26/10	4	R\$ 1.265,00	R\$ 5.060,00
		Jardim Valo Verde	OUTDOOR SOCIAL	A	2.160	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
SP	Ferraz de Vasconcelos	Jardim Gentile	OUTDOOR SOCIAL	A	2.682	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
SP	Francisco Morato	Ouro Preto	OUTDOOR SOCIAL	A	1.789	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
SP	Franco da Rocha	Arco-Iris	OUTDOOR SOCIAL	A	1.554	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Pretória	OUTDOOR SOCIAL	A	3.401	Bi-semana	13/10 a 26/10	4	R\$ 1.265,00	R\$ 5.060,00
SP	Guarujá	Areião	OUTDOOR SOCIAL	A	2.365	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Cantagalo	OUTDOOR SOCIAL	A	3.047	Bi-semana	13/10 a 26/10	4	R\$ 1.265,00	R\$ 5.060,00
		Chaparral	OUTDOOR SOCIAL	A	3.662	Bi-semana	13/10 a 26/10	4	R\$ 1.265,00	R\$ 5.060,00
		Jardim Primavera	OUTDOOR SOCIAL	A	5.244	Bi-semana	13/10 a 26/10	5	R\$ 1.265,00	R\$ 6.325,00
		João Guarda	OUTDOOR SOCIAL	A	2.709	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Mar e Céu	OUTDOOR SOCIAL	A	2.373	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Morrinhos III	OUTDOOR SOCIAL	A	9.124	Bi-semana	13/10 a 26/10	6	R\$ 1.265,00	R\$ 7.590,00
		Morrinhos IV	OUTDOOR SOCIAL	A	3.286	Bi-semana	13/10 a 26/10	4	R\$ 1.265,00	R\$ 5.060,00
		Morro do Engenho / Morro da Cachoeira	OUTDOOR SOCIAL	A	2.931	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Perequê I	OUTDOOR SOCIAL	A	5.149	Bi-semana	13/10 a 26/10	5	R\$ 1.265,00	R\$ 6.325,00
		Perequê II	OUTDOOR SOCIAL	A	1.911	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Prainha	OUTDOOR SOCIAL	A	4.575	Bi-semana	13/10 a 26/10	4	R\$ 1.265,00	R\$ 5.060,00
		Santa Clara	OUTDOOR SOCIAL	A	2.815	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Santa Cruz dos Navegantes	OUTDOOR SOCIAL	A	6.182	Bi-semana	13/10 a 26/10	5	R\$ 1.265,00	R\$ 6.325,00
		Santa Rosa	OUTDOOR SOCIAL	A	2.263	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Sítio Conceiçãozinha	OUTDOOR SOCIAL	A	5.512	Bi-semana	13/10 a 26/10	5	R\$ 1.265,00	R\$ 6.325,00
		Vila Baiana	OUTDOOR SOCIAL	A	3.382	Bi-semana	13/10 a 26/10	4	R\$ 1.265,00	R\$ 5.060,00
		Vila da Noite / São Miguel	OUTDOOR SOCIAL	A	6.855	Bi-semana	13/10 a 26/10	5	R\$ 1.265,00	R\$ 6.325,00
		Vila Edna	OUTDOOR SOCIAL	A	4.861	Bi-semana	13/10 a 26/10	4	R\$ 1.265,00	R\$ 5.060,00
		Vila Zilda	OUTDOOR SOCIAL	A	3.997	Bi-semana	13/10 a 26/10	4	R\$ 1.265,00	R\$ 5.060,00
		Anita Garibaldi	OUTDOOR SOCIAL	A	7.590	Bi-semana	13/10 a 26/10	6	R\$ 1.265,00	R\$ 7.590,00
		Cidade Jardim Cumbica I	OUTDOOR SOCIAL	A	2.419	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Cidade Jardim Cumbica II	OUTDOOR SOCIAL	A	5.340	Bi-semana	13/10 a 26/10	5	R\$ 1.265,00	R\$ 6.325,00
		Cidade-Satélite - Avenida Cumbica	OUTDOOR SOCIAL	A	1.780	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Cidade-Satélite I	OUTDOOR SOCIAL	A	10.143	Bi-semana	13/10 a 26/10	6	R\$ 1.265,00	R\$ 7.590,00
		Cidade Soberana (Rua das Margaridas)	OUTDOOR SOCIAL	A	2.156	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Cidade Tupinambá	OUTDOOR SOCIAL	A	4.789	Bi-semana	13/10 a 26/10	4	R\$ 1.265,00	R\$ 5.060,00
		Jardim Alice / Cidade Tupinambá	OUTDOOR SOCIAL	A	1.749	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Jardim Bonsucesso / Jardim dos Pimentas / Parque Jandaia	OUTDOOR SOCIAL	A	5.933	Bi-semana	13/10 a 26/10	5	R\$ 1.265,00	R\$ 6.325,00
		Jardim dos Eucaliptos	OUTDOOR SOCIAL	A	2.174	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Jardim Flor da Montanha - Jardim Santa Mena	OUTDOOR SOCIAL	A	2.806	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Jardim Lenize / Jardim Lenize II	OUTDOOR SOCIAL	A	1.873	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Jardim Nova Cidade - Jardim Normândia	OUTDOOR SOCIAL	A	1.739	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Jardim Nova Cumbica - Rua Cruzeiro - Missouri	OUTDOOR SOCIAL	A	2.244	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Jardim Paraíso II	OUTDOOR SOCIAL	A	2.018	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00

SP	Guanulhos	Jardim Presidente Dutra II	OUTDOOR SOCIAL	A	2.438	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Jardim Presidente Dutra III	OUTDOOR SOCIAL	A	2.861	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Jardim Santa Bárbara	OUTDOOR SOCIAL	A	2.398	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Jardim Santa Maria / Jardim Monte Alegre II	OUTDOOR SOCIAL	A	2.002	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Jardim Santa Maria / Parque das Laranjeiras	OUTDOOR SOCIAL	A	2.656	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Jardim Santa Rita II	OUTDOOR SOCIAL	A	13.931	Bi-semana	13/10 a 26/10	6	R\$ 1.265,00	R\$ 7.590,00
		Jardim Vila Galvão II	OUTDOOR SOCIAL	A	5.644	Bi-semana	13/10 a 26/10	5	R\$ 1.265,00	R\$ 6.325,00
		Novo Recreio	OUTDOOR SOCIAL	A	7.567	Bi-semana	13/10 a 26/10	6	R\$ 1.265,00	R\$ 7.590,00
		Núcleo Jardim Crepúsculo	OUTDOOR SOCIAL	A	2.233	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Núcleo Parque Mikail	OUTDOOR SOCIAL	A	1.793	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Núcleo Ponta Alta IV, V, VI e VII	OUTDOOR SOCIAL	A	3.551	Bi-semana	13/10 a 26/10	4	R\$ 1.265,00	R\$ 5.060,00
		Núcleo Ponte Alta II	OUTDOOR SOCIAL	A	3.678	Bi-semana	13/10 a 26/10	4	R\$ 1.265,00	R\$ 5.060,00
		Núcleo Santos Dumont	OUTDOOR SOCIAL	A	5.542	Bi-semana	13/10 a 26/10	5	R\$ 1.265,00	R\$ 6.325,00
		Núcleo Sítio São Francisco / Parque Maria Helena	OUTDOOR SOCIAL	A	6.308	Bi-semana	13/10 a 26/10	5	R\$ 1.265,00	R\$ 6.325,00
		Núcleo Vale dos Machados	OUTDOOR SOCIAL	A	4.179	Bi-semana	13/10 a 26/10	4	R\$ 1.265,00	R\$ 5.060,00
		Paes de Barros - Cumbica	OUTDOOR SOCIAL	A	2.060	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Parque Bambi	OUTDOOR SOCIAL	A	7.897	Bi-semana	13/10 a 26/10	6	R\$ 1.265,00	R\$ 7.590,00
		Parque Jandaia	OUTDOOR SOCIAL	A	3.273	Bi-semana	13/10 a 26/10	4	R\$ 1.265,00	R\$ 5.060,00
		Parque Primavera I	OUTDOOR SOCIAL	A	8.500	Bi-semana	13/10 a 26/10	6	R\$ 1.265,00	R\$ 7.590,00
		Parque Primavera II	OUTDOOR SOCIAL	A	4.936	Bi-semana	13/10 a 26/10	4	R\$ 1.265,00	R\$ 5.060,00
		Sítio dos Morros	OUTDOOR SOCIAL	A	2.552	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Tijuco Preto	OUTDOOR SOCIAL	A	1.928	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Vila Flora	OUTDOOR SOCIAL	A	1.935	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
Vila Operária	OUTDOOR SOCIAL	A	3.325	Bi-semana	13/10 a 26/10	4	R\$ 1.265,00	R\$ 5.060,00		
Vila Operária / Cabuçu	OUTDOOR SOCIAL	A	2.305	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00		
SP	Itapevi	Areião - 1ª Etapa	OUTDOOR SOCIAL	A	1.595	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
SP	Itaquaquecetuba	Marengo	OUTDOOR SOCIAL	A	1.511	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Núcleo Quinta da Boa Vista	OUTDOOR SOCIAL	A	6.797	Bi-semana	13/10 a 26/10	5	R\$ 1.265,00	R\$ 6.325,00
		Núcleo Vila Monte Belo	OUTDOOR SOCIAL	A	5.093	Bi-semana	13/10 a 26/10	5	R\$ 1.265,00	R\$ 6.325,00
		Rua da Tubulação	OUTDOOR SOCIAL	A	3.633	Bi-semana	13/10 a 26/10	4	R\$ 1.265,00	R\$ 5.060,00
		Terra Prometida	OUTDOOR SOCIAL	A	3.790	Bi-semana	13/10 a 26/10	4	R\$ 1.265,00	R\$ 5.060,00
		Vila Esperança	OUTDOOR SOCIAL	A	2.153	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Vila Sarmey	OUTDOOR SOCIAL	A	1.597	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
SP	Jacareí	Rio Comprido	OUTDOOR SOCIAL	A	4.080	Bi-semana	13/10 a 26/10	4	R\$ 1.265,00	R\$ 5.060,00
SP	Jandira	Da Rua Esperança	OUTDOOR SOCIAL	A	2.008	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
SP	Jundiaí	Jardim São Camilo	OUTDOOR SOCIAL	A	5.569	Bi-semana	13/10 a 26/10	5	R\$ 1.265,00	R\$ 6.325,00
SP	Laranjal Paulista	Novo Horizonte	OUTDOOR SOCIAL	A	9.680	Bi-semana	13/10 a 26/10	6	R\$ 1.265,00	R\$ 7.590,00
		Vila Zaila	OUTDOOR SOCIAL	A	2.026	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
SP	Mauá	Chácara Maria Aparecida	OUTDOOR SOCIAL	A	2.204	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Chafik / Macuco	OUTDOOR SOCIAL	A	28.271	Bi-semana	13/10 a 26/10	7	R\$ 1.265,00	R\$ 8.855,00
		Jardim Cerqueira Leite / Avenida Washington Luís	OUTDOOR SOCIAL	A	3.208	Bi-semana	13/10 a 26/10	4	R\$ 1.265,00	R\$ 5.060,00
		Jardim Éden	OUTDOOR SOCIAL	A	3.466	Bi-semana	13/10 a 26/10	4	R\$ 1.265,00	R\$ 5.060,00
		Jardim Kennedy	OUTDOOR SOCIAL	A	1.948	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Jardim Oratório	OUTDOOR SOCIAL	A	28.282	Bi-semana	13/10 a 26/10	7	R\$ 1.265,00	R\$ 8.855,00
SP	Osasco	Rua Liberalli Polizel	OUTDOOR SOCIAL	A	2.984	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Açucará	OUTDOOR SOCIAL	A	1.662	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Bonança P	OUTDOOR SOCIAL	A	2.452	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Cidade Munhoz Júnior	OUTDOOR SOCIAL	A	2.589	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Cidade Munhoz Júnior - A	OUTDOOR SOCIAL	A	1.873	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Jardim Aliança - Dr	OUTDOOR SOCIAL	A	3.701	Bi-semana	13/10 a 26/10	4	R\$ 1.265,00	R\$ 5.060,00
		Jardim Baronesa - Cy	OUTDOOR SOCIAL	A	1.654	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Jardim das Bandeiras	OUTDOOR SOCIAL	A	3.025	Bi-semana	13/10 a 26/10	4	R\$ 1.265,00	R\$ 5.060,00
		Jardim Helena - J	OUTDOOR SOCIAL	A	3.044	Bi-semana	13/10 a 26/10	4	R\$ 1.265,00	R\$ 5.060,00
		Jardim Helena Maria - D I	OUTDOOR SOCIAL	A	2.179	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Jardim Marieta - N	OUTDOOR SOCIAL	A	1.986	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Jardim Padroeira	OUTDOOR SOCIAL	A	1.715	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Jardim Piratininga - Ci	OUTDOOR SOCIAL	A	2.608	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Jardim Rochdale	OUTDOOR SOCIAL	A	2.541	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Jardim Rochdale - Bj	OUTDOOR SOCIAL	A	4.236	Bi-semana	13/10 a 26/10	4	R\$ 1.265,00	R\$ 5.060,00



SPO
+55 11 5874.9657
AV. BRIGADEIRO FARIA LIMA, 2.954,
CONJ. 21, JD. PAULISTANO
01452-000

BSB
+55.61 3246 9617
SIG. QD. 4, BL. A, SL. 21, TÉRREO,
ED. CAPITAL FINANCIAL CENTER
70610-440



		Jardim Rochdale - I	OUTDOOR SOCIAL	A	3.359	Bi-semana	13/10 a 26/10	4	R\$ 1.265,00	R\$ 5.060,00
		Jardim Rochdale - P	OUTDOOR SOCIAL	A	3.017	Bi-semana	13/10 a 26/10	4	R\$ 1.265,00	R\$ 5.060,00
		Jardim Turíbio - Bs	OUTDOOR SOCIAL	A	1.842	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Jardim Veloso - Ae	OUTDOOR SOCIAL	A	3.185	Bi-semana	13/10 a 26/10	4	R\$ 1.265,00	R\$ 5.060,00
		Portal D'Oeste	OUTDOOR SOCIAL	A	3.424	Bi-semana	13/10 a 26/10	4	R\$ 1.265,00	R\$ 5.060,00
		Santa Maria	OUTDOOR SOCIAL	A	2.176	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
SP	Piracicaba	Algodão	OUTDOOR SOCIAL	A	3.479	Bi-semana	13/10 a 26/10	4	R\$ 1.265,00	R\$ 5.060,00
SP	Porto Ferreira	Jardim Anésia II	OUTDOOR SOCIAL	A	1.688	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Núcleo Caieiras	OUTDOOR SOCIAL	A	8.717	Bi-semana	13/10 a 26/10	6	R\$ 1.265,00	R\$ 7.590,00
SP	Praia Grande	Núcleo Mirim	OUTDOOR SOCIAL	A	8.108	Bi-semana	13/10 a 26/10	6	R\$ 1.265,00	R\$ 7.590,00
		Núcleo Piratas	OUTDOOR SOCIAL	A	1.619	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Aeroporto - da Mata	OUTDOOR SOCIAL	A	1.834	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Av. Magid Simão Trad	OUTDOOR SOCIAL	A	1.600	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
SP	Santana de Parnaíba	Jardim Granada	OUTDOOR SOCIAL	A	3.027	Bi-semana	13/10 a 26/10	4	R\$ 1.265,00	R\$ 5.060,00
		Vila Rangel	OUTDOOR SOCIAL	A	1.744	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Capuava	OUTDOOR SOCIAL	A	6.772	Bi-semana	13/10 a 26/10	5	R\$ 1.265,00	R\$ 6.325,00
		Cruzado II	OUTDOOR SOCIAL	A	5.163	Bi-semana	13/10 a 26/10	5	R\$ 1.265,00	R\$ 6.325,00
		Espírito Santo	OUTDOOR SOCIAL	A	2.458	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Espírito Santo II	OUTDOOR SOCIAL	A	3.201	Bi-semana	13/10 a 26/10	4	R\$ 1.265,00	R\$ 5.060,00
		Eucaliptos	OUTDOOR SOCIAL	A	3.099	Bi-semana	13/10 a 26/10	4	R\$ 1.265,00	R\$ 5.060,00
		Jardim Cristiane	OUTDOOR SOCIAL	A	2.404	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Jardim Irene IV/II	OUTDOOR SOCIAL	A	1.964	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Jardim Sorocabá	OUTDOOR SOCIAL	A	2.768	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
SP	Santo André	Lamartine II	OUTDOOR SOCIAL	A	3.696	Bi-semana	13/10 a 26/10	4	R\$ 1.265,00	R\$ 5.060,00
		Pintassilgo	OUTDOOR SOCIAL	A	2.940	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Sacadura Cabral	OUTDOOR SOCIAL	A	2.170	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Santa Cristina II	OUTDOOR SOCIAL	A	1.960	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Santa Cristina III	OUTDOOR SOCIAL	A	2.552	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Sítio dos Vianas	OUTDOOR SOCIAL	A	5.569	Bi-semana	13/10 a 26/10	5	R\$ 1.265,00	R\$ 6.325,00
		Tamarutaca	OUTDOOR SOCIAL	A	6.517	Bi-semana	13/10 a 26/10	5	R\$ 1.265,00	R\$ 6.325,00
		Toledana	OUTDOOR SOCIAL	A	3.002	Bi-semana	13/10 a 26/10	4	R\$ 1.265,00	R\$ 5.060,00
		Vila Metalúrgica	OUTDOOR SOCIAL	A	1.573	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Vista Alegre	OUTDOOR SOCIAL	A	2.539	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Caminho da União	OUTDOOR SOCIAL	A	1.943	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Dique Vila Gilda ou Caminho da Capela	OUTDOOR SOCIAL	A	2.042	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Dique Vila Gilda ou Caminho São José	OUTDOOR SOCIAL	A	3.904	Bi-semana	13/10 a 26/10	4	R\$ 1.265,00	R\$ 5.060,00
		Dique Vila Gilda ou Caminho São Sebastião	OUTDOOR SOCIAL	A	4.592	Bi-semana	13/10 a 26/10	4	R\$ 1.265,00	R\$ 5.060,00
SP	Santos	Lomba da Penha	OUTDOOR SOCIAL	A	1.836	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Morro do José Menino	OUTDOOR SOCIAL	A	1.571	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Morro Santa Maria	OUTDOOR SOCIAL	A	1.835	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Pacheco	OUTDOOR SOCIAL	A	2.546	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Vila Alemoa	OUTDOOR SOCIAL	A	2.999	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Vila Progresso	OUTDOOR SOCIAL	A	3.950	Bi-semana	13/10 a 26/10	4	R\$ 1.265,00	R\$ 5.060,00
		Areião - Núcleo 51	OUTDOOR SOCIAL	A	5.828	Bi-semana	13/10 a 26/10	5	R\$ 1.265,00	R\$ 6.325,00
		Batistini - Rua Flores - Núcleo 65	OUTDOOR SOCIAL	A	4.846	Bi-semana	13/10 a 26/10	4	R\$ 1.265,00	R\$ 5.060,00
		Boa Vista - Núcleo 70	OUTDOOR SOCIAL	A	2.063	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Der - Núcleo 02	OUTDOOR SOCIAL	A	4.932	Bi-semana	13/10 a 26/10	4	R\$ 1.265,00	R\$ 5.060,00
		Estrada Montanhão - Núcleo 64	OUTDOOR SOCIAL	A	5.640	Bi-semana	13/10 a 26/10	5	R\$ 1.265,00	R\$ 6.325,00
		Jardim Belita Nazareth - Núcleo 05	OUTDOOR SOCIAL	A	2.056	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Jardim Calux - Núcleo 01	OUTDOOR SOCIAL	A	9.845	Bi-semana	13/10 a 26/10	6	R\$ 1.265,00	R\$ 7.590,00
		Jardim Cláudia - Núcleo 18	OUTDOOR SOCIAL	A	2.486	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Jardim Ipê - Núcleo 13	OUTDOOR SOCIAL	A	2.254	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Jardim Regina - Núcleo 33	OUTDOOR SOCIAL	A	4.955	Bi-semana	13/10 a 26/10	4	R\$ 1.265,00	R\$ 5.060,00
		Jardim Silvina - Núcleo 66	OUTDOOR SOCIAL	A	7.171	Bi-semana	13/10 a 26/10	6	R\$ 1.265,00	R\$ 7.590,00
		Limpão - Núcleo 68	OUTDOOR SOCIAL	A	4.517	Bi-semana	13/10 a 26/10	4	R\$ 1.265,00	R\$ 5.060,00
		Lulaldo	OUTDOOR SOCIAL	A	2.098	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Nova Divinéia II	OUTDOOR SOCIAL	A	3.616	Bi-semana	13/10 a 26/10	4	R\$ 1.265,00	R\$ 5.060,00
SP	São Bernardo do Campo	Novo Parque - Núcleo 62	OUTDOOR SOCIAL	A	2.128	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Pai Herói - Núcleo 17	OUTDOOR SOCIAL	A	2.705	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00



F.



SPO
+55 11 5874.9657
AV. BRIGADEIRO FARIA LIMA, 2.954,
CONJ. 21, JD. PAULISTANO
01452-000

BSB
+55 61 3246 9617
SIG QD.4, BL. A, SL 21, TÉRREO,
ED. CAPITAL FINANCIAL CENTER
70610-440

fields360 agency

		Parque Hawai	OUTDOOR SOCIAL	A	2.419	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Parque São Bernardo - Núcleo 39	OUTDOOR SOCIAL	A	12.555	Bi-semana	13/10 a 26/10	6	R\$ 1.265,00	R\$ 7.590,00
		Pedreira Municipal - Núcleo 37	OUTDOOR SOCIAL	A	1.740	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Reprêsa - Alvarenga - Cama Par - Núcleo 53	OUTDOOR SOCIAL	A	4.515	Bi-semana	13/10 a 26/10	4	R\$ 1.265,00	R\$ 5.060,00
		Rua Amazonas	OUTDOOR SOCIAL	A	3.672	Bi-semana	13/10 a 26/10	4	R\$ 1.265,00	R\$ 5.060,00
		Sabesp - Núcleo 32	OUTDOOR SOCIAL	A	3.549	Bi-semana	13/10 a 26/10	4	R\$ 1.265,00	R\$ 5.060,00
		Santa Mônica - Núcleo 67	OUTDOOR SOCIAL	A	3.909	Bi-semana	13/10 a 26/10	4	R\$ 1.265,00	R\$ 5.060,00
		Viana	OUTDOOR SOCIAL	A	1.632	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Vila Carminha - Núcleo 12	OUTDOOR SOCIAL	A	1.599	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Vila do Bosque - Núcleo 57	OUTDOOR SOCIAL	A	1.835	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Vila Esperança - Núcleo 38	OUTDOOR SOCIAL	A	6.797	Bi-semana	13/10 a 26/10	5	R\$ 1.265,00	R\$ 6.325,00
		Vila Ferreira - Núcleo 03	OUTDOOR SOCIAL	A	1.637	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Vila São Pedro - Núcleo 83	OUTDOOR SOCIAL	A	28.273	Bi-semana	13/10 a 26/10	7	R\$ 1.265,00	R\$ 8.855,00
SP	São José dos Campos	Pinheirinho	OUTDOOR SOCIAL	A	6.114	Bi-semana	13/10 a 26/10	5	R\$ 1.265,00	R\$ 6.325,00
		Bugre	OUTDOOR SOCIAL	A	3.210	Bi-semana	13/10 a 26/10	4	R\$ 1.265,00	R\$ 5.060,00
		Cachetas	OUTDOOR SOCIAL	A	2.016	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Canal do Meio	OUTDOOR SOCIAL	A	6.814	Bi-semana	13/10 a 26/10	5	R\$ 1.265,00	R\$ 6.325,00
		Cdhu	OUTDOOR SOCIAL	A	5.774	Bi-semana	13/10 a 26/10	5	R\$ 1.265,00	R\$ 6.325,00
		Jardim Rio Negro	OUTDOOR SOCIAL	A	5.537	Bi-semana	13/10 a 26/10	5	R\$ 1.265,00	R\$ 6.325,00
		Nova Mariana	OUTDOOR SOCIAL	A	1.860	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Pompeba	OUTDOOR SOCIAL	A	1.844	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Ponte Nova	OUTDOOR SOCIAL	A	4.770	Bi-semana	13/10 a 26/10	4	R\$ 1.265,00	R\$ 5.060,00
		Quarentenário Particular	OUTDOOR SOCIAL	A	4.859	Bi-semana	13/10 a 26/10	4	R\$ 1.265,00	R\$ 5.060,00
		Quarentenário Público	OUTDOOR SOCIAL	A	9.245	Bi-semana	13/10 a 26/10	6	R\$ 1.265,00	R\$ 7.590,00
		Rio Branco	OUTDOOR SOCIAL	A	16.243	Bi-semana	13/10 a 26/10	7	R\$ 1.265,00	R\$ 8.855,00
		Rio da Avó	OUTDOOR SOCIAL	A	6.115	Bi-semana	13/10 a 26/10	5	R\$ 1.265,00	R\$ 6.325,00
		Sambaiatuba	OUTDOOR SOCIAL	A	4.241	Bi-semana	13/10 a 26/10	4	R\$ 1.265,00	R\$ 5.060,00
		Saquaré	OUTDOOR SOCIAL	A	7.616	Bi-semana	13/10 a 26/10	6	R\$ 1.265,00	R\$ 7.590,00
		Senhora Catarina de Moraes	OUTDOOR SOCIAL	A	3.507	Bi-semana	13/10 a 26/10	4	R\$ 1.265,00	R\$ 5.060,00
		Jardim Freitas Júnior - Jardim Trianon Hbb	OUTDOOR SOCIAL	A	1.689	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Jardim Margaridas	OUTDOOR SOCIAL	A	3.778	Bi-semana	13/10 a 26/10	4	R\$ 1.265,00	R\$ 5.060,00
		Jardim Trianon Posto de Saúde - José Miele	OUTDOOR SOCIAL	A	1.794	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Jardim Vale das Flores - Csu	OUTDOOR SOCIAL	A	1.806	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Jardim Comunitário	OUTDOOR SOCIAL	A	2.166	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Meyer Saporito	OUTDOOR SOCIAL	A	2.456	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Parque São Joaquim - Leme - Jardim Sílvio Sampaio	OUTDOOR SOCIAL	A	1.832	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
		Ponte Alta - Osvaldinho	OUTDOOR SOCIAL	A	6.623	Bi-semana	13/10 a 26/10	5	R\$ 1.265,00	R\$ 6.325,00
SP	Várzea Paulista	Ilha Bela	OUTDOOR SOCIAL	A	2.160	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
SP	Votorantim	Ozete dos Santos	OUTDOOR SOCIAL	A	1.554	Bi-semana	13/10 a 26/10	3	R\$ 1.265,00	R\$ 3.795,00
TOTAL								992		R\$ 1.254.880,00



F.

SPO
+55 11 5874.9657
AV. BRIGADEIRO FARIA LIMA, 2.954,
CONJ. 21. JD. PAULISTANO
01452-000

BSB
+55 61 3246 9617
SIG QD.4, BL. A, SL. 21, TÉRREO,
ED. CAPITAL FINANCIAL CENTER
70610-440

 fields360 agency

Cliente: SABESP
 Meio: DOOH
 Formato: Vinheta
 Peças: A - Vinheta 15"
 Mercado: São Paulo - Estado

ESTADO	CIDADE	VEÍCULO	MEIO	TIPO	FLUXO DE PESSOAS / DIA	FORMATO	QUANTIDADE DE MONITORES/TELAS	INSERÇÕES / DIA	PERÍODO DE VEICULAÇÃO	OUTUBRO				NOVEMBRO				TOTAL DE INSERÇÕES	VALOR UNITÁRIO TABELA	TOTAL TABELA	
										SEMANAS				SEMANAS							
										1ª	2ª	3ª	4ª	1ª	2ª	3ª	4ª				
SP	GUARULHOS	NEXT MÍDIA	RODOVIÁRIA	TERMINAL RODOVIÁRIO - INTERMUNICIPAL E INTERESTADUAL	90.000	15"	4	80	30 dias	22/10 a 20/11									2.400	R\$ 15,00	R\$36.000,00
SP	OSASCO	NEXT MÍDIA	RODOVIÁRIA	TERMINAL RODOVIÁRIO - INTERMUNICIPAL E INTERESTADUAL	6.000	15"	4	80	30 dias	22/10 a 20/11									2.400	R\$ 10,00	R\$24.000,00
SP	S. J. DOS CAMPOS	NEXT MÍDIA	RODOVIÁRIA	TERMINAL RODOVIÁRIO - INTERMUNICIPAL	33.000	15"	9	80	30 dias	22/10 a 20/11									2.400	R\$ 15,00	R\$36.000,00
SP	S. J. DA BOA VISTA	NEXT MÍDIA	RODOVIÁRIA	TERMINAL RODOVIÁRIO - INTERMUNICIPAL	10.000	15"	4	80	30 dias	22/10 a 20/11									2.400	R\$ 10,00	R\$24.000,00
TOTAL							21	320										9.600		R\$120.000,00	



SPO
 +55 11 5874.9657
 AV. BRIGADEIRO FARIA LIMA, 2.954,
 CONJ. 21, JD. PAULISTANO
 01452-000

BSB
 +55 61 3246 9617
 SIG QD.4, BL A, SL 21, TÉRREO,
 ED. CAPITAL FINANCIAL CENTER
 70610-440



Cliente: SABESP
 Meio: Internet
 Formato: Diversos
 Peças: A - Banner, B - Video, C - Áudio
 Mercado: São Paulo - Estado

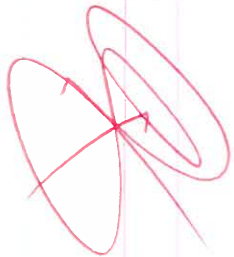
VEÍCULO	CANAL / SEGMENTAÇÃO	PEÇA	FORMATO	OUTUBRO																															TIPO DE COMPRA	QUANTIDADE CONTRATADA	VALOR UNITÁRIO	TOTAL TABELA		
				T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q						
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31						
UOL	(ROC) Pacote 9 Canais (9 principais canais: Carros, Economia, Educação, Estilo, Entretenimento, Esporte, UOL Music Deezer, Notícias, TV&Famosos)	A	SUPERBANNER (728x90px) RETÂNGULO (300x250px) HALF PAGE (300x600px)																																	IMPRESSÃO	1.921.807	R\$ 21,00	R\$ 40.357,95	
	Segmentação: Geolocalização (São Paulo - Estado)	B	Video 30" floating na home, in article e pre-roll																																	VISUALIZAÇÃO	288.271	R\$ 0,21	R\$ 60.536,92	
TOTAL UOL																							2.210.078		R\$ 100.894,87															
GLOBO COM	ROS 100% Geo SP Após Freq. 4 Nacional	A	BILLBOARD 2																																DIÁRIA	8	R\$ 23.700,00	R\$ 189.600,00		
	Segmentação: Geolocalização (São Paulo - Estado)	A	MAXIBOARD 1																																	IMPRESSÃO	1.249.175	R\$ 20,00	R\$ 24.983,49	
	Segmentação: Geolocalização (São Paulo - Estado)	B	VGlobo (Até 30s c/ Skip)																																	IMPRESSÃO	96.090	R\$ 150,00	R\$ 14.413,55	
TOTAL GLOBO.COM																							1.345.273		R\$ 228.997,05															
MSN	NOTÍCIAS	A	300x250px 728x90px 320x50px																																	IMPRESSÃO	1.153.084	R\$ 66,96	R\$ 77.210,52	
TOTAL MSN																							1.153.084		R\$ 77.210,52															
TERRA	ROS	A	RETÂNGULO MÉDIO (300x250px) HALF PAGE (300x600px) TOP BANNER (300x50px) 320x50px																																	IMPRESSÃO	345.925	R\$ 118,00	R\$ 40.819,18	
	Segmentação: Geolocalização (São Paulo - Estado)	B	InRead 30"																																	VISUALIZAÇÃO	28.827	R\$ 0,70	R\$ 20.178,97	
TOTAL TERRA																							374.752		R\$ 60.998,16															
R7	ROS	A	BILLBOARD SUPERBANNER RETÂNGULO MÉDIO																																	IMPRESSÃO	480.452	R\$ 60,00	R\$ 28.827,11	
	Segmentação: Geolocalização (São Paulo - Estado)	B	VÍDEO																																	VISUALIZAÇÃO	7.687	R\$ 2,50	R\$ 19.218,07	
TOTAL R7																							488.139		R\$ 48.045,18															
TOTAL PORTAIS NACIONAIS																							5.571.327		R\$ 516.145,78															
FOLHA DE SÃO PAULO	ROS	A	HALF PAGE (300x600px)																																	IMPRESSÃO	575.333	R\$ 119,20	R\$ 68.579,69	
	Segmentação: Geolocalização (São Paulo - Estado)	A	RETÂNGULO MÉDIO (300x250px) LEADERBOARD (728x90px) SUPER LEADERBOARD (970x90px)																																		IMPRESSÃO	571.497	R\$ 120,00	R\$ 68.579,69
TOTAL FOLHA DE SÃO PAULO																							1.146.830		R\$ 137.159,37															
ESTADÃO	ROS	A	MOBILE BANNER (300x50px) RETÂNGULO MOBILE (300x100px) RETÂNGULO MÉDIO (300x250px) ULTRABANNER (970x90px)																																		IMPRESSÃO	653.140	R\$ 140,00	R\$ 91.439,54

SPO
 +55 11 5874.9657
 AV. BRIGADEIRO FARIA LIMA, 2.954,
 CONJ. 21, JD. PAULISTANO
 01452-000

BSB
 +55 61 3246 9617
 SIG QD.4, BL. A, SL 21, TÉRREO,
 ED. CAPITAL FINANCIAL CENTER
 70610-440

+ fields360.agency

TOTAL ESTADÃO										653.140		R\$ 91.439,54	
TOTAL CANAIS VERTICAIS DE NOTÍCIAS										1.799.970		R\$ 228.598,92	
BRIGHTROLL	ROS Segmentação: Geolocalização (São Paulo - Estado)	A	728x090px 300x250px							IMPRESSÃO	380.998	R\$ 80,00	R\$ 30.479,86
		A	300x600px							IMPRESSÃO	267.367	R\$ 114,00	R\$ 30.479,86
		A	970x250px							IMPRESSÃO	203.199	R\$ 150,00	R\$ 30.479,88
TOTAL BRIGHTROLL										851.565		R\$ 91.439,60	
7 GRAUS	ROS Segmentação: Geolocalização (São Paulo - Estado)	A	300x250px							IMPRESSÃO	277.090	R\$ 44,00	R\$ 12.191,94
		A	320x050px							IMPRESSÃO	358.587	R\$ 34,00	R\$ 12.191,94
		B	VIDEO PRE-ROLL 30"							IMPRESSÃO	221.672	R\$ 55,00	R\$ 12.191,94
TOTAL 7 GRAUS										857.348		R\$ 36.575,82	
CAZAMBA	ROS Segmentação: Geolocalização (São Paulo - Estado)	A	WIDESCREEN							IMPRESSÃO	422.231	R\$ 57,75	R\$ 24.383,86
TOTAL CAZAMBA										422.231		R\$ 24.383,86	
TOTAL REDES DE CONTEÚDO										2.131.144		R\$ 152.399,29	
TEADS	GEOLocalização: São Paulo - Estado	B	InREAD COMPLETE 30"							VISUALIZAÇÃO	26.504	R\$ 3,45	R\$ 91.440,22
TOTAL TEADS										26.504		R\$ 91.440,22	
DYNADMIC	GEOLocalização: São Paulo - Estado	B	VIDEO 30"							VISUALIZAÇÃO	67.733	R\$ 0,90	R\$ 60.959,65
TOTAL DYNADMIC										67.733		R\$ 60.959,65	
TOTAL REDES DE VÍDEO										94.237		R\$ 152.399,86	
SPOTIFY	GEOLocalização: São Paulo - Estado	C / A	AUDIO EVERYWHERE 30" + BANNER							CUSTO POR ESCUTA COMPLETA	1.650.993	R\$ 0,06	R\$ 99.059,56
TOTAL SPOTIFY										1.650.993		R\$ 99.059,56	
DEEZER	GEOLocalização: São Paulo - Estado	B	VIDEO ADBREAKER							VISUALIZAÇÃO	178.574	R\$ 0,30	R\$ 53.572,30
TOTAL DEEZER										178.574		R\$ 53.572,30	
TOTAL PLATAFORMAS DE STREAMING DE ÁUDIO										1.829.567		R\$ 152.631,86	
TOTAL										11.428.245		R\$ 1.202.175,70	



SPO
+55 11 5874.9657
AV. BRIGADEIRO FARIA LIMA, 2.954,
CONJ. 21. JD. PAULISTANO
01452-000

BSB
+55 61 3246 9617
SIG QD.4, BL A, SL 21, TÉRREO,
ED. CAPITAL FINANCIAL CENTER
70610-440



Ciente SABESP
 Meio Internet
 Formato Diversos
 Peças A Banner B Vídeo C Áudio
 Mercado São Paulo - Estado

		NOVEMBRO																												TIPO DE COMPRA	QUANTIDADE CONTRATADA	VALOR UNITÁRIO	TOTAL TABELA								
VEÍCULO	CANAL / SEGMENTAÇÃO	PEÇA	FORMATO	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T					Q	Q	S	S	D			
				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								
UOL	(ROC) Pacote 9 Canais (9 principais canais: Canais, Economia, Educação, Estilo, Entretenimento, Esporte, UOL, Music Deezer, Notícias, TV&Famosos) Segmentação: Geolocalização (São Paulo - Estado)	A	SUPERBANNER (728x090px) RETÂNGULO (300x250px) HALF PAGE (300x600px)																																			IMPRESSÃO	1.921.807	R\$ 21,00	R\$ 40.357,95
	UOL / BOL / PARCEIROS Segmentação: Geolocalização (São Paulo - Estado)	B	Video 30" floating na home, in article e pre-roll																																		VISUALIZAÇÃO	288.271	R\$ 0,21	R\$ 60.536,92	
TOTAL UOL																																	2.210.078		R\$ 100.894,87						
GLOBO COM	ROS 100% Geo SP Após Freq. 4 Nacional	A	BILLBOARD 2																																DIÁRIA	4	R\$ 23.700,00	R\$ 94.800,00			
	ROS Segmentação: Geolocalização (São Paulo - Estado)	A	MAXIBOARD 1																																IMPRESSÃO	1.249.175	R\$ 20,00	R\$ 24.983,49			
	ROS Segmentação: Geolocalização (São Paulo - Estado)	B	VGlobo (Até 30s c/ Skip)																																IMPRESSÃO	96.090	R\$ 150,00	R\$ 14.413,55			
TOTAL GLOBO.COM																																	1.345.269		R\$ 134.197,05						
MSN	NOTÍCIAS	A	300x250px 728x090px 320x050px																																IMPRESSÃO	1.153.084	R\$ 66,96	R\$ 77.210,52			
TOTAL MSN																																	1.153.084		R\$ 77.210,52						
TERRA	ROS Segmentação: Geolocalização (São Paulo - Estado)	A	RETÂNGULO MÉDIO (300x250px) HALF PAGE (300x600px) TOP BANNER (300x050px) 320x050px																																IMPRESSÃO	345.925	R\$ 118,00	R\$ 40.819,18			
	ROS Segmentação: Geolocalização (São Paulo - Estado)	B	InRead 30"																																VISUALIZAÇÃO	28.827	R\$ 0,70	R\$ 20.178,97			
TOTAL TERRA																																	374.752		R\$ 60.998,16						
R7	ROS Segmentação: Geolocalização (São Paulo - Estado)	A	BILLBOARD SUPERBANNER RETÂNGULO MÉDIO																																IMPRESSÃO	480.452	R\$ 60,00	R\$ 28.827,11			
	ROS Segmentação: Geolocalização (São Paulo - Estado)	B	VIDEO																																VISUALIZAÇÃO	7.687	R\$ 2,50	R\$ 19.218,07			
TOTAL R7																																	488.139		R\$ 48.045,18						
TOTAL PORTAIS NACIONAIS																																	5.571.323		R\$ 421.345,78						
FOLHA DE SÃO PAULO	RCS	A	HALF PAGE (300x600px)																																IMPRESSÃO	575.333	R\$ 119,20	R\$ 68.579,69			
		A	RETÂNGULO MÉDIO (300x250px) LEADERBOARD (728x090px) SUPER LEADERBOARD (970x090px)																																	IMPRESSÃO	571.497	R\$ 120,00	R\$ 68.579,69		
TOTAL FOLHA DE SÃO PAULO																																	1.146.830		R\$ 137.159,37						

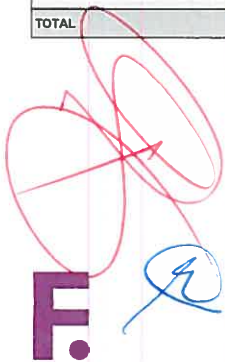
F

SPO
 +55 11 5874.9657
 AV. BRIGADEIRO FARIA LIMA, 2.954,
 CONJ. 21, JD. PAULISTANO
 01452-000

BSB
 +55 61 3246 9617
 SIG. QD. 4, BL. A, SL. 21, TÉRREO,
 ED. CAPITAL FINANCIAL CENTER
 70610-440

fields360.agency

ESTADÃO	ROS	A	MOBILE BANNER (300x050px) RETÂNGULO MOBILE (300x100px) RETÂNGULO MÉDIO (300x250px) ULTRABANNER (970x090px)			IMPRESSÃO	653.140	R\$ 140,00	R\$ 91.439,54
TOTAL ESTADÃO							653.140		R\$ 91.439,54
TOTAL CANAIS VERTICAIS DE NOTÍCIAS							1.799.970		R\$ 228.598,92
BRIGHTROLL	ROS Segmentação: Geocalização (São Paulo - Estado)	A	728x090px 300x250px			IMPRESSÃO	380.998	R\$ 80,00	R\$ 30.479,86
		A	300x600px			IMPRESSÃO	267.367	R\$ 114,00	R\$ 30.479,86
		A	970x250px			IMPRESSÃO	203.199	R\$ 150,00	R\$ 30.479,88
TOTAL BRIGHTROLL							851.565		R\$ 91.439,60
7 GRAUS	ROS Segmentação: Geocalização (São Paulo - Estado)	A	300x250px			IMPRESSÃO	277.090	R\$ 44,00	R\$ 12.191,94
		A	320x050px			IMPRESSÃO	358.587	R\$ 34,00	R\$ 12.191,94
		B	VIDEO PRE-ROLL 30"			IMPRESSÃO	221.672	R\$ 55,00	R\$ 12.191,94
TOTAL 7 GRAUS							857.348		R\$ 36.575,82
CAZAMBA	ROS Segmentação: Geocalização (São Paulo - Estado)	A	WIDESCREEN			IMPRESSÃO	422.231	R\$ 57,75	R\$ 24.383,86
TOTAL CAZAMBA							422.231		R\$ 24.383,86
TOTAL REDES DE CONTEÚDO							2.131.144		R\$ 152.399,29
TEADS	GEOLOCALIZAÇÃO: São Paulo - Estado	B	InREAD COMPLETE 30"			VISUALIZAÇÃO	26.504	R\$ 3,45	R\$ 91.440,22
TOTAL TEADS							26.504		R\$ 91.440,22
DYNADMIC	GEOLOCALIZAÇÃO: São Paulo - Estado	B	VIDEO 30"			VISUALIZAÇÃO	67.733	R\$ 0,90	R\$ 60.959,65
TOTAL DYNADMIC							67.733		R\$ 60.959,65
TOTAL REDES DE VÍDEO							94.237		R\$ 152.399,86
SPOTIFY	GEOLOCALIZAÇÃO: São Paulo - Estado	C / A	AUDIO EVERYWHERE 30" + BANNER			CUSTO POR ESCUTA COMPLETA	1.650.993	R\$ 0,06	R\$ 99.059,56
TOTAL SPOTIFY							1.650.993		R\$ 99.059,56
DEEZER	GEOLOCALIZAÇÃO: São Paulo - Estado	B	VIDEO ADBREAKER			VISUALIZAÇÃO	178.574	R\$ 0,30	R\$ 53.572,30
TOTAL DEEZER							178.574		R\$ 53.572,30
TOTAL PLATAFORMAS DE STREAMING DE ÁUDIO							1.829.567		R\$ 152.631,85
TOTAL							11.426.241		R\$ 1.107.375,70



SPO
+55 11 5874.9657
AV. BRIGADEIRO FARIA LIMA, 2.954,
CONJ. 21, JD. PAULISTANO
01452-000

BSB
+55 61 3246 9617
SIG QD.4, BL A, SL 21, TÉRREO,
ED. CAPITAL FINANCIAL CENTER
70610-440


fields360 agency

COMPANHIA DE SANEAMENTO BÁSICO DO ESTADO DE SÃO PAULO - SABESP
LICITAÇÃO N° 01303/19
CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO
DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA
TIPO MELHOR TÉCNICA

São Paulo - SP, 23 de julho de 2019



FIELDS COMUNICAÇÃO LTDA.
Claudia Agopian
RG: 42.482.148 - SSP/SP
CPF: 322.262.428-30



95



SPO
+55 11 5874.9657
AV. BRIGADEIRO FARIA LIMA, 2.954,
CONJ. 21, JD. PAULISTANO
01452-000

BSB
+55 61 3246 9617
SIG QD 4, BL A, SL 21, TÉRREO,
ED. CAPITAL FINANCIAL CENTER
70610-440

 fields360 agency