

## ANEXO AO RECURSO ADMINISTRATIVO

Ref: **Concorrência nº. 01/2019**

Processo Administrativo n.º 483/2019

Rua Visconde de Abaeté, 938 | Jd. Sumaré  
CEP 14025-050 | Ribeirão Preto/SP  
Tel.: (16) 3623-8861  
[www.versaobr.com.br](http://www.versaobr.com.br)  
[versaobr@versaobr.com.br](mailto:versaobr@versaobr.com.br)

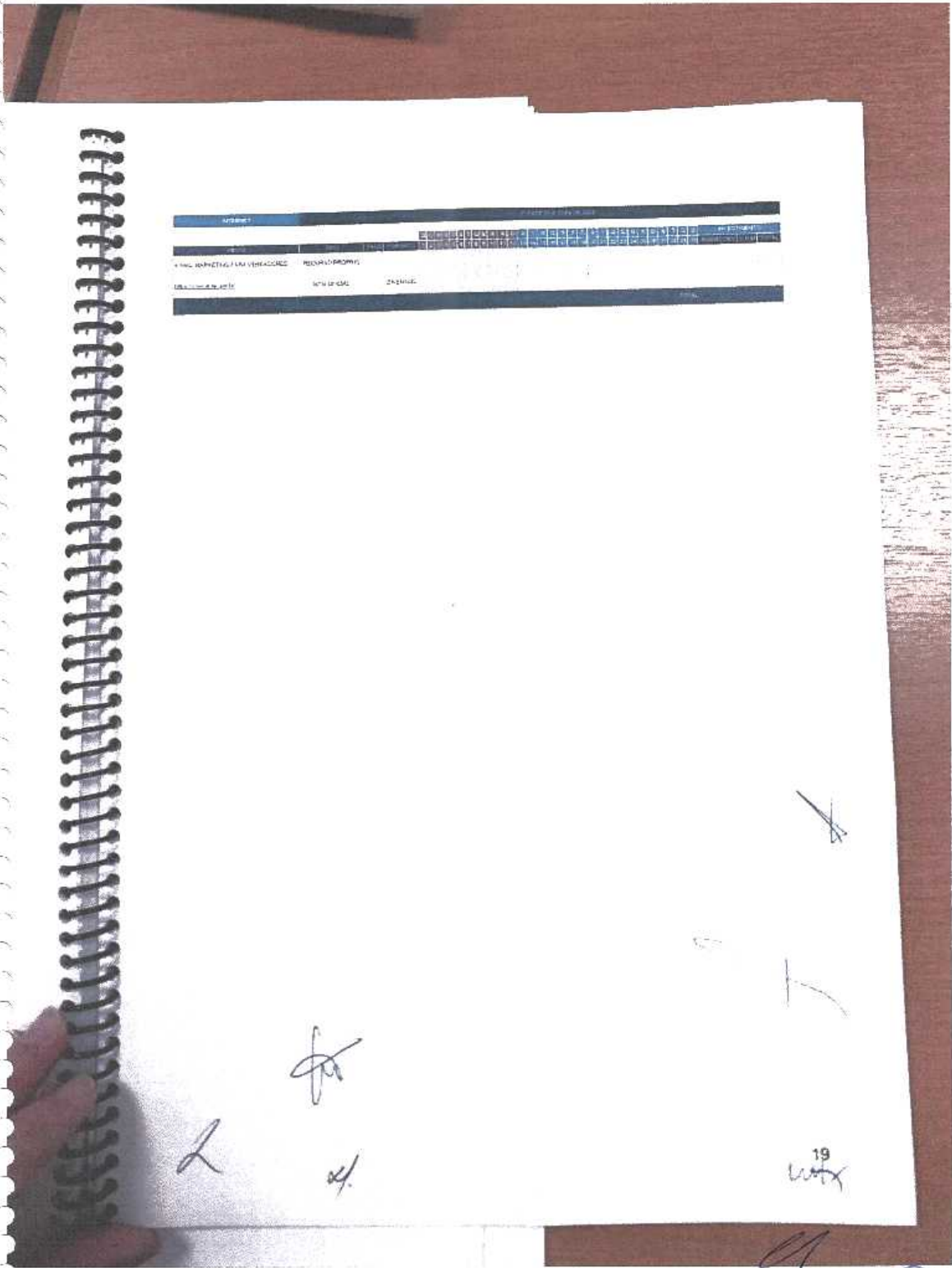
PROPOSTA DE ESTRATÉGIA DE MÍDIA E  
NÃO MÍDIA COM O CONCEITO:  
“AGORA SÓ FALTA VOCÊ”  
APRESENTADA PELA LICITANTE HOLD  
UTILIZANDO-SE DAS MAIS VARIADAS  
CORES EM SEUS GRÁFICOS, TABELAS E  
PLANILHAS

Rua Visconde de Abaeté, 938 | Jd. Sumaré  
CEP 14025-050 | Ribeirão Preto/SP  
Tel.: (16) 3623-8861  
[www.versaobr.com.br](http://www.versaobr.com.br)  
[versaobr@versaobr.com.br](mailto:versaobr@versaobr.com.br)



A handwritten signature in blue ink, located to the right of the contact information.





Version 1		Date: 01/01/2020	
<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <span>1</span> <span>2</span> <span>3</span> <span>4</span> <span>5</span> <span>6</span> <span>7</span> <span>8</span> <span>9</span> <span>10</span> </div>			
NOME COGNOME		INDICAZIONE	
INIZIALE		ESAME	

✓

*[Signature]*

*[Signature]*

✓

J ✓

19 *[Signature]*

*[Large Signature]*

②

LUBRIKASI		KENDARAAN		KENDARAAN	
NO	UJIAN	NO	UJIAN	NO	UJIAN
1	10000	1	10000	1	10000
2	20000	2	20000	2	20000
3	30000	3	30000	3	30000
4	40000	4	40000	4	40000
5	50000	5	50000	5	50000
6	60000	6	60000	6	60000
7	70000	7	70000	7	70000
8	80000	8	80000	8	80000
9	90000	9	90000	9	90000
10	100000	10	100000	10	100000

1. LUBRIKASI KENDARAAN  
 2. LUBRIKASI KENDARAAN  
 3. LUBRIKASI KENDARAAN  
 4. LUBRIKASI KENDARAAN  
 5. LUBRIKASI KENDARAAN  
 6. LUBRIKASI KENDARAAN  
 7. LUBRIKASI KENDARAAN  
 8. LUBRIKASI KENDARAAN  
 9. LUBRIKASI KENDARAAN  
 10. LUBRIKASI KENDARAAN

2

for

HP

X

X

20

X

(3)



Date		Description		Amount	
1	2020	...	...	...	...
2	2020	...	...	...	...
3	2020	...	...	...	...
4	2020	...	...	...	...
5	2020	...	...	...	...
6	2020	...	...	...	...
7	2020	...	...	...	...
8	2020	...	...	...	...
9	2020	...	...	...	...
10	2020	...	...	...	...
11	2020	...	...	...	...
12	2020	...	...	...	...
13	2020	...	...	...	...
14	2020	...	...	...	...
15	2020	...	...	...	...
16	2020	...	...	...	...
17	2020	...	...	...	...
18	2020	...	...	...	...
19	2020	...	...	...	...
20	2020	...	...	...	...
21	2020	...	...	...	...
22	2020	...	...	...	...
23	2020	...	...	...	...
24	2020	...	...	...	...
25	2020	...	...	...	...
26	2020	...	...	...	...
27	2020	...	...	...	...
28	2020	...	...	...	...
29	2020	...	...	...	...
30	2020	...	...	...	...
31	2020	...	...	...	...
32	2020	...	...	...	...
33	2020	...	...	...	...
34	2020	...	...	...	...
35	2020	...	...	...	...
36	2020	...	...	...	...
37	2020	...	...	...	...
38	2020	...	...	...	...
39	2020	...	...	...	...
40	2020	...	...	...	...
41	2020	...	...	...	...
42	2020	...	...	...	...
43	2020	...	...	...	...
44	2020	...	...	...	...
45	2020	...	...	...	...
46	2020	...	...	...	...
47	2020	...	...	...	...
48	2020	...	...	...	...
49	2020	...	...	...	...
50	2020	...	...	...	...
51	2020	...	...	...	...
52	2020	...	...	...	...
53	2020	...	...	...	...
54	2020	...	...	...	...
55	2020	...	...	...	...
56	2020	...	...	...	...
57	2020	...	...	...	...
58	2020	...	...	...	...
59	2020	...	...	...	...
60	2020	...	...	...	...
61	2020	...	...	...	...
62	2020	...	...	...	...
63	2020	...	...	...	...
64	2020	...	...	...	...
65	2020	...	...	...	...
66	2020	...	...	...	...
67	2020	...	...	...	...
68	2020	...	...	...	...
69	2020	...	...	...	...
70	2020	...	...	...	...
71	2020	...	...	...	...
72	2020	...	...	...	...
73	2020	...	...	...	...
74	2020	...	...	...	...
75	2020	...	...	...	...
76	2020	...	...	...	...
77	2020	...	...	...	...
78	2020	...	...	...	...
79	2020	...	...	...	...
80	2020	...	...	...	...
81	2020	...	...	...	...
82	2020	...	...	...	...
83	2020	...	...	...	...
84	2020	...	...	...	...
85	2020	...	...	...	...
86	2020	...	...	...	...
87	2020	...	...	...	...
88	2020	...	...	...	...
89	2020	...	...	...	...
90	2020	...	...	...	...
91	2020	...	...	...	...
92	2020	...	...	...	...
93	2020	...	...	...	...
94	2020	...	...	...	...
95	2020	...	...	...	...
96	2020	...	...	...	...
97	2020	...	...	...	...
98	2020	...	...	...	...
99	2020	...	...	...	...
100	2020	...	...	...	...

Handwritten notes in the left margin of the page, including the word "Date" and other illegible scribbles.

Handwritten symbol resembling the Greek letter alpha ( $\alpha$ ).

Handwritten scribble or symbol.

Handwritten symbol resembling the number 2.

Handwritten scribbles, including a large 'f' and a star-like symbol.

Handwritten scribble below the page number.

Large handwritten scribble at the bottom of the page.

Handwritten number 4 enclosed in a circle.

Date		Time		Location	
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	32	33	34	35	36
37	38	39	40	41	42
43	44	45	46	47	48
49	50	51	52	53	54
55	56	57	58	59	60
61	62	63	64	65	66
67	68	69	70	71	72
73	74	75	76	77	78
79	80	81	82	83	84
85	86	87	88	89	90
91	92	93	94	95	96
97	98	99	100	101	102
103	104	105	106	107	108
109	110	111	112	113	114
115	116	117	118	119	120
121	122	123	124	125	126
127	128	129	130	131	132
133	134	135	136	137	138
139	140	141	142	143	144
145	146	147	148	149	150
151	152	153	154	155	156
157	158	159	160	161	162
163	164	165	166	167	168
169	170	171	172	173	174
175	176	177	178	179	180
181	182	183	184	185	186
187	188	189	190	191	192
193	194	195	196	197	198
199	200	201	202	203	204
205	206	207	208	209	210
211	212	213	214	215	216
217	218	219	220	221	222
223	224	225	226	227	228
229	230	231	232	233	234
235	236	237	238	239	240
241	242	243	244	245	246
247	248	249	250	251	252
253	254	255	256	257	258
259	260	261	262	263	264
265	266	267	268	269	270
271	272	273	274	275	276
277	278	279	280	281	282
283	284	285	286	287	288
289	290	291	292	293	294
295	296	297	298	299	300

2

*[Handwritten signature]*

1

X

*[Handwritten signature]*

*[Handwritten mark]*

*[Handwritten signature]* (5)

DATE	DESCRIPTION	AMOUNT	CHECK NO.	BANK
10/1/2010	DEPOSIT	100.00		CHASE
10/2/2010	DEPOSIT	200.00		CHASE
10/3/2010	DEPOSIT	300.00		CHASE
10/4/2010	DEPOSIT	400.00		CHASE
10/5/2010	DEPOSIT	500.00		CHASE
10/6/2010	DEPOSIT	600.00		CHASE
10/7/2010	DEPOSIT	700.00		CHASE
10/8/2010	DEPOSIT	800.00		CHASE
10/9/2010	DEPOSIT	900.00		CHASE
10/10/2010	DEPOSIT	1000.00		CHASE

2

*Handwritten signature*

*Handwritten mark*

*Handwritten mark resembling a cross or plus sign*

23  
*Handwritten initials*

*Handwritten lightning bolt symbol*      *Handwritten circled number 6*



SCHEDULE		DATE												REMARKS
DATE		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
10/10/2019	RECORDS PROPERT													
10/11/2019	RECORDS PROPERT													
10/12/2019	RECORDS PROPERT													
10/13/2019	RECORDS PROPERT													
10/14/2019	RECORDS PROPERT													
10/15/2019	RECORDS PROPERT													
10/16/2019	RECORDS PROPERT													
10/17/2019	RECORDS PROPERT													
10/18/2019	RECORDS PROPERT													
10/19/2019	RECORDS PROPERT													
10/20/2019	RECORDS PROPERT													
10/21/2019	RECORDS PROPERT													
10/22/2019	RECORDS PROPERT													
10/23/2019	RECORDS PROPERT													
10/24/2019	RECORDS PROPERT													
10/25/2019	RECORDS PROPERT													
10/26/2019	RECORDS PROPERT													
10/27/2019	RECORDS PROPERT													
10/28/2019	RECORDS PROPERT													
10/29/2019	RECORDS PROPERT													
10/30/2019	RECORDS PROPERT													
10/31/2019	RECORDS PROPERT													

2

*[Handwritten signature]*

H.

*[Handwritten mark]*

*[Handwritten signature]*

24  
WtA

*[Handwritten signature]*

(7)



Kategori		Sub-kategori		Detail	
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	...	...	...	...	...
32	...	...	...	...	...
33	...	...	...	...	...
34	...	...	...	...	...
35	...	...	...	...	...
36	...	...	...	...	...
37	...	...	...	...	...
38	...	...	...	...	...
39	...	...	...	...	...
40	...	...	...	...	...
41	...	...	...	...	...
42	...	...	...	...	...
43	...	...	...	...	...
44	...	...	...	...	...
45	...	...	...	...	...
46	...	...	...	...	...
47	...	...	...	...	...
48	...	...	...	...	...
49	...	...	...	...	...
50	...	...	...	...	...

2

3

4

5

6

7

SCHEDULE OF DISBURSEMENTS

DATE	DESCRIPTION	AMOUNT	CHECK NO.	REMARKS
1/15/12	...	...	...	...
1/22/12	...	...	...	...
1/29/12	...	...	...	...
2/5/12	...	...	...	...
2/12/12	...	...	...	...
2/19/12	...	...	...	...
2/26/12	...	...	...	...
3/5/12	...	...	...	...
3/12/12	...	...	...	...
3/19/12	...	...	...	...
3/26/12	...	...	...	...
4/2/12	...	...	...	...
4/9/12	...	...	...	...
4/16/12	...	...	...	...
4/23/12	...	...	...	...
4/30/12	...	...	...	...
5/7/12	...	...	...	...
5/14/12	...	...	...	...
5/21/12	...	...	...	...
5/28/12	...	...	...	...
6/4/12	...	...	...	...
6/11/12	...	...	...	...
6/18/12	...	...	...	...
6/25/12	...	...	...	...
7/2/12	...	...	...	...
7/9/12	...	...	...	...
7/16/12	...	...	...	...
7/23/12	...	...	...	...
7/30/12	...	...	...	...
8/6/12	...	...	...	...
8/13/12	...	...	...	...
8/20/12	...	...	...	...
8/27/12	...	...	...	...
9/3/12	...	...	...	...
9/10/12	...	...	...	...
9/17/12	...	...	...	...
9/24/12	...	...	...	...
10/1/12	...	...	...	...
10/8/12	...	...	...	...
10/15/12	...	...	...	...
10/22/12	...	...	...	...
10/29/12	...	...	...	...
11/5/12	...	...	...	...
11/12/12	...	...	...	...
11/19/12	...	...	...	...
11/26/12	...	...	...	...
12/3/12	...	...	...	...
12/10/12	...	...	...	...
12/17/12	...	...	...	...
12/24/12	...	...	...	...
12/31/12	...	...	...	...

2

*[Handwritten signature]*

4.

*[Handwritten signature]*

123

*[Handwritten signature]*

30



Account	Debit	Credit	Balance
1000		1000.00	1000.00
1010	1000.00		
1020		1000.00	1000.00
1030	1000.00		
1040		1000.00	1000.00
1050	1000.00		
1060		1000.00	1000.00
1070	1000.00		
1080		1000.00	1000.00
1090	1000.00		
1100		1000.00	1000.00
1110	1000.00		
1120		1000.00	1000.00
1130	1000.00		
1140		1000.00	1000.00
1150	1000.00		
1160		1000.00	1000.00
1170	1000.00		
1180		1000.00	1000.00
1190	1000.00		
1200		1000.00	1000.00

2

*[Handwritten signature]*

7

*[Handwritten signature]*

*[Handwritten signature]*

*[Handwritten signature]*

44



Project	Year	Location	Value
ACCION	2010	...	...
ACCION	2011	...	...
ACCION	2012	...	...
ACCION	2013	...	...
ACCION	2014	...	...
ACCION	2015	...	...
ACCION	2016	...	...
ACCION	2017	...	...
ACCION	2018	...	...
ACCION	2019	...	...
ACCION	2020	...	...
ACCION	2021	...	...
ACCION	2022	...	...
ACCION	2023	...	...
ACCION	2024	...	...
ACCION	2025	...	...
ACCION	2026	...	...
ACCION	2027	...	...
ACCION	2028	...	...
ACCION	2029	...	...
ACCION	2030	...	...

2

for

H

1

29

12

12











TERMINAL	DESCRIPÇÃO	VALOR	PERCENTUAL	TOTAL
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	...	...	...	...
32	...	...	...	...
33	...	...	...	...
34	...	...	...	...
35	...	...	...	...
36	...	...	...	...
37	...	...	...	...
38	...	...	...	...
39	...	...	...	...
40	...	...	...	...
41	...	...	...	...
42	...	...	...	...
43	...	...	...	...
44	...	...	...	...
45	...	...	...	...
46	...	...	...	...
47	...	...	...	...
48	...	...	...	...
49	...	...	...	...
50	...	...	...	...
51	...	...	...	...
52	...	...	...	...
53	...	...	...	...
54	...	...	...	...
55	...	...	...	...
56	...	...	...	...
57	...	...	...	...
58	...	...	...	...
59	...	...	...	...
60	...	...	...	...
61	...	...	...	...
62	...	...	...	...
63	...	...	...	...
64	...	...	...	...
65	...	...	...	...
66	...	...	...	...
67	...	...	...	...
68	...	...	...	...
69	...	...	...	...
70	...	...	...	...
71	...	...	...	...
72	...	...	...	...
73	...	...	...	...
74	...	...	...	...
75	...	...	...	...
76	...	...	...	...
77	...	...	...	...
78	...	...	...	...
79	...	...	...	...
80	...	...	...	...
81	...	...	...	...
82	...	...	...	...
83	...	...	...	...
84	...	...	...	...
85	...	...	...	...
86	...	...	...	...
87	...	...	...	...
88	...	...	...	...
89	...	...	...	...
90	...	...	...	...
91	...	...	...	...
92	...	...	...	...
93	...	...	...	...
94	...	...	...	...
95	...	...	...	...
96	...	...	...	...
97	...	...	...	...
98	...	...	...	...
99	...	...	...	...
100	...	...	...	...

Handwritten marks and signatures on the left side of the page, including a large '2' and a signature.

Handwritten signature and the number '33' on the right side of the page.

Handwritten signature and a circled number '46' at the bottom right of the page.



STANDARD SCHEDULE

DATE	DESCRIPTION	AMOUNT	DEBIT	CREDIT	BALANCE
12/31/10	INITIAL BALANCE				100.00
1/1/11	SALES	100.00			200.00
1/15/11	PAYROLL		50.00		150.00
2/1/11	RENT		20.00		130.00
2/15/11	SALES	100.00			230.00
3/1/11	UTILITIES		10.00		220.00
3/15/11	SALES	100.00			320.00
4/1/11	PAYROLL		50.00		270.00
4/15/11	RENT		20.00		250.00
5/1/11	UTILITIES		10.00		240.00
5/15/11	SALES	100.00			340.00
6/1/11	PAYROLL		50.00		290.00
6/15/11	RENT		20.00		270.00
7/1/11	UTILITIES		10.00		260.00
7/15/11	SALES	100.00			360.00
8/1/11	PAYROLL		50.00		310.00
8/15/11	RENT		20.00		290.00
9/1/11	UTILITIES		10.00		280.00
9/15/11	SALES	100.00			380.00
10/1/11	PAYROLL		50.00		330.00
10/15/11	RENT		20.00		310.00
11/1/11	UTILITIES		10.00		300.00
11/15/11	SALES	100.00			400.00
12/1/11	PAYROLL		50.00		350.00
12/15/11	RENT		20.00		330.00
12/31/11	UTILITIES		10.00		320.00

*Handwritten mark*

*Handwritten signature*

*Handwritten mark*

*Handwritten signature*

*Handwritten initials*

*Handwritten signature*

(17)

Item	Quantity	Unit	Description	Unit Price	Total Price
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. ...	...	...	...	...	...
32. ...	...	...	...	...	...
33. ...	...	...	...	...	...
34. ...	...	...	...	...	...
35. ...	...	...	...	...	...

2

*[Handwritten signature]*

*[Handwritten mark]*

*[Handwritten signature]*

*[Handwritten signature]*

*[Handwritten mark]*



Date		Time										Total			
Day	Month	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Sum	Average
1	1														
2	1														
3	1														
4	1														
5	1														
6	1														
7	1														
8	1														
9	1														
10	1														
11	1														
12	1														
13	1														
14	1														
15	1														
16	1														
17	1														
18	1														
19	1														
20	1														
21	1														
22	1														
23	1														
24	1														
25	1														
26	1														
27	1														
28	1														
29	1														
30	1														
31	1														

2

*[Handwritten signature]*

*[Handwritten signature]*

*[Handwritten signature]*

*[Handwritten signature]*

*[Handwritten signature]*

(20)












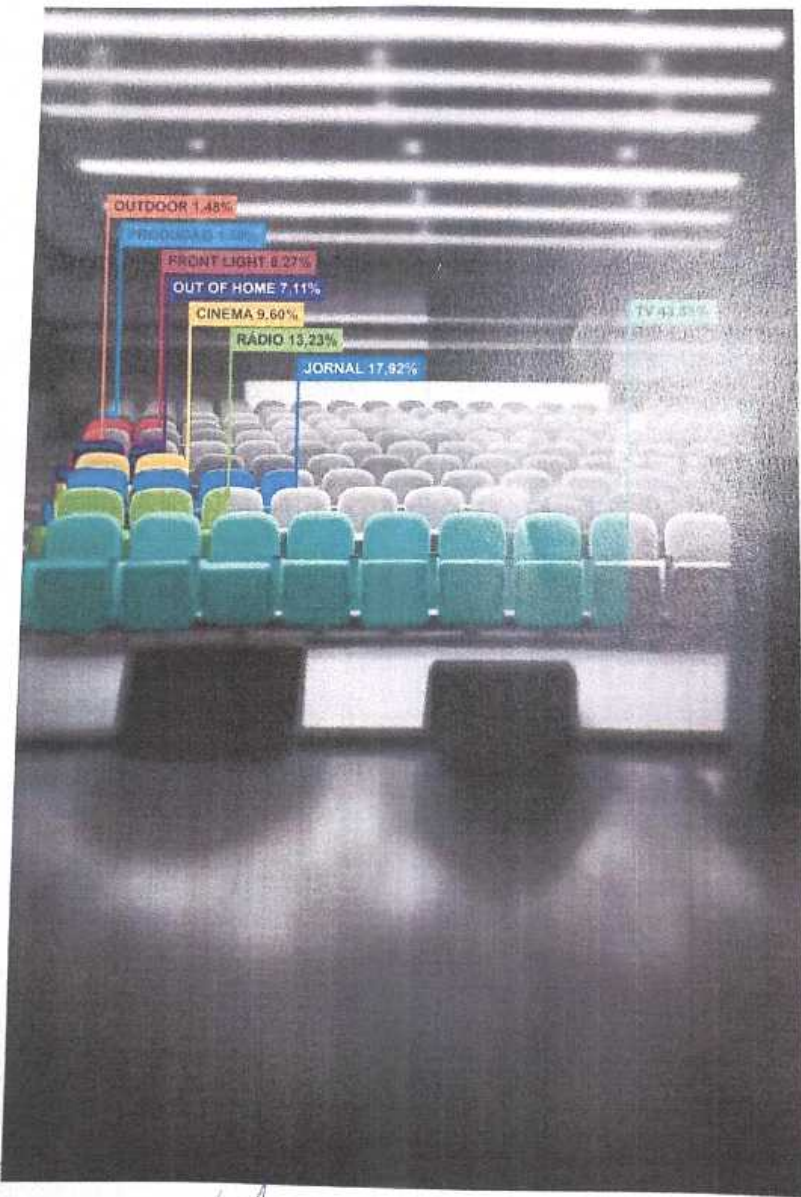
RESUMO GERAL DE INVESTIMENTOS	1ª FASE ABRIL		2ª FASE ABRIL E MAIO		3ª FASE ABRIL MAIO		4ª FASE JUNHO		TOTAL	
	R\$	%	R\$	%	R\$	%	R\$	%	R\$	%
TELEVISÃO	R\$		R\$		R\$ 1.145.384,00		R\$ 1.639.564,00		R\$ 2.784.929,00	43,82%
RÁDIO	R\$		R\$		R\$ 335.829,60		R\$ 323.652,20		R\$ 659.481,80	13,23%
JORNAL	R\$ 297.802,00		R\$ 595.604,00		R\$ -		R\$ 395.406,00		R\$ 993.812,00	17,92%
CINEMA	R\$		R\$ 476.450,00		R\$ -		R\$ 476.450,00		R\$ 952.900,00	9,60%
OUT OF HOME	R\$		R\$ 61.871,00		R\$ 136.359,00		R\$ 120.358,00		R\$ 318.588,00	7,11%
INTERNET	R\$		R\$		R\$ -		R\$ -		R\$ -	0,00%
OUTDOOR	R\$		R\$		R\$ 74.800,00		R\$ -		R\$ 74.800,00	1,48%
FRONT LIGHT	R\$		R\$ 87.500,00		R\$ 87.500,00		R\$ 87.500,00		R\$ 262.500,00	5,21%
PRODUÇÃO	R\$		R\$ 64.277,00		R\$ 13.342,00		R\$ -		R\$ 77.619,00	1,55%
	<b>297.802,00</b>		<b>1.307.641,00</b>		<b>1.792.403,60</b>		<b>1.587.247,20</b>		<b>4.985.093,80</b>	<b>100,00%</b>







X

T

Logo

Handwritten signature

Handwritten number 24 in a circle



TV ABERTA

42

25



### Perfil dos consumidores

Viewers Profile

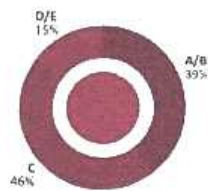
#### Sexo

Sex



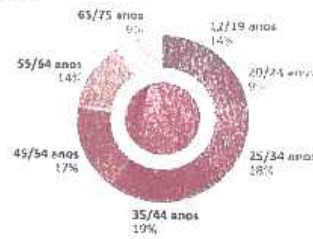
#### Classe econômica

Economic class



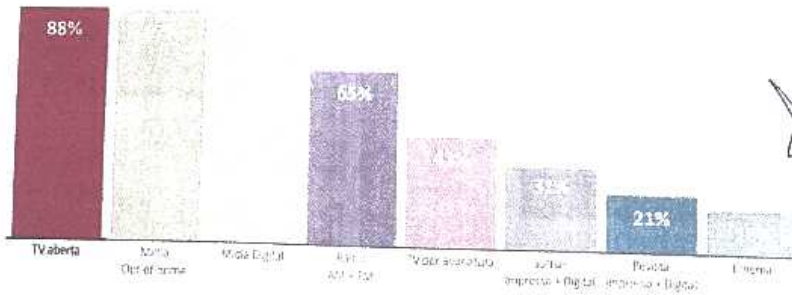
#### Faixa etária

Age group



### Penetração do meio no total da população – 30 dias

Penetration of the medium in the population – 30 days



Fonte / Source: IBRTE - Índice de Penetração da TV Aberta - Anos 12 e 19 - Anos 19 e 20 - (jul/2019) - 13 mercados  
 Total População 12 e 19 anos - Universo: 87.886.500 pessoas  
 Universo Total: Brasília (DF) (2.463.000); São Paulo (SP) (15.546.000); Goiânia (GO) (2.517.000); Curitiba (PR) (2.724.000); São Paulo Interior (SP) (14.510.000); São Paulo - Interior (SP) (26.954.000); Campinas (SP) (1.900.000); Porto Alegre (RS) (1.426.000); Rio de Janeiro (RJ) (22.779.000); São Paulo - Região (SP) (4.300.000); Salvador (BA) (2.000.000); Recife (PE) (2.300.000); Fortaleza (CE) (1.077.000); São Paulo - Interior (SP) (etc.) (RM Campinas) (12.410.000)

Handwritten signatures and a circled number '20' are present at the bottom of the page.



**Projeção de domicílios com TV – 2019**  
*Projection of households with TV sets*



<b>Norte / North</b>	
Domicílios com TV	Posse
1.309.284	92,3%
<b>Nordeste / Northeast</b>	
Domicílios com TV	Posse
1.321.241	93,8%

<b>Sudeste / Southeast</b>	
Domicílios com TV	Posse
10.300.491	97,9%
<b>Sul / South</b>	
Domicílios com TV	Posse
10.607.651	97,6%
<b>Centro-Oeste / Mid-West</b>	
Domicílios com TV	Posse
5.335.624	96,3%

Fator / Factor  
 (DITV 7125, base 2013)

α

α

α

6/11

g

(27)



## População e domicílios com TV – Áreas metropolitanas

Population and households with TV sets – Metropolitan areas

Área	População	Domicílios	Domicílios com TV	Posse
	Population	Households	Households with TV sets	
	2019 (mil)	2019 (mil)	2019 (mil)	(%)
São Paulo	21.091,3	7.549,0	7.438,6	98,27
Rio de Janeiro	12.517,5	4.714,4	4.656,3	98,77
Belo Horizonte	5.933,3	2.059,2	2.014,8	97,82
Porto Alegre	4.342,4	1.655,8	1.643,1	98,51
Curitiba	3.626,7	1.304,4	1.258,9	96,51
Campinas	2.385,8	824,6	805,3	97,53
Salvador	3.930,4	1.414,3	1.375,4	97,22
Recife	4.081,1	1.415,8	1.397,9	98,74
Fortaleza	4.103,7	1.360,7	1.321,0	97,06
Goiania	2.499,6	886,8	867,1	97,73
Manaus	2.162,4	662,6	644,6	97,23
Belém	2.476,0	751,5	715,5	95,21
Florianópolis	1.197,2	444,8	435,3	97,87
Vitória	1.964,1	692,0	671,9	97,11
Distrito Federal	2.998,3	1.043,0	1.021,2	97,91
<b>Total Áreas Metropolitanas</b>	<b>75.909,0</b>	<b>26.779,0</b>	<b>26.235,5</b>	<b>98,0</b>
<b>Total Brasil</b>	<b>208.601,2</b>	<b>71.218,9</b>	<b>68.920,8</b>	<b>96,8</b>

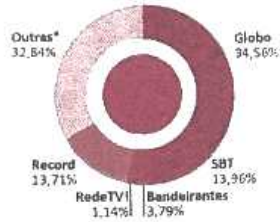
Fonte / Source  
 Domicílios particulares residenciais  
 2019: Censar IBGE  
 2019: IUTV PPS16 Maio 2019



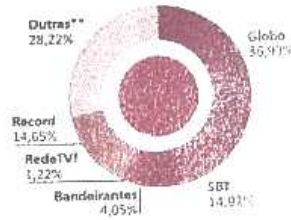
**Evolução do share nacional das redes**  
National audience share evolution of the networks

**Total da população das 7h à 00h – Segunda-feira a domingo**  
Total population – 7.00 am to 12.00 am – Monday to Sunday

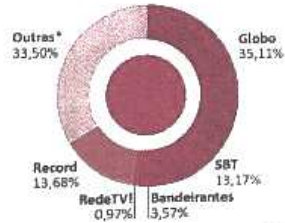
**Ligados regular – 2016**



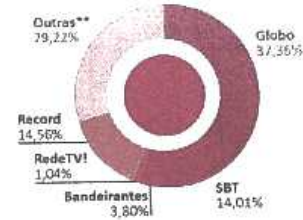
**Ligados especial – 2016**



**Ligados regular – 2017**



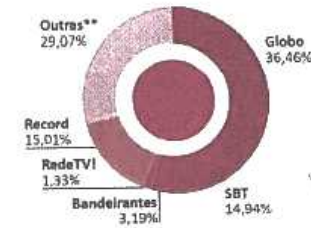
**Ligados especial – 2017**



**Ligados regular – 2018**



**Ligados especial – 2018**



\*Outras: Record News, NPTV (TV Brasil), TV Câmara, TV Itaipava, TV Senado, Nho Lince (JUL. 7 dia), Conteúdo Gravado (Não LIG. 7 dia); Feriências. OUTRAS \*\* (NUNCA) OCA, Lances Pagos e Voto Operadora (Não LIG. 7 dia)

Fonte / Source: Kantar IBOPE Media - Media Worktable - Regões Metropolitanas T8 Premium Target Universo Regões Metropolitanas 2018. 60.178.600

Handwritten signatures and initials at the bottom of the page.

Handwritten signature and the number 29 circled in blue.



**Participação da audiência nas redes – Share (%) –  
Total ligados especial (TLE)**

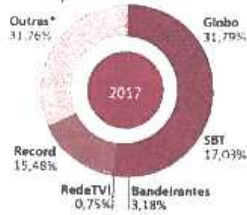
*Network audience share – Total Linked Special*

**Total da população – Segunda a domingo**

*Total population – Monday to Sunday*

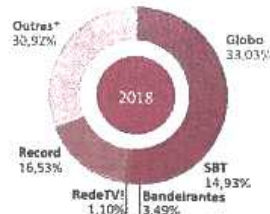
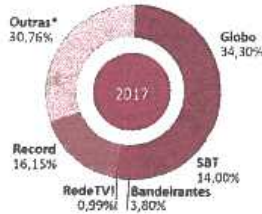
**Matutino 7h às 12h**

*Morning 7 am to 12 pm*



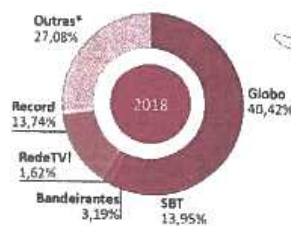
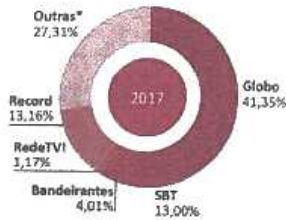
**Vespertino 12h às 18h**

*Afternoon 12 pm to 6 pm*



**Noturno 18h à 00h**

*Evening 6 pm to 12 am*



\*Outras é a soma de Record News, RFFV, TV Camas, TV Alícia, TV Senado, OCA, Cinema, Pagão e Não é um Programa/Indicadores

Fonte / Source  
Centro BOPE Mídia – Mídia Workzato – Região Metropolitana de São Paulo  
Target Universo Região Metropolitana 2018 64 372506

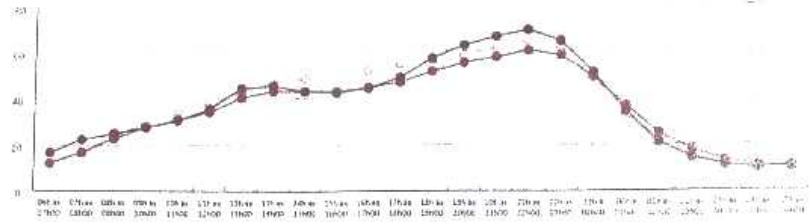
Handwritten signatures and initials are present at the bottom of the page, including a large signature on the right and several smaller ones on the left.

Handwritten number 30 inside a circle.

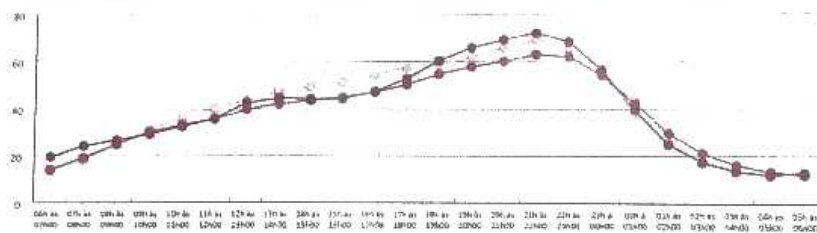


**Total de domicílios com televisores ligados (%)**  
*Total of households with TV on*

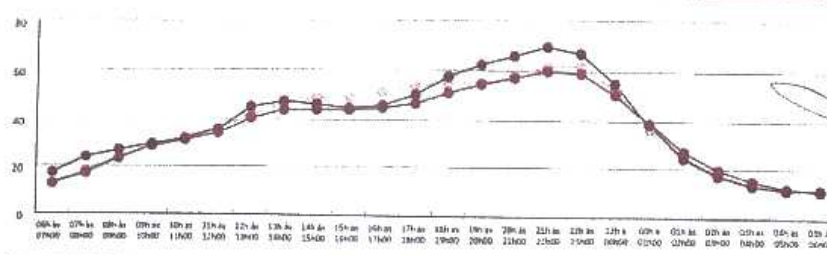
Panel Nacional de Televisão Universo 24.864.680 domicílios com TV



Grande São Paulo Universo 10.833.330 domicílios com TV



Grande Rio de Janeiro Universo 4.525.330 domicílios com TV



Segunda a Sexta / Monday to Friday Sábado / Saturday Domingo / Sunday

Fonte / Source: IBRGE/IBOPE Média - MS - 2018

*[Handwritten signatures and initials]*

*[Handwritten numbers: 2 and 21]*

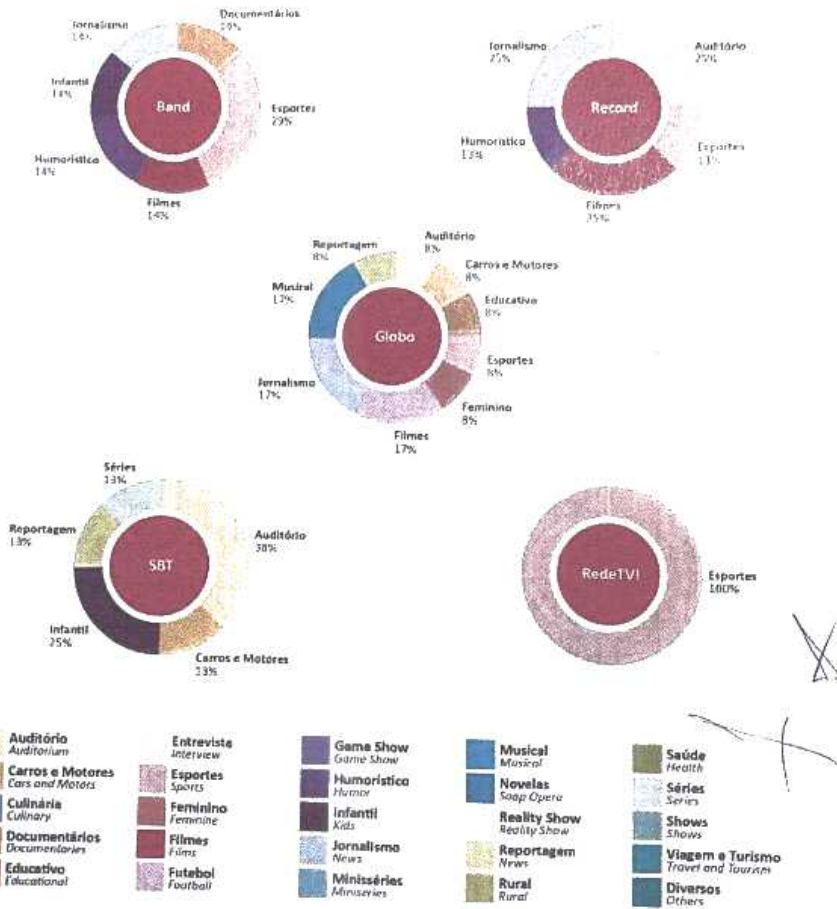




### Composição da programação diurna (7h às 18h)

Day programming breakdown (7.00 AM to 6.00 PM)

#### Sábado e domingo



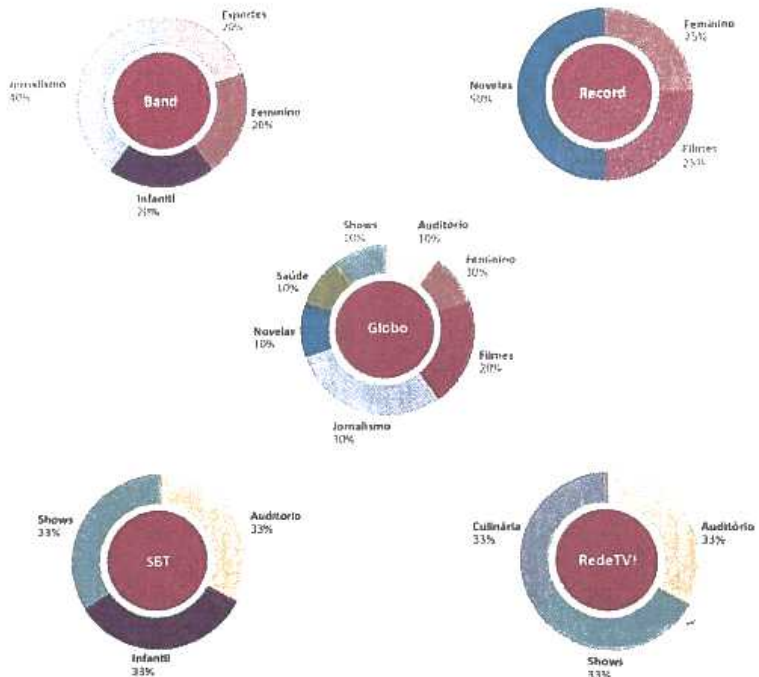
Fonte / Source: Tabela de Preços Enciclopédia - Ibov/18 - Mercado Nacional

(32)

## Composição da programação diurna (7h às 18h)

Day programming breakdown (7:00 AM to 6:00 PM)

Segunda a sexta



Fonte: 50  
Tabela de Preços Encargos - Inadida - da/11 - Melipon Inc. 2011

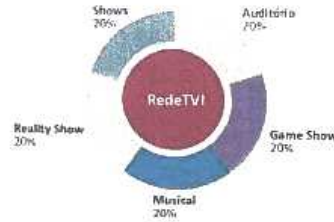
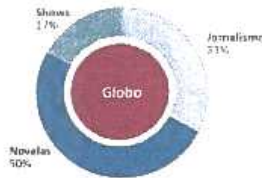
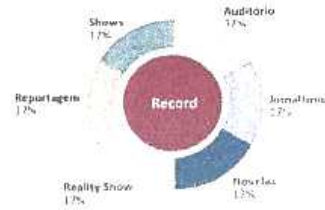
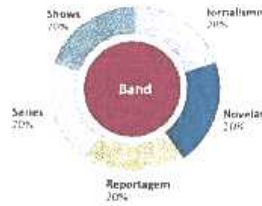
33



### Composição da programação noturna (18h à 00h)

Night programming breakdown (6:00 PM to 12:00 AM)

#### Sábado e domingo



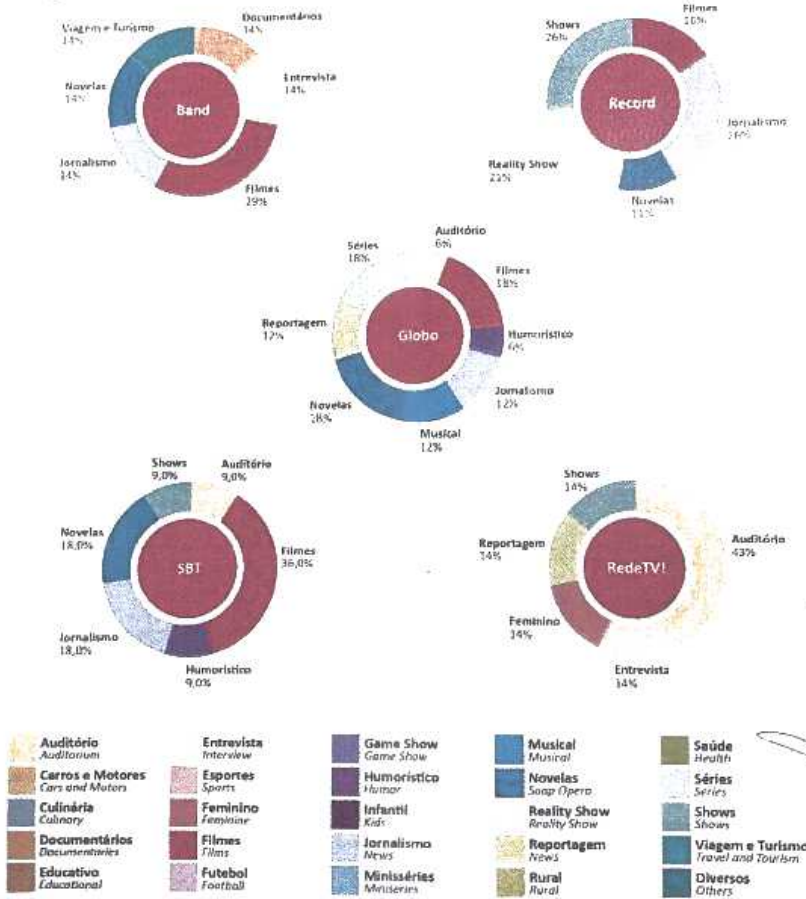
Fonte / Source: Tabela de Programação - liveOut - dia 18 - Mercado Nacional

34



## Composição da programação noturna (18h à 00h) (Night programming breakdown (6:00 PM to 12:00 AM))

Segunda a sexta



Fonte: IBOPE  
Tabela de Preços Encicrta - JREData - dia/15 - Mercado 4/2021

*Handwritten marks and signatures:*  
 - A large handwritten 'd' on the left.  
 - A signature 'al' in the middle.  
 - A signature 'da' on the right.  
 - A signature 'LH' on the far right.

*Handwritten circled number:* 35

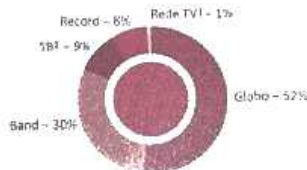


## Ações de merchandising na TV – 2018

Merchandising actions on TV – 2018

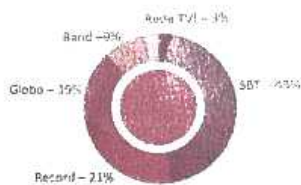
### Merchandising – Estimulo visual

Emissora	Investimento
Globo	R\$ 62.813.952,50
Band	R\$ 36.078.555,18
SBT	R\$ 11.515.142,50
Record	R\$ 10.203.258,50
Rede TVI	R\$ 957.263,83
<b>Total</b>	<b>R\$ 121.568.212,51</b>



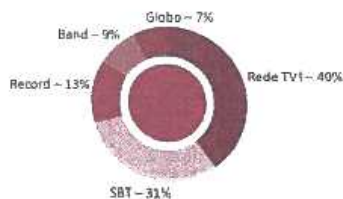
### Merchandising – Ação integrada

Emissora	Investimento
SBT	R\$ 1.716.812.368,00
Record	R\$ 728.804.722,50
Globo	R\$ 665.788.955,50
Band	R\$ 322.015.720,80
Rede TVI	R\$ 111.351.587,20
<b>Total</b>	<b>R\$ 3.544.773.354,00</b>



### Merchandising – Testemunhal

Emissora	Investimento
SBT	R\$ 2.934.771.624,00
Rede TVI	R\$ 2.276.958.950,00
Record	R\$ 974.417.368,90
Band	R\$ 694.344.782,70
Globo	R\$ 478.354.861,00
<b>Total</b>	<b>R\$ 7.358.847.566,60</b>



SBT
  Globo
  Record
  Band
  Rede TVI

#### Critério de valoração de formato

O merchandising é valorado pelo custo tabela do horário do programa, ponderado pelo tempo de exibição (em segundos). Para programas de veiculação nacional, será

usado o custo nacional (NET). Se o programa for apenas regional, será usada a tabela de custo da região do programa.

36

# RÁDIO

54

$\rho$

$\frac{1}{\rho}$

$\frac{1}{\rho}$

37



### Perfil dos consumidores

Viewers profile

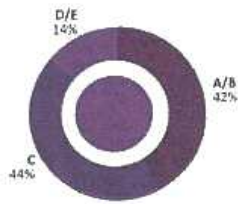
#### Sexo

Sex



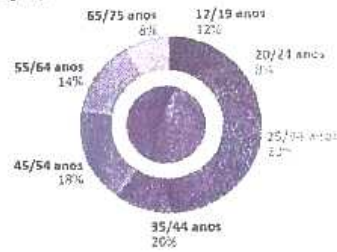
#### Classe econômica

Economic class



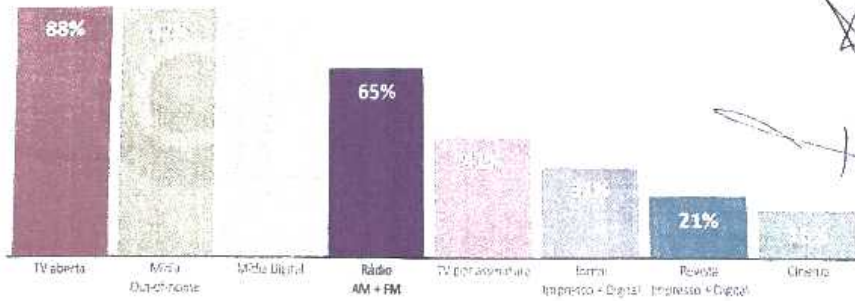
#### Faixa etária

Age group



### Penetração do meio no total da população – 30 dias

Penetration of the medium in the population – 30 days



**Fonte / Source**

Kantar IBOPE Media – Target Group Index – Ano 19 perfil 1 + Ano 19 onda 2 – jul/17/Jan18 – 13 mercados  
 Filter: Total População 12 a 75 anos + Universo: 87.886.000 pessoas  
 Filter: Oculu Rádio – 30 dias – Universo: 57.106.503 pessoas

*[Handwritten signatures]*

*[Handwritten signature]*

*[Handwritten signature]* 38



## Perfil dos consumidores

Viewers profile

Sexo  
Sex

Rádio AM

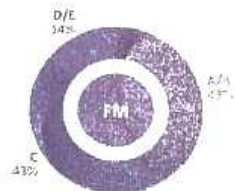
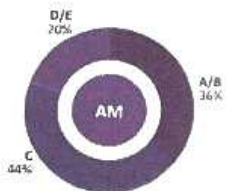


Rádio FM



Classe econômica

Economic class



Faixa etária

Age group



Fonte / Source:  
 Família 180% elétrica - Faixa etária - Ano 19 onda 1 - Ano 18 onda 2 - jul/17/2018 - 13 mercados  
 Rádio: Total Produção 12 e 75 anos - Universo: 4.886.000 pessoas - Outra rádio - AM (107.000) - FM (3.789.000)  
 Rádio: Duas idas - 30 dias - Universo: 21.166.107 pessoas

Handwritten signatures and initials: a large '2', 'M.', 'J.', and 'Luz'.

Handwritten signature and a circled number '39'.





## População potencial do rádio – Áreas metropolitanas

Potential population of radio – Metropolitan areas

Área	Nº de municípios que compõem a área	População*			População com 10 e+ anos **		Ranking
		2000	2018	2019	2018	2019	
São Paulo	39	17.878.703	21.525.126	21.691.254	18.805.176	18.760.952	1
Rio de Janeiro	21	10.894.156	12.458.386	12.517.543	11.142.628	11.129.968	2
Belo Horizonte	50	4.819.288	5.923.369	5.933.319	5.034.436	5.111.176	3
Porto Alegre	34	3.658.376	4.315.455	4.341.445	3.700.147	3.694.719	4
Recife	15	3.337.565	3.987.086	4.081.081	3.438.214	3.506.270	5
Fortaleza	19	2.984.689	4.074.362	4.103.726	3.913.062	3.924.676	6
Salvador	13	3.021.572	4.039.775	3.930.429	3.610.664	3.418.475	7
Curitiba	29	2.726.556	3.591.114	3.626.696	2.930.301	2.960.401	8
Distrito Federal	1	-	3.050.407	2.998.270	2.558.378	2.410.939	9
Goiania	20	1.743.297	2.907.177	2.499.591	2.147.590	2.178.765	10
Vitória	7	-	1.962.230	1.964.094	1.678.059	1.685.121	11
Campinas	1	-	1.191.117	1.203.550	1.045.023	1.049.759	12
Florianópolis	22	709.400	1.177.265	1.197.234	962.578	981.443	13
<b>Total áreas metropolitanas</b>		<b>51.773.602</b>	<b>69.802.869</b>	<b>70.088.232</b>	<b>60.245.697</b>	<b>60.399.560</b>	
<b>Total Brasil***</b>		<b>169.544.443</b>	<b>208.119.142</b>	<b>208.601.222</b>	<b>181.385.861</b>	<b>181.813.568</b>	

Fonte / Source

\*População: CDTV Kantar WOPR Media 2019 (Urbanos+Rural)

\*\*População 10 e+ estimadas Kantar WOPR Media 2019

\*\*\*IBGE, IBADG, População: CDTV Kantar WOPR Media 2019 (Urbanos + Rural) / População 10 e+ anos: Projeção Kantar WOPR Media (Urbanos+Rural)

57

40

**Total de emissoras de rádio**  
Total radio stations



**Principais redes de rádio AM/FM – Brasil**  
Main radio networks AM/FM – Brazil

Redes	Nº de emissoras	Redes	Nº de emissoras
Rede Gaúcha SAT	143	Globo AM/FM	19
Rede Bandeirantes AM/FM	62	Rede Mix FM	22
Jovem Pan AM/FM	77	Antena 1 SAT	22
Rede Transamérica - Pop	18	Rede Atlântida	7

Fonte / Source: Anatel, abril 2020 - <http://atlas.anatel.gov.br/orbita/visualizar/58>  
Gráficos elaborados por - 2021/7/11

2

af.

tw

lib

2

(41)



## Audiência por faixa horária – 2ª a 6ª feira (%)

Audience per time grid – Monday to Friday

### Grande São Paulo

Faixa horária		Total Rádio (AM+FM)	Total AM	Total FM	Total Web	Total
05h – 11h59	Manhã	10,76	1,33	9,43	0,39	11,15
12h – 17h59	Tarde	12,97	1,21	11,76	0,57	13,54
18h – 23h59	Noite	6,46	0,64	5,83	0,44	6,85
00h – 04h59	Madrugada	1,82	0,20	1,61	0,14	1,75

### Grande Rio de Janeiro

Faixa horária		Total Rádio (AM+FM)	Total AM	Total FM	Total Web	Total
05h – 11h59	Manhã	14,74	0,97	13,77	0,10	14,87
12h – 17h59	Tarde	17,23	0,99	16,25	0,33	17,58
18h – 23h59	Noite	8,42	0,59	7,82	0,60	8,91
00h – 04h59	Madrugada	2,07	0,25	1,82	0,14	2,00

### Grande Belo Horizonte

Faixa horária		Total Rádio (AM+FM)	Total AM	Total FM	Total Web	Total
05h – 11h59	Manhã	16,64	1,39	15,25	0,32	16,96
12h – 17h59	Tarde	18,28	1,10	17,18	0,48	18,76
18h – 23h59	Noite	9,16	0,75	8,40	0,37	9,53
00h – 04h59	Madrugada	1,85	0,24	1,62	0,15	2,00

### Campinas

Faixa horária		Total Rádio (AM+FM)	Total AM	Total FM	Total Web	Total
05h – 11h59	Manhã	10,29	1,15	9,14	0,44	10,72
12h – 17h59	Tarde	12,18	0,79	11,39	0,56	12,74
18h – 23h59	Noite	5,37	0,36	5,01	0,29	5,66
00h – 04h59	Madrugada	1,06	0,04	1,02	0,07	1,12

Fonte / Source  
 Kantar BDP, Motta - Empl Média - dez/18 a fev/19  
 Produção 10 e + seis

Divisões: Campinas: 1.069.755 | Grande Goiânia: 2.178.785 | Grande Belo Horizonte: 5.833.120 | Grande Rio de Janeiro: 23.521.962 | Grande São Paulo: 28.750.022 | Distrito Federal: 2.495.903 | Grande Curitiba: 1.960.403 | Grande Florianópolis: 961.842 | Grande Porto Alegre: 1.044.715 | Grande Fortaleza: 1.624.416 | Grande Recife: 3.506.725 | Grande Salvador: 3.418.475 | Grande Vitória: 1.683.727

Handwritten signature and initials.

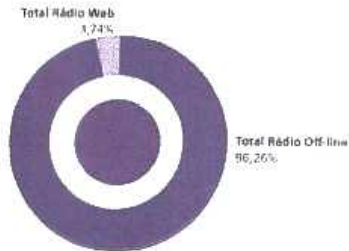


RÁDIO



### Participação da Audiência Rádio

Radio audience share



### Rádio – Alcance Máximo e Tempo Médio por Mercado

Radio – Maximum reach and average period per market

	Alcance Máximo	Alcance Máximo-ABS	Tempo Médio
Grande São Paulo	77,69%	14.575.135	04:28:09
Grande Rio de Janeiro	83,11%	9.250.254	05:09:50
Grande Belo Horizonte	92,20%	4.714.170	04:29:49
Grande Porto Alegre	86,48%	3.195.158	04:17:49
Grande Recife	83,41%	2.924.513	04:59:07
Grande Fortaleza	82,97%	2.841.458	04:35:33
Grande Salvador	77,82%	2.660.345	04:22:33
Grande Curitiba	85,89%	2.542.639	04:11:34
Distrito Federal	77,53%	1.959.525	03:51:36
Grande Goiânia	87,77%	1.912.290	05:24:36
Grande Vitória	83,81%	1.412.333	04:39:24
Campinas	75,67%	794.306	04:15:33
Grande Florianópolis	79,83%	783.519	04:00:29

Fonte / Source

Antes IBOPE Média – Especificidade – 2011 a 2013 – 13 mercados – Total de 826.354/20h

Universo Pesquisado: maiores de 16 anos – 60.796 habitantes

Letura: tempo médio: tempo médio que as pessoas ouvem rádio no período 05h30h (24 horas) – todos os dias

Letura: alcance máximo: número de pessoas diferentes que declaram ter ouvido rádio ao menos 3 minutos no último 3 meses

Universo: Campos: 1.089.228 | Grande Goiânia: 2.178.703 | Grande Belo Horizonte: 5.313.170 | Grande Rio de Janeiro: 13.129.968 | Grande São Paulo: 88.760.912 | Distrito Federal: 2.496.939 | Grande Curitiba: 2.960.421 | Grande Florianópolis: 943.443 | Grande Porto Alegre: 3.694.733 | Grande Fortaleza: 3.424.606 | Grande Recife: 3.526.228 | Grande Salvador: 3.418.475 | Grande Vitória: 1.081.111

60

*[Handwritten signatures and initials]*

43



# JORNAL

61

10/12

(44)



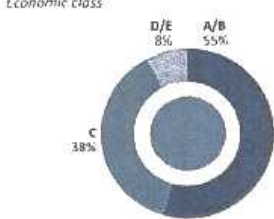
### Perfil dos consumidores (Jornal Impresso + digital)

Viewers profile (Printed + digital newspaper)

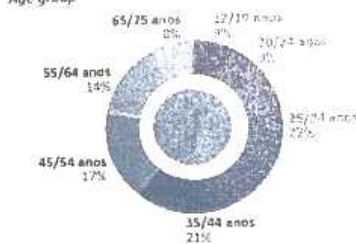
#### Sexo



#### Classe econômica

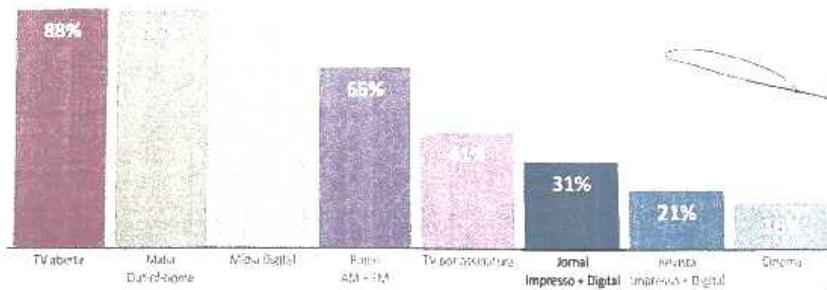


#### Faixa etária



### Penetração do meio no total da população – 30 dias

Penetration of the medium in the population – 30 days



Fonte / Source:  
 Kantar 2009 Média - Target Group Index - Ano 18 onda 1 e Ano 19 onda 2 - p(17)at(1) - 13 pesquisas  
 Filtro: Total População 11 a 75 anos - Universo: 67.866.000 pessoas  
 Filtro: Use Jornal Impresso + Digital - 30 dias - Universo: 27.511.767 pessoas

Handwritten signatures and initials: *af*, *of*, *fu*, *W*

Handwritten number: *45*

OUT-OF-FLIGHT

2

at.

for

63

44

X

f

9

46



MÉDIA OUT-OF-HOME

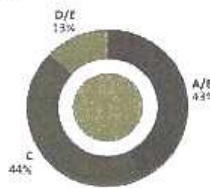


Perfil dos consumidores – Viram nos últimos 30 dias  
Viewers Profile – watched the last 30 days

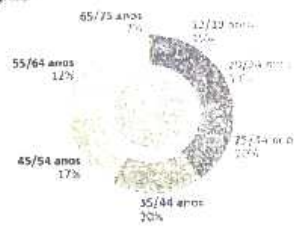
Sexo  
Sex



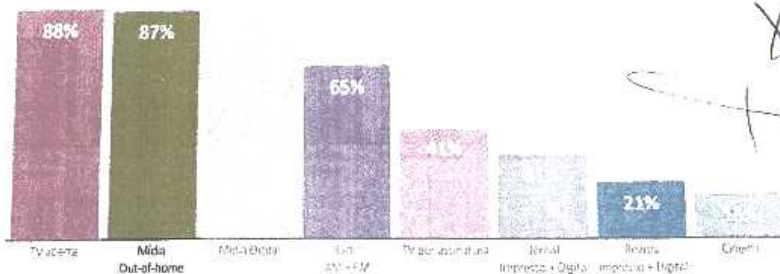
Classe econômica  
Economic class



Faixa etária  
Age group



Penetração do meio no total da população – 30 dias  
Penetration of the medium in the population – 30 days



Fonte / Source  
Kantar (IOPF) Média – Target Group Index – Ano 13 onda 1 + Ave 23 onda 2 – Jul/17-Jun/18 – 11 mercados  
Total População 12 a 75 anos – Universo: 97.308.000 pessoas  
Universo Total: Brasília (DF) (2.461.000); São Paulo (13.541.000); Goiânia (2.017.000); Curitiba (2.214.000); São Paulo Interior (Total) (14.339.000); São Salvador – Interior (10.514.000); Campinas (1.900.000); Porto Alegre (1.474.000); Rio de Janeiro (10.279.000); Belo Horizonte (4.705.000); Salvador (3.287.000); Recife (1.785.000); Fortaleza (3.077.000); São Paulo – Interior (exceto RM Campinas) (12.410.000)

47



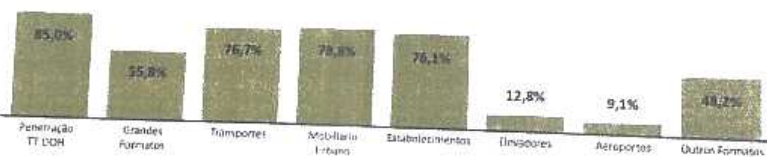
### Penetração – Últimos 30 dias por formatos

Penetration – Last 30 days by formats

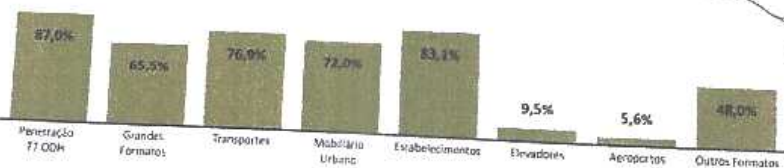
Sul/Sudeste – Interior – Universo: 20.914 (mil)



RM São Paulo – Universo: 17.541 (mil)



São Paulo – Interior (Total) – Universo: 14.310 (mil)



Fonte / Source: Kantar BDPi Media - Target Group Home - Aço 21 and 1 - Aço 13 and 7 - m33/Jan18 - 11 mercados  
 Total Penetração: 31 x 75,19% - Universo: 87.886.000 pessoas  
 São Paulo (84.831.000); Goiânia (1.934.000); Curitiba (2.526.000); São Paulo Interior (total) (32.454.000); Sul/Sudeste - Interior (17.414.000); Campinas (1.677.000); Porto Alegre (1.236.000); Rio de Janeiro (8.422.000); São Francisco (4.395.000); Salvador (1.101.000); Recife (1.079.000)  
 Fortaleza (2.708.000)  
 São Paulo - Interior (excl. RM Campinas) (10.777.000)

48



**GRP – Alcance e Frequência Média do OOH**

GRP – OOH Average Frequency and Reach

**Estudo Mapa OOH**

Data Map OOH

	Alcance	Frequência Média	GRP	Alcance Classe Social			
				A	B	C	D
<b>Tudo o Mobilitário - 7 dias</b>							
<b>São Paulo - 9.304</b>							
São Paulo - RM	49%	71,8	3.530	68%	42%	11%	5%
São Paulo - Capital	64%	77,5	4.976	84%	56%	11%	7%
<b>Rio de Janeiro - 6.630 faces</b>							
Rio de Janeiro - RM	34%	134,1	4.620	49%	45%	17%	3%
Rio de Janeiro - Capital	53%	137,5	7.323	61%	51%	45%	12%
<b>Por Roteiro - 7 dias</b>							
<b>São Paulo - 600 faces</b>							
São Paulo - RM	27%	7,9	215	37%	22%	18%	39%
São Paulo - Capital	38%	8,3	312	48%	32%	26%	41%
<b>Rio de Janeiro - 500 faces</b>							
Rio de Janeiro - RM	25%	16,1	411	36%	24%	17%	27%
Rio de Janeiro - Capital	40%	16,9	664	45%	37%	36%	42%

*Handwritten mark resembling a stylized 'd' or '2'*

*Handwritten signature or initials*

Fonte / Source: Ibope/Mapa OOH - Universo população 15+ e peso 199M. J4.5.96.1.1.1. SPCap: 9.604.050, Rio RM: 9.718.361, Rio Cap: 5.417.625. Base de pesquisa (previsão de corte) abril/2014 a dezembro/2017 (Revisão 03).  
Cobertura do estudo mobilidade restrita considerando investimentos das empresas O2Net e J3Cidade (RJ) e Clear Channel e J3Dessa (SP)

*Handwritten initials 'af.'*

*Handwritten signature*

*Handwritten initials 'LWT'*

*Handwritten mark resembling a stylized 'd' or '2'*

*Handwritten number '49' inside a circle*

CIN

2

1.

to

67

Wtx

2

(50)



## Cinema brasileiro – Perfil dos consumidores

*Brazilian Cinema – Viewers profile*

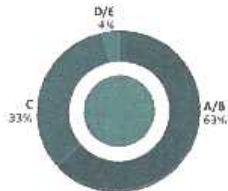
### Sexo

*Sex*



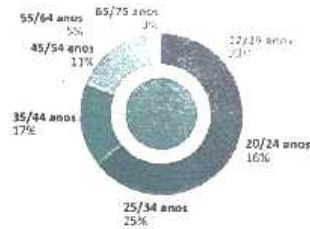
### Classe econômica

*Economic class*



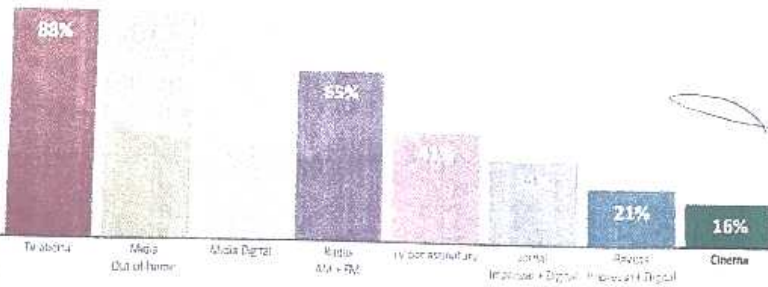
### Faixa etária

*Age group*



## Penetração do meio no total da população – 30 dias

*Penetration of the medium in the population – 30 days*



Fonte: IBOPE Média - Típicos Grupos Índex - Ano 19 onde 1 = Ano 19 onde 2 = 2017/2018 - 13 meses  
 Público: Total População 12 a 75 anos - Ancestral - 21.808 entrevistados - Universo: 17.426.000 pessoas  
 Universo cinema: últimos 30 dias. 14.417.000