

PLANO DE COMUNICAÇÃO RACIOCÍNIO BÁSICO

Hoje, o maior desafio de comunicação do Poder Judiciário do Estado da Bahia é a mudança na percepção do cidadão quanto à qualidade da Justiça existente no território baiano. A rigor tal dilema é vivido por todo o Judiciário brasileiro, criticado e questionado quanto à sua capacidade de responder aos anseios sociais, visto como lento e parcial, sendo apontado como um dos mais ineficientes, ineficazes e iníquos do mundo.

Diversas pesquisas de opinião mostram a desconfiança da população brasileira em relação ao Judiciário. Um exemplo é o Índice de Confiança na Justiça no Brasil (ICJBrasil), da Fundação Getúlio Vargas, aplicado anualmente de 2009 até 2017 e retomado no final de 2020. Em 2021, o ICJBrasil mostrou que a opinião das pessoas entrevistadas em relação ao Judiciário melhorou, mas elas se mostraram, seja no ambiente social, empresarial ou econômico, menos dispostas a recorrer à Justiça para solucionar seus conflitos.

É claro que o resgate da credibilidade do Poder Judiciário do Estado da Bahia, como bem observou o presidente desta corte, o Des. Nilton Castelo Branco, em seu discurso de posse, conta com o desafio adicional de superar danos trazidos à sua imagem que "restou profundamente abalada com os acontecimentos descortinados no ano de 2019 pela denominada Operação Faroeste". Mas não há desafio para o qual não haja superação.

A reversão dessa percepção exige, certamente, um amplo investimento em comunicação, que passa necessariamente por ações de publicidade e propaganda, além, claro, das outras frentes comunicacionais. Como fonte de elementos reais e simbólicos para esse trabalho de reconfiguração de reputação, podemos observar o extenso e intenso esforço do Poder Judiciário realizado nos últimos anos para criar condições estruturais e operacionais para o resgate de sua legitimidade pública na solução de conflitos sociais. São elementos ricos a serem publicizados nessa perspectiva de reconfiguração de sua imagem institucional. O 1º lugar no Ranking Nacional da Transparência do Conselho Nacional de Justiça (CNJ) é um "certificado" desse empenho.

É possível observar, ainda, que no Poder Judiciário as inovações têm sido, em grande parte, as principais responsáveis pela efetividade e eficácia do trabalho desenvolvido. Porém, não se trata apenas de incorporação de novos recursos tecnológicos, mas também de modificações acentuadas no próprio modelo de gestão da instituição, com a adoção do planejamento estratégico de longo prazo, o que tem alterado de forma profunda a sua esfera administrativa. É preciso que os seus públicos-alvo consigam enxergar o impacto tal esforço nos serviços jurisdicionais disponibilizados.

A própria estrutura física do PJBA foi ampliada, nos últimos anos, nas suas duas instâncias, a fim de que fosse possível tornar a Justiça mais acessível aos cidadãos, criando vias de inclusão social. As Unidades Judiciais que compõem o 1º Grau de jurisdição, como as Varas, os Juizados e os Centros de Conciliação, seguem adicionando modificações periódicas, ajustando a oferta de serviços às mudanças sociais e às demandas das comunidades dos 417 municípios baianos. Outro ponto crucial tem sido o trabalho de aperfeiçoamento contínuo de magistrados, servidores e colaboradores, especialmente do interior do estado, desenvolvido pela Universidade Corporativa da instituição.

Todas essas ações, cada uma delas, merecem uma atenção especial de comunicação publicitária da instituição, não apenas no âmbito dos públicos que usam os serviços jurisdicionais, mas para toda a sociedade baiana. Especialmente ações que consolidam a ideia de humanização da Justiça, sejam aquelas que beneficiam diretamente as chamadas minorias sociais (idosos, população em situação de risco, mulheres, negros, indígenas, homossexuais...) sejam aquelas que reafirmam os valores da instituição: transparência, acessibilidade, agilidade, credibilidade, eficiência, ética, imparcialidade, inovação, integridade, segurança jurídica, sustentabilidade, transparência e responsabilidade.

Evidentemente existem aspectos de difícil equacionamento no curto prazo. Segundo o relatório "Justiça em Números", publicado em 2021, pelo Conselho Nacional de Justiça (CNJ), o Poder Judiciário baiano tem vivenciado desde 2014 o número de juizes em queda. Em 2014, eram 652 magistrados em exercício em todo o estado. Em 2020, caiu para 572

– uma redução de 80 profissionais. Naquele ano, o PJBA tinha 356 cargos de juízes titulares e substitutos vagos. O concurso em vigor busca minimizar essa defasagem, como também a de servidores, que hoje somam mais de 7.400, lotados nas 98 varas na capital e 236 comarcas do interior do estado. Claro que essa diferença entre o real e o ideal impacta na qualidade do serviço jurisdicional entregue à sociedade.

Mas o que pudemos identificar é que todo esse movimento tem se tornado perceptível para os usuários da Justiça na ponta. Certamente para isso tem contribuído o trabalho desenvolvido pela comunicação institucional do órgão, com papel crucial nessa mudança gradual que, certamente, vem se processando na percepção dos seus diversos públicos-alvo, mudança essa que, claro, em termos substantivos, demanda tempo. Dentre esses públicos que identificamos como mais relevantes estão a sociedade em geral, mas também a imprensa, os profissionais da área jurídica, advogados em especial, instituições públicas e privadas com interface contínua com o PJBA e instituições da sociedade civil organizada, em particular dos grupos ideológicos minoritários, dentre outros.

Em uma análise da comunicação atual do Poder Judiciário é possível constatar que as suas ações institucionais têm criado meios de se cultivar a memória das suas conquistas, ao mesmo tempo em que podemos ver uma organização com olhos nas demandas sociais. Suas publicações e matérias veiculadas na imprensa sinalizam ações do PJBA voltadas à pacificação social, à proteção das crianças e dos adolescentes, das mulheres, dos grupos vulneráveis, do combate à discriminação racial e à intolerância religiosa, o que atesta quanto se tem trabalhado para garantir a plenitude dos direitos humanos.

Há peças de comunicação da instituição apontando para o empoderamento das minorias que vêm reivindicando meios de inclusão social, uma atenção especial a inovações tecnológicas da informação e comunicação, assim como o cuidado com as novas demandas de cidadãos cada vez mais “globalizados”. A preocupação com a inclusão social está também expressa em detalhes como, por exemplo, a incorporação no site do órgão de ferramentas de acessibilidade, para facilitar a obtenção de informações por pessoas com deficiência visual ou auditiva.

Todas essas ações coadunam com o propósito comunicacional da instituição. Basta observarmos o objetivo geral da comunicação do PJBA, como sinaliza o briefing deste edital: garantir a divulgação das suas ações e atividades através dos principais meios de comunicação; e seus objetivos específicos: informar e orientar os jurisdicionados, prestar contas à sociedade, criar e manter canal direto de comunicação com os cidadãos.

A soma dos avanços verificados em todas as suas frentes vem garantido ao PJBA dar passos consistentes em direção à concretização de sua missão máxima: assegurar o acesso à Justiça visando a paz social; e, simultaneamente, se projetar concretizando sua visão de futuro: ser modelo de excelência na prestação jurisdicional, como sinaliza o mapa estratégico (<http://www5.tjba.jus.br/estrategia/wpcontent/uploads/2022/01/PJBA20212026.pdf>). Por tudo isso, o que fica evidente é que o excelente desempenho no ranking de transparência promovido anualmente pelo CNJ atesta a qualidade do trabalho que vem sendo desenvolvido ao longo dos últimos anos, baseado em economicidade, eficiência, transparência, diálogo e moralidade. Trata-se de conquista relevante, resultado direto de muito trabalho e empenho dos grupos de trabalho, comissões, conselhos, coordenadorias, comitês, núcleos e secretarias do PJBA.

Desta constatação reafirma-se o nosso partido temático, a transparência, ou posto de forma mais ampla, a conquista do “1º Lugar no Prêmio (Ranking) de Transparência do Conselho Nacional de Justiça 2022”. Entendemos que um dos atributos centrais na configuração de uma imagem organizacional positiva é o da confiança. Afinal, não há nenhuma possibilidade de se estabelecer relações substantivas sem o espírito de confiança entre as partes envolvidas. E, nesse sentido, a transparência é aspecto essencial ao resgate dessa confiança nas instituições públicas, algo que se soma à percepção de eficácia, probidade e senso de justiça. E é a partir de tais constatações que propomos para nossa campanha o conceito a ser defendido na estratégia.

A seguir apresentamos nossa estratégia de comunicação publicitária em detalhes!

PLANO DE COMUNICAÇÃO ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO

O Poder Judiciário do Estado da Bahia (PJBA) é o mais antigo da América Latina, com mais de 400 anos de atuação regular. Uma instituição de tamanha importância e longevidade, certamente, não passa incólume a desafios de relevância e integração com a sociedade, tão pouco escreve uma trajetória linear, tendo em seus ciclos históricos momentos de natural oscilação - ora em evidência proeminente, ora com alguma calmaria restauradora, mas sempre em evolução de concepções e práticas que preservem a integridade de sua essência e seus valores.

Sua tarefa não é simples, ainda mais quando nos referimos à determinação e à restauração de direitos, à mediação de conflitos, à contribuição para uma melhor harmonização de comportamentos coletivos e tantos outros desafios colocados à natureza humana e à coexistência entre os seus iguais - posto que são diferentes. Sua existência transversalizada a serviço da sociedade, com papel normativo em defesa da democracia e dos direitos fundamentais, enobrece a instituição, mas também eleva sobre si expectativas de efetividade e credibilidade. Por isso mesmo, exigem do PJBA quase uma infalibilidade, com uma conduta clara e transparente ao cidadão - referente ao todo e às partes, ou seja, enquanto instituição e em cada uma de suas frentes de atuação, a despeito dos eventuais obstáculos conceituais, estruturais, financeiros e mesmo administrativos.

Vivemos uma crescente aceleração e complexidade. Nesse ambiente, a comunicação organizacional/institucional é demandada a também a se atualizar e passar a ser, como se denomina atualmente, uma comunicação estratégica. Ou seja, uma comunicação integrada e integral, 360° e transversal sobre temas e públicos, que ocupa lugar valioso e determinante para conseguir efetivamente chegar às pessoas, colocar-se em sintonia com suas dores, anseios e preferências, estar presente em suas rotinas, em qualquer lugar e a qualquer momento, não podendo, portanto, prescindir de se colocar, de estar presente e de fazer parte, da melhor forma possível. Mais do que nunca, não basta ser, e é indispensável sê-lo, mas também é preciso parecer ser, sob risco de não ser percebido em sua realidade e reputação desejada.

Dito isso, compreender que o desafio de comunicação do Poder Judiciário do Estado da Bahia está para além de seus anseios e objetivos institucionais precípuos foi fundamental para a elaboração do plano de comunicação publicitária que passamos a apresentar, porque nos colocando em outro patamar de reflexões e entendimentos, nos conduzimos também a melhores condições de observar potencial e oportunidades de direcionamentos estratégicos e ações a serem propostas.

A visão que elaboramos, da sinergia existente entre as partes e o todo, nos permitiu acomodar o desafio central de comunicação do PJBA - o resgate da credibilidade e restauração da confiança, com a temática da campanha simulada - 1º lugar no Ranking Nacional da Transparência do Conselho Nacional de Justiça (CNJ), estabelecendo assim a clara correlação do quanto essa *parte* (a campanha) pode agregar e fortalecer o *tudo* (a reputação e a percepção da sociedade em relação ao PJBA), bem como o *tudo* justifica e lastreia a relevância da *parte*.

Iniciamos a apresentação desta proposta pontuando o quanto é necessário ao Poder Judiciário do Estado da Bahia estar mais presente no cotidiano da sociedade por meio de campanhas que o posicionem na mente da população não apenas pelo seu significado e importância, mas também por sua atuação eficiente, com gestão atualizada e comprometida com os anseios e as necessidades do cidadão e da sociedade. Reforçamos, portanto, que diante do intenso noticiário e da velocidade das redes sociais, é necessário que o PJBA mobilize mais intensamente o seu rico arsenal simbólico, por meio de sucessivas campanhas publicitárias, construindo e mantendo um fio narrativo que costura a percepção desejada por meio de associações positivas evocadas na mente das pessoas. É sabido que tudo comunica, não apenas o que é mostrado e dito, nem somente como é mostrado e dito - as pessoas constroem suas percepções a partir de seus próprios repertórios, mas sobretudo a partir dos constantes estímulos a que são expostas

repetidamente. Partindo da analogia de que o processo de posicionamento da marca institucional, que envolve tanto a identificação e a comunicação das características distintivas, quanto dos benefícios das ações do PJBA, e ainda da sua imagem pública, são como a montagem contínua de uma tela de quebra-cabeças, é fundamental enviar constantemente peças claras e corretas, a fim de minimizar risco de que na ausência delas ocorra uma formação distorcida em lugar da imagem desejada.

Nesse sentido, o partido temático proposto é a Transparência, tendo como ambiente o 1º Lugar no Prêmio (Ranking) de Transparência do Conselho Nacional de Justiça em 2022, que nos permitiu elaborar uma campanha simulada, garantindo protagonismo aos contornos que a Justiça deve ter de acordo com o que pensa o Poder Judiciário e, ao mesmo tempo, aspira projetar para população – ser reconhecida como uma instituição que assegura o acesso à Justiça visando a paz social (sua missão), tornando-se um modelo de excelência na prestação jurisdicional (sua visão), a partir dos seguintes valores: transparência, acessibilidade, agilidade, credibilidade, eficiência, ética, imparcialidade, inovação, integridade, segurança jurídica, sustentabilidade e responsabilidade.

Diante do exposto, como conceito propomos: QUANDO A JUSTIÇA É TRANSPARENTE, TODO MUNDO VÊ. E CONFIA!

E já que estamos iniciando a apresentação pela disposição do conceito aplicado ao todo, antecipamos que ele comporta, dentro dessa construção, uma série de outras abordagens que podem auxiliar o PJBA na restauração de sua reputação confiável, bem como no claro estabelecimento do seu posicionamento no imaginário coletivo, por meio de diversas outras aplicações, tais como “quando a Justiça é eficiente”, ou “quando a Justiça é humanizada”, “quando a Justiça é cidadã”, “quando a Justiça é acolhedora”, ágil, veloz, dentre outros incontáveis atributos que fortaleçam a Justiça como o PJBA a compreende e busca praticá-la. Conforme seja a temática e a ação que o PJBA tenha realizado, essa abordagem conceitual pode ser alocada de modo a reforçar a sua atuação qualificada no estado e, conseqüentemente, a sua confiabilidade. Isso garante uma continuidade nas campanhas de comunicação.

Passando a detalhar a campanha simulada, vale enfatizar que, diante do momento institucional do PJBA, considerando sua trajetória recente, sua mudança de gestão e suas expectativas futuras, realizar uma campanha para dar visibilidade a tão relevante conquista, como o 1º lugar no Ranking Nacional da Transparência do CNJ, é não apenas estrategicamente indispensável como oportuno. Trata-se de uma situação concreta, valiosa e com substância capaz de demonstrar à população muito mais do que uma premiação, o enorme comprometimento ativo que foi dedicado para que essa primeira colocação tenha sido alcançada. Ou seja, é muito menos sobre o prêmio em si – com brilho que comumente emana de tais premiações –, e muito mais sobre o esforço, o investimento e o compromisso dispensado pelo PJBA para alcançá-lo.

Sobre o conceito proposto - QUANDO A JUSTIÇA É TRANSPARENTE, TODO MUNDO VÊ. E CONFIA! -, temos em conta que é da natureza humana, e próprio das pessoas mais comuns, dar mais credibilidade àquilo que se consegue ver. A materialização tem sua força exatamente por permitir essa constatação factual, essa espécie de checagem que todo ser humano busca quando quer confirmar uma impressão, um sentimento e consolidar suas percepções. Transparência enquanto conceito envolve uma série de sutilezas de significado, seja quanto à clareza, a informações, à disponibilidade, dentre outros, mas para o senso comum, de uma população que possui inclusive ampla variação de letramento, e ainda em tempos tão intensos e conturbados como os atuais, a transparência diz respeito, sobretudo, à confiança (“fulano é transparente; um sujeito sem rodeios, sem subterfúgios”). Assim, o que precisa ser conhecido, ou o que se deseja saber, o será na mesma proporção da clareza, da facilidade do acesso, da transparência. E é por essa razão que a campanha publicitária contemplada na presente proposta adota uma linguagem simples e direta, sem abrir mão de uma abordagem conceitual que preserve significado, associação simbólica e fática, constatando e ao mesmo tempo projetando a percepção desejada, de modo a reunir todos os aspectos essenciais que precisa ter para criar conexão com os diferentes públicos

que almeja alcançar. E é em função disso que o conceito ocupa o lugar de título, exatamente para não desperdiçar nenhuma palavra nem espaço necessários à visibilidade que a mensagem central precisa conter

Outro ponto importante a destacar na estratégia diz respeito à dinâmica criativa, por meio da qual buscamos consolidar uma estrutura de abordagem publicitária que confere visibilidade à conquista alcançada pelo PJBA e ainda estabelece uma conexão humanizada com as pessoas, ao dar protagonismo à transparência sem mesmo dizer exatamente essa palavra, contextualizando a mensagem central por meio do conceito e das diversas cenas que dão forma ao campo imagético, em diferentes situações que a campanha recorre visando estabelecer atratividade e identificação com o público geral.

Convém reafirmar que essa composição da campanha responde simultaneamente ao desafio central do PJBA como um todo e ao desafio específico da campanha simulada, colocando a transparência em protagonismo, o destaque ao 1º lugar no ranking em posição é complementar nessa construção imagética. Juntas essas mensagens se põem a serviço do fortalecimento da credibilidade da instituição. Tanto a combinação conceitual/informativa, quanto a estruturação das mensagens verbal/visual sintetizadas se prestam a criar conexão sem perder a força de seu conteúdo fático.

Naturalmente a comunicação jornalística tem mais possibilidade e espaço para detalhar e dar conta de todo o conjunto de implementações realizadas, mas à campanha publicitária cabe explicitar e ampliar a reverberação do benefício e do significado que isso tem tanto para o PJBA quanto para a população baiana, considerando ainda a limitação de verba e a melhor combinação midiática que ela pode comportar. Sugerimos, para reforço e apoio à campanha, que a comunicação jornalística poderá buscar parcerias com veículos de comunicação, como jornais, rádios e canais de TV locais, para destacar as iniciativas de transparência. Que viabilize, por exemplo, entrevistas com juízes e outros profissionais da Justiça para explicar como a transparência está sendo promovida no Poder Judiciário.

Voltando ao ponto de vista criativo, no que diz respeito ao tom de voz e à linguagem, toda a estratégia criativa primou por título, palavras-chave em destaque e partido gráfico que fossem aceleradores de atratividade e de entendimento, para que haja uma compreensão de fato, uma identificação imediata e um reconhecimento convergente com as abordagens e adequações apresentadas. Notadamente, quanto ao universo visual, o recurso de cores em tons marcantes e atrativas, ainda que pouco utilizadas pela comunicação institucional do PJBA, têm a perspicácia de conferir contemporaneidade em algumas frentes ao mesmo tempo: (1) potencializar o impacto e a visibilidade das cenas, (2) destacar a comunicação do PJBA no disputado campo visual da comunicação atual - seja nas telas das TVs e smartphones, seja nas paisagens out of home em todo o estado, (3) conferir contornos de maior proximidade e modernidade, sem abrir mão da institucionalidade e de certa liturgia, ao contar inclusive com destaque ao brasão de assinatura. Com todos esses recursos criativos selecionados, buscamos também estar em sintonia fina com um universo simbólico familiarizado pela maioria da sociedade, especialmente pelo público-alvo especificado, onde conotações populares estão na devida medida para acessibilizar o rápido entendimento, sem comprometer a atmosfera pretendida.

Para concluir a apresentação da proposta, trazemos à tona a questão do período recomendado. O briefing deste edital limita-se a indicar que seja uma campanha de 30 dias, sem especificar o mês de sua realização. A rigor, uma campanha dessa natureza pede proximidade quase que imediata ao acontecimento em si, a fim de aproveitar o eventual aquecimento do assunto na mídia, em razão de coberturas jornalísticas do fato. Considerando que estamos desenvolvendo uma campanha simulada para uma premiação ocorrida em 2022 – cujo *timing* estaria absolutamente distanciado, mantivemos o ano em observação rigorosa ao exigido pelo edital.

Porém, o planejamento de mídia - exercício da estratégia de mídia e não-mídia - se refere ao mês de setembro de 2023. Seria exótico planejarmos para o passado. Por outro lado, veicular uma campanha tão deslocada do factual, na aproximação de um novo ranking, seria desperdício de capital simbólico. O que não quer dizer que o assunto não mereça

alguma forma de capitalização. Ao planejarmos para o futuro, abrimos espaço para, caso seja obtido igual desempenho, a proposta de campanha possa ser adotada pelo PJDA quando do anúncio do ranking deste ano.

Com relação aos veículos de mídia, a campanha contará com um mix que contempla TV, rádio e mídia exterior, de modo criterioso, cobrindo todo o território, contemplando também os meios digitais, uma vez que ela precisa de amplo alcance e requer, portanto, mídia de comunicação de massa, conforme veremos em detalhe na etapa correspondente. Além disso, é necessário equacionar mídia on e off em função da vida híbrida que temos hoje em dia, pois ninguém mais é 100% on ou off. Certamente, temos uma maioria híbrida, sendo então a mídia híbrida a que possui maior chance de alcançar a todos - digitalizados ou não. A campanha também deverá atender a comunicação interna. Além de se concentrar na divulgação externa, é importante garantir que todos os membros da instituição estejam alinhados e engajados com a campanha da transparência. Neste sentido, toda não-mídia que existe no PJBA será aproveitada para conscientizar, educar e incentivar a participação ativa de desembargadores, juízes, servidores e demais colaboradores na promoção da transparência. O sentimento de orgulho de pertencer serve como estímulo à colaboração. Como desdobramentos posteriores além da estratégia aqui apresentada, alguns caminhos adicionais podem ajudar a campanha a ampliar a conscientização e o engajamento da sociedade em relação às ações de transparência do Poder Judiciário baiano. Como estratégia de apoio sugerimos algumas ações que possam vir a consolidar toda a campanha publicitária, tais como parcerias com a mídia, eventos públicos; parcerias com organizações da sociedade civil, aproveitar todo material impresso (cartaz, folder ou outros) para distribuir em locais estratégicos, como bibliotecas, universidades e centros comunitários.

Dando continuidade à campanha, pode-se no futuro recolher depoimentos de pessoas que tenham tido experiências positivas com a transparência do Tribunal de Justiça. Esses depoimentos podem ser utilizados em materiais impressos, vídeos e nas redes sociais, para demonstrar casos reais em que a transparência contribuiu para a confiança na Justiça.

Nos dirigindo à conclusão desta exposição, consolidamos a proposta em um breve resumo, pontuando que se trata de um projeto de comunicação publicitária que busca não apenas apresentar uma campanha simulada para promover o 1º lugar do PJBA no Ranking Nacional de Transparência do CNJ, mas principalmente dimensionar e ilustrar como uma campanha pontual e específica como esta pode ser realizada em favor de um desafio de comunicação mais amplo e sensível, que diz respeito ao resgate da confiança, ao fortalecimento e restauração contínuas da percepção positiva do PJBA pela sociedade baiana em geral. Portanto, o objetivo geral da campanha é destacar o alto patamar de transparência obtido pelo Judiciário baiano, um fortíssimo indicador para a sociedade local do empenho da instituição em recuperar a confiança dos seus públicos-alvo. Os específicos são divulgar o 1º lugar no Ranking de Transparência do CNJ em 2022 e evidenciar o compromisso da instituição em promover um sistema judiciário aberto e acessível à população.

Atentos a essa entrega, almejamos bem mais que uma vaidosa evidenciação de êxito, mas sim uma correlação clara de princípios e benefícios ao reafirmar o posicionamento do PJBA por meio do exemplo de sua atuação comprometida, de como ela se dá em termos institucionais e gerenciais, com uma associação positiva pertinente de gestão que favorece transparência e fortalece confiança. Destacar uma atuação comprometida por meio de uma premiação junto com o benefício alcançado, com sinergia conceitual e fática, direcionando ao cidadão para ser percebido com relevância, é o ponto alto da estratégia apresentada. E tudo isso através de uma abordagem criativa, atraente, impactante e simplificada, de fácil entendimento e com assimilação da mensagem central favorecida, em sintonia com elementos do universo simbólico ao qual se pretende remeter. Toda a campanha está direcionada ao público geral, conforme indicado no briefing, com indicação etária a partir dos 25 anos. Alcançará toda a Bahia, mesmo com verba limitada, em função da estratégia de mídia aplicada. Com duração de 30 dias, e alocado no mês de setembro, o período de

campanha estimado contempla uma mídia híbrida, com perfil de massa, cujo mix reúne os tradicionais TV e rádio, convergentes com os meios digitais de maior alcance – detalhados à frente na estratégia de mídia completa. A estratégia geral é obter conexão, amplo alcance, visibilidade e abrangência.

Gostaríamos de registrar que, ao ilustrar a campanha, por meio da corporificação das peças, foram priorizados recortes dentro do tema, a fim de que melhor apresentassem as abordagens e a linguagem pretendida, bem como a assimilação da opinião pública, podendo, naturalmente ocorrer que nem todos recortes citados estejam contemplados - o que não invalida nem diminui a importância de cada um, estando presença ou ausência relacionadas tão somente ao cumprimento de permissões/restrições do edital, bem como às escolhas estratégicas da licitante.

Buscando finalizar de forma objetiva, descrevemos a seguir, sucintamente, o formato da campanha, informando o que dizer, a quem dizer, como dizer e quais os meios de comunicação selecionados.

O que dizer: QUANDO A JUSTIÇA É TRANSPARENTE, TODO MUNDO VÊ. E CONFIA!

A quem dizer: público geral: População da capital, Região Metropolitana de Salvador e o interior do Estado. Público específico (1): Classes ABCD, faixa etária a partir dos 25 anos, ambos os sexos.

Como dizer: Por meio de uma linguagem humanizada e criativamente contemporânea, veicular via meios de comunicação de massa (vídeo na TV aberta, spot nas rádios e outdoor); internet (marketing digital); redes sociais (Facebook, Instagram, YouTube e WhatsApp). Além do uso de elementos não-mídia (banner display a ser veiculado no portal da instituição; cards e vídeo para as redes sociais online; e impressão de cartazes no formato A3, dentre outros).

Quando dizer: O mês de setembro foi o escolhido para a campanha, uma vez que nesse período deve sair o resultado prêmio. O período da campanha ficará compreendido entre 1º até 30 de setembro de 2023.

Considerando os aspectos apresentados e defendidos até aqui, podemos afirmar que a proposta técnica apresentada reúne todos os princípios fundamentais para obter êxito em sua execução.

X
C
7
J

PLANO DE COMUNICAÇÃO

IDEIA CRIATIVA

Conforme já apresentado na Estratégia de Comunicação, a ideia criativa proposta se desenvolve para atender ao problema específico colocado pelo briefing, de restaurar a percepção de confiança e fortalecer a credibilidade do PJBA, junto aos seus públicos alvos por meio da divulgação do seu desempenho no Ranking da Transparência do CNJ 2022, no qual obteve colocação em 1º lugar, pontuando o que isso significa tanto para o Poder Judiciário baiano, quanto para a população por ele assistida – especialmente no sentido de garantir à sociedade pleno acesso à informação.

O partido gráfico escolhido para a campanha aqui apresentada utiliza de uma linguagem atrativa e contemporânea, diferenciada pelo recurso da aquarela em cima de imagens que fazem parte do dia a dia da relação da população, e com associações imagéticas que remetem a um ambiente jurídico desejado. A aquarela é uma técnica de pintura conhecida por sua delicadeza, fluidez e transparência, capaz de criar imagens suaves com uma sensação de leveza. Ao combinar essa técnica com imagens reais em uma peça publicitária, cria-se um contraste interessante e cativante. A mistura da aquarela com imagens reais traz uma qualidade artística e criativa à peça publicitária, tornando-a única e memorável. A combinação das texturas e cores com elementos do mundo real tende a gerar um impacto visual inusitado e marcante, despertando emoções nos espectadores e gerando a conexão pretendida.

A campanha apresenta apelos favoráveis a positivas interpretações pois, de forma sutil e simples, visa a emoção, o olhar cuidadoso, a Justiça, prevalecendo aquilo que deu certo e busca contribuir para que o PJBA seja identificado facilmente não como uma entidade etérea, burocrática, distante e inacessível, mas sim como o autêntico agente guardião, sempre zelando pela cidadania, pela paz social, capaz de criar as condições favoráveis à transformação de nossa atual realidade.

A transparência da aquarela é um apoio visual ao conceito: “QUANDO A JUSTIÇA É TRANSPARENTE, TODO MUNDO VÊ. E CONFIA!”, a mensagem central é transmitida de modo acessível e simples, porém preservando a associação positiva e simbólica que se pretende marcar junto à informação do ranqueamento da instituição. Ao originalmente utilizar aquarelas em peças publicitárias, é possível despertar a curiosidade e captar a atenção do público de maneira sutil. A arte em aquarela pode transmitir uma sensação de autenticidade e criatividade, gerando uma percepção positiva da marca/instituição e do partido temático da campanha: transparência. E quando a Justiça se propõe a ser transparente, fortalece a relação de confiança no Judiciário por parte da sociedade, contribuindo com o desafio apresentado de reverter a imagem negativa que a instituição desfruta junto à população baiana.

O conceito estará presente na assinatura da marca e nas peças teremos a frase de apoio: 1º Lugar no Ranking da Transparência do Conselho Nacional de Justiça. 2022, para evocar interpretações positivas, em torno da acessibilidade e transparência do PJBA.

Para as peças escolhidas para corporificar essa campanha, foi pensado um vídeo (30'') que trará algumas imagens do dia a dia do PJBA com trilha sonora e cenas. Saindo do usual, o uso somente da trilha trará um apelo mais afetivo e levará o público a fixar atenção nas cenas e palavras que aparecerão no vídeo. A trilha sonora desempenhará um papel fundamental na criação da atmosfera, estabelecendo o tom emocional e transmitindo mensagens subliminares aos espectadores. A vinheta (10'') contará com o apelo visual das imagens. A peça de áudio escolhida foi um spot (30'') que trará na sua locução um texto mais esclarecedor sobre a importância da transparência e sua associação com a confiança. Através de uma mensagem clara e persuasiva transmitida por meio do áudio, será possível estabelecer uma conexão emocional com o público-alvo e reforçar os valores de transparência e confiança no sistema judicial. Outra peça selecionada foi o outdoor que, com imagem impactante, terá um alto alcance. Essa é uma mídia que estará localizada em áreas movimentadas, como ruas, estradas e áreas urbanas, onde há um alto fluxo de

pessoas. Isso permite que a mensagem atinja uma grande audiência, incluindo pedestres e motoristas.

A mídia digital poderá contar com várias peças, nas quais a criação traz vários conteúdos diferentes sobre a mesma temática. Para essa campanha, foi escolhido para ser corporificado o banner display que exibirá elementos visuais atraentes, como imagens, cores e textos impactantes. Com um design criativo e atraente, irá chamar a atenção dos usuários e transmitir a mensagem de forma rápida e impactante.

Toda as estratégias de comunicação que envolvem não-mídias podem desempenhar um papel importante na promoção da transparência, acesso à informação e confiança no sistema judicial. Neste sentido a campanha poderá ser usada em todos os meios de comunicação internos do PJBA. Para atender ao edital, escolhemos a peça cartaz, que poderá ser colocada nos espaços do Poder Judiciário e, aproveitando-o, em locais estratégicos de parceiros, com alta visibilidade, como espaços públicos, instituições, estabelecimentos comerciais e centros comunitários. Isso permite que a mensagem alcance um grande número de pessoas, incluindo membros da comunidade do PJBA e outros grupos de interesse.

Sobre os desdobramentos comunicativos das peças, vamos detalhar um pouco mais:

Outdoor: Os outdoors possuem diversos desdobramentos comunicativos que podem ser analisados a partir de diferentes perspectivas. Aqui estão alguns pontos relevantes a considerar: visibilidade e alcance; segmentação de público (por exemplo, por bairros); mensagens curtas e impactantes. Além disso, o apelo visual é fundamental. A imagem criada para o outdoor dessa campanha foi projetada com o intuito de atrair a atenção visual das pessoas, utilizando cores vivas. O objetivo é capturar o olhar das pessoas e transmitir a mensagem de forma rápida e eficaz.

Vídeo de 30": O vídeo para TV aberta possui desdobramentos comunicativos distintos, uma vez que precisa captar a atenção do espectador em um curto período de tempo. Aqui estão alguns aspectos relevantes a considerar na criação desse vídeo para a campanha: narrativa concisa; estética visual e sonora; mensagem clara e memorável; identificação do público-alvo com conteúdo relevante e envolvente; apelo emocional. O objetivo do vídeo para o PJBA é despertar emoções que gerem identificação e engajamento. É importante lembrar que a eficácia de um vídeo depende do contexto em que é exibido, como o programa ou o horário em que é veiculado. Portanto, uma estratégia de mídia bem elaborada foi traçada para atender aos diferentes públicos.

Vinheta de 10": As vinhetas de 10" para DOOH (Digital Out-of-Home) possuem diversos desdobramentos comunicativos a serem considerados: mensagem curta e direta; uso de imagens e animações cativantes; aproveitamento da localização e contexto; direcionamento a determinados locais para atingir um público específico. Além disso, a identidade visual forte é fundamental. O uso de imagens que fazem parte do cotidiano da população, juntamente com a consistência da identidade visual da marca do PJBA, será importante para criar associações claras.

Spot 30": Ao planejarmos o uso de spot, consideramos os seguintes desdobramentos comunicativos: roteiro conciso e informativo para atingir o público-alvo; trilha e narrativa cativante, frequência e repetição, buscando reforço na mídia para gerar lembrança e memória na população e ao final do spot, a ênfase será dada a marca do PJBA e ao conceito da campanha: Poder Judiciário do Estado da Bahia - Quando a justiça é transparente, todo mundo vê. E confia!

Banner display: O banner display captura a atenção do público em um espaço limitado e por isso usa de alguns bons desdobramentos comunicativos: a arte criada para a campanha do PJBA tem um design atraente com cores vibrantes; imagens cativantes e uma tipografia legível para destacar o anúncio e atrair a atenção dos usuários.

Cartaz - O principal desdobramentos comunicativos a serem considerados com o uso do cartaz são o de destacar a conquista do prêmio e gerar reconhecimentos pelo trabalho que foi comum a todos da instituição, com o seu uso em locais de circulação de passantes e compartilhamento por instituições parceiras.

Com relação aos meios de mídia escolhidos, a campanha contará com um mix, que inclui TV, rádio, mídia exterior e meios digitais, sendo possível assim alcançar um público mais amplo e diversificado buscando atingir todo o público alvo.

Cada meio de comunicação tem suas próprias características e alcance, e a combinação dele está pensada e programada de modo a aumentar a eficácia da campanha publicitária. Aqui estão alguns pontos a serem considerados sobre os meios:

A televisão é um meio de comunicação de massa e tem um alcance significativo e a combinação de criativos elementos visuais e sonoros podem criar uma experiência emocional e envolvente para o público do PJBA.

O rádio é um meio de comunicação que atinge as pessoas em movimento, como no trânsito ou durante atividades diárias. O spot da campanha é informativo e com certeza irá contribuir para aumentar a conscientização sobre um tópico tão específico e necessário quanto a transparência, pois tem o poder de educar o público, fornecendo dados, fatos e conselhos úteis.

A mídia exterior, como outdoors, placas e banners, alcança um público local de passagem e, por meio da leveza da aquarela, será capaz de atrair o público para a mensagem principal a ser transmitida.

Toda a mídia digital desempenha um papel fundamental nas campanhas publicitárias nos dias de hoje. Ela oferece uma série de vantagens e oportunidades que tornam sua presença essencial. A campanha do PJBA fará uso dos meios digitais, com anúncios online, mídias sociais e isso irá facilitar e oferecer a segmentação precisa do público-alvo. A mídia programática será um dos principais pontos de contato da campanha. Para o formato de Search, a intenção é anunciar no exato momento em que seu potencial público faz uma pesquisa. Haverá esforços no Meta (Facebook/Instagram), TikTok, Twitter e YouTube. A tática utilizada contempla atuação com os objetivos de alcance e views. O vídeo, e possíveis desdobramentos, poderá ser pensado para o meio digital e veiculado em diferentes formatos na plataforma do Youtube e nos ambientes de rede de vídeo e social.

As seis peças da campanha englobam os meios online e offline, além da peça não-mídia, e estão distribuídas da seguinte forma:

MÍDIA OFF

01 outdoor simples – 1 motivo

01 roteiro VT 30" – em "monstro"

01 roteiro SPOT 30" – em "monstro"

01 vinheta 10' – em storyboard

MÍDIAS ON

Banner Display 970 x 250 - 1 motivo

NÃO-MÍDIA

01 Cartaz A3 - 1 motivo

PLANO DE COMUNICAÇÃO ESTRATEGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA

No plano de mídia da campanha, o foco é tornar o PJBA presente no dia a dia do público-alvo, permitindo o reforço contínuo da mensagem. Esse cenário destaca a importância da estratégia cross media, distribuindo os serviços em várias mídias e plataformas para conectar a instituição com a população. O gráfico do Cenp Meios 2022 (Imagem 01) reflete esse consumo diversificado. O planejamento abrange a veiculação em TV aberta, internet, rádio, OOH (mídia Out of Home) e DOOH (mídia Digital Out of Home) em todo o estado. O investimento total é de R\$ 299.024,51, de 01 a 30 de setembro de 2023.

TV ABERTA

O Brasil é o país da América Latina com o maior consumo de TV aberta, com uma média diária de 4 horas e 54 minutos e um share de 68% (Imagem 02). Optamos pela Rede Globo, que possui seis emissoras baianas, alcançando 409 municípios (Imagem 03). Escolha reforçada pelo ranking de share da Kantar Ibope (Imagem 04). Serão veiculados programas jornalísticos em três flights de TV, com 15 inserções ao longo da campanha.

DIGITAL

Com a rápida evolução da inteligência artificial e o acesso cada vez maior a um vasto conjunto de dados sobre os usuários, a publicidade digital está se tornando mais precisa. Agora é possível entregar a mensagem certa no momento ideal para o público e medir resultados de maneira assertiva. Nossa tática prevê uma veiculação de 30 dias, abrangendo todo o estado da Bahia e seguindo o fluxo completo de engajamento do funil, associando a mensagem à conscientização da marca. A mídia programática desempenhará um papel fundamental na estratégia, permitindo a entrega de anúncios personalizados com segmentação altamente otimizada. No formato de Search (pesquisa), nosso objetivo é exibir anúncios no exato momento em que o público em potencial realiza pesquisas relacionadas aos nossos serviços. Em relação às redes sociais, estamos concentrando nossos esforços no Meta (Facebook/Instagram), TikTok, Twitter e YouTube, pois são as plataformas mais consumidas no país, de acordo com pesquisa da Comscore (Imagem 06).

O objetivo é alcançar e engajar o usuário em diferentes momentos do dia, potencializando a estratégia. A análise da Imagem 07, em anexo, apresenta o ranking das redes sociais mais acessadas pelos usuários, o que reforça as nossas escolhas. De acordo com a Kantar Ibope Media (Imagem 08), os vídeos online atingem aproximadamente 1/3 da população brasileira em um único dia, quase dobrando esse valor mensalmente. Nesse contexto, serão veiculados diferentes formatos nas plataformas do YouTube e em ambientes de redes sociais e vídeos. As principais plataformas de streaming, como Spotify, Deezer e Rádio Ads, também estão sendo consideradas. Em termos de resultados esperados no ambiente digital, nossa meta é alcançar 857 cliques, mais de 2.000.000 de impressões, mais de 37 mil visualizações e mais de 34 mil escutas.

RÁDIO

Serão utilizadas as principais emissoras de rádio com ampla cobertura geográfica no estado. De acordo com pesquisa do Kantar (Imagem 09), o rádio é ouvido por 83% da população das 13 regiões metropolitanas pesquisadas. As emissoras selecionadas para essa estratégia são Sociedade AM, Metrópole e GFM, totalizando 242 inserções.

MÍDIA EXTERIOR

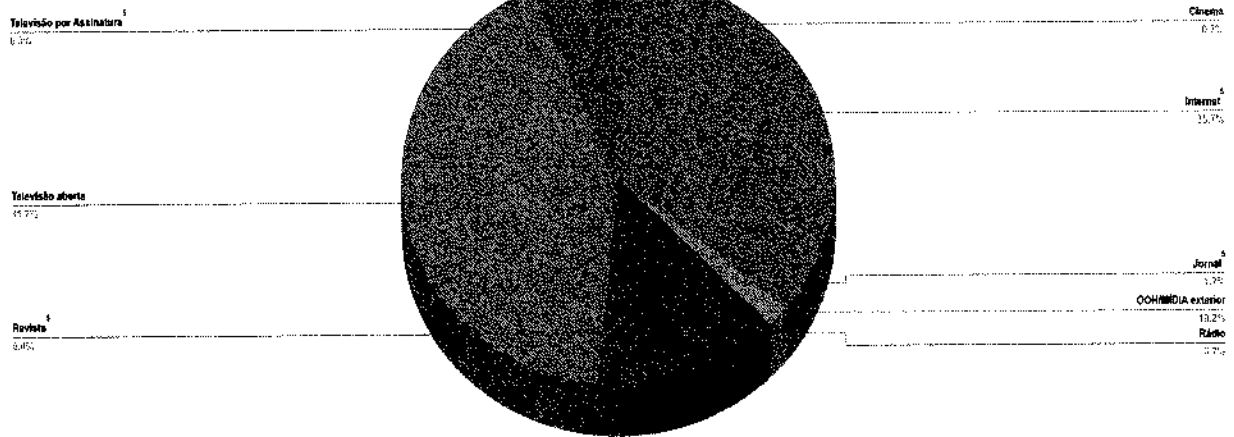
Para impactar o cidadão ao longo de seu dia, iremos utilizar os meios de outdoor e digital out of home (dooh). A análise da imagem 11, anexada, demonstra a eficácia de diferentes formatos de ooh e reforça a relevância dos meios escolhidos. Levando em consideração a verba disponível e a abrangência territorial, optamos por concentrar o uso de outdoor e dooh na capital e em algumas regiões metropolitanas. Garantindo a cobertura dos moradores dessas cidades e também atingimos a população que transita entre elas para trabalho, estudo e viagens próximas. Serão utilizadas 17 placas de outdoor, três painéis digitais e um caminhão de led.

NÃO-MÍDIA E RECURSOS PRÓPRIOS DE COMUNICAÇÃO

A comunicação interna (não mídia) utilizará todos os meios disponíveis do PJBA para fortalecer a comunicação institucional, ampliando alcance, agilidade e interação com o público interno. Serão aproveitadas todas as redes sociais, incluindo a lista de transmissão do WhatsApp do PJBA. Para a campanha, será criado um cartaz no formato A3, ampliando a divulgação em diversos ambientes parceiros e alcançando um público mais amplo.

ANEXO

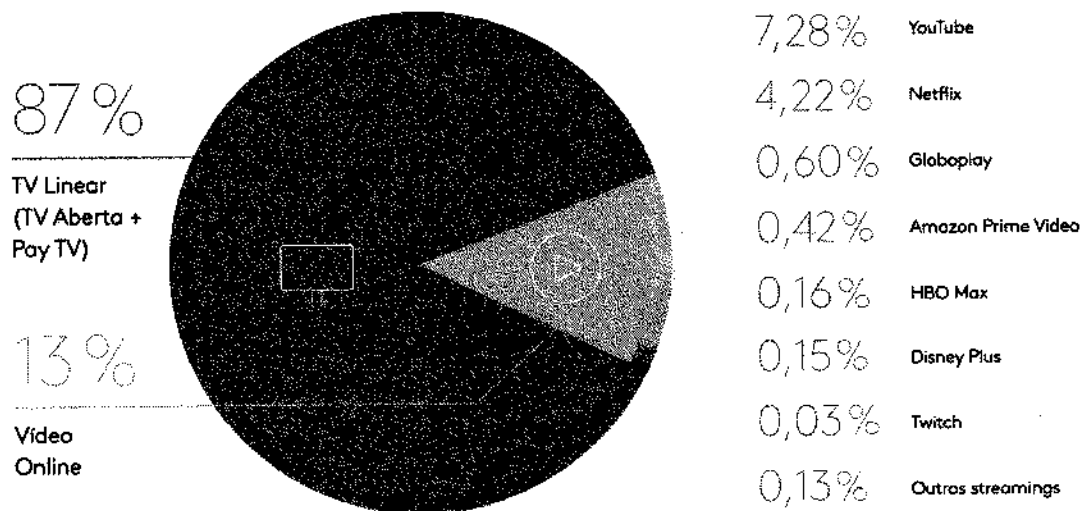
IMAGEM 01



Fonte: Cenp Meios 2022 (Jan/Dez)

IMAGEM 02

Share de audiência % | TV/CTVs



Fonte: Kantar Ibope Media.

IMAGEM 03

	MUNICÍPIOS	POPULAÇÃO
6 emissoras	409	14.919.208
% BAHIA	98,08	99,07
SATÉLITE	0	0
% BAHIA	0,00	0,00
TOTAL GLOBO	409	14.919.208
% BAHIA	98,08	99,07
NÃO COBERTOS	8	140.119
% BAHIA	1,92	0,93
TOTAL BAHIA	417	15.059.327

EXIBIDORAS	MUNICÍPIOS	POPULAÇÃO
TV Bahio	135	6.434.140
TV Oeste	35	979.424
TV Santa Cruz	60	1.835.554
TV São Francisco	43	1.508.954
TV Subaé	51	2.089.861
TV Sudoeste	85	2.071.275

Fonte: Atlas de Cobertura Rede Globo

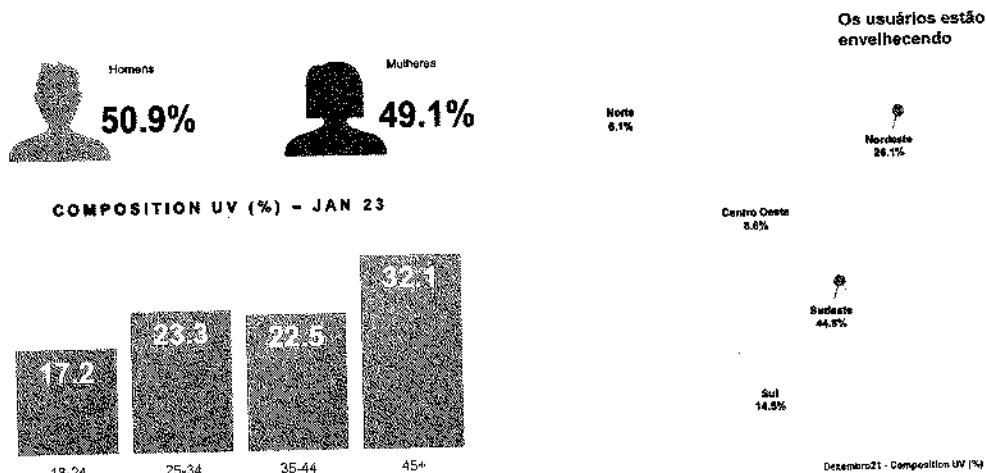
IMAGEM 04

EMISSORAS TV ABERTA	SHARE DE PARTICIPAÇÃO
1ª Globo	33,70%
2ª Streaming + Youtub	21,80%
3ª RecordTV	10,60%
3ª TV paga	9,10%
5ª SBT	8,30%
6ª Band	2,00%
7ª RedeTV	0,70%
8ª Outros	13,80%
	100,00%

Fonte/Source: Kantar IBOPE Media – Target Universo Regiões Metropolitanas 2023.

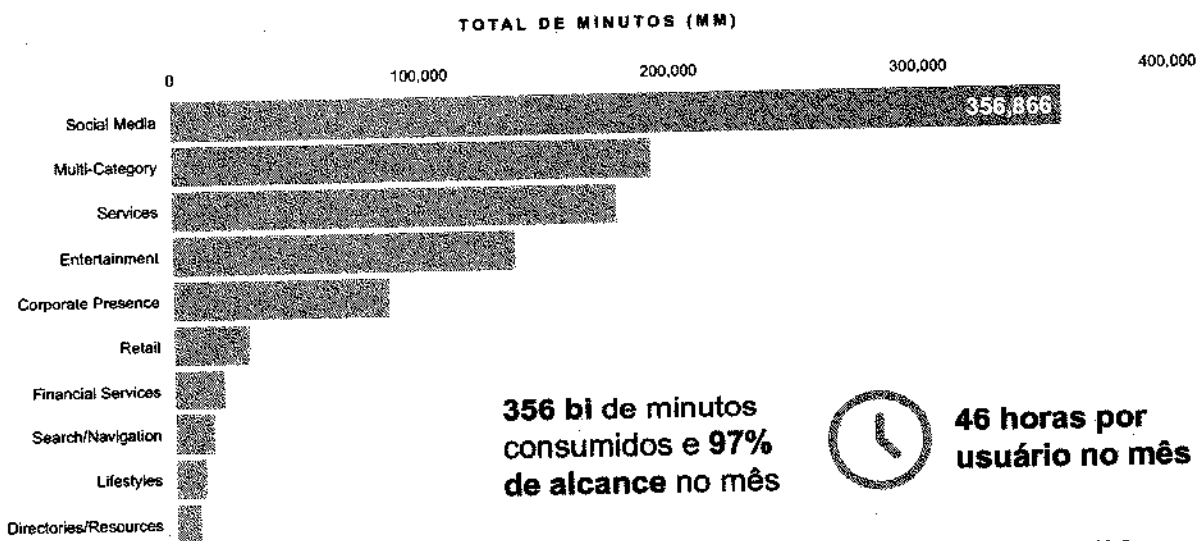
IMAGEM 05

QUEM SÃO OS USUÁRIOS BRASILEIROS?



Fonte: Comscore MMX Multi-Platform – Demographic Profile 18+ – Total Internet – Jan/23– Brasil

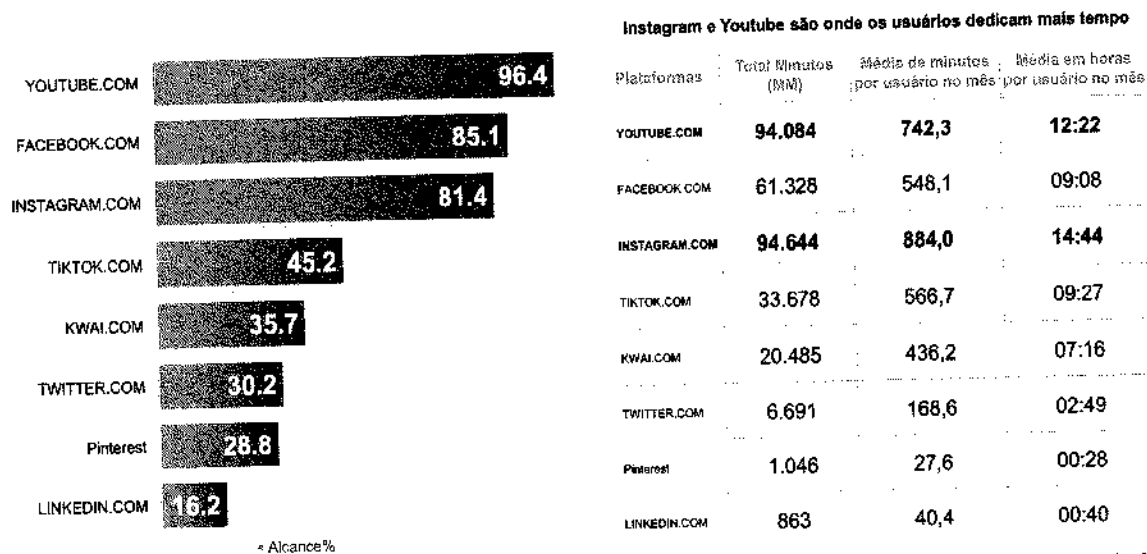
IMAGEM 06



Fonte: Comscore MMX Multiplataforma – Key Measures – Top Categories – Dez/22 – Brasil

Handwritten signatures and initials, including a large 'X' and the number '15'.

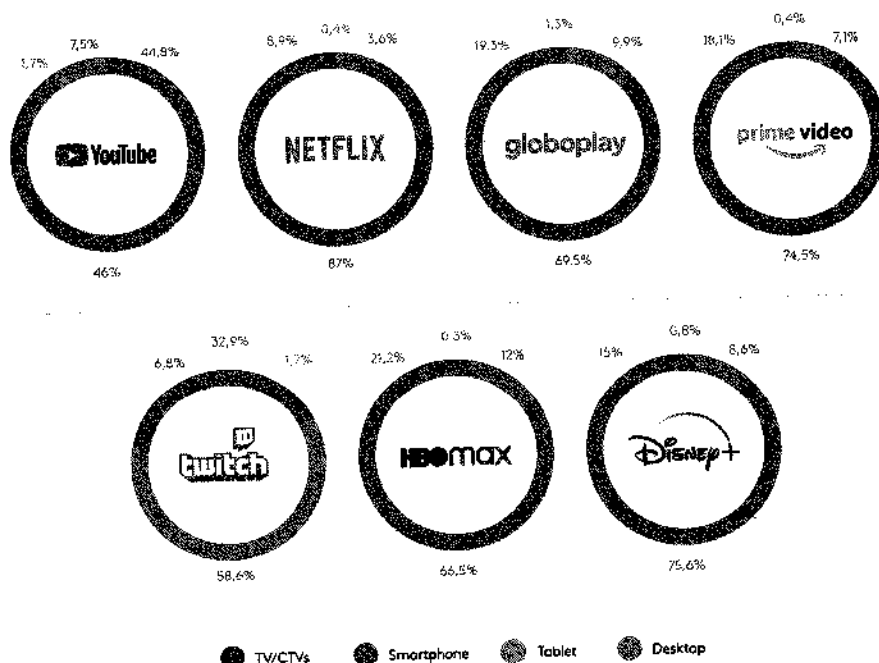
IMAGEM 07



Fonte: Comscore MMX Multiplataforma – Key Measures – Top Categories – Dez/22 – Brasil

IMAGEM 08

Devices para o consumo de vídeo online (TMS% individual no lar)

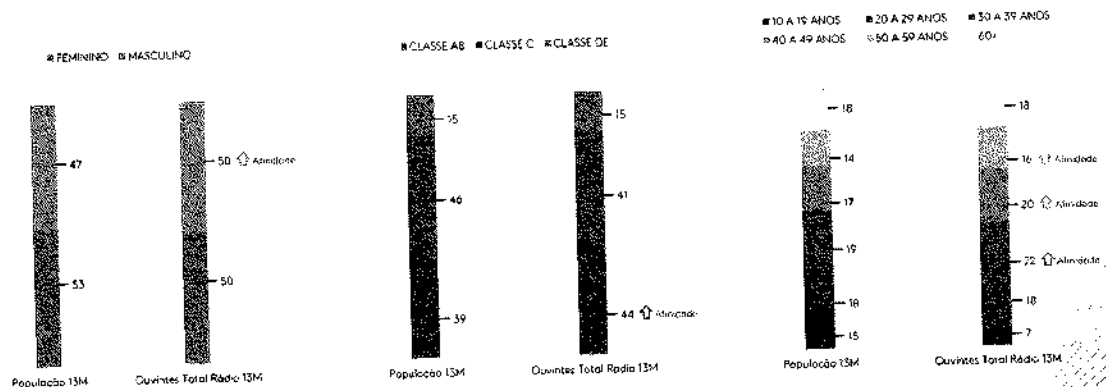


Fonte: Kantar IBOPE Media | Cross Platform View | Consumo Domiciliar | Total Indivíduos | Consumo Domiciliar | Total Vídeo | 2022 | Shr% | 15 Regiões Metropolitanas

IMAGEM 09

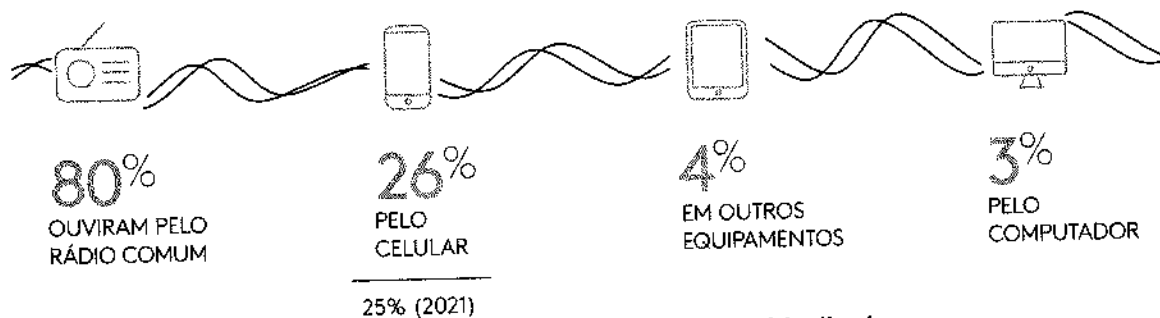
NOS OUVIDOS DE TODOS PÚBLICOS

Sendo ouvido por uma grande quantidade de brasileiros, o perfil dos ouvintes de Rádio fica próximo ao da população. Destaque para os adultos com mais de 30 anos e da classe AB que possuem afinidade destacada para consumo do meio.



Fonte: Ibope Kantar Midia | Easy Media 4

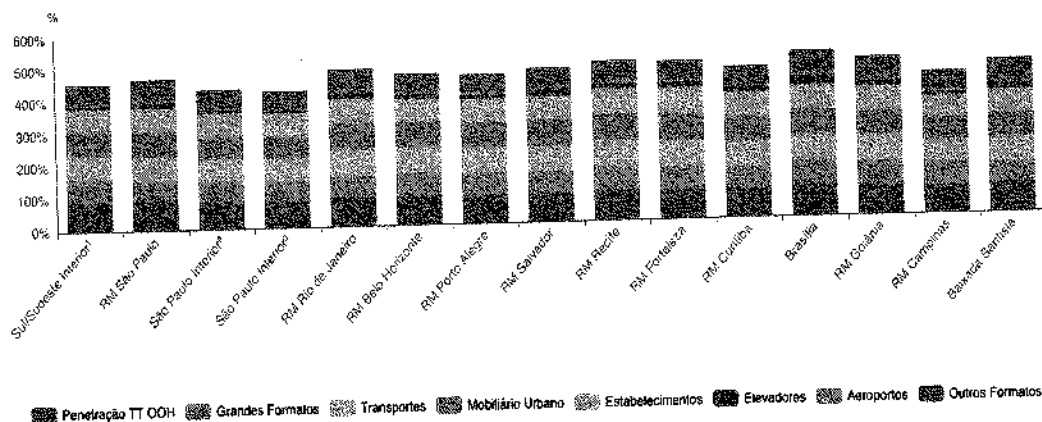
IMAGEM 10



25% (2021)

Fonte: Ibope Kantar Midia | Easy Media 4

IMAGEM 11



Fonte: Midia Dados 2022

18

RESUMO DE INVESTIMENTO GERAL														
PERÍODO DE 30 DIAS DE CAMPANHA (01 A 30 DE SETEMBRO DE 2023)														
Método de Comunicação	Veículo	Prestação	INVESTIMENTO EM PRODUÇÃO DE MÍDIA E NÃO MÍDIA			INVESTIMENTO EM DISTRIBUIÇÃO DE NÃO MÍDIA			INVESTIMENTO EM MÍDIA					
			Quantidade	Valor (R\$)	Porcentual (%)	Quantidade	Valor (R\$)	Porcentual (%)	Período	Qtd. de inserções	Valor (R\$)	Porcentual (%)		
TV ABERTA	TV Globo (Estácio)	Filme 30"	1	R\$ 18.000,00	6,02%				3 spots	18	R\$ 64.177,00	21,48%		
										15	R\$ 12.243,00	4,08%		
										22 dias	22	R\$ 33.000,00	11,04%	
										22 dias	110	R\$ 34.320,00	11,48%	
RÁDIO	Rádio Metrópole FM	Spot 30"	1	R\$ 3.000,00	1,00%				1 dia semana	3	R\$ 13.761,00	4,60%		
		Spot 30"									1 bi semana	1	R\$ 4.483,51	1,50%
		Spot 30"									1 bi semana	13	R\$ 11.440,00	3,83%
		Spot 30"									17	R\$ 29.694,51	9,83%	
MÍDIA EXTERIOR	Impasto Outdoor	Outdoor Simples (9x3m)	3	R\$ 900,00	0,30%				1 dia semana	1	R\$ 33.000,00	11,04%		
		Outdoor Simples (9x3m)	1	R\$ 300,00	0,10%				1 dia semana	1	R\$ 33.000,00	11,04%		
		Outdoor Simples (9x3m)	13	R\$ 3.900,00	1,30%				1 dia semana	1	R\$ 33.000,00	11,04%		
		Outdoor Simples (9x3m)	13	R\$ 3.900,00	1,30%				1 dia semana	1	R\$ 33.000,00	11,04%		
DOOH	Central de Mídia	Vinhetas 10"	1	R\$ 1.000,00	0,33%				1 dia semana	1	R\$ 33.000,00	11,04%		
INTERNET	Insight Mídia Digital	Carrossel Facebook 800 x 800px, texto para buscadores e banners nos formatos: 300x250px, 300 x 600px, 728 x 90px, 970 x 250px, 320 x 50px, Store 1080 x 1920px (tela total) e 1080 x 1420px (visível), 1200 x 628px, 720 x 1280px. Também serão utilizadas as peças Spot 30", VI 30" e 60", e o formato Carrossel 900x600px no Instagram e LinkedIn.	0	R\$ 0,00	0,00%				Mensal	857 cliques + de 2.000.000 de impressões + de 37mil visualizações +34 mil leads	R\$ 62.000,00	20,73%		
NÃO-MÍDIA		Cartaz A3	1000	R\$ 2.000,00	0,67%	1000	R\$ 1.500,00	0,50%						
Sub-total				R\$28.100,00	9,73%		R\$1599,00	0,53%			R\$268.424,51	89,74%		
Total Geral							R\$ 299.024,51					100,00%		

TV ABERTA
COMERCIAL 30"

30 DIAS - SETEMBRO 2023																														Tot	Custo	Desc.	Total Tabela		
																														lps	Unitário				
PROGRAMAÇÃO	Formto	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30				
	S	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					
																																8	R\$ 2.419,00	0,00%	R\$ 19.352,00
Hora Um				1		1				1		1		1						1		1										5	R\$ 5.919,00	0,00%	R\$ 29.595,00
Bom Dia Praça					1		1						1								1											2	R\$ 7.615,00	0,00%	R\$ 15.230,00
Bom Dia Brasil														1		1																15			R\$ 64.177,00
TOTAL				1	1	1	1			1	1	1	1	1																					

19

2

VEICULO	PRAÇA	DESCRIPTIVO LOCAL	FORMATO	PERÍODO	SEGUNDAGEM	QTD.	VALOR UNITARIO TABELA	VALOR TOTAL UNITARIO TABELA
Central de Mídia	SALVADOR	AV. ANTONIO CARLOS MAGALHAES COM A AV. TANCREDO NEVES EM FRENTE A ESTAÇÃO RODOVIARIA DE SALVADOR. REGIÃO DO SHOPPING DA BAHIA SENTIDO DO FLUXO: RÓTULA DO ABAÇAXI E SHOPPING BELA VISTA	PAINEL DE LED	MENSAL	10"	1	R\$ 15.000,00	R\$ 15.000,00
	LAURO DE FREITAS	AV. PRAIA DE ITAPUÁ EM FRENTE A TRATORIA IL MANEGGIO - VILAS DO ATLANTICO	PAINEL DE LED	MENSAL	10"	1	R\$ 6.000,00	R\$ 6.000,00
	CAMAÇARI	ESTRADA DO COCO - KM 13 - ABRANTES. FICA A 50M DO ALPHAVILLE LITORAL NORTE SENTIDO SALVADOR	PAINEL DE LED	MENSAL	10"	1	R\$ 6.000,00	R\$ 6.000,00
	FEIRA DE SANTANA	1. AV. FRAGA MAIA VIZINHO A LOJA CERQUEIRA HOME (rotativo nos três locais)	CAMINHÃO DE LED	MENSAL	10"	1	R\$ 6.000,00	R\$ 6.000,00
		2. AV. PRESIDENTE DUTRA EM FRENTE AO ARIA HALL (rotativo nos três locais)						
		2. AV. JOÃO DUYVAL PRÓXIMO A FEIRINHA (rotativo nos três locais)						
TOTAL GERAL						4		R\$ 33.000,00

DIGITAL - 01 A 30 DE SETEMBRO 2020
BANNERS, TEXTO, AUDIO E VIDEO

Veículo	Objetivo	Canal	Estratégia	Métrica Contratada	R\$ Tabela	Entrega Estimada	R\$ Investimento Bruto	Participação %	
Insight Mídia	Tráfego	Search	Rede de Pesquisa (Google Ads) - Buscadores	CPC	R\$ 3,50	657	R\$ 3.000,00	5%	
		Display	Rede de Display (DV 360) - Site List	CPM	R\$ 5,00	600.000	R\$ 3.000,00	5%	
	Alcance	Social	Rede de Display (DV 360) - Interesses	CPM	R\$ 6,50	461.538	R\$ 3.000,00	11%	
			Facebook / Instagram - Feed de Notícias	CPM	R\$ 8,00	875.000	R\$ 7.000,00	5%	
			Twitter - Feed de Notícias	CPM	R\$ 25,00	66.667	R\$ 3.000,00	5%	
		Youtube	TikTok - Feed de Notícias	CPM	R\$ 25,00	125.000	R\$ 3.000,00	5%	
			Youtube - In-Feed / Discovery (somente mobile)	CPM	R\$ 25,00	120.000	R\$ 3.000,00	9%	
			Rich Media (Carimão) - Facebook / Instagram - Feed de Notícias / Stories	CPM	R\$ 90,00	61.111	R\$ 5.500,00	5%	
			Visualização de Vídeo (Turnkey) - Facebook / Instagram - Feed de Notícias / Stories	CPV	R\$ 1,00	3.000	R\$ 3.000,00	5%	
	Visualização de Vídeo	Rede de Vídeo (DV 360) - Interesses	CPV	R\$ 0,80	3.750	R\$ 3.000,00	5%		
		TikTok	Visualização de Vídeo	CPV	R\$ 1,50	2.000	R\$ 4.000,00	6%	
			Youtube	Youtube Shorts - Material de até 60"	CPV	R\$ 0,80	5.000	R\$ 4.000,00	8%
			Visualização de Vídeo - In-stream Pulável	CPV	R\$ 0,30	5.000	R\$ 2.000,00	3%	
		Áudio	Radio Ads	CPEC	R\$ 0,25	20.000	R\$ 5.000,00	6%	
			Spotify - Audio + Banner	CPVC	R\$ 0,30	11.667	R\$ 3.500,00	5%	
			Spotify - Visualização de Vídeo	CPVC	R\$ 0,25	8.000	R\$ 2.000,00	3%	
			Deezer - Audio	CPVC	R\$ 0,30	6.667	R\$ 2.000,00	3%	
Deezer - Visualização de Vídeo	CPVC		R\$ 0,30	6.667	R\$ 2.000,00	3%			
Total							R\$ 82.000,00	100%	

- Valores referentes a reserva de mídia pelo fato dos veículos não possuírem tabela de preços fixa

- Entregas estimadas.



TABELA DE PREÇOS 2023

OUTDOOR SIMPLES
R\$ 4.483,51

OUTDOOR DUPLO
R\$ 11.659,95

OUTDOOR TRIPLO
R\$ 17.526,85

- **Iluminação: Acréscimo de 50% no valor.**
- **Aplique: Acréscimo de 30% a 50%, dependendo do tamanho.**
- **Projeto especial: Valor sobre consulta.**
- **Não nos responsabilizamos por lonas roubadas.**
- **Nossas placas são de ferro, tubo monoposte e chapa galvanizada.**
- **Troca de cartazes dentro da bissemana: acréscimo de 10%.**
- **As placas iluminadas possuem duas luminárias de 100 watts (led) cada uma.**

Afiliada:



Visitem nosso site: www.akymidia.com

AV. TANCREDO NEVES - 2421, EDF. CENTRO EMPRESARIAL REDENÇÃO, SALA 401 - CAMINHO DAS ÁRVORES
TEL.: (+55 71) 3021-0001 | WWW.AKYMIDIA.COM

PAINEL DE LED

COBERTURA: SALVADOR/ LITORAL NORTE/BA

PAINEL DE LED AV. ACM SENTIDO CENTRO SALVADOR

LOCALIZAÇÃO:
AVENIDA ANTÔNIO CARLOS MAGALHÃES, COM A AV. TANCREDO
NEVES (PERNAMBUCOS) S/N - EM FRENTE A ESTAÇÃO RODOVIÁRIA
DE SALVADOR.

SENTIDO DO FLUXO: ITAIGARA / RIO VERMELHO / RÓTULA DO
ABACAXI / AV BONOCÓ E CENTRO.

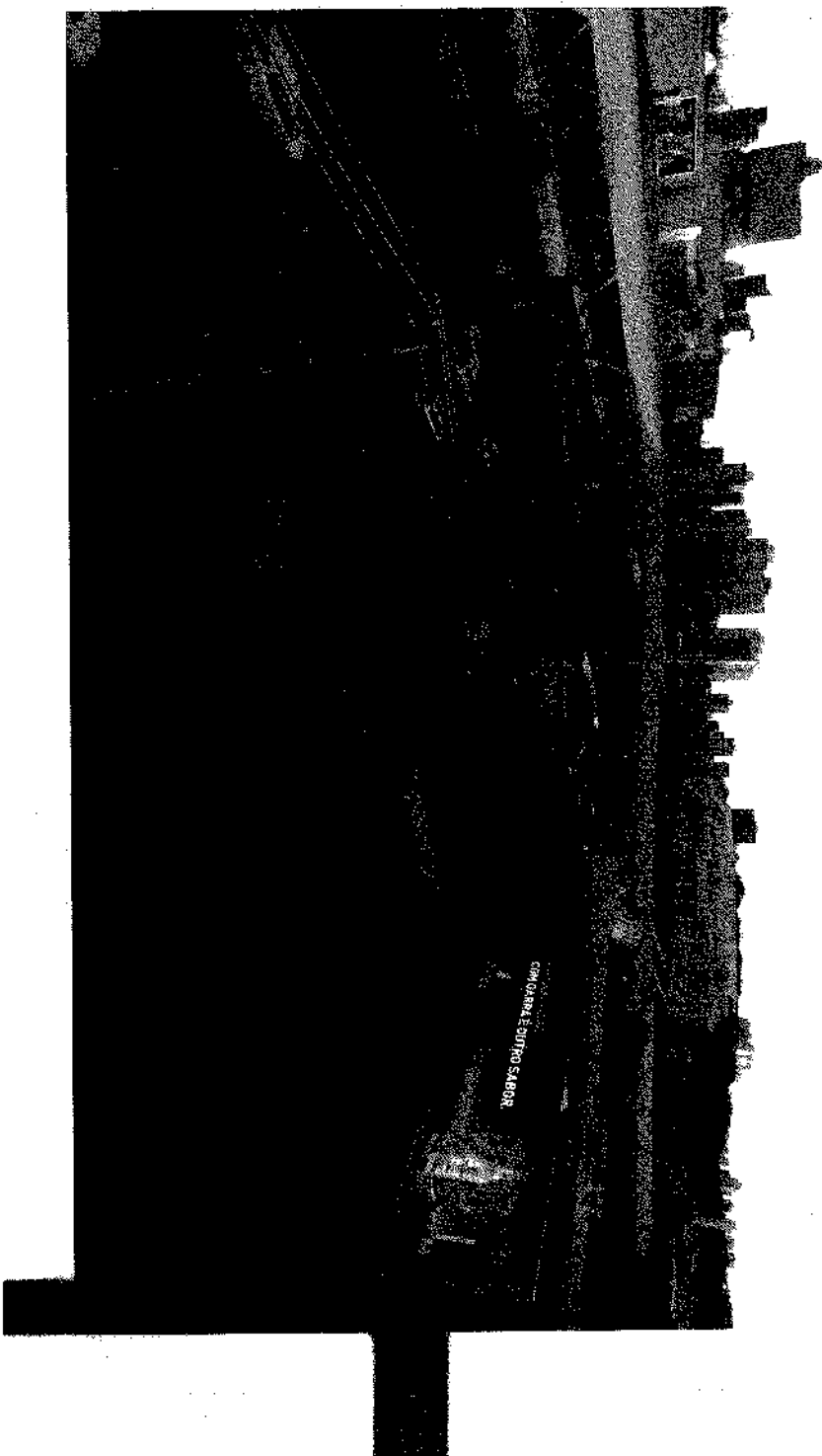
PÚBLICO-ALVO: A, B, C
FLUXO DE VEÍCULOS: 200 MIL CARROS/DIA (MÉDIA)

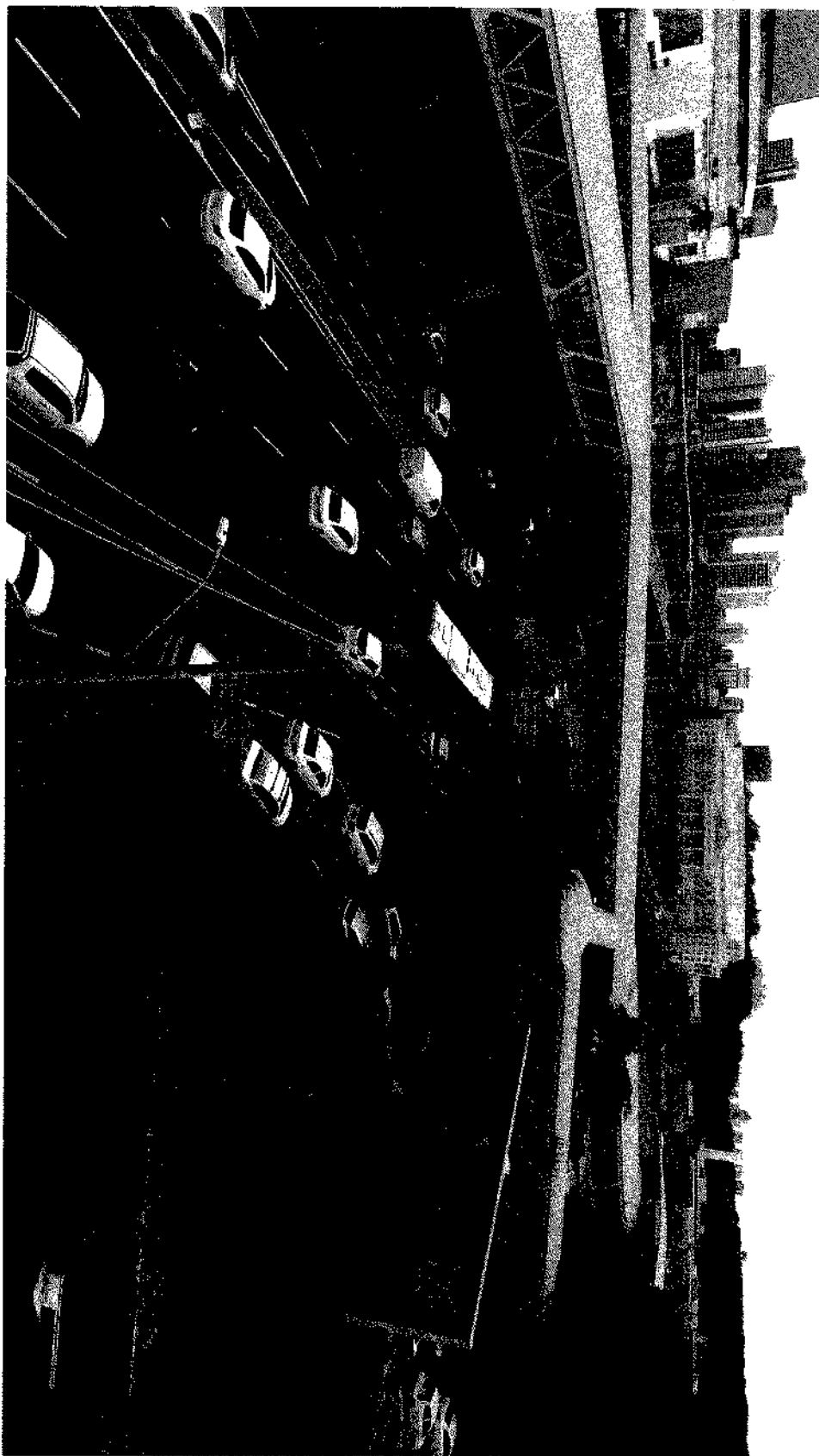
COORDENADAS:
LATITUDE: -12.9786974
LONGITUDE: -38.4642868,3

LINK GOOGLE MAPS:
[HTTPS://GOO.GL/MAPS/XVA6HE8ERHTDS4J16](https://goo.gl/maps/XVA6HE8ERHTDS4J16)

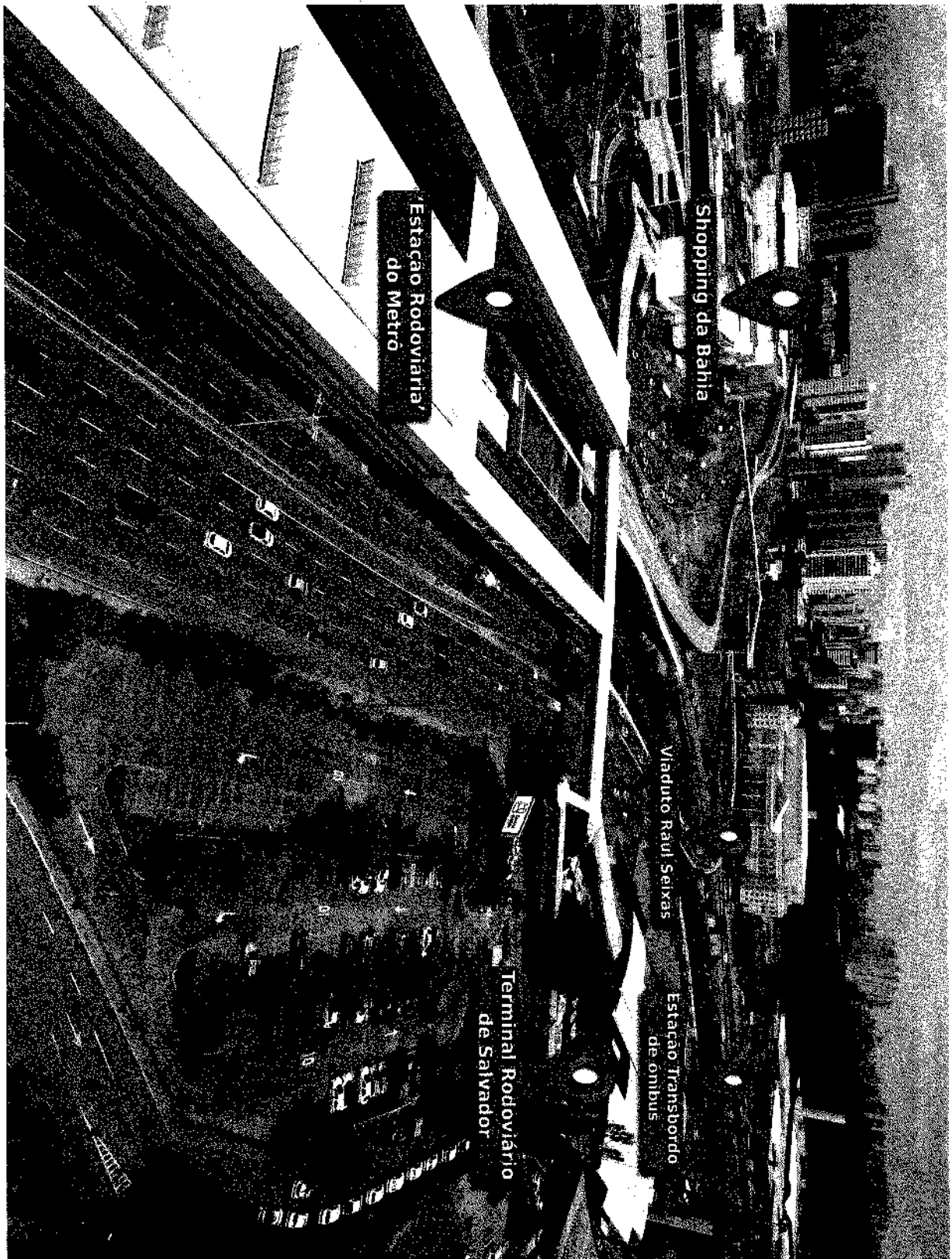
ESPECIFICAÇÕES:
360 INSERÇÕES/DIA
FUNCIONAMENTO DAS 6:00 AS 00:00H
FORMATO DO PAINEL: 9,00 X 3,00M

PRODUÇÃO DO VT:
10 SEGUNDOS
EXTENSÕES: MP4 OU AVI
RESOLUÇÃO 1800 X 600 PIXELS





[Handwritten signature]
CA



30 55

PROPOSTA COMERCIAL

MÍDIA	VINHETA	VALOR MENSAL TABELA	VALOR QUINZENAL TABELA
PAINEL DE LED SALVADOR	10"	R\$ 15.000,00	R\$ 9.000,00

- CONFECCÃO DE 01 VINHETA INCLUSA POR PAINEL.
- CONDIÇÃO DE PAGAMENTO: 30 DD.

PAINEL DE LED ESTRADA DO CÔCO LITORAL NORTE

LOCALIZAÇÃO:

RODOVIA BA 099 ESTRADA DO CÔCO - LITORAL NORTE
EM FRENTE AO COLÉGIO VILLA GLOBAL EDUCATION
CATU DE ABRANTES - CAMAÇARI SENTIDO
OUTLET PREMIUM / PRAIA DO FORTE.

FLUXO MÉDIO: 50 MIL VEÍCULOS/DIA

PÚBLICO: A,B,C

LOCALIZAÇÃO: 12°50'49,2"S 38°16'48,4"W

LINK GOOGLE MAPS:

[HTTPS://GOO.GL/MAPS/O2E3ZZXH82WVTNTW8](https://goo.gl/maps/O2E3ZZXH82WVTNTW8)

ESPECIFICAÇÕES:

360 INSERÇÕES/DIA

FUNCIONAMENTO DAS 6:00 AS 23:00H

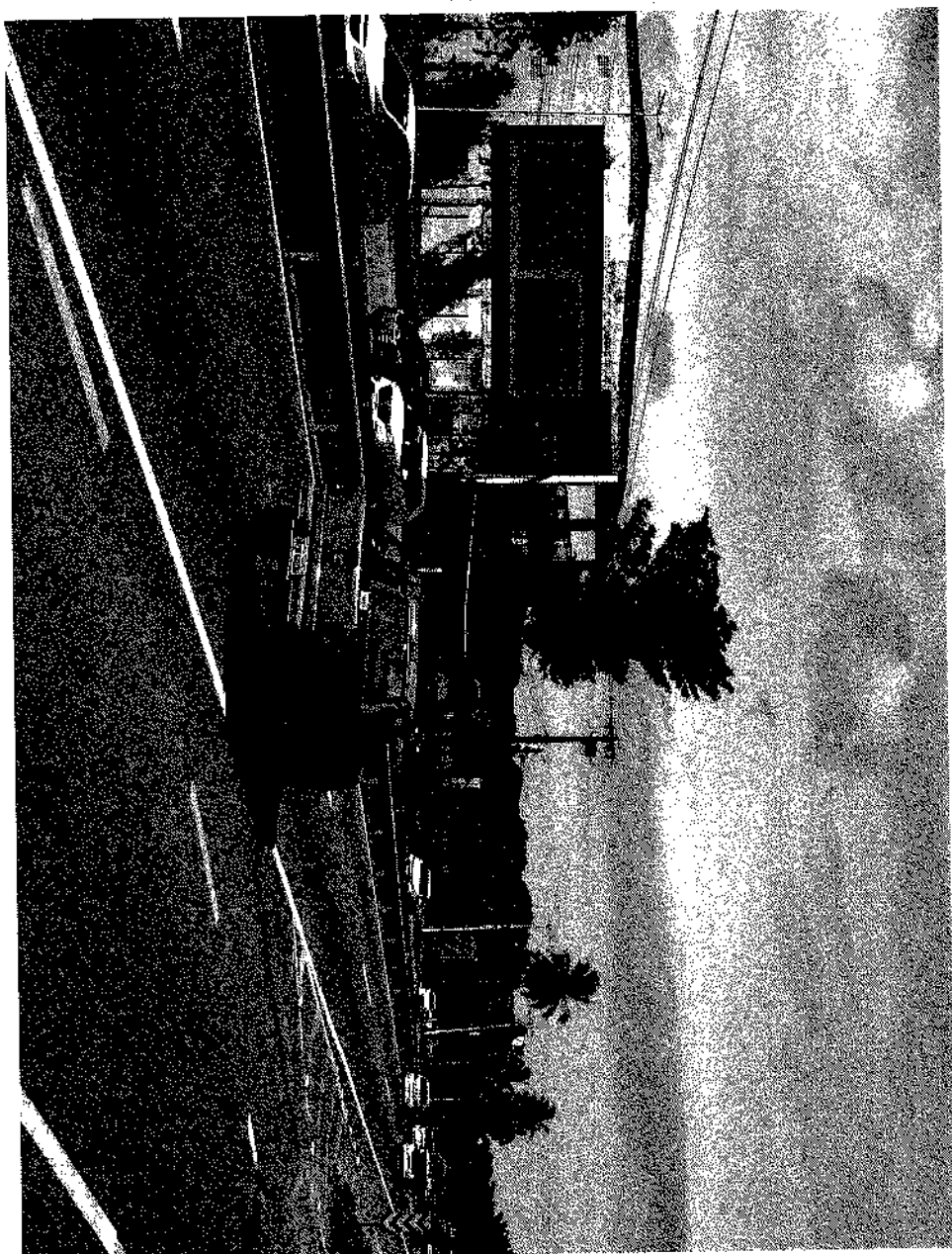
FORMATO DO PAINEL: 9,60 X 3,00M

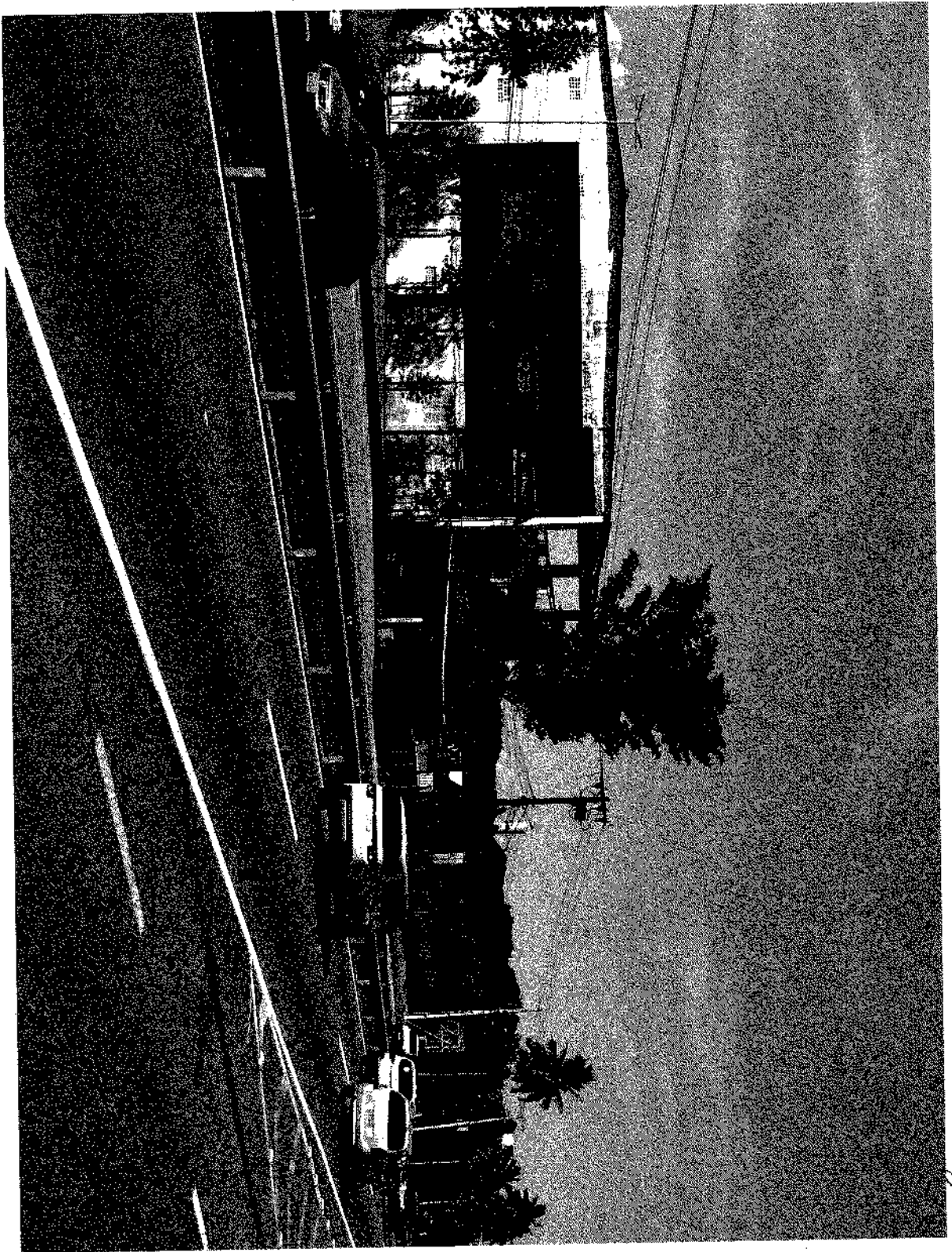
PRODUÇÃO DO VT:

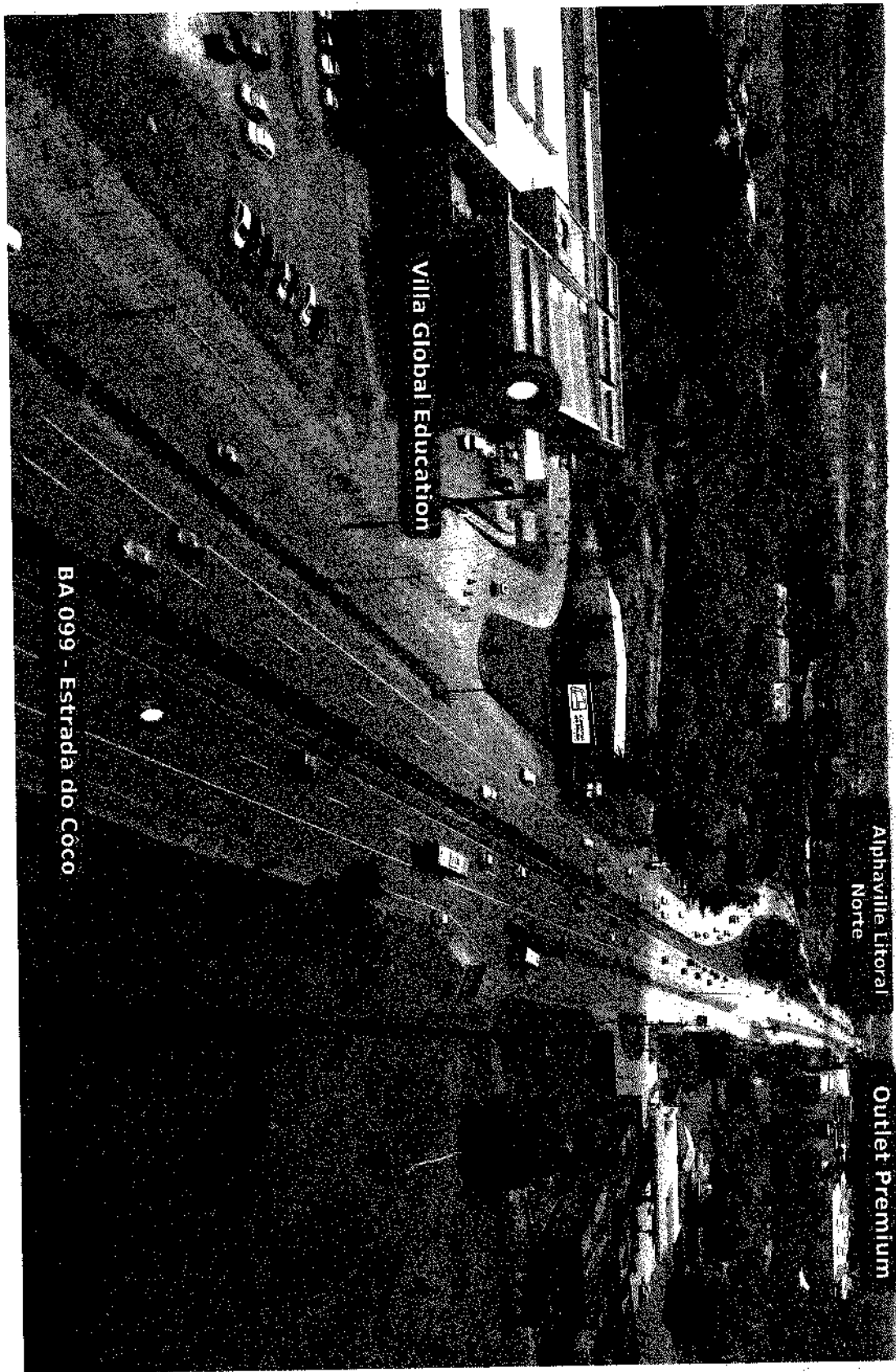
10 SEGUNDOS

EXTENSÕES: MP4 OU AVI

RESOLUÇÃO 1800 X 600 PIXELS







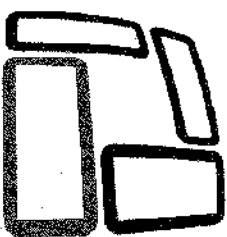
BA 099 - Estrada do Côco

PROPOSTA COMERCIAL


34


MÍDIA	VINHETA	VALOR MENSAL TABELA	VALOR QUINZENAL TABELA
PAINEL DE LED LITORAL NORTE	10"	R\$ 15.000,00	R\$ 9.000,00

- CONFEÇÃO DE 01 VINHETA INCLUSA POR PAINEL.
- CONDIÇÃO DE PAGAMENTO: 30 DD.



**Central
de Mídia**
S A L V A D O R



(71) 3271-3000



@centraldemidiasalvador

comercial@centraldemidiasalvador.com.br

[Handwritten signature]

[Handwritten initials]

TABELA DE PREÇO

PREÇO
TABELADO

Veiculação
Outdoor Simples (9x3m)

880,00

Veiculação
Outdoor Duplo (18x3m)

1.760,00

Veiculação
Outdoor Triplo (27x3m)

2.640,00

Veiculação
Painel Especial (13x6m)

1.760,00

37

[Handwritten signatures and initials]

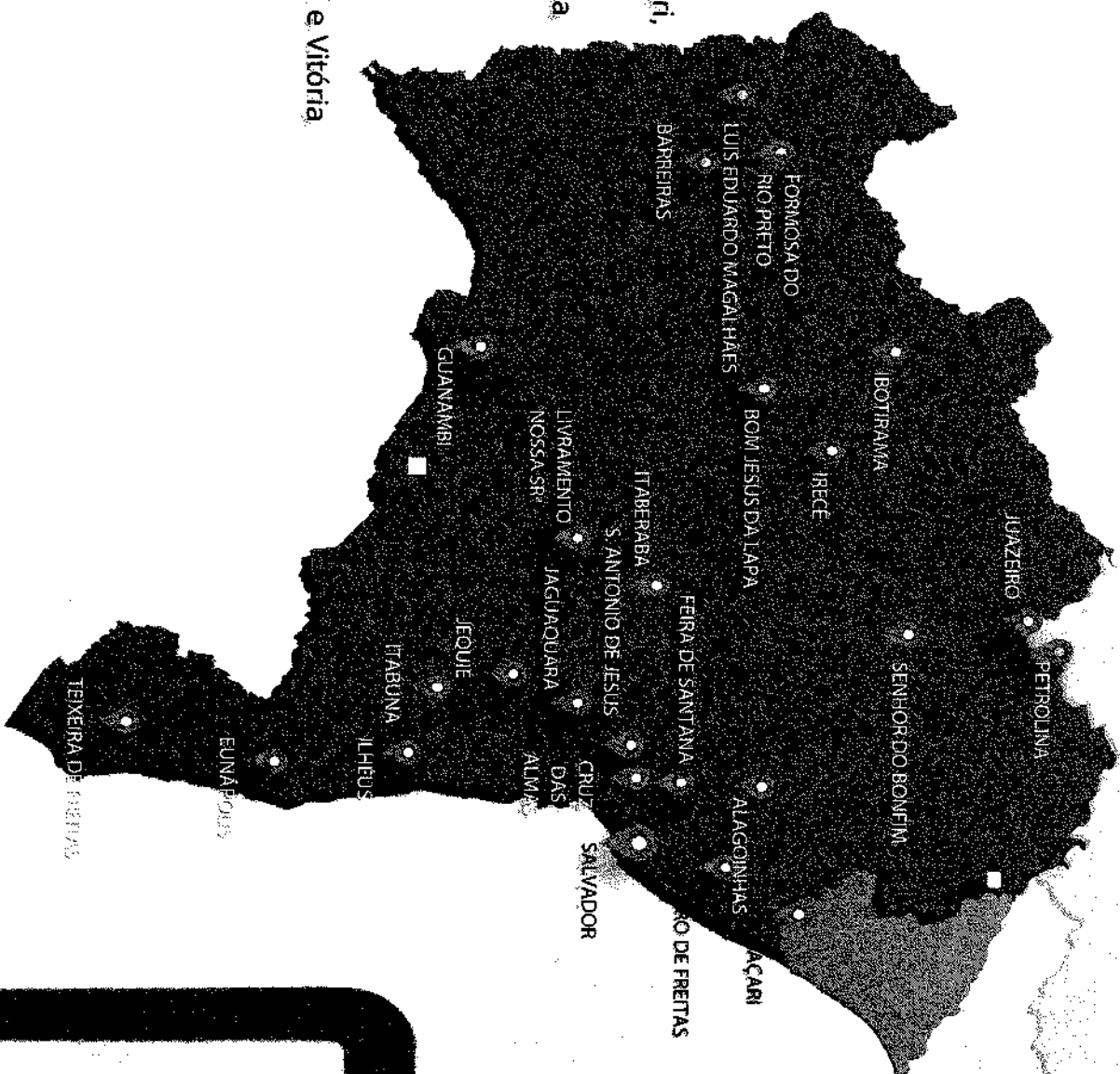


PAINEL DE LED

COBERTURA: BAHIA / PERNAMBUCO

MAPA DE COBERTURA

Bahia: Salvador, Lauro de Freitas, Litoral Norte, Camaçari, Feira de Santana, Alagoinhas, Cruz das Almas, Santo Antônio de Jesus, Jaguaquara, Livramento de Nossa Senhora, Jequié, Guanambi, Itabuna, Ilhéus, Eunápolis, Luís Eduardo Magalhães, Barreiras, Bom Jesus da Lapa, Irecê, Senhor do Bonfim, Juazeiro, Itaberaba, Ibotirama, Formosa do Rio Preto, Jacobina, Capim Grosso, Brumado, Riachão do Jacuípe, Paulo Afonso, Teixeira de Freitas, Ibicuí e Vitória da Conquista.



Pernambuco: Petrolina.

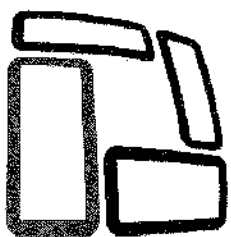
Handwritten signatures and marks at the top right of the page.

PROPOSTA COMERCIAL

MÍDIA	VINHETA	PERÍODO DE EXIBIÇÃO	VALOR UNITÁRIO TABELA
PAINEL DE LED INTERIOR BA.PE			
	10"	QUINZENAL	R\$ 4.000,00
	10"	MENSAL	R\$ 6.000,00

- CONFECCÃO DE 01 VINHETA INCLUSA POR PAINEL.
- CONDIÇÃO DE PAGAMENTO: 30 DD.





**Central
de Mídia**
S A L V A D O R



(71) 3271-3000



@centraldemidiasalvador

comercial@centraldemidiasalvador.com.br

Handwritten signatures and initials.

TABELA DE PREÇOS OUTDOOR

OUTDOOR - PRAÇA SALVADOR VALOR POR BI-SEMANA			
ROTEIRO PLACAS	SIMPLES	DÚPLA	TRÍPLA
PREMIUM ILUMINADA	R\$ 9.768,00	R\$ 25.542,00	R\$ 38.280,00
PREMIUM	R\$ 6.512,00	R\$ 17.028,00	R\$ 25.520,00
STANDARD ILUMINADA	R\$ 6.880,50	R\$ 17.919,00	R\$ 26.730,00
STANDARD	R\$ 4.587,00	R\$ 11.946,00	R\$ 17.828,00

OUTDOOR - PRAÇAS: LAURO DE FREITAS - SIMÕES FILHO - CAMAÇARI VALOR POR BI-SEMANA	
ROTEIRO PLACAS	REGIÃO METROPOLITANA DE SALVADOR
VALORES (R\$)/ CARTAZ SIMPLES	R\$ 2.310,00

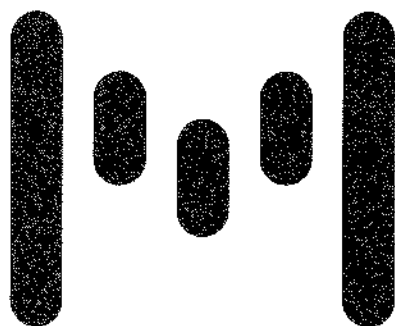
Av. Centenário, nº 2411, Condomínio Empresarial
Centenário, salas 405 a 407 - Salvador-BA.
www.impactooutdoor.com.br/impactooutdoor



Handwritten signature

Handwritten mark

Handwritten mark



METROPOLE

RADIO • JORNAL • WEB

TABELA AVULSA RÁDIO



PROGRAMA		HORÁRIO	15"	30"	45"	60"
Faixa Horária Rotativo **		06h às 17h	170,10	243,60	359,10	488,25
Determinado (fora dos jomais)		-	184,80	265,65	399,00	531,30
Seis em Ponto		06h às 07h	273,00	390,60	586,95	783,30
Bom Dia Metrópole		07h às 08h	273,00	390,60	586,95	783,30
Jornal da Bahia no Ar*		08h às 10h	389,55	556,50	834,75	1.114,05
Jornal da Metrópole no Ar		11h às 13h	216,30	310,80	466,20	621,60
Jornal da Cidade		17h às 19h	273,00	390,60	586,95	783,30
Indeterminado		-	106,05	152,25	229,95	306,60
Programas e Jornadas Esportivas		20h às 22h	361,20	391,65	-	-
Vinhetas e citações gravadas de 5" até 7" nos jomais e programas esportivos	80,00	-	-	-	-	-
Citações ao vivo de 5" até 7" nos jomais e programas esportivos	150,00	-	-	-	-	-
Citações 5"	60,00	-	-	-	-	-

Observações:

1. Jornal da Bahia no Ar retransmitido em cadeia para o interior do estado *
2. Não inclui os jomais de notícias **
3. Gravação de spot R\$ 200,00
4. Citações não são comercializadas separadamente.

Condições Gerais:

43

1. Prazo de pagamento: sob consulta
2. Cancelamento: por escrito e com 30 dias de antecedência
3. Testemunhal, merchandising e infocomerciais - sob consulta



METROPOLE

RADIO • JORNAL • WEB

71 3505-5022

COMERCIAL@RADIOMETROPOLE.COM.BR

9

10

11

12

preços globais

Listo válida para compras
realizadas em maio 2023

Preços válidos para maio 2023

Lista de preços válida para compras em maio 2023. A lista possui os programas previstos para os próximos quatro meses, podendo ocorrer mudanças de programação sem aviso prévio durante o ano.

Vigência da Lista de Preços

Os preços a serem faturados aos anunciantes correspondem àqueles descritos na tabela válida no momento da compra, respeitando os valores dos meses de exibição das mensagens publicitárias. Assim, os valores previstos nesta Lista de Preços serão faturados para os anunciantes quando se referirem às compras ocorridas exclusivamente dentro de seu período de vigência.

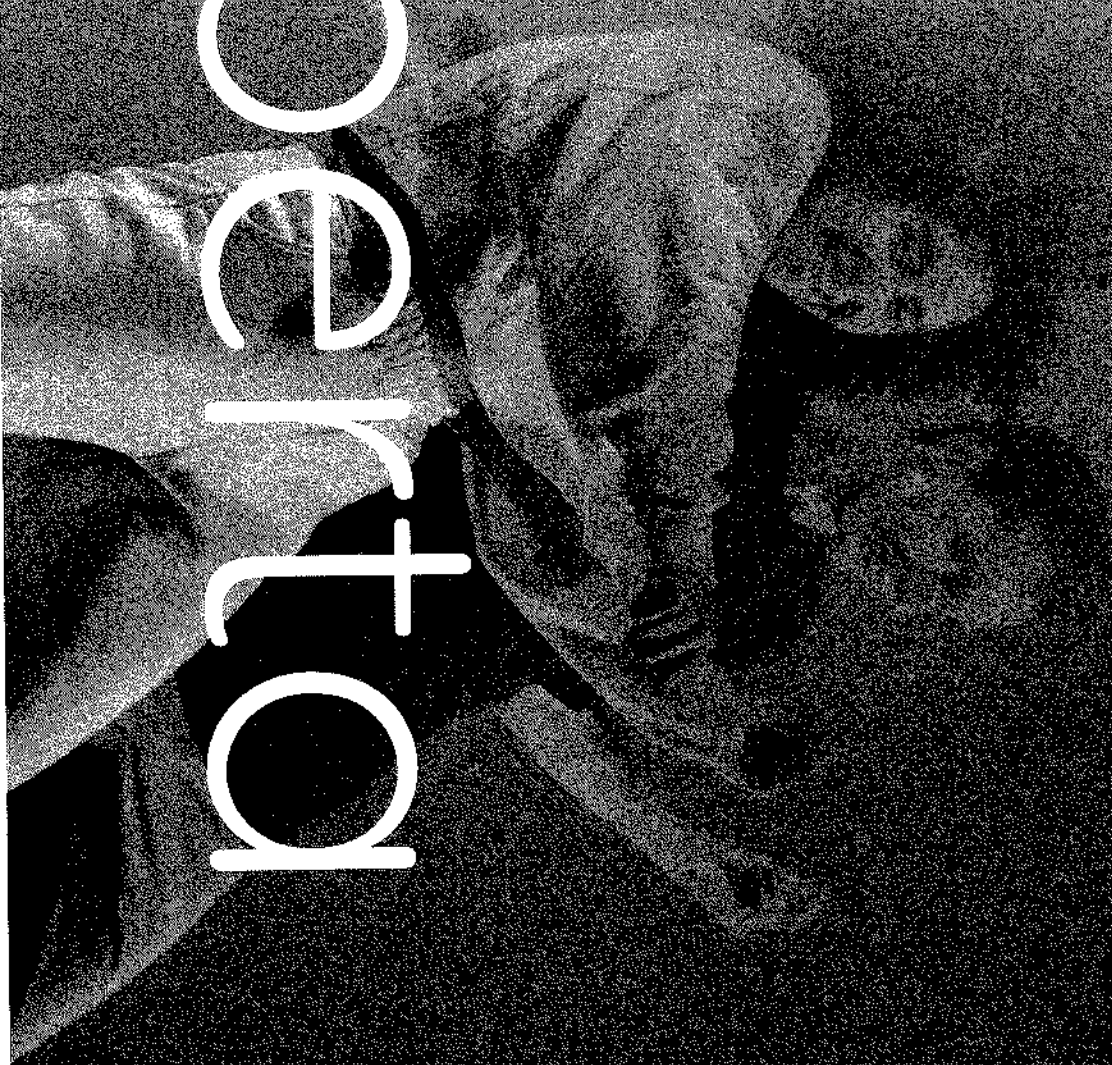
Caso a confirmação da compra ocorra após o término do período de vigência desta Lista de Preços, os valores a ser faturados corresponderão àqueles previstos na nova Lista de Preços, que sucederá a presente. Nesta hipótese, os valores serão automaticamente atualizados com base na nova Lista de Preços, mantidas inalterados os demais condições originais de negociação.

Lista de preços válida para compras realizadas em maio 2023.

Observações:

Alguns dos programas que constam na lista terão exibição somente em períodos específicos, ou seja, não serão exibidos durante o ano todo.

tv objecta



segundo o denunciante

48

nordeste

segunda e domingo

M01		M02		M03		M04		M05		M06		M07		M08		M09		M10		M11		M12		M13		M14		M15		M16		M17		M18		M19		M20		M21		M22		M23		M24		M25		M26		M27		M28		M29		M30		M31		M32		M33		M34		M35		M36		M37		M38		M39		M40		M41		M42		M43		M44		M45		M46		M47		M48		M49		M50		M51		M52		M53		M54		M55		M56		M57		M58		M59		M60		M61		M62		M63		M64		M65		M66		M67		M68		M69		M70		M71		M72		M73		M74		M75		M76		M77		M78		M79		M80		M81		M82		M83		M84		M85		M86		M87		M88		M89		M90		M91		M92		M93		M94		M95		M96		M97		M98		M99		M100		M101		M102		M103		M104		M105		M106		M107		M108		M109		M110		M111		M112		M113		M114		M115		M116		M117		M118		M119		M120		M121		M122		M123		M124		M125		M126		M127		M128		M129		M130		M131		M132		M133		M134		M135		M136		M137		M138		M139		M140		M141		M142		M143		M144		M145		M146		M147		M148		M149		M150		M151		M152		M153		M154		M155		M156		M157		M158		M159		M160		M161		M162		M163		M164		M165		M166		M167		M168		M169		M170		M171		M172		M173		M174		M175		M176		M177		M178		M179		M180		M181		M182		M183		M184		M185		M186		M187		M188		M189		M190		M191		M192		M193		M194		M195		M196		M197		M198		M199		M200		M201		M202		M203		M204		M205		M206		M207		M208		M209		M210		M211		M212		M213		M214		M215		M216		M217		M218		M219		M220		M221		M222		M223		M224		M225		M226		M227		M228		M229		M230		M231		M232		M233		M234		M235		M236		M237		M238		M239		M240		M241		M242		M243		M244		M245		M246		M247		M248		M249		M250		M251		M252		M253		M254		M255		M256		M257		M258		M259		M260		M261		M262		M263		M264		M265		M266		M267		M268		M269		M270		M271		M272		M273		M274		M275		M276		M277		M278		M279		M280		M281		M282		M283		M284		M285		M286		M287		M288		M289		M290		M291		M292		M293		M294		M295		M296		M297		M298		M299		M300		M301		M302		M303		M304		M305		M306		M307		M308		M309		M310		M311		M312		M313		M314		M315		M316		M317		M318		M319		M320		M321		M322		M323		M324		M325		M326		M327		M328		M329		M330		M331		M332		M333		M334		M335		M336		M337		M338		M339		M340		M341		M342		M343		M344		M345		M346		M347		M348		M349		M350		M351		M352		M353		M354		M355		M356		M357		M358		M359		M360		M361		M362		M363		M364		M365		M366		M367		M368		M369		M370		M371		M372		M373		M374		M375		M376		M377		M378		M379		M380		M381		M382		M383		M384		M385		M386		M387		M388		M389		M390		M391		M392		M393		M394		M395		M396		M397		M398		M399		M400		M401		M402		M403		M404		M405		M406		M407		M408		M409		M410		M411		M412		M413		M414		M415		M416		M417		M418		M419		M420		M421		M422		M423		M424		M425		M426		M427		M428		M429		M430		M431		M432		M433		M434		M435		M436		M437		M438		M439		M440		M441		M442		M443		M444		M445		M446		M447		M448		M449		M450		M451		M452		M453		M454		M455		M456		M457		M458		M459		M460		M461		M462		M463		M464		M465		M466		M467		M468		M469		M470		M471		M472		M473		M474		M475		M476		M477		M478		M479		M480		M481		M482		M483		M484		M485		M486		M487		M488		M489		M490		M491		M492		M493		M494		M495		M496		M497		M498		M499		M500		M501		M502		M503		M504		M505		M506		M507		M508		M509		M510		M511		M512		M513		M514		M515		M516		M517		M518		M519		M520		M521		M522		M523		M524		M525		M526		M527		M528		M529		M530		M531		M532		M533		M534		M535		M536		M537		M538		M539		M540		M541		M542		M543		M544		M545		M546		M547		M548		M549		M550		M551		M552		M553		M554		M555		M556		M557		M558		M559		M560		M561		M562		M563		M564		M565		M566		M567		M568		M569		M570		M571		M572		M573		M574		M575		M576		M577		M578		M579		M580		M581		M582		M583		M584		M585		M586		M587		M588		M589		M590		M591		M592		M593		M594		M595		M596		M597		M598		M599		M600		M601		M602		M603		M604		M605		M606		M607		M608		M609		M610		M611		M612		M613		M614		M615		M616		M617		M618		M619		M620		M621		M622		M623		M624		M625		M626		M627		M628		M629		M630		M631		M632		M633		M634		M635		M636		M637		M638		M639		M640		M641		M642		M643		M644		M645		M646		M647		M648		M649		M650		M651		M652		M653		M654		M655		M656		M657		M658		M659		M660		M661		M662		M663		M664		M665		M666		M667		M668		M669		M670		M671		M672		M673		M674		M675		M676		M677		M678		M679		M680		M681		M682		M683		M684		M685		M686		M687		M688		M689		M690		M691		M692		M693		M694		M695		M696		M697		M698		M699		M700		M701		M702		M703		M704		M705		M706		M707		M708		M709		M710		M711		M712		M713		M714		M715		M716		M717		M718		M719		M720		M721		M722		M723		M724		M725		M726		M727		M728		M729		M730		M731		M732		M733		M734		M735		M736		M737		M738		M739		M740		M741		M742		M743		M744		M745		M746		M747		M748		M749		M750		M751		M752		M753		M754		M755		M756		M757		M758		M759		M760		M761		M762		M763		M764		M765		M766		M767		M768		M769		M770		M771		M772		M773		M774		M775		M776		M777		M778		M779		M780		M781		M782		M783		M784		M785		M786		M787		M788		M789		M790		M791		M792		M793		M794		M795		M796		M797		M798		M799		M800		M801		M802		M803		M804		M805		M806		M807		M808		M809		M810		M811		M812		M813		M814		M815		M816		M817		M818		M819		M820		M821		M822		M823		M824		M825		M826		M827		M828		M829		M830		M831		M832		M833		M834		M835		M836		M837		M838		M839		M840		M841		M842		M843		M844		M845		M846		M847		M848		M849		M850		M851		M852		M853		M854		M855		M856		M857		M858		M859		M860		M861		M862		M863		M864		M865		M866		M867		M868		M869		M870		M871		M872		M873		M874		M875		M876		M877		M878		M879		M880		M881		M882		M883		M884		M885		M886		M887		M888		M889		M890		M891		M892		M893		M894		M895		M896		M897		M898		M899		M900		M901		M902		M903		M904		M905		M906		M907		M908		M909		M910		M911		M912		M913		M914		M915		M916		M917		M918		M919		M920		M921		M922		M923		M924		M925		M926		M927		M928		M929		M930		M931		M932		M933		M934		M935		M936		M937		M938		M939		M940		M941		M942		M943		M944		M945		M946		M947		M948		M949		M950		M951		M952		M953		M954		M955		M956		M957		M958		M959		M960		M961		M962		M963		M964		M965		M966		M967		M968		M969		M970		M971		M972		M973		M974		M975		M976		M977		M978		M979		M980		M981		M982		M983		M984		M985		M986		M987		M988		M989		M990		M991		M992		M993		M994		M995		M996		M997		M998		M999		M1000		M1001		M1002		M1003		M1004		M1005		M1006		M1007		M1008		M1009		M1010		M1011		M1012		M1013		M1014		M1015		M1016		M1017		M1018		M1019		M1020		M1021		M1022		M1023		M1024		M1025		M1026		M1027		M1028		M1029		M1030		M1031		M1032		M1033		M1034		M1035		M1036		M1037	
-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	-----	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--

sábado

Category	Sub-Category	Metric	Quarterly Data (Q1-Q4)												Annual Total	Avg. Value	Trend
			Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4			
Sales	Product A	Revenue	100	120	110	130	460	115	135	125	145	520	126	1260	126	Up	
		Units Sold	800	900	850	950	3500	880	980	920	1000	3780	945	3780	945	Stable	
		Profit	20	25	22	28	95	22	27	24	30	103	25.75	103	25.75	Up	
		Customer Sat.	4.5	4.6	4.4	4.7	4.55	4.6	4.5	4.8	4.575	4.625	4.575	4.625	4.6	Stable	
Sales	Product B	Revenue	150	180	160	190	680	165	195	175	205	740	185	740	185	Up	
		Units Sold	1200	1400	1300	1500	5400	1250	1450	1350	1550	5600	1400	5600	1400	Stable	
		Profit	30	35	32	38	135	33	37	34	40	144	35.5	144	35.5	Up	
		Customer Sat.	4.2	4.3	4.1	4.4	4.25	4.3	4.2	4.5	4.325	4.375	4.325	4.375	4.35	Stable	
Sales	Product C	Revenue	200	220	210	230	860	210	230	220	240	900	225	900	225	Up	
		Units Sold	1600	1800	1700	1900	7000	1650	1850	1750	1950	7250	1812.5	7250	1812.5	Stable	
		Profit	40	45	42	48	175	42	47	44	50	183	45.75	183	45.75	Up	
		Customer Sat.	4.3	4.4	4.2	4.5	4.35	4.4	4.3	4.6	4.425	4.475	4.425	4.475	4.45	Stable	
Sales	Product D	Revenue	250	280	260	290	1080	260	290	270	300	1120	280	1120	280	Up	
		Units Sold	2000	2200	2100	2300	8600	2050	2250	2150	2350	8700	2175	8700	2175	Stable	
		Profit	50	55	52	58	215	52	57	54	60	223	55.75	223	55.75	Up	
		Customer Sat.	4.4	4.5	4.3	4.6	4.45	4.5	4.4	4.7	4.525	4.575	4.525	4.575	4.55	Stable	
Sales	Product E	Revenue	300	320	310	330	1260	310	330	320	340	1300	325	1300	325	Up	
		Units Sold	2400	2600	2500	2700	10200	2450	2650	2550	2750	10350	2562.5	10350	2562.5	Stable	
		Profit	60	65	62	68	255	62	67	64	70	263	65.75	263	65.75	Up	
		Customer Sat.	4.5	4.6	4.4	4.7	4.55	4.6	4.5	4.8	4.575	4.625	4.575	4.625	4.6	Stable	
Sales	Product F	Revenue	350	380	360	390	1480	360	390	370	400	1520	380	1520	380	Up	
		Units Sold	2800	3000	2900	3100	11800	2850	3050	2950	3150	11950	2962.5	11950	2962.5	Stable	
		Profit	70	75	72	78	295	72	77	74	80	303	75.75	303	75.75	Up	
		Customer Sat.	4.6	4.7	4.5	4.8	4.65	4.7	4.6	4.9	4.675	4.725	4.675	4.725	4.7	Stable	
Sales	Product G	Revenue	400	420	410	430	1660	410	430	420	440	1700	415	1700	415	Up	
		Units Sold	3200	3400	3300	3500	13400	3250	3450	3350	3550	13550	3362.5	13550	3362.5	Stable	
		Profit	80	85	82	88	345	82	87	84	90	353	86.75	353	86.75	Up	
		Customer Sat.	4.7	4.8	4.6	4.9	4.75	4.8	4.7	5.0	4.775	4.825	4.775	4.825	4.8	Stable	
Sales	Product H	Revenue	450	480	460	490	1880	460	490	470	500	1920	475	1920	475	Up	
		Units Sold	3600	3800	3700	3900	15000	3650	3850	3750	3950	15150	3762.5	15150	3762.5	Stable	
		Profit	90	95	92	98	375	92	97	94	100	383	95.75	383	95.75	Up	
		Customer Sat.	4.8	4.9	4.7	5.0	4.85	4.9	4.8	5.1	4.875	4.925	4.875	4.925	4.9	Stable	
Sales	Product I	Revenue	500	520	510	530	2060	510	530	520	540	2060	515	2060	515	Up	
		Units Sold	4000	4200	4100	4300	16600	4050	4250	4150	4350	16750	4162.5	16750	4162.5	Stable	
		Profit	100	105	102	108	415	102	107	104	110	423	105.75	423	105.75	Up	
		Customer Sat.	4.9	5.0	4.8	5.1	4.95	5.0	4.9	5.2	4.975	5.025	4.975	5.025	5.0	Stable	
Sales	Product J	Revenue	550	580	560	590	2280	560	590	570	600	2280	565	2280	565	Up	
		Units Sold	4400	4600	4500	4700	18200	4450	4650	4550	4750	18400	4562.5	18400	4562.5	Stable	
		Profit	110	115	112	118	455	112	117	114	120	457	114.75	457	114.75	Up	
		Customer Sat.	5.0	5.1	4.9	5.2	5.05	5.1	5.0	5.3	5.075	5.125	5.075	5.125	5.1	Stable	
Sales	Product K	Revenue	600	620	610	630	2460	610	630	620	640	2460	615	2460	615	Up	
		Units Sold	4800	5000	4900	5100	19800	4850	5050	4950	5150	19950	4962.5	19950	4962.5	Stable	
		Profit	120	125	122	128	495	122	127	124	130	497	124.75	497	124.75	Up	
		Customer Sat.	5.1	5.2	5.0	5.3	5.15	5.2	5.1	5.4	5.175	5.225	5.175	5.225	5.2	Stable	
Sales	Product L	Revenue	650	680	660	690	2680	660	690	670	700	2680	665	2680	665	Up	
		Units Sold	5200	5400	5300	5500	21400	5250	5450	5350	5550	21550	5362.5	21550	5362.5	Stable	
		Profit	130	135	132	138	535	132	137	134	140	537	134.75	537	134.75	Up	
		Customer Sat.	5.2	5.3	5.1	5.4	5.25	5.3	5.2	5.5	5.275	5.325	5.275	5.325	5.3	Stable	
Sales	Product M	Revenue	700	720	710	730	2860	710	730	720	740	2860	715	2860	715	Up	
		Units Sold	5600	5800	5700	5900	23000	5650	5850	5750	5950	23150	5762.5	23150	5762.5	Stable	
		Profit	140	145	142	148	575	142	147	144	150	577	144.75	577	144.75	Up	
		Customer Sat.	5.3	5.4	5.2	5.5	5.35	5.4	5.3	5.6	5.375	5.425	5.375	5.425	5.4	Stable	
Sales	Product N	Revenue	750	780	760	790	3080	760	790	770	800	3080	765	3080	765	Up	
		Units Sold	6000	6200	6100	6300	24600	6050	6250	6150	6350	24750	6162.5	24750	6162.5	Stable	
		Profit	150	155	152	158	625	152	157	154	160	627	154.75	627	154.75	Up	
		Customer Sat.	5.4	5.5	5.3	5.6	5.45	5.5	5.4	5.7	5.475	5.525	5.475	5.525	5.5	Stable	
Sales	Product O	Revenue	800	820	810	830	3260	810	830	820	840	3260	815	3260	815	Up	
		Units Sold	6400	6600	6500	6700	26200	6450	6650	6550	6750	26350	6562.5	26350	6562.5	Stable	
		Profit	160	165	162	168	665	162	167	164	170	667	166.75	667	166.75	Up	
		Customer Sat.	5.5	5.6	5.4	5.7	5.55	5.6	5.5	5.8	5.575	5.625	5.575	5.625	5.6	Stable	
Sales	Product P	Revenue	850	880	860	890	3440	860	890	870	900	3440	865	3440	865	Up	
		Units Sold	6800	7000	6900	7100	27800	6850	7050	6950	7150	27950	6962.5	27950	6962.5	Stable	
		Profit	170	175	172	178	705	172	177	174	180	707	174.75	707	174.75	Up	
		Customer Sat.	5.6	5.7	5.5	5.8	5.65	5.7	5.6	5.9	5.675	5.725	5.675	5.725	5.7	Stable	
Sales	Product Q	Revenue	900	920	910	930	3620	910	930	920	940	3620	915	3620	915	Up	
		Units Sold	7200	7400	7300	7500	29400	7250	7450	7350	7550	29550	7362.5	29550	7362.5	Stable	
		Profit	180	185	182	188	755	182	187	184	190	757	186.75	757	186.75	Up	
		Customer Sat.	5.7	5.8	5.6	5.9	5.75	5.8	5.7	6.0	5.775	5.825	5.775	5.825	5.8	Stable	
Sales	Product R	Revenue	950	980	960	990	3800	960	990	970	1000	3800	965	3800	965	Up	
		Units Sold	7600	7800	7700	7900	31000	7650	7850	7750	7950	31150	7762.5	31150	7762.5	Stable	
		Profit	190	195	192	198	785	192	197	194	200	787	194.75	787	194.75	Up	
		Customer Sat.	5.8	5.9	5.7	6.0	5.85	5.9	5.8	6.1	5.875	5.925	5.875	5.925	5.9	Stable	
Sales	Product S	Revenue	1000	1020	1010	1030	3980	1010	1030	1020	1040	3980	1015	3980	1015	Up	
		Units Sold	8000	8200	8100	8300	32600	8050	8250	8150	8350	32750	8162.5	32750	8162.5	Stable	
		Profit	200	205	202	208	815	202	207	204	210	817	204.75	817	204.75	Up	
		Customer Sat.	5.9	6.0	5.8	6.1	5.95	6.0	5.9	6.2	5.975	6.025	5.975	6.025	6.0	Stable	
Sales	Product T	Revenue	1050	1080	1060	1090	4160	1060	1090	1070	1100	4160	1065	4160	1065	Up	
		Units Sold	8400	8600	8500	8700	34000	8450	8650	8550	8750	34150	8462.5	34150	8462.5	Stable	
		Profit	210	215	212	218	845	212	217	214	220	847	214.75	847	214.75	Up	
		Customer Sat.	6.0	6.1	5.9	6.2	6.05	6.1	6.0	6.3	6.075	6.125	6.075	6.125	6.1	Stable	
Sales	Product U	Revenue	1100	1120	1110	1130	4340	1110	1130	1120	1140	4340	1115	4340	1115	Up	
		Units Sold	8800	9000	8900	9100	35400	8850	9050	8950	9150	35550	8862.5	35550	8862.5	Stable	
		Profit	220	225	222	228	875	222	227	224	230	877	224.75	877	224.75	Up	
		Customer Sat.	6.1	6.2	6.0	6.3	6.15	6.2	6.1	6.4	6.175	6.225	6.175	6.225	6.2	Stable	
Sales	Product V	Revenue	1150	1180	1160	1190	4520	1160	1190	1170	1200	4520	1165	4520	1165	Up	
		Units Sold	9200	9400	9300	9500	37400	9250	9450	9350	9550	37550	9262.5	37550	9262.5	Stable	
		Profit	230	235	232	238	905	232	237	234	240	907	234.75	907	234.75	Up	
		Customer Sat.	6.2	6.3	6.1	6.4	6.25	6.3	6.2	6.5	6.275	6.325	6.275	6.325	6.3	Stable	
Sales	Product W	Revenue	1200	1220	1210	1230	4700	1210	1230	1220	1240	4700	1215	4700	1215	Up	
		Units Sold	9600	9800	9700	9900	39400	9650	9850	9750	9950	39550	9662.5	39550	9662.5	Stable	
		Profit	240	245	242	248	935	242	247	244	250	937	244.75				

nordeste

domingo

RACIA		08-30		09-30		10-30		11-30		12-30		13-30		14-30		15-30		16-30		17-30		18-30		19-30		20-30		21-30		22-30		23-30		24-30		25-30		26-30		27-30		28-30		29-30		30-30		31-30		32-30		33-30		34-30		35-30		36-30		37-30		38-30		39-30		40-30		41-30		42-30		43-30		44-30		45-30		46-30		47-30		48-30		49-30		50-30		51-30		52-30		53-30		54-30		55-30		56-30		57-30		58-30		59-30		60-30		61-30		62-30		63-30		64-30		65-30		66-30		67-30		68-30		69-30		70-30		71-30		72-30		73-30		74-30		75-30		76-30		77-30		78-30		79-30		80-30		81-30		82-30		83-30		84-30		85-30		86-30		87-30		88-30		89-30		90-30		91-30		92-30		93-30		94-30		95-30		96-30		97-30		98-30		99-30		100-30		101-30		102-30		103-30		104-30		105-30		106-30		107-30		108-30		109-30		110-30		111-30		112-30		113-30		114-30		115-30		116-30		117-30		118-30		119-30		120-30		121-30		122-30		123-30		124-30		125-30		126-30		127-30		128-30		129-30		130-30		131-30		132-30		133-30		134-30		135-30		136-30		137-30		138-30		139-30		140-30		141-30		142-30		143-30		144-30		145-30		146-30		147-30		148-30		149-30		150-30		151-30		152-30		153-30		154-30		155-30		156-30		157-30		158-30		159-30		160-30		161-30		162-30		163-30		164-30		165-30		166-30		167-30		168-30		169-30		170-30		171-30		172-30		173-30		174-30		175-30		176-30		177-30		178-30		179-30		180-30		181-30		182-30		183-30		184-30		185-30		186-30		187-30		188-30		189-30		190-30		191-30		192-30		193-30		194-30		195-30		196-30		197-30		198-30		199-30		200-30		201-30		202-30		203-30		204-30		205-30		206-30		207-30		208-30		209-30		210-30		211-30		212-30		213-30		214-30		215-30		216-30		217-30		218-30		219-30		220-30		221-30		222-30		223-30		224-30		225-30		226-30		227-30		228-30		229-30		230-30		231-30		232-30		233-30		234-30		235-30		236-30		237-30		238-30		239-30		240-30		241-30		242-30		243-30		244-30		245-30		246-30		247-30		248-30		249-30		250-30		251-30		252-30		253-30		254-30		255-30		256-30		257-30		258-30		259-30		260-30		261-30		262-30		263-30		264-30		265-30		266-30		267-30		268-30		269-30		270-30		271-30		272-30		273-30		274-30		275-30		276-30		277-30		278-30		279-30		280-30		281-30		282-30		283-30		284-30		285-30		286-30		287-30		288-30		289-30		290-30		291-30		292-30		293-30		294-30		295-30		296-30		297-30		298-30		299-30		300-30		301-30		302-30		303-30		304-30		305-30		306-30		307-30		308-30		309-30		310-30		311-30		312-30		313-30		314-30		315-30		316-30		317-30		318-30		319-30		320-30		321-30		322-30		323-30		324-30		325-30		326-30		327-30		328-30		329-30		330-30		331-30		332-30		333-30		334-30		335-30		336-30		337-30		338-30		339-30		340-30		341-30		342-30		343-30		344-30		345-30		346-30		347-30		348-30		349-30		350-30		351-30		352-30		353-30		354-30		355-30		356-30		357-30		358-30		359-30		360-30		361-30		362-30		363-30		364-30		365-30		366-30		367-30		368-30		369-30		370-30		371-30		372-30		373-30		374-30		375-30		376-30		377-30		378-30		379-30		380-30		381-30		382-30		383-30		384-30		385-30		386-30		387-30		388-30		389-30		390-30		391-30		392-30		393-30		394-30		395-30		396-30		397-30		398-30		399-30		400-30		401-30		402-30		403-30		404-30		405-30		406-30		407-30		408-30		409-30		410-30		411-30		412-30		413-30		414-30		415-30		416-30		417-30		418-30		419-30		420-30		421-30		422-30		423-30		424-30		425-30		426-30		427-30		428-30		429-30		430-30		431-30		432-30		433-30		434-30		435-30		436-30		437-30		438-30		439-30		440-30		441-30		442-30		443-30		444-30		445-30		446-30		447-30		448-30		449-30		450-30		451-30		452-30		453-30		454-30		455-30		456-30		457-30		458-30		459-30		460-30		461-30		462-30		463-30		464-30		465-30		466-30		467-30		468-30		469-30		470-30		471-30		472-30		473-30		474-30		475-30		476-30		477-30		478-30		479-30		480-30		481-30		482-30		483-30		484-30		485-30		486-30		487-30		488-30		489-30		490-30		491-30		492-30		493-30		494-30		495-30		496-30		497-30		498-30		499-30		500-30		501-30		502-30		503-30		504-30		505-30		506-30		507-30		508-30		509-30		510-30		511-30		512-30		513-30		514-30		515-30		516-30		517-30		518-30		519-30		520-30		521-30		522-30		523-30		524-30		525-30		526-30		527-30		528-30		529-30		530-30		531-30		532-30		533-30		534-30		535-30		536-30		537-30		538-30		539-30		540-30		541-30		542-30		543-30		544-30		545-30		546-30		547-30		548-30		549-30		550-30		551-30		552-30		553-30		554-30		555-30		556-30		557-30		558-30		559-30		560-30		561-30		562-30		563-30		564-30		565-30		566-30		567-30		568-30		569-30		570-30		571-30		572-30		573-30		574-30		575-30		576-30		577-30		578-30		579-30		580-30		581-30		582-30		583-30		584-30		585-30		586-30		587-30		588-30		589-30		590-30		591-30		592-30		593-30		594-30		595-30		596-30		597-30		598-30		599-30		600-30		601-30		602-30		603-30		604-30		605-30		606-30		607-30		608-30		609-30		610-30		611-30		612-30		613-30		614-30		615-30		616-30		617-30		618-30		619-30		620-30		621-30		622-30		623-30		624-30		625-30		626-30		627-30		628-30		629-30		630-30		631-30		632-30		633-30		634-30		635-30		636-30		637-30		638-30		639-30		640-30		641-30		642-30		643-30		644-30		645-30		646-30		647-30		648-30		649-30		650-30		651-30		652-30		653-30		654-30		655-30		656-30		657-30		658-30		659-30		660-30		661-30		662-30		663-30		664-30		665-30		666-30		667-30		668-30		669-30		670-30		671-30		672-30		673-30		674-30		675-30		676-30		677-30		678-30		679-30		680-30		681-30		682-30		683-30		684-30		685-30		686-30		687-30		688-30		689-30		690-30		691-30		692-30		693-30		694-30		695-30		696-30		697-30		698-30		699-30		700-30		701-30		702-30		703-30		704-30		705-30		706-30		707-30		708-30		709-30		710-30		711-30		712-30		713-30		714-30		715-30		716-30		717-30		718-30		719-30		720-30		721-30		722-30		723-30		724-30		725-30		726-30		727-30		728-30		729-30		730-30		731-30		732-30		733-30		734-30		735-30		736-30		737-30		738-30		739-30		740-30		741-30		742-30		743-30		744-30		745-30		746-30		747-30		748-30		749-30		750-30		751-30		752-30		753-30		754-30		755-30		756-30		757-30		758-30		759-30		760-30		761-30		762-30		763-30		764-30		765-30		766-30		767-30		768-30		769-30		770-30		771-30		772-30		773-30		774-30		775-30		776-30		777-30		778-30		779-30		780-30		781-30		782-30		783-30		784-30		785-30		786-30		787-30		788-30		789-30		790-30		791-30		792-30		793-30		794-30		795-30		796-30		797-30		798-30		799-30		800-30		801-30		802-30		803-30		804-30		805-30		806-30		807-30		808-30		809-30		810-30		811-30		812-30		813-30		814-30		815-30		816-30		817-30		818-30		819-30		820-30		821-30		822-30		823-30		824-30		825-30		826-30		827-30		828-30		829-30		830-30		831-30		832-30		833-30		834-30		835-30		836-30		837-30		838-30		839-30		840-30		841-30		842-30		843-30		844-30		845-30		846-30		847-30		848-30		849-30		850-30		851-30		852-30		853-30		854-30		855-30		856-30		857-30		858-30		859-30		860-30		861-30		862-30		863-30		864-30		865-30		866-30		867-30		868-30		869-30		870-30		871-30		872-30		873-30		874-30		875-30		876-30		877-30		878-30		879-30		880-30		881-30		882-30		883-30		884-30		885-30		886-30		887-30		888-30		889-30		890-30		891-30		892-30		893-30		894-30		895-30		896-30		897-30	
-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--	--------	--

52

52

$$\begin{aligned} \mathcal{H}_{\text{eff}} = & \frac{1}{2} \sum_{\mathbf{k}} \left(\frac{1}{2} \left(\frac{d\mathbf{r}}{dt} \right)^2 + \frac{1}{2} \left(\frac{d\mathbf{p}}{dt} \right)^2 \right) + \frac{1}{2} \sum_{\mathbf{k}} \left(\frac{1}{2} \left(\frac{d\mathbf{r}}{dt} \right)^2 + \frac{1}{2} \left(\frac{d\mathbf{p}}{dt} \right)^2 \right) \\ & + \frac{1}{2} \sum_{\mathbf{k}} \left(\frac{1}{2} \left(\frac{d\mathbf{r}}{dt} \right)^2 + \frac{1}{2} \left(\frac{d\mathbf{p}}{dt} \right)^2 \right) + \frac{1}{2} \sum_{\mathbf{k}} \left(\frac{1}{2} \left(\frac{d\mathbf{r}}{dt} \right)^2 + \frac{1}{2} \left(\frac{d\mathbf{p}}{dt} \right)^2 \right) \end{aligned}$$

54

54

W. S. Kuo and J. C. Yeh, *Journal of Polymer Science: Part A: Polymer Chemistry*, **19**, 1135 (1981).

ದೊರಗಿಲ್ಲ

GRCC

42

programação local nordeste

Sáb	06:50	Show	CONE	Conexão Bahia	2.155	1.045	1.110	263	270	234	160	118				
Sáb	07:20	Jornalismo	BOKS	Bom Dia Sábado	2.430	1.098	1.332	316	270	234	160	118				
Sáb	14:10	Show	MOSA	Mosako Baiano	8.422	3.108	5.314	993	680	695	361	379				
Dom	07:30	Rural	RURA	Programa Rural (a)	3.025	1.382	1.643	424	268	282	245	163				
Sáb	14:10	Viagem e Turismo	PTCE	# Partiu												
Sáb	14:35	Show	LIGA	Sa Ligo Verdes Mares												
Sáb	12:00	Jornalismo	ESPE	Espaço PE	4.058	998	3.060	699	299							
Sáb	06:50	Entretenimento	MIBO	Mistura Boa												
Sáb	14:00	Entretenimento	VDES	Vamos Descobrir												
					4.237	3.844	393									

Sáb	06:50	Reportagem	RMIR	Repórter Mirante	1.327	548	779	235	93	220						
Sáb	14:10	Show	DAQI	Daqui	2.004	614	1.390	286	91	237						
Dom	07:30	Rural	RURA	Programa Rural (b)	1.429	619	810	311	94	214						
Sáb	06:50	Reportagem	RESE	Resenhas do RN												
Sáb	14:10	Viagem e Turismo	ROTV	Rota Inter TV												
Dom	07:30	Rural	IRUR	Inter TV Rural												
Seg/Dom	02:15		FMAD	Folha da Mdelegoda												
Sáb	07:30	Reportagem	IBIO	Inter Bio												
					7.074	5.436	1.638									

Dom	07:30	Rural	ACRI	Estação Agrícola	1.166												
					1.166												

comerciais de 30"
píxeis em real, válidos
para compras em maio
2023

Importante:

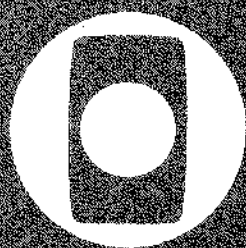
O coeficiente para cálculo dos comerciais de 10" e 15" dos programas locais são 0,45 e 0,50 dos comerciais de 30", respectivamente. Exceção FGG5, cujo coeficiente para 15" é 0,75 do comercial de 30".

(a) O nome do programa no Bahia é Bahia Rural e no Ceará é Nordeste Rural.

(b) O nome do programa no Maranhão é Alentejo Rural e em Alagoas e Cozêto Rural.

(c) Não há operação Estado. O preço Estado é um facilitador.

56



globo

negócios | preço e inventário
globe Negocios.globo.com

Tabela de PREÇOS

DIA / HORÁRIO	PROGRAMAS	APRESENTAÇÃO	ESPORTE	SEGUNDAGEM 30"
Seg à Dom. / 04h às 06h	Vamos Acordar	Walido Silva	Notícias / Musical	R\$ 350,00
Seg à Sex. / 06h às 08h	Sociedade Urgente	Adelson Carvalho	Jornalismo	R\$ 650,00
Seg à Sex. / 08h às 10h	Balanço Geral	Raimundo Varela / João Kalil	Jornalismo	R\$ 750,00
Seg à Sex. / 10h às 12h	Conexão Sociedade	Silvana Oliveira	Jornalismo	R\$ 550,00
Seg à Sex. / 12h às 14h	Sport +	Pedro Sento Sé e Equipe Esportiva	Esportes	R\$ 550,00
Seg à Sex. / 14h às 18h	Show da Tarde	Mário Tito	Variedades	R\$ 350,00
Seg à Sex. / 18h às 19h	Seu Caminho	Noel Tavares	Jornalismo/Trânsito	R\$ 550,00
Seg à Sex. / 19h às 21h	Bate Bola	Fabrizio Cunha e Equipe Esportiva	Esportes	R\$ 550,00
Sábado / 06h às 09h	Balanço Geral	João Kalil	Jornalismo	R\$ 750,00
Sábado / 09h às 10h	Futebol S/A	Cássio Cardoso e Equipe	Esportes	R\$ 350,00
Sábado / 10h às 14h	Sucessos de Sábado	Mário Tito	Musical	R\$ 350,00
Sábado / 14h às 18h	Show da Tarde*	Mário Tito	Musical	R\$ 350,00
Sábado / 18h às 22h	By Night*	Walido Silva	Musical	R\$ 350,00
Domingo / 06h às 08h	Momentos Inesquecíveis	Walido Silva	Musical	R\$ 350,00
Domingo / 08h às 13h	Domingueira Sociedade	Mário Tito	Musical	R\$ 350,00
Domingo / 13h às 18h	Show de Domingo*	Mário Tito	Musical	R\$ 350,00
Domingo / 18h às 22h	A Noite é Nossa Relax*	Walido Silva	Musical	R\$ 350,00
Dias de Jogos	Jornada Esportiva	Equipe Esportiva	Esportes	R\$ 750,00
07h às 19h	Faixa Horária			R\$ 500,00
04h às 22h	Indeterminado			R\$ 300,00

CONVERSÃO DE SEGUNDAGEM

5"	0,25
15"	0,5
45"	1,5
60"	2,0
90"	3,0

Arquivamento materiais:
30 dias.

Cancelamento:

Por escrito com antecedência de 30 dias, e implicará na suspensão automática dos descontos concedidos, prevalecendo o valor de tabela.

Prazo de pagamento:

15 dias fora o mês de veiculação.

*Nos dias de jogos os horários são redistribuídos com a Jornada Esportiva.

*Caso ocorram alterações na grade, haverá compensação no mesmo programa.

COMERCIAL

71 3486-3257

comercial@sociedadeonline.com



**RADIO
SOCIEDADE**
AM 740 e 102,5 FM

TABELA DE PREÇOS

BASE: JANEIRO/2023

PROGRAMAS	DIAS	HORÁRIOS	CITACOES (5'')	COMERCIAIS (30'') POR MÊS	COTAS	PATROCÍNIO TOTAL (30'')
PROGRAMA DAS SETE	SEG/SEX	07H AS 09H	100	44	4	R\$ 28.750,00
60 MINUTOS - 1ª EDIÇÃO	SEG/SEX	11H AS 12H	44	22	4	R\$ 16.594,00
TOQUE ROSIERO	SEG/SEX	12H AS 13H	72	44	4	R\$ 26.130,00
60 MINUTOS - 2ª EDIÇÃO	SEG/SEX	16H AS 17H	44	22	4	R\$ 16.594,00
HAPPY HOUR	SEG/SEX	17H AS 20H	100	44	4	R\$ 28.750,00
ON LINE	SEG/SEX	20H AS 21H	60	44	3	R\$ 23.589,00
ESPECIAL GFM	SÁBADO	21H AS 22H	8	8	3	R\$ 16.449,00
FREE SOUND	SEG/SAB	22H AS 02H	112	60	2	R\$ 14.798,00
	DOMINGO	21H AS 02H				

INFORMATIVOS	DIAS	HORÁRIOS	CITACOES (5'')	COMERCIAIS (30'')	COTAS	PATROCÍNIO TOTAL (30'')
HORA CERTA 1	SEG/SEX	06H - 09H - 13H - 17H	66	88	1	R\$ 32.124,00
HORA CERTA 2	SEG/SEX	07H - 10H - 14H - 18H	66	88	1	R\$ 32.124,00
HORA CERTA 3	SEG/SEX	08H - 11H - 15H - 18H30	66	88	1	R\$ 32.124,00
HORA CERTA 4	SEG/SEX	08H30 - 12H - 18H - 19H	66	88	1	R\$ 32.124,00
GFM CULTURA	SEG/SEX	03 EDIÇÕES POR DIA	66	66	2	R\$ 24.093,00
GFM ACONTECE	SEG/SEX	03 EDIÇÕES POR DIA	66	66	2	R\$ 24.093,00
GFM NO TRANSITO 1	SEG/SEX	04 EDIÇÕES POR DIA	88	66	2	R\$ 24.093,00
GFM NO TRANSITO 2	SEG/SEX	04 EDIÇÕES POR DIA	88	66	2	R\$ 24.093,00

DESTAQUES	DIAS	HORÁRIOS	CITACOES (5'')	COMERCIAIS (30'')	COTAS	PATROCÍNIO TOTAL (30'')
DESTAQUE GFM	SEG/SEX	03 EDIÇÕES POR DIA	66	66	1	R\$ 24.093,00
DOUBLE MOMENTS	SEG/SEX	03 EDIÇÕES POR DIA	66	66	1	R\$ 24.093,00

CONDIÇÕES DE COMERCIALIZAÇÃO

- A GFM 90,1 oferece ao cliente soluções de mídia diferenciadas, como: patrocinios de programas, informos e projetos customizados.
- O horário rotativo utilizado para entrega de comerciais dos patrocinios de programas é das 06h às 22h, de segunda a domingo.
- Comerciais com duração não superior a 30 segundos, sendo cobrados de acordo com o valor correspondente à primeira secundagem padrão previamente aprovada à sua duração.
- Solicitação completa prévia da disponibilidade de espaço para irradiação.
- Para irradiação de clientes novos serão necessárias 72h para aprovação de crédito.
- Toda cancelamento de irradiação só poderá ser feito por escrito, com um mínimo de 15 dias de antecedência.
- A entrega do material (mp3 e/ou wav) deverá ser feita até as 18h do último dia útil antes do início da irradiação.
- A entrega do P. deverá ser feita até as 16h do último dia útil antes do início da irradiação.
- Condições de pagamento: 15 dias após o mês de início da irradiação.
- A GFM 90,1 reserva o direito de, aprovada pelo Código Brasileiro de Auto-regulamentação Publicitária e/ou recomendação do Conar, recusar a irradiação de comerciais que estejam em desacordo com as normas éticas que regem a atividade.

BREAK EXCLUSIVO	30''	60''
Intervalo criado especialmente para a irradiação de um único comercial.		
Nenhuma outra marca, produto ou anunciante dividirá a atenção do ouvinte.		
Horários: Programa das Sete (7h10 ou 8h10) e Happy Hour (17h10 ou 18h10).		
Dias da semana: segunda a sexta-feira		
Formatos: 30'' ou 60''		
- Nº de inserções: 01 inserção diária por programa, com uma compra mínima de 20 inserções, no período de 10 dias.		
FORMATOS	30''	60''
BREAK EXCLUSIVO	R\$ 700,00	R\$ 1.400,00

COMERCIAIS	30''
DETERMINADO	R\$ 350,00
FAIXA HORÁRIA (08h às 19h)	R\$ 312,00
FAIXA NOTURNA (20h às 0h)	R\$ 155,00

ENVIO DE MATERIAL

Formato: M30 g/ou WAV

opc: gfm@redesbahi.com.br

100

BAHIA	CONTATOS
DEPARTAMENTO COMERCIAL	BRÁSILIA
Rua Aristides Nobre, 123, Federação, CEP 40.210-630	MAIS COMUNICAÇÃO
Tel: (71) 3203.1802/1483/1809/1814/1176/1992/3114/1319/1385	50N, Quadra 02, Bloco "D", Sala 332, Torre "A",
OPEC	Ed. Centro Empresarial Liberty Mall, CEP 70.712-903
Tel: (71) 3203.1174/1379/1453/1044	Tel: (61) 3328.5688 / 99209.1891

NO DE JANEIRO	SÃO PAULO
ESTILO COMUNICAÇÕES	ESCRIÇÃO RIBE BAHIA
R. das Américas, 3.665, Lm 241,	ESCRIÇÃO SBO@cedbahi.com.br
Serra da Tijuca, CEP 22.631-003	ESCRIÇÃO RBO@cedbahi.com.br
Tel: (21) 2495.5913 / 99888.6639	ESCRIÇÃO VES@cedbahi.com.br
	Tel: (11) 99935.5055 / (11) 99988.3054

90,1
Especial GFM: entrega somente aos sábados e domingos.
Free Sound: entrega somente na noite/irradiação.



Vinheta 10" – peça monstro no pen drive

VT 30" - peça monstro no pen drive

Spot 30" - peça monstro no pen drive

**QUANDO
A JUSTIÇA
É TRANSPARENTE,
TODO MUNDO VÊ. E CONFIAM!**



**1º lugar no Ranking
da Transparência.**
Conselho Nacional de Justiça 2022.



PODER JUDICIÁRIO
DO ESTADO DA BAHIA

@tpba.juiztr

📍TribunaJusticaBA

🌐tpbaoficial

**QUANDO
A JUSTIÇA
É TRANSPARENTE,
TODO MUNDO VÊ.
E CONFIAR.**



**1º lugar no Ranking
da Transparência.**
Conselho Nacional de Justiça 2022

@tjbaoficial
@tribunalduticilia
@tjba.jur.br



**QUANDO A JUSTIÇA
É TRANSPARENTE,
TODO MUNDO VÊ.
E CONFIA!**



O Ranking da Transparência do Poder Judiciário foi criado para estimular tribunais e conselhos a disponibilizarem as informações de forma mais clara e padronizada à sociedade, tornando mais fácil e transparente o acesso aos dados de gestão. Para conseguirmos este título, investimos constantemente em acessibilidade, agilidade, eficiência, ética, independência, modernidade e responsabilidade socioambiental. Hoje, temos orgulho de sermos o tribunal de justiça mais antigo das Américas e agora, também, o mais transparente do Brasil.

**1º lugar no Ranking
da Transparência.**
Conselho Nacional de Justiça 2022.



PODER JUDICIÁRIO
DO ESTADO DA BAHIA

@tjba.jus.br

@TribunaJusticaBA

@tjbaoficial