

VITRINE CAMPANHAS DE VIDEO

Sua marca onde a audiência está, com estratégia e impacto

GRUPO EP



CBN
Ribeirão Preto
Campinas

FM

JP FM
Ribeirão Preto | 93.1

acidade
on

g1
EPTV

ge
EPTV

tudo
ep.com



ep
painéis

pio
hub

Índice

CAMPANHAS DE VÍDEO



A oportunidade



Tipos de campanha



Por que investir?



A força multicanal



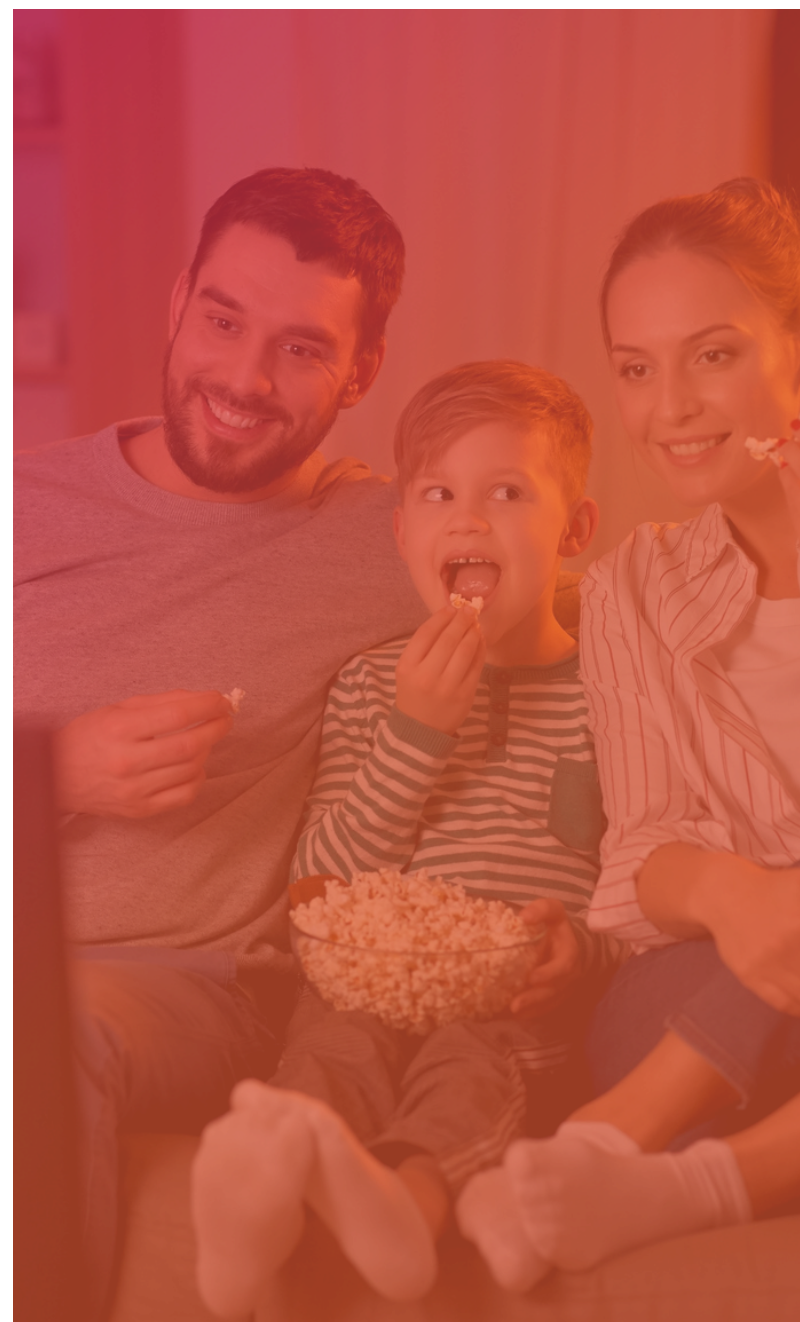
Comunicação - Pilares



Módulos e investimento



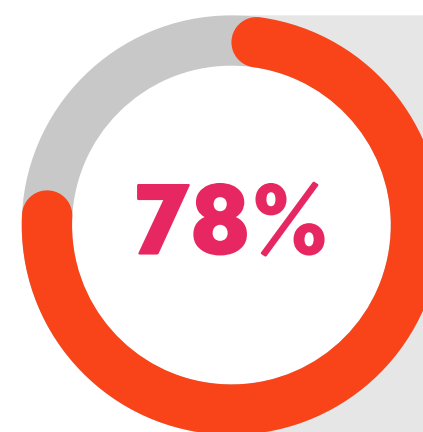
Observações Comerciais



A oportunidade

O vídeo é hoje o conteúdo mais consumido no Brasil e no mundo, consolidando-se como o formato central do ecossistema de mídia.

Esse cenário traz muitas oportunidades comerciais



brasileiros consomem conteúdos em vídeo na TV aberta, fechada e/ou streaming de vídeo diariamente.

Atenção concentrada e engajamento é na Globo!

112 MINUTOS

é o consumo médio da audiência a cada vez que sintoniza em alguma plataforma de vídeo do Grupo Globo (295% maior que o Youtube)



negócios.ep

CAMPANHAS DE VÍDEO

Fonte: Kantar IBOPE Media – Instar Analytics | RM-Completo | Total Dispositivos – TV, Smartphone, Tablet e Desktop | Julho a setembro/2022 | Grupo Globo – TV Globo, Canais Pay TV Globo e Globoplay | Total Indivíduos | Número de sessões = Vezes que sintonizou/acessou as plataformas

Fonte: Estudo Multiplataforma Globo | Set/22 – Gente: A relação do brasileiro com a publicidade.

Índice



Nossa proposta

CAMPANHAS DE VÍDEO



O conteúdo criado pela EPTV se destaca por refletir e se conectar com o interior paulista e sul de Minas Gerais, engajando um público altamente receptivo.

SOMAR FORÇAS

Mídia X e Campanha de Vídeo

Enquanto a **Mídia X** garante presença e constância, **reforçando produtos e serviços**, a **Campanha de vídeo aproxima a marca do público** através de campanhas temáticas e datas especiais, **gerando vínculo emocional**.

A **campanha de vídeo traduz valores da marca**, amplia a lembrança e **fortalece o posicionamento**.

AMPLIAR A FREQUÊNCIA SEM ELEVAR O INVESTIMENTO

Simulação

MÍDIA AVULSA		CAMPANHA DE VÍDEO	
INSERÇÕES	PROGRAMAS	INSERÇÕES	
2	BOM DIA CIDADE	5	
2	BOM DIA PRAÇA	5	
2	ENCONTRO	5	
1	MAIS VOCÊ	3	
2	EPTV 1ªED	5	
1	GLOBO ESPORTE	3	
1	VALE A PENA VER DE NOVO	3	
1	EP AGRO	3	
1	MAIS CAMINHOS	3	
1	TEMPERATURA MÁXIMA	2	
Total 14		37	
R\$ 65.786,00		R\$ 65.697,38	

2,6X+
INSERÇÕES

DATAS PROMOCIONAIS

1

Associadas a **datas comemorativas e momentos comerciais específicos**, como:

- Dia das Mães
- Dia dos Pais
- Dia do Meio Ambiente
- Aniversário de Cidades

COTA EXCLUSIVA



CAMPANHAS TEMÁTICAS

2

Abordam **temas de grande relevância** para o público, como:

- Sustentabilidade
- Saúde
- Educação
- Agronegócio

ATÉ 2 COTISTAS



Modelos de Campanhas

CAMPANHAS DE VÍDEO



VEICULE AGORA

VÍDEOS PRONTOS PARA EXIBIÇÃO

Os vídeos são feitos com banco de imagens e **já estão prontos para a exibição**, oferecendo às marcas uma **solução prática, rápida e estratégica** de associação de imagem.

Nesse modelo, **a marca entra como apoiadora oficial, assinando a produção**. Além de **poder escolher a programação** desejada. E **não contempla custo de produção**.

SOB DEMANDA

RELEVÂNCIA NO CONSUMO

Este modelo **atende o anunciante que queira uma produção de vídeo** que não esteja no nosso catálogo.

As **campanhas tailor made** são desenvolvidas sob medida, **pensadas especificamente para que o patrocinador** aproveite o calendário promocional com datas chave para a comunicação da marca.

É necessário consultar disponibilidade e custos de produção.



Índice



Conhece os benefícios?

Sua marca atrelada a um conteúdo de relevância

ALCANCE MASSIVO

**NARRATIVAS
HUMANIZADAS**

CONTEÚDO EVERGREEN

RELEVÂNCIA CULTURAL

IMPACTO EMOCIONAL

**ZERO CUSTO DE
PRODUÇÃO**

**PROGRAMAÇÃO
PLANEJADA**

**RESULTADOS EM
BRANDING E VENDAS**

CAMPANHAS DE VÍDEO



[Índice](#)



CALENDÁRIO DE OPORTUNIDADES



SUGESTÃO DE DATAS

Por temática



Calendário

Sugestão de datas

CAMPANHAS DE VÍDEO



Janeiro

Dez - Mar

Cuidados de Verão



Mês

Férias Escolares



Jan - Fev

Volta às Aulas



Fevereiro

16-17

Carnaval



Março

Mês

Campanha da Dengue



08

Dia Internacional da Mulher



15

Dia do Consumidor



22

Dia Mundial da Água



Abril

05

Páscoa



07

Dia Mundial da Saúde



14

Dia Mundial do Café



Maio

Mês

Maio Amarelo
Segurança no trânsito



10

Dia das Mães



12

Dia do Profissional de
Enfermagem



15

Dia Internacional do Café



Junho

Jun - Set

Cuidados de Inverno



Jun - Jul

Festas Juninas



12

Dia dos Namorados



LEGENDA:

Clique e assista

Campanha de vídeo EPTV

Campanha de vídeo GLOBO

[Índice](#)



Calendário

Sugestão de datas

CAMPANHAS DE VÍDEO



Julho

Mês

Férias Escolares



01

Dia Internacional do Cooperativismo



10

Dia da Pizza



Agosto

Jul - Set

Campanha de Prevenção de Queimadas



09

Dia dos Pais



Setembro

Set - Out

Eleições | Voto Consciente



18-25

Semana Nacional do Trânsito



21

Dia Nacional do Cliente



22

Dia Mundial Sem Carro



Outubro

Mês

Outubro Rosa



04

Dia Mundial da Agricultura



12

Dia das Crianças



Novembro

Mês

Novembro Azul



20

Consciência Negra



27

Black Friday



Dezembro

Dez - Mar

Cuidados de Verão



25

Natal



31

Ano Novo



LEGENDA:

Clique e assista

Campanha de vídeo EPTV

Campanha de vídeo GLOBO

Índice



ENVELOPAMENTO POR SETOR

Planejamento anual

Calendário

Envelopamento por setor - *combo anual*

CAMPANHAS DE VÍDEO



SAÚDE



Jan	Janeiro Branco		Campanha de saúde mental e bem-estar	
Fev	Fevereiro Roxo e Laranja		Lúpus, Alzheimer e leucemia	
Mar	Março Azul Marinho		Câncer colorretal Saúde do homem	
Abr	Abril Verde		Saúde e segurança do trabalho	
Jun	Junho Vermelho		Doação de sangue	
Jul	Julho Amarelo		Prevenção das hepatites virais	
Ago	Agosto Dourado		Aleitamento materno	
Set	Setembro Amarelo		Prevenção ao suicídio	
Out	Outubro Rosa		Prevenção ao câncer de mama	
Nov	Novembro Azul		Saúde do homem Câncer de próstata	
Dez	Dezembro Vermelho		Prevenção ao HIV / ISTs	

EDUCAÇÃO



Jan - Fev	Volta às aulas		Campanhas de matrícula e material escolar	
Mar - Abr	Início do semestre		Reforço escolar e cursos livres	
Jun - Jul	Férias escolares		Cursos de inverno e colônias de férias	
Ago - Set	Feiras estudantis e vestibulares		Campanhas de orientação e inscrição	
Out	15 - Dia do Professor		Valorização docente e homenagens	
Nov - Dez	ENEM e vestibulares		Campanhas motivacionais e resultados	

LEGENDA:

Clique e assista

Campanha de vídeo EPTV

Campanha de vídeo GLOBO

Índice



Calendário

Envelopamento por setor - *combo anual*

CAMPANHAS DE VÍDEO



MEIO AMBIENTE



Mar 22 - Dia Mundial da Água



Sustentabilidade e consumo consciente



Abr 22 - Dia da Terra



Campanhas ecológicas e institucionais



Jun 05 - Dia Mundial do Meio ambiente



Campanhas de preservação e ESG



Set 21 - Dia da Árvore



Ações educativas



Set 22 - Dia Mundial sem Carro



Mobilidade urbana e sustentabilidade



FINANCEIRO



Jan Planejamento Financeiro



Reorganização de gastos e metas



Mar - Abr Imposto de renda



Campanhas de declaração e educação financeira



Mai Investimentos



Campanhas de crédito e planejamento



Nov Black Friday



Crédito, parcelamento e renegociação de dívidas



Nov 13º Salário



Planejamento e metas para o novo ano



AUTOMOTIVO



Jan Revisão de férias



Cuidados com pneus, óleo e ar-condicionado



Mai Maio Amarelo



Segurança no trânsito



Jun - Jul Férias



Revisão preventiva e economia de combustível



Set 18 - 25 | Semana Nacional do Trânsito



Campanhas educativas



Out - Nov Troca de modelos



Promoções e lançamentos de fim de ano



Dez Revisão de férias



Cuidados e seguros para viagens



LEGENDA:

Clique e assista

Campanha de vídeo EPTV

Campanha de vídeo GLOBO

Índice



Calendário

Envelopamento por setor - *combo anual*

CAMPANHAS DE VÍDEO



VAREJO

Jan	Liquidações de verão	▶	Campanhas de queima de estoque e volta às aulas	EPTV
Fev	Carnaval	▶	Campanhas de lazer e turismo	EPTV
Mar	08 - Dia Internacional da Mulher	▶	Campanhas emocionais e promocionais	EPTV
Abr	Páscoa	▶	Chocolates, presentes e datas em família	EPTV
Mai	Dia das mães	▶	Campanha de maior faturamento do semestre	EPTV
Jun	12 - Dia dos namorados	▶	Campanhas afetivas e festividades juninas	EPTV
Jul	Férias e liquida inverno	▶	Turismo, moda e lazer	EPTV
Ago	Dia dos Pais	▶	Campanhas masculinas e de eletrônicos	EPTV
Out	12 - Dia das crianças	▶	Brinquedos, moda infantil e produtos femininos	EPTV
Nov	Black Friday	▶	Descontos e campanhas digitais	EPTV
Dez	Natal e Ano Novo	▶	Maior volume de vendas do ano	EPTV

AGRO

Jan	Planejamento de Safra	▶	Início do ciclo agrícola e preparação de solo	EPTV
Fev	Feiras e eventos regionais	▶	Feiras de tecnologia e insumos agrícolas	EPTV
Mar	Colheita da Safra Verão	▶	Soja, milho e algodão — destaque para produtividade	EPTV
Abr	Plantio da Safra de Inverno	▶	Campanhas sobre sementes e fertilizantes	EPTV
Mai	Safra de Milho e Cana	▶	Campanhas institucionais e de energia renovável	EPTV
Jun	EP Agro Summit Fenasuco Inverno	▶	Eventos do agronegócio e balanços de safra	EPTV
Jul	Feiras e Expointer	▶	Campanhas sobre maquinário e pecuária	EPTV
Ago	Festa do Peão de Barretos	▶	Ativações de marca e agronegócio regional	EPTV
Set	Primavera Início das chuvas	▶	Campanhas sobre irrigação e sustentabilidade	EPTV
Out	Pré-plantio da Safra de verão	▶	Campanhas sobre insumos, tratores e tecnologia	EPTV
Nov	Feiras de tecnologia e inovação	▶	Campanhas de financiamento rural	EPTV
Dez	Fechamento de safra	▶	Resultados do ano e perspectivas de mercado	EPTV

O que se diz por aí...

Conteúdo em vídeo ajuda as marcas a se comunicarem por territórios e interesses:

- agronegócio
- automotivo
- decoração
- dia das mães
- educação
- finanças
- imobiliário
- esporte
- entretenimento
- tecnologia e etc...

2X +

público mais jovem, especificamente aqueles que fazem parte da chamada Gen Z, são mais propensos a comprarem mais de marcas que demonstrem algum engajamento social.

Fonte: meio & mensagem | pesquisa da WMcCann

+de **56mil**
marcas
investiram em vídeo

através do consumo:

- Canais de TV
- Salas de Cinema
- Sites e plataformas digitais

Fonte: Kantar IBOPE Media | Advertising Intelligence | 2024

Consumidores valorizam marcas que se engajam com causas ou datas especiais

até 2x mais engajamento nas redes sociais

99,54%

da população brasileira consumiu algum conteúdo em vídeo ao longo de 2024

"Inside Video 2025", da Kantar IBOPE Media

Experimente a força multicanal

CAMPANHAS DE VÍDEO



ALCANCE REAL EXIGE MULTICANALIDADE

TV, rádio e digital juntos ampliam a presença da marca em diferentes momentos e contextos. Mais canais, mais impacto.



REPETIÇÃO GERA LEMBRANÇA

Ver, ouvir e interagir em diferentes meios fixa a mensagem na mente do consumidor. Presença reforçada = marca lembrada.



CADA MEIO TEM SEU PAPEL NO FUNIL

TV constrói imagem, rádio acompanha o dia a dia e o digital gera ação. Integrados, eles guiam toda a jornada do consumidor.



O DIGITAL POTENCIALIZA O PLANO

Mobile e desktop aumentam alcance, frequência e permitem ajustes em tempo real. Reforçam e amplificam a estratégia multicanal.



O CONSUMIDOR É MULTITELAS

Sua campanha também precisa ser: Estar em um só canal não basta. Multicanalidade é o caminho para relevância e efetividade.



Multicanalidade

Sem atenção, não há memória.
Sem memória, não há marca.

GRUPOEP



tudoep.com

acidade on

g1 EPTV

ge EPTV

CBN
Ribeirão Preto
Campinas

FM

JP FM
Ribeirão Preto | 102.1

ep painéis

oceano azul

Índice



Com quem falamos?

CAMPANHAS DE VÍDEO



Fonte: Rádios: Kantar IBOPE TG Light - Ribeirão Preto (Mai/2024) (Pessoas) - Copyright TGI LATINA 2024 - Universo 3.516.803 pessoas | TG Light - São Carlos (Mai/2024) (Pessoas) - Copyright TGI LATINA 2024 - Universo 1.342.867. Target Group Index Brasil - Português-TG BR 2024 R3 - RM Campinas - Pessoas-Copyright TGI LATINA 2024 - Universo 7.400.00. | OOH: TG BR 2024 R1 - RM Campinas (Pessoas) - Copyright TGI LATINA 2024 - Universo Praça de Campinas: 4.812.752. TG Light - Ribeirão Preto (Mai/2024) (Pessoas) - Copyright TGI LATINA 2024 Universo população praça de Ribeirão: 2.631.460 | TG Light - Varginha (Mai/2024) (Pessoas) - Copyright TGI LATINA 2024 Universo população praça de Sul de Minas: 2.975.319 | TV: Kantar Ibope Media Instar Analytics | Central e Ribeirão Preto - Maio/2025 | Varginha Junho/2025 | Campinas Janeiro a Junho/2025 | Total Indivíduos COV% e AVWkRch% | Globo | Universos extrapolados | Central 1.872.673 telespectadores, Ribeirão Preto 2.572.028 telespectadores, Varginha 2.905.218 telespectadores, Campinas 4.646.828 telespectadores. Fonte: Google Analytics | Janeiro a Junho de 2025 | Total de usuários - Média Mensal.

Índice



Comunicação

Pilares de sustentação

CAMPANHAS DE VÍDEO



1º AUDIÊNCIA QUALIFICADA

audiências segmentadas e qualificadas, sustentadas por grade de programação, hábitos culturais e afinidade com conteúdos específicos, na tv, no digital e nas rádios



2º PROPÓSITO COM VISIBILIDADE

conectar marcas a datas, causas e histórias que importam para a sociedade, alinhadas a estratégias de visibilidade para ampliar o alcance da mensagem e fortalecer o vínculo com o público.



3º RELEVÂNCIA E IMPACTO POSITIVO

comunicação que vai além e transforma a marca em agente de significado, capaz de gerar emoção, transmitir confiança e inspirar mudanças por meio do conteúdo.

Índice



DETALHAMENTO DE ENTREGA



Televisão



A EPTV, afiliada da Rede Globo, reúne 4 emissoras regionais (Campinas, Ribeirão Preto, São Carlos e Varginha), unindo sotaque local e proximidade com a comunidade, além de ser vitrine estratégica para empresas.

Municípios: 319
IPC%: 7,18
População total: 12,4 milhões
Domicílios com TV: 4,4 milhões
Telespec. potenciais: 11,9 milhões

Se a EPTV fosse um estado, teria o 4º maior potencial de consumo do país, à frente de Rio Grande do Sul e Paraná. O consumo per capita da região supera até o do Rio de Janeiro.

Aproveitamento de marca:

Assinatura de 5"

Curta, direta e impactante, ela garante presença e lembrança sem dispersar a atenção do público.

M1, 2 e 3

Sugestão mídia básica:

Programas	Inserções CAM e RIB	Inserções SCA	Inserções VAR
Bom dia Cidade	1	1	1
Mais Você	1	1	2
Jornal da EPTV 1	1	2	1
Vale a Pena Ver de Novo	1	1	1
Jornal da EPTV 2 Sáb	1	1	2
Novela 18h	1	1	2
Mais Caminhos	1	1	1
Caldeirão	1	1	1
Temperatura Máxima	1	1	1
Domingão	1	1	1
Total	10	11	13

Nossos portais locais valorizam o localismo e a conexão com a comunidade. Somados aos portais Globo (g1, ge, receitas.com, Globoplay e Home de Programação), oferecem credibilidade e entretenimento em páginas dedicadas à região, alcançando mais de 11,4 milhões de usuários mensais.

77% dos consumidores brasileiros já se interessaram por produtos e serviços vistos em propagandas online.

Os portais do Grupo EP recebem, em média, por mês, 14 milhões de usuários.

CONTEÚDO QUE IMPACTA, ENGAJA E ACOMPANHA O PÚBLICO NA JORNADA

Aproveitamento de marca:

OUTSTREAM

In-feed Video

Formato nativo que veicula no g1 e proporciona experiência fluida e integrada ao conteúdo do site. Além disso, a veiculação em diferentes dispositivos amplia o alcance da campanha, atingindo um público diversificado.

M2 e 3

GLOBO DAI

Simulcast

Inserção dinâmica de anúncios segmentados no simulcast da TV Globo no globoplay. Um formato em vídeo totalmente exclusivo, diferente de qualquer solução no mercado mundial, e que já está disponível para a sua marca

M2 e 3

DISPLAY

Mídia de apoio

Entrega de mídia display no g1 garante frequência, amplia os pontos de contato com o público, posiciona a marca em destaque e reforça a lembrança da marca no período da campanha.

M2 e 3

REDES SOCIAIS

Pacote de publicações

Falamos com mais de 8 milhões de seguidores nas redes sociais do Grupo EP. Com entrega de mídia no @EPTVOFICIAL, a marca ganhará ainda mais alcance e visibilidade na estratégia digital.

M2 e 3

Rádios



O portfólio de rádios do Grupo EP combina grandes marcas nacionais e presença regional estratégica. A Jovem Pan Ribeirão Preto, parte da maior rede de rádios do país, conecta música, informação e entretenimento. A CBN Campinas e Ribeirão Preto, do Grupo Globo, é referência em jornalismo e credibilidade. E a EP FM, emissora própria em Campinas, São Carlos e Araraquara, destaca-se pelo pioneirismo, com informação, interatividade e programação musical dinâmica. Juntas, oferecem alcance, relevância e proximidade real com o público.

Ele alcança as pessoas em movimento, em seus deslocamentos de rotina. O meio é eficaz para ativar jornadas de comércio, com promoções e ativações.

83% Dos ouvintes de rádio ouviram comerciais ou publicidade em formato de áudio.

CAMPANHAS DE VÍDEO



PROXIMIDADE E ALCANCE, CONECTANDO MARCAS E PESSOAS EM TEMPO REAL

Aproveitamento de marca:

M3

Assinatura de 5"

Nas campanhas de áudio, os boletins acompanham o conteúdo exibido na TV, com linguagem adaptada ao rádio, garantindo uma entrega 360° para a marca que deseja se associar a uma data promocional ou campanha temática.

Com mensagens curtas, diretas e impactantes, o formato reforça a comunicação do anunciante com o tema e assegura presença e lembrança de marca, sem dispersar a atenção do público.

Índice



INVESTIMENTO POR MÓDULO



Comparativo dos módulos

		MÓDULO 1	MÓDULO 2	MÓDULO 3
TV				
MÍDIA DIGITAL				
REDES SOCIAIS				
RÁDIO				

*Entrega exclusiva para praça CAM

Escolha módulo base

CAMPANHAS DE VÍDEO



Módulo 1

Estratégia linear com conteúdo relevante, alto alcance e visibilidade para a marca.

Tipo: Local

Quantidade: até 2 cotas a depender do tipo de campanha

Período: 7 dias

Prazo de Venda:

- veicule agora: 7 dias úteis
- sob demanda: 15 dias úteis antes do início da veiculação

TV

Investimento mínimo

CAM: R\$ 17.500,00

RIB: R\$ 13.000,00

SCA: R\$ 9.500,00

VAR: R\$ 9.000,00

Módulo 2

Presença constante e ampliação do público atingido fortalecendo a lembrança da marca.

Tipo: Local

Quantidade: até 2 cotas a depender do tipo de campanha

Período: 7 dias

Prazo de Venda:

- veicule agora: 7 dias úteis
- sob demanda: 15 dias úteis antes do início da veiculação

TV + DIGITAL

Investimento mínimo

CAM: R\$ 19.950,00 | R\$ 27.950,00*

RIB: R\$ 14.850,00

SCA: R\$ 10.175,00

VAR: R\$ 10.100,00

Módulo 3

Presença em toda a jornada de consumo, criando uma experiência contínua e alinhada com a marca.

Tipo: Local

Quantidade: até 2 cotas a depender do tipo de campanha

Período: 7 dias

Prazo de Venda:

- veicule agora: 7 dias úteis
- sob demanda: 15 dias úteis antes do início da veiculação

TV + DIGITAL + RÁDIO

Investimento mínimo

CAM: R\$ 35.942,00

RIB: R\$ 25.510,00

SCA: R\$ 12.503,00

VAR: R\$ 10.100,00

*Entrega cross com Globo DAI (Campinas)

Índice



TURBINE SUA COMUNICAÇÃO



Formatos Especiais na televisão

Os anunciantes podem ampliar a sua entrega utilizando alguns formatos especiais sob demanda.



QR Code

Durante o conteúdo, o anunciante terá a entrega do insert de marca + QR Code direcionando o telespectador para o seu site. Finalizando com a assinatura do cliente.

CONSULTAR DISPONIBILIDADE E CUSTOS

Squeeze

Os primeiros 10 segundos são da mensagem em tela cheia. A partir do 11º segundo a mensagem continua, porém em tela reduzida, com a entrada do squeeze e conteúdo do cliente.

O anunciante pode colocar a marca ou produtos, uma frase de até 8 palavras e um QR Code direcionando o telespectador para o site.

CONSULTAR DISPONIBILIDADE E CUSTOS

Ação de conteúdo

A ação de conteúdo é uma narrativa direta, que expõe e qualifica a marca do cliente, no contexto das matérias de um programa, auxiliando nas estratégias de comunicação do cliente

[Clique aqui e veja exemplo](#)

Para 73% das pessoas, o marketing de conteúdo auxilia na lembrança do público, após ter contato com uma peça de mídia desse formato.

Para 59% das pessoas, depois de ver um branded content tendem a procurar mais conteúdo da marca no futuro

INVESTIMENTO
SOB CONSULTA

**Tati
Camargo**
Programa
+Caminhos

**Marcos
Felipe**
Programa
EP Agro

Ciro Porto
Programa
Terra da gente



Índice



DISPONIBILIDADE
SOB CONSULTA

Estamos sempre ligados às soluções do mercado publicitário e oferecemos uma nova opção de visibilidade para a sua marca na cidade de Campinas e na região de Ribeirão Preto e Varginha: a Mídia Exterior.

89% da população brasileira é atingida por mídia Out Of Home

já compraram ou pesquisaram algum produto em função de um anúncio OOH **68%**

Este meio alcança o público em movimento, capturando sua atenção quando estão fora de casa, no trajeto para o trabalho ou durante viagens e passeios. Transmita sua mensagem de forma rápida e impactante!

Praça: Campinas
Localização: Rod. dom Pedro I
Formato: Frontlight 14,9 x 4,9 Altura: 10m
Faces por Pannel: 2 com iluminação frontal externa
Período: mínimo 3 meses (sendo o último mês completo)

INVESTIMENTO MENSAL
Valor tabela
R\$9.850,00

Praça: Ribeirão
Localização: Rod. Anhanguera
Formato: Frontlight 14,9 x 4,9 Altura: 10m
Faces por Pannel: 2 com iluminação frontal externa
Período: mínimo 3 meses (sendo o último mês completo)

INVESTIMENTO MENSAL
Valor tabela
R\$6.000,00

Praça: Sul de Minas
Localização: Rua Prof. Helena Reis, 81
Formato: : Eletrônico LED (Resolução P8) 7mX3m - 10 segundos
Número de cotas: 12
Período: mínimo 1 mês

INVESTIMENTO MENSAL
Valor tabela
R\$2.500,00

INVESTIMENTO
SOB CONSULTA

A PIO Hub é uma agência de Marketing de Influência vinculada ao Grupo EP, com foco na Creators Economy. Uma agência moderna, criativa e com credibilidade, capaz de atrair e impulsionar influenciadores, além de gerar valor para marcas que desejam se comunicar com autenticidade por meio desses criadores.

68%

dos brasileiros usam páginas de compras ou listas de produtos indicados por creators

87%

dos brasileiros dizem confiar nas recomendações (média é de 79%)

Fonte: meio & mensagem | Pesquisa da Rakuten Advertising | 2024

Lari Cavalcante
Rádio
EP FM



Zé Neves
Rádio
EP FM

Tati Camargo
Programa
+Caminhos

OBSERVAÇÕES GERAIS



Observações gerais

PRAZOS E CONDIÇÕES COMERCIAIS

Preço do patrocínio: O preço do patrocínio é fixo e válido para compras realizadas entre 1º de janeiro e 31 de dezembro de 2025.

Prazo de comercialização: 15 dias uteis antes do início da veiculação

Cotas não comercializada até este prazo poderão ter atualização. Projeto não comercializado até esta data poderá ser ajustado para 2 cotas.

O plano de veiculação segue orientações estabelecidas pelo Manual de Práticas Comerciais, Manual de Formatos, Lista de Preços e Código de Ética e Conduta do Grupo Globo.

Alteração mídia: A mídia poderá sofrer alteração em virtude da disponibilidade, sem comprometer a entrega.

EXCLUSIVIDADES E USO DA MARCA

Exclusividade nos mercados adquiridos.

Exclusividade reservada pela emissora.

Exibição de chamadas Adicionais: A emissora pode exibir chamadas sem a marca do patrocinador.

Uso da marca do projeto pelo cliente: O uso da marca deve ser autorizado pela emissora e pode estar sujeita ao pagamento de licenciamento. Consulte.

PRODUÇÃO E ENVIO DE MATERIAIS DE TV

Produção de materiais para TV (vinhetas) e do comercial é de responsabilidade do patrocinador. O custo destas produções é de responsabilidade do patrocinador.

Produção das vinhetas segue os formatos:

- de 3" (menção à marca),
- de 5" (até 10 palavras),
- de 7" (até 12 palavras)

Ofertas e promoções

Os patrocinadores poderão fazer ofertas e promoções tanto em áudio quanto em vídeo. nas vinhetas (abertura, encerramento, chamada, passagem, bloco e etc).

Multiplicidade:

Não será aceita multiplicidade nas caracterizações.

Envio de materiais de TV

Os custos de envio são arcados pelo patrocinador. O envio deve ser feito através dos players homologados pela Globo/EPTV.

Os roteiros dos filmes de chamadas, e ação de conteúdo serão desenvolvidos e aprovados pela EPTV.

Envio de marcas para aplicação em material promocional. As logomarcas devem ser enviadas em formatos específicos para a emissora.

MÍDIAS DIGITAIS | OBSERVAÇÕES

A produção dos formatos de mídia de patrocínio e apoio será responsabilidade do cliente/agência, seguindo os formatos especificados em <https://www.negociosep.com.br/midiakit/>. Serão aceitos materiais em .Png, .Jpeg, .Gif ou HTML5.

Todo material da Matéria Publicitária deve ser enviado com 5 dias úteis de antecedência para aprovação da equipe de Conteúdo da EPTV, para o e-mail: opec.digital@eptv.com.br.

PAGAMENTO E COMISSÃO DE AGÊNCIA

Pagos à EPTV: Mídia TV, sites Globo (gl, ge, gshow, Globoplay), produção de VT, produção de internet.

Pagos à OA Eventos: Produção do material promocional, curadoria e compra da premiação.

Demais mídias: Serão pagas aos respectivos meios.

Comissão de agência: Não há comissão de agência sobre custos das produções ou material promocional.

PI/Autorização: Deverão ser emitidas autorizações distintas em relação à mídia TV, Digital, Rádio, Evento e Produções.

RÁDIOS | OBSERVAÇÕES

PREÇOS

- O preço do patrocínio/projeto é fixo, válido para compras realizadas entre o período de Janeiro a Dezembro/2025, independentemente do período de veiculação.

SOBRE A PRODUÇÃO DOS MATERIAIS

- A produção dos materiais de conteúdo é de curadoria/responsabilidade da rádio.
- Este material produzido, é de uso exclusivo das emissoras de rádio do Grupo EP, sendo proibida sua reprodução, alteração ou uso não autorizado, sob pena de responsabilização.
- Spot de mídia em formatos de Jingle, Teatrinho, deverá ser enviado pronto.



Campanhas de vídeo

EPTV é
reconhecida
como uma das
melhores
empregadoras
do Brasil.



negócios.ep

www.negociosep.com.br

Siga nossas redes sociais **NEGOCIOS EP**



GRUPO EP



CBN
Ribeirão Preto
Campinas

FM

FM
Ribeirão Preto | 93.1

acidade on

g1
EPTV

ge
EPTV

tudo ep.com



ep painéis

pio hub

