



Índice

SINTONIA DO SABER



A OPORTUNIDADE



PORQUE FAZ SENTIDO?



A FORÇA MULTICANAL



TIMELINE DA
COMUNICAÇÃO



APRESENTAÇÃO
DAS ENTREGAS



COTAS E INVESTIMENTO



OBSERVAÇÕES



A oportunidade

A educação é um dos pilares mais importantes da sociedade e, ao mesmo tempo, um dos setores que mais movimentam decisões de famílias e jovens no Brasil.

O período do Ensino Fundamental II, Ensino Médio e Pré-Vestibular é decisivo para a construção de sonhos, escolhas profissionais e, principalmente, para a definição de qual instituição de ensino acompanhará essa jornada.

Influência na decisão

Os principais influenciadores no momento de escolha da instituição de ensino:



41%

PAIS



29%

PROFESSORES



28%

AMIGOS

SINTONIA DO SABER



Publicidade é fundamental



47%

os jovens afirmam que a presença em publicidade é relevante na escolha de uma instituição



49%

dos pais também valorizam instituições ativas em mídia

Educação é uma jornada longa, não uma compra por impulso



43%

dos alunos ainda estão em dúvida no início da jornada, e a maioria compara 2 a 3 instituições antes da decisão

Nossa proposta

SINTONIA DO SABER



**ONDE O
CONHECIMENTO
SE CONECTA
COM A SUA
MELHOR
FREQUÊNCIA!**

SINTONIA DO SABER

ONDE O CONHECIMENTO SE CONECTA COM A SUA MELHOR FREQUÊNCIA!

SINTONIA DO SABER



Sintonia do Saber leva **conhecimento de forma leve e acessível** para alunos, professores e famílias, **conectando marcas ao universo da educação de maneira estratégica**.

A cada quinzena, uma nova **trilha do conhecimento** é apresentada em boletins na programação da rádio, com **conteúdos que despertam curiosidade e ampliam repertório**.

Com uma **estratégia multimeios**, o projeto vai além do dial: ganha força no digital com mídia segmentada e, cota com possibilidade de patrocínio do videocast do g1 "Como Assim, Professor?", onde teoria e prática se encontram em episódios dinâmicos de Física, Química, Biologia, Geografia e Matemática.

Mais do que comunicar, **o projeto educa, aproxima e inspira, criando vínculos de confiança e reforçando a credibilidade da marca** patrocinadora **junto à comunidade escolar**.

Sintonia do Saber: o conhecimento na frequência certa para marcas que desejam ser relevantes, confiáveis e lembradas.

UM PROJETO QUE FAZ SENTIDO

Porque **a educação é prioridade para jovens e famílias**. O período de Ensino Médio é a fase decisiva para a escolha do futuro profissional, com forte influência dos pais e professores.



6 em cada 10 alunos do Ensino Médio afirmam que começam a pensar sobre graduação e carreira já durante essa etapa

78% apontam que o apoio da família é fundamental no processo de escolha

Isso evidencia que marcas que se comunicam de forma clara e constante têm mais chance de conquistar confiança e preferência. Estar presente em rádio, digital e vídeo é garantir alcance, credibilidade e relevância no momento de decisão.

Fonte: Globo - Pesquisa Educação - Decisões e Influências, Agosto/2024

Resumo do Projeto | Cotas

- **Período:** COTA P: 30 dias
COTA M: 01/Junho a 31/Agosto
- **Tipo de Cota:** Local
- **Praças:** CAM, RIB e SCA
- **Quantidade de Cotas:** Exclusiva
- **Prazo para Venda:** 20/mai/2026
- **Público:** AB de 16 a 60 anos

Mercados disponíveis

CAM: Campinas e região

RIB: Ribeirão Preto e região

SCA: São Carlos e região

Veículos | Meios do projeto



Mídias digitais: portal g1, globoplay, redes sociais de cidade on, e tudo ep.



Rádio musical e rádio de notícias: CBN, EP FM, Jovem Pan

Setor Econômico

EDUCAÇÃO

Território de Afinidade

CONHECIMENTO E EDUCAÇÃO

FAMÍLIA E COMUNIDADE

JUVENTUDE E DIVERSÃO

Objetivo de Comunicação

RECONHECIMENTO DE MARCA

REFORÇO DE POSICIONAMENTO

ASSOCIAÇÃO A VALORES ESTRATÉGICOS

Cotas / Faixa de Preço

\$\$

\$\$\$

Material de Apoio

Resumo do Projeto
Clique e baixe o Excel

Clique e baixe o PDF
Detalhamento das entregas

Clique e baixe o PDF
Mídia Kit dos veículos

Índice



Por que faz sentido?



SINTONIA DO SABER



95%

das pessoas que pretendem ingressar em instituições prestam atenção em anúncios na internet; rádio e digital seguem como veículos de alta penetração.

Fonte: Kantar Ibope Media TG BR, 2022

[Índice](#)



O que se diz por aí...

SINTONIA DO SABER



Marketing Educacional para Públicos Multigeracionais: Como Comunicar com Alunos, Pais e Avós ao Mesmo Tempo

quinta-feira, 21 de agosto de 2025 em [Economia da Criatividade](#)

O impacto da mídia da educação: aprendizado tá on

Relembre programas, séries e campanhas marcantes da Globo no segmento educativo.

28 abr 2025 | Por Globo
Luz na Educação

Educação

Cem anos do rádio no Brasil: caráter educativo marca história da mídia

Pelas ondas sonoras, rádio presta um serviço público inimaginável

[Índice](#)



Experimente a **força** multicanal

SINTONIA DO SABER



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.



O digital potencializa o plano

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



Multicanalidade

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

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 consumidor é multitelas

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



GRUPOEP



tudoep.com

acidade on

g1 EPTV

ge EPTV

CBN Edição Free Campus

FM

JR FM

ep.painéis

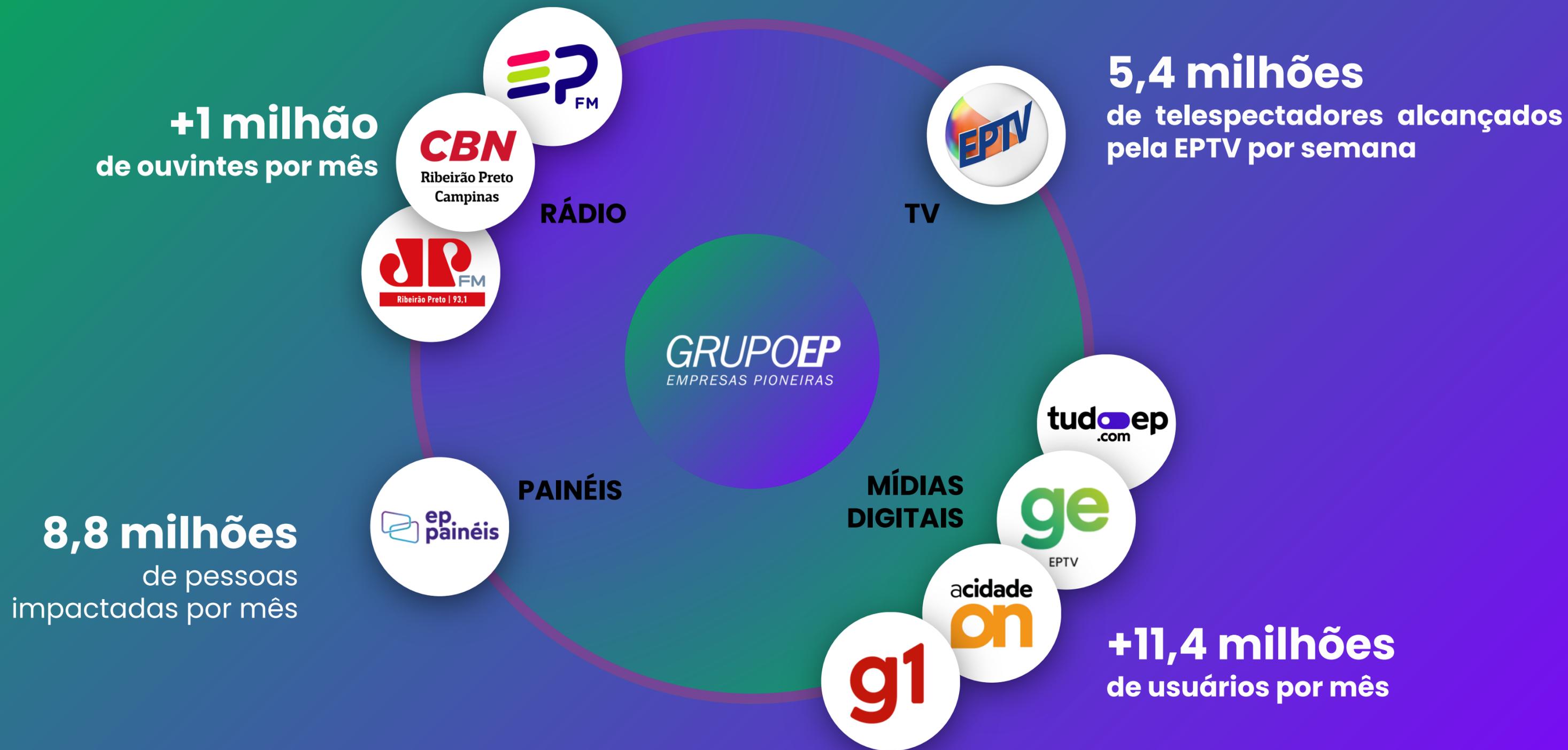
ep.painéis

registro 2021

Índice



Com quem falamos?



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 Individuos COV% e AVWRch% | 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.

Comunicação

Pilares de sustentação

SINTONIA DO SABER



[Índice](#)



Timeline da comunicação

Cota P
30 dias

SINTONIA DO SABER



SEMANA 1

SEMANA 2

SEMANA 3

SEMANA 4

BOLETINS DE CONTEÚDO

SPOTS

COMPARTILHANDO

MÍDIA SEGMENTADA

REDES SOCIAIS

Legenda:

Rádios

Digital

Índice



DETALHAMENTO DE ENTREGA



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.

Entregas:

SINTONIA DO SABER



Boletins de conteúdo

PM

Boletins com conteúdos básicos, dicas e curiosidades sobre as disciplinas do ensino fundamental e médio. Estes boletins são projetados para educar e informar os ouvintes, complementando o aprendizado acadêmico.



Compartilhando

PM

Dentro do projeto, utilizamos o formato "Compartilhando", exclusivo do Grupo EP, que ocorre ao vivo no estúdio da rádio, e permite a interação do locutor com um professor da escola parceira. Mensalmente, o locutor do programa conversa com um professor, trazendo dicas, insights e conteúdos educativos relevantes. Essa interação enriquece o conteúdo do projeto, fortalece o vínculo entre a rádio, a escola e a comunidade, e oferece uma plataforma descontraída e interativa para a educação.

Spot

PM

Esses spots destacam os diferenciais da instituição escolar, reforçam sua credibilidade e influenciam positivamente na tomada de decisão dos pais.

Índice



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.

Entregas:

Mídia Segmentada

PM

Ao direcionar conteúdos para nichos específicos, garantimos que a mensagem chegue ao público certo, no contexto adequado, aumentando a chance de interesse e conexão, impacto qualificado e maior engajamento

Redes sociais

PM

Em adicional, teremos entrega de mídia nas redes sociais, ampliando a exposição da marca na estratégia digital, com ganhos de alcance, visibilidade e engajamento.

INVESTIMENTO POR COTA



Comparativo das cotas

		COTA P
RÁDIO	Boletins de conteúdo 30"	●
	Spots 30"	●
	Compartilhando	●
MÍDIA DIGITAL	Mídia apoio segmentada	●
REDES SOCIAIS	Feed Avulso	●
	Storie Avulso - vídeo até 15s	●

Visão geral das cotas

Cota P

Trilha de conhecimento na rádio, podendo ser 2 áreas de conhecimento por mês, além de apoio no digital com mídia segmentada e formatos em redes sociais.

Tipo: Local

Período: 30 dias

Custo de Produção: Sob Consulta

Prazo de Venda: 15 dias antes do início da mídia

Valor do Investimento por rádio +MD + Redes sociais

CBN CAM = R\$ 56.466,00

CBN RIB = R\$33.151,80

EP FM CAM = R\$37.925,40

EP FM SCA = R\$16.904,60

EP FM ARA = R\$16.904,60

JOVEM PAN RIB = R\$24.975,00

TURBINE SUA COMUNICAÇÃO



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



Influencer **pio** hub

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.

Lari Cavalcante
Rádio
EP FM



Zé Neves
Rádio
EP FM

Tati Camargo
Programa
+Caminhos

**INVESTIMENTO
SOB CONSULTA**

Índice



Painéis

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.

A mídia exterior promove um alcance massivo e impacto poderoso.

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 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 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

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: Comercialização até dia 22/mai/2026

A cotas não comercializada até este prazo poderá 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.

SINTONIA DO SABER

Onde o conhecimento se conecta com a sua melhor frequência!



negócios.ep

EPTV É RECONHECIDA
COMO UMA DAS MELHORES
EMPREGADORAS DO BRASIL

GRUPOEP



CBN
Ribeirão Preto
Campinas



JR FM
Ribeirão Preto | 93.1

acidade
on

g1
EPTV

ge
EPTV

tudo
ep.com



ep
painéis

pio
hub

