

# TOP 5 OFERTAS

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

A oportunidade



Porque faz sentido?



A força multicanal



Timeline da comunicação



Entregas



Cotas e investimento



Observações



TOP 5 OFERTAS





## A oportunidade



negócios.ep

TOP 5 OFERTAS

## Um varejo em alta, um consumidor mais conectado do que nunca.

O **comércio varejista brasileiro cresceu 4,7%** em 2024, a **maior alta em 12 anos**. Paralelamente, o **índice de confiança do consumidor no comércio vem se recuperando de forma lenta**, mas consistente, com destaque para melhorias na avaliação da situação atual.

**81%** dos consumidores brasileiros dizem que anúncios personalizados influenciam sua decisão de compra.

**80%** comprariam novamente a partir de uma indicação, mostrando que credibilidade e recorrência andam juntas

**+ de 90%** dos consumidores brasileiros afirmam que consideram confiança, transparência e proteção de dados fatores cruciais para confiarem em marcas e empresas.

**O consumidor compra mais, confia em quem aparece e valoriza quem oferece informação útil.**

Fonte: CNDL Brasil. Varejo tem crescimento de 4,7%, maior em 12 anos. Porém, as projeções para 2025 são moderadas  
PwC Brasil, "Voz do Consumidor"  
Opinion Box e Influency.me - Relatório Influenciadores Digitais - Setembro/25.

Índice





Nossa proposta

TOP 5 OFERTAS



Conteúdo que inspira,  
ofertas que vendem.



# TOP 5 OFERTAS

CONTEÚDO QUE INSPIRA. OFERTAS QUE VENDEM

O **TOP 5 Ofertas** une **conteúdo relevante e oportunidade de compra** em um único projeto. Antes das ofertas, **o público é envolvido por conteúdos** que podem ser dicas, tendências ou curiosidades que criam contexto e despertam interesse.

Com uma **estratégia multimeios**, o projeto transita por diversos meios e formatos, **ampliando o alcance e multiplicando as chances de conversão**. Além disso, conta com **ação de influencer**, que reforça a **proximidade, a confiança e a credibilidade da marca**.

Mais que divulgar produtos, **o projeto informa, conecta e converte**, tornando a sua marca lembrada, desejada e preferida.

**TOP 5 Ofertas: a escolha inteligente para marcas que desejam ser lembradas, desejadas e preferidas.**

## TOP 5 OFERTAS



### UM PROJETO QUE FAZ SENTIDO

Em um cenário em que **87%** dos brasileiros se declaram satisfeitos ao comprar por recomendação\*, o projeto **fortalece a confiança e estimula a fidelidade** à marca.

O **consumidor atual busca relevância e segurança**, engajando-se mais quando recebe **informação útil e ofertas direcionadas**, com a **marca presente nos canais que fazem parte do seu dia a dia, do on-line ao off-line**.

**TOP 5 Ofertas vai transformar a forma como o consumidor escolhe onde faz suas compras. Associe sua marca a este projeto.**

\*Fonte: Opinion Box. & Influency.me 2025

### Resumo do Projeto | Cotas

- **Período:** 30 dias
- **Tipo de Cota:** Local
- **Praças:** CAM, RIB, SCA e VAR
- **Quantidade de Cotas:** Exclusiva
- **Prazo para Venda:** 10/fev/2026
- **Público:** ABC de 24 a 60 anos

| Mercados disponíveis         | Veículos   Meios do projeto                                                                                                                                           | Setor Econômico     | Território de Afinidade | Objetivo de Comunicação   | Cotas / Faixa de Preço | Material de Apoio                                 |
|------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|-------------------------|---------------------------|------------------------|---------------------------------------------------|
| CAM: Campinas e região       | TV aberta: EPTV<br><br>Mídias digitais: portal g1, globoplay, redes sociais de acidade on, e tudo ep.<br><br>Rádio musical e rádio de notícias: CBN, EP FM, Jovem Pan | COMÉRCIO            | FAMÍLIA E COTIDIANO     | CONVERSÃO DE VENDAS       | \$                     | Resumo do Projeto<br>Clique e baixe o Excel       |
| RIB: Ribeirão Preto e região |                                                                                                                                                                       | ALIMENTOS E BEBIDAS |                         | RECONHECIMENTO DE MARCA   | \$ \$                  | Clique e baixe o PDF<br>Detalhamento das entregas |
| SCA: São Carlos e região     |                                                                                                                                                                       | CASA E CONSTRUÇÃO   |                         | REFORÇO DE POSICIONAMENTO | \$ \$ \$ \$            | Clique e baixe o PDF<br>Mídia Kit dos veículos    |
| VAR: Sul de Minas Gerais     |                                                                                                                                                                       | BELEZA E MODA       |                         |                           |                        | Clique e baixe o PDF<br>Observações Comerciais    |
|                              |                                                                                                                                                                       | PET                 |                         |                           |                        |                                                   |
|                              |                                                                                                                                                                       | SAÚDE E BEM-ESTAR   |                         |                           |                        |                                                   |



# Por que faz sentido?

## TOP 5 OFERTAS



**As lojas físicas ainda representam quase**

do que é comprado no varejo..

Fonte: gente.globo | O papel da loja física no varejo omnichannel

**90%**

## De telespectadores

gostam de ações promocionais que veem em programas de televisão.

**53%**

gostariam de ver mais anúncios na televisão explicando as funcionalidades de um determinado produto.

Fonte: gente.globo | Black Friday O que podemos esperar de 2025

**43%** **da Geração Z**

se sente influenciada por publicidade e promoções direcionadas.

Fonte: Pesquisa Global Consumer Insights Pulse de junho de 2023

## dos consumidores

já realizaram algum tipo de compra após a recomendação de um influenciador nas redes sociais.

Fonte: Opinion Box e Influency.me - Relatório Influenciadores Digitais - Setembro/25.

**65%**

**Dos consumidores brasileiros**  
preferem marcas que oferecem uma boa experiência.

Fonte: Pesquisa CX Trends

**87%**

**75%** **estão dispostos**  
a pagar mais por isso.

Fonte: Pesquisa CX Trends





O que se diz por aí...

TOP 5 OFERTAS



Pontos de decisão: Aprimorando a experiência do consumidor antes da compra



Varejo tem crescimento de 4,7%, maior em 12 anos. Porém, as projeções para 2025 são moderadas

Por: CNDL Brasil | 11 de fevereiro de 2025



**Meta: 69% dos compradores prezam por experiências personalizadas**

Gastar ou não gastar? Nova pesquisa revela percepções de valor do consumidor



**Confiança do Consumidor volta a recuar em agosto**

25/08/2025

Índice

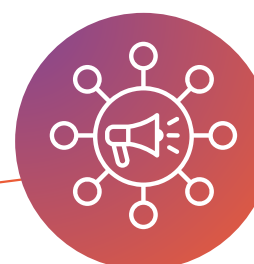




# Experimente a **força** multicanal

## 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.



GRUPO EP



tudo ep .com

acidade on

g1 EPTV

ge EPTV

CBN Rádio 1000 Campanhas

FM

JR 100.1 FM

ep painéis

epainéis

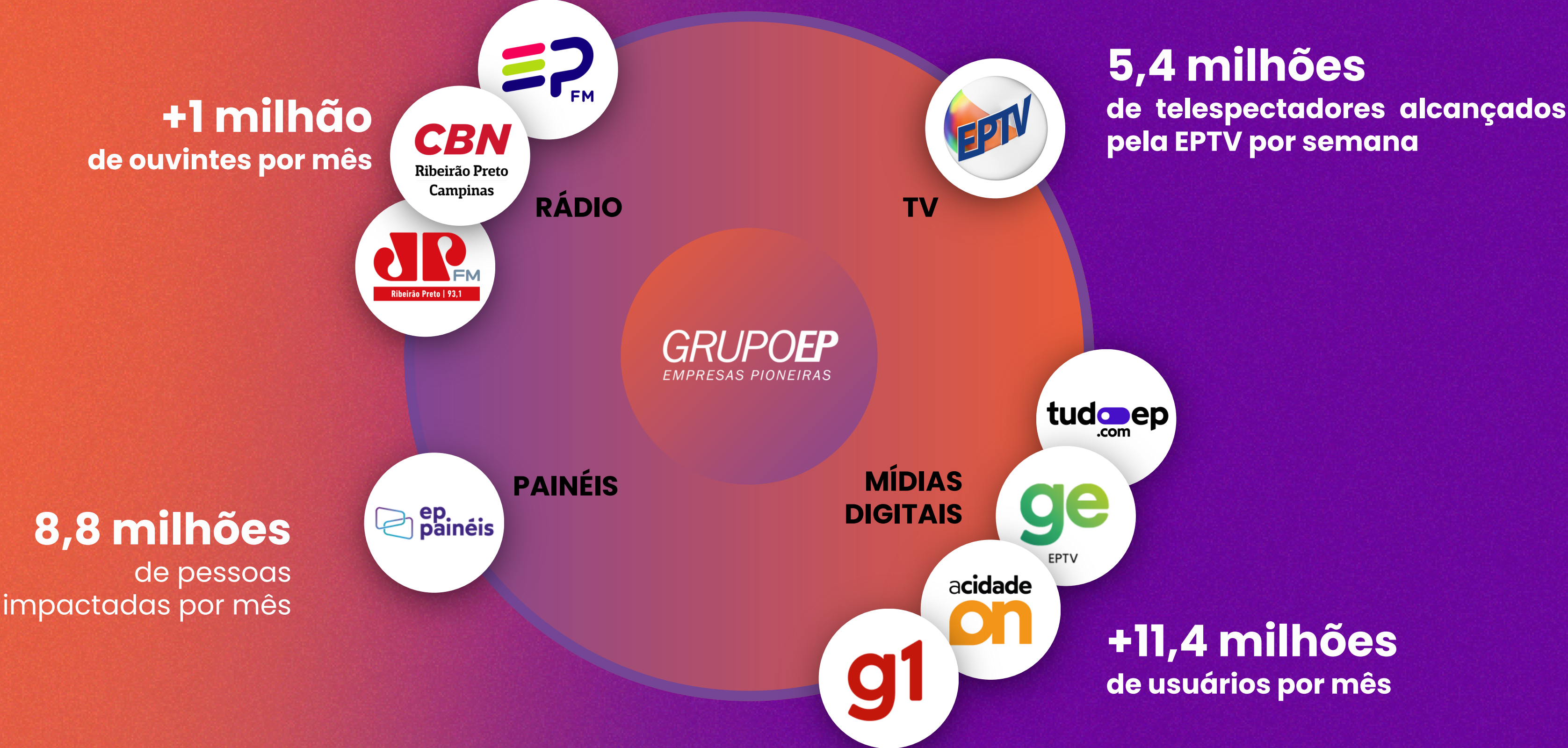
epainéis

[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 1.342.557 | Kantar Group Index Brasil - Português- TG BR 2024 R1 - 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: 4.223.752 | 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: 2.979.319 | **TV:** Kantar IBOPE Media Intel Analysis | Central e Ribeirão Preto - Maio 2025 | Varginha Junho/2025 | Campinas Janeiro-Junho/2025 | Total indivíduos COPS e AVWkRch% | Globo | Universos extrapolados | Central 1.872.673 telespectadores, Ribeirão Preto 2.572.028 telespectadores, Varginha 2.805.235 telespectadores, Campinas 4.646.828 telespectadores. Fonte: Google Analytics | Janeiro a Junho de 2025 | Total de usuários - Mídia Digital



# Comunicação

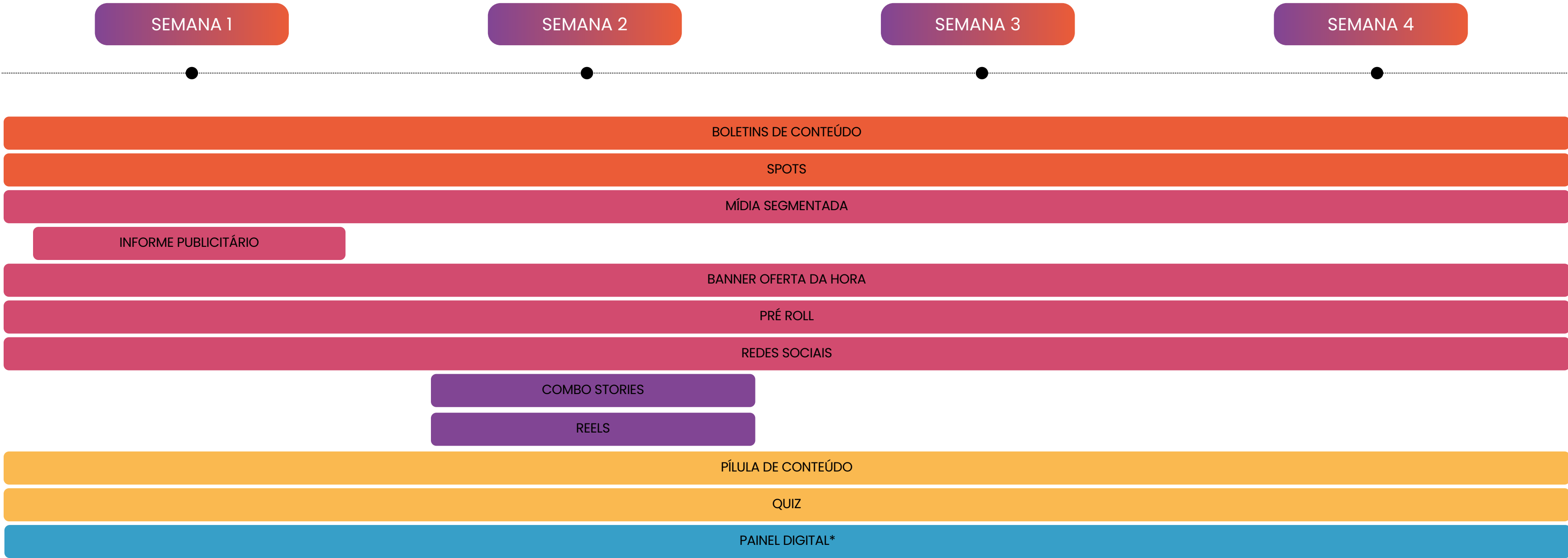
## Pilares de sustentação





# Timeline da comunicação

Período: mensal



Legenda:

Rádios

Digital

Influencer

Tv

Painel\*

\*Disponível apenas na praça VAR



TOP 5 OFERTAS



# 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:

### Boletins de conteúdo

PMG

Com linguagem leve e tom de utilidade, cada boletim destaca um dos cinco produtos em promoção, trazendo dicas práticas de uso, benefícios e sugestões de aplicação para o dia a dia. O objetivo é informar e inspirar, criando conexão entre a marca e o ouvinte.

### Spot

PMG

Mensagem objetiva e chamativa, anunciando as cinco ofertas em destaque da loja patrocinadora. Reforça a marca, evidencia vantagens e estimula a visita à loja física ou ao site, impulsionando conversão de vendas.

TOP 5 OFERTAS



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

PMG

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

### Oferta da hora

MG

Banner com funcionalidade de relógio countdown que chama atenção do usuário em contagem regressiva. Ideal para criar urgência e incentivar compras por impulso. O formato pode ser associado a promoções relâmpago, descontos exclusivos ou lançamentos limitados.

### Redes sociais

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

## TOP 5 OFERTAS

### Informe publicitário

MG

O cotista poderá veicular um informe publicitário, sendo uma oportunidade de promover sua marca, além de iniciar uma conversa e aumentar a conexão e consideração com o target.

### Mídia Pré-Roll

G

As pílulas de conteúdo na TV terão extensão no digital através da distribuição no globoplay pelo formato pre-roll até 180". Esse tipo de conteúdo gera valor e reforça a imagem da marca como parceira do anunciante.

PMG



# 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

## Entregas:

### Reels

PMG

O criador de conteúdo é selecionado de acordo com a região de atuação da marca. O influenciador visita o estabelecimento e produz vídeos em formato Reels, recomendando ou demonstrando produtos para gerar conexão autêntica com o público e ampliar o alcance das ofertas.

### Combo Stories

PMG

Durante a visita, o influenciador publica um pacote de stories em tempo real, destacando condições especiais e chamadas para o ponto de venda.

Esse formato estimula ação imediata, reforçando a presença da marca e atraindo consumidores ao local.

TOP 5 OFERTAS





# 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.**

## TOP 5 OFERTAS



## Entregas:

### Pílula de conteúdo

Os conteúdos são exibidos em VTs ao longo da programação, trazendo dicas práticas, tendências ou curiosidades relacionadas ao setor da marca anunciante.

Cada pílula inspira o público e desperta interesse para as cinco ofertas especiais que se estendem aos demais meios, reforçando a ligação entre informação e oportunidade de compra.

### Quiz

Dentro do TOP 5 Ofertas, teremos um quiz interativo com perguntas sobre o setor do cliente, envolvendo o público de forma divertida e informativa.

Antes de cada resposta, o patrocinador apresenta um comercial de 15 segundos com uma de suas ofertas, conectando conhecimento, entretenimento e oportunidade de compra.



# Painéis



Estamos sempre ligados às soluções do mercado publicitário e oferecemos uma nova opção de visibilidade para a sua marca na cidade de 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!**

TOP 5 OFERTAS



**Praça:** Sul de Minas  
**Localização:** Rua Prof. Helena Reis, 81  
**Formato:** : Eletrônico LED (Resolução P8) 7mX3m – 10 segundos  
**Período:** 1 mês

Índice



TOP 5 OFERTAS



negócios.ep

# INVESTIMENTO POR COTA



# Comparativo de cotas

|               |                                                                                     | COTA P | COTA M | COTA G |
|---------------|-------------------------------------------------------------------------------------|--------|--------|--------|
| RÁDIO         |    |        |        |        |
|               | Boletins de conteúdo 30" (*)                                                        |        |        |        |
| MÍDIA DIGITAL |    |        |        |        |
|               | Spots 30" (**)                                                                      |        |        |        |
|               | Mídia apoio segmentada                                                              |        |        |        |
|               | Informe publicitário - 7 dias                                                       |        |        |        |
|               | Mídia apoio - Oferta da hora                                                        |        |        |        |
| REDES SOCIAIS |  |        |        |        |
|               | Pré roll 30" com skip                                                               |        |        |        |
|               | Feed Avulso - Carrossel                                                             |        |        |        |
| INFLUENCER    |  |        |        |        |
|               | Storie Avulso                                                                       |        |        |        |
|               | Reels Feed                                                                          |        |        |        |
| TV            |  |        |        |        |
|               | Combo de Stories                                                                    |        |        |        |
| OOH           |  |        |        |        |
|               | Pílulas de conteúdo                                                                 |        |        |        |
|               |  |        |        |        |
|               | Quizz                                                                               |        |        |        |
|               |  |        |        |        |
|               | Painel Digital (***)                                                                |        |        |        |

(\*) Entrega não disponível na praça VAR.  
(\*\*) Entrega não disponível na praça VAR.  
(\*\*\*) Disponível apenas na praça VAR.

# INVESTIMENTO

POR TIPO DE COTA E PRAÇA

P

**Tipo:** Local

**Quantidade:** 1 cota

**Período:** 01 MAR a 31/MAR/26

**Custo de Produção:** R\$ 1.000,00

**Prazo de Venda:** 10/02/2026

RÁDIO + DIGITAL + INFLUENCER

+PRODUÇÃO

## Investimento

**CAM:** R\$ 69.540,40

**RIB:** R\$ 42.000,00

**SCA:** R\$ 19.096,80

M

**Tipo:** Local

**Quantidade:** 1 cota

**Período:** 01 MAR a 31/MAR/26

**Custo de Produção:** R\$ 1.000,00

**Prazo de Venda:** 10/02/2026

RÁDIO + DIGITAL + INFLUENCER

+PRODUÇÃO

## Investimento

**CAM:** R\$ 77.790,40

**RIB:** R\$ 48.150,00

**SCA:** R\$ 22.661,80

**VAR:** R\$ 12.950,00

G

**Tipo:** Local

**Quantidade:** 1 cota

**Período:** 01 MAR a 31/MAR/26

**Custo de Produção:** R\$ 7.500,00

**Prazo de Venda:** 10/02/2026

RÁDIO + DIGITAL + INFLUENCER  
+ TV

+PRODUÇÃO

## Investimento

**CAM:** R\$ 280.959,46

**RIB:** R\$ 156.569,28

**SCA:** R\$ 76.702,25

**VAR:** R\$ 64.654,38



# 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.

- **Na Cota G, as rádios e os painéis já contam com valores especiais de negociação, exclusivos para este projeto. Caso seja necessária uma nova negociação, será preciso revisitar os valores de tabela para adequação.**

**Prazo de comercialização:** Comercialização até dia 10/fev/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](mailto: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.

## Painéis | 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 do anunciante.





TOP 5 OFERTAS



# TURBINE SUA COMUNICAÇÃO



INVESTIMENTO  
SOB CONSULTA

# 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

**Tati Camargo**  
Programa +Caminhos

**Marcos Felipe**  
Programa EP Agro

**Ciro Porto**  
Programa Terra da gente





# 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!**

TOP 5 OFERTAS



|                                                                                                                                                                                                                  |                                                                  |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|
| <b>Praça:</b> Campinas<br><b>Localização:</b> Rod. dom Pedro I<br><b>Formato:</b> Frontlight 14,9 x 4,9 Altura: 10m<br><b>Período:</b> mínimo 3 meses (sendo o último mês completo)                              | <b>INVESTIMENTO MENSAL</b><br>Valor tabela<br><b>R\$9.850,00</b> |
| <b>Praça:</b> Ribeirão<br><b>Localização:</b> Rod. Anhanguera<br><b>Formato:</b> Frontlight 14,9 x 4,9 Altura: 10m<br><b>Período:</b> mínimo 3 meses (sendo o último mês completo)                               | <b>INVESTIMENTO MENSAL</b><br>Valor tabela<br><b>R\$6.000,00</b> |
| <b>Praça:</b> Sul de Minas<br><b>Localização:</b> Rua Prof. Helena Reis, 81<br><b>Formato:</b> : Eletrônico LED (Resolução P8) 7mX3m - 10 segundos<br><b>Número de cotas:</b> 12<br><b>Período:</b> mínimo 1 mês | <b>INVESTIMENTO MENSAL</b><br>Valor tabela<br><b>R\$2.500,00</b> |

Índice





# TOP 5 OFERTAS

Conteúdo que inspira, ofertas que vendem.

TOP 5  
OFERTAS



negócios.ep

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

