

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

RACIOCÍNIO BÁSICO

Nos últimos anos, o Paraná fez grandes esforços para atrair investimentos produtivos – o que, historicamente, já ocorreu em dois períodos anteriores: na década de 1970, quando foi criada a Cidade Industrial de Curitiba, e nos anos 1990, com a instalação de indústrias automotivas no Estado. Em estágios anteriores, o polo automotivo – prioridade estratégica à época – foi responsável pela convivência da vocação agrícola com a nova face industrial no Paraná. Mas, a despeito dos benefícios gerados pela postura desenvolvimentista, o desafio de reduzir as desigualdades regionais ficou por ser superado.

Hoje, a questão do bem-estar social descentralizado é premissa para o desenvolvimento sustentável. A expansão da capacidade produtiva, aliada ao processo de inclusão social, combinação almejada pela administração, foi materializada pelos programas criados pelo Governo do Estado. Priorizando cidades de baixo IDH e incentivando micro e pequenas empresas a se desenvolverem, entre outras iniciativas, o Estado oferece condições de participação ativa aos empreendedores e há canalização de forças sociais, de melhoria da capacidade associativa, do exercício da livre iniciativa e da criatividade. Ao promover o terceiro grande ciclo de desenvolvimento paranaense, o Estado se estabelece como instrumento real para a concretização de um plano de governo que tem como foco principal o cidadão. Aliás, uma gestão ganha escala humana efetiva quando parte de um conjunto de políticas cujo objetivo fundamental é o de promover qualidade de vida para o cidadão a partir de seus anseios e necessidades. O planejamento feito pelas pessoas e para as pessoas é marca da gestão pública de vanguarda e faz do Paraná um Estado ímpar.

Por isso, além de levar ao conhecimento da população como são investidos os impostos arrecadados pela gestão – objetivo básico da comunicação de governo –, a administração pode e deve provocar o sentido de pertencimento a uma causa maior, à missão em que cada um faz o seu melhor para o bem de todos.

O problema geral de comunicação

Patrimônio coletivo da sociedade, as políticas públicas devem tornar-se percebidas pela população, enquanto esta gera novas demandas sociais e econômicas continuamente. Esse movimento, no qual ações, serviços, programas ou obras são rapidamente processados para, no momento seguinte, cederem lugar a novas reivindicações, é o grande desafio no relacionamento entre o governo estadual e a população por ele representada. Nesse sentido, o processo pelo qual os conteúdos gerados pela ação do governo – em benefício da sua população – ganham forma e alcançam a sociedade, é fundamental. A comunicação auxilia na compreensão de que as soluções para os problemas sociais passam pelo esforço conjunto entre poder público e sociedade, e de que a gestão pública está comprometida com soluções efetivas para os problemas dos cidadãos.

O Governo do Estado deve ser reconhecido como agente da transformação, para a qual conta com a colaboração do cidadão paranaense, com quem deseja partilhar as soluções. O governo estadual e a população do Paraná devem, portanto, a partir da atuação no qual a comunicação é um instrumento indispensável, ser percebidos de forma integrada, partes de um esforço de mútua responsabilidade, cujo principal objetivo é o de buscar o crescimento em bases ordenadas e distribuído para todas as regiões do Estado. O resultado esperado é a ampliação dos níveis de qualidade de vida e a consequente elevação da autoestima dos cidadãos, merecedores de perspectivas de futuro compatíveis com os esforços empreendidos.

Handwritten notes and signatures in blue ink on the right margin, including a large signature at the top and several initials or smaller signatures below.

Handwritten signatures and initials in blue ink at the bottom right of the page.

O problema específico de comunicação

Além de demonstrar ao cidadão que a gestão sempre realizou seu programa de governo para ser executado com a participação da gente do Paraná, para o Paraná, esta administração pretende mostrar o seu grau de comprometimento com resultados, o que pode ser constatado pelas inúmeras ações regionalizadas, executadas e entregues para oferecer melhoria na qualidade de vida da população, e pelos números que destacam o Estado no cenário nacional, motivo de orgulho para todos. Se a posição do Paraná é hoje favorável em comparação com as outras unidades da federação, é porque houve coragem, seriedade e responsabilidade na tomada de medidas, muitas delas impopulares, para reestabelecimento do equilíbrio das contas públicas.

Outro ponto importante a ser considerado é o momento pelo qual passa o poder público em relação ao funcionalismo. Mesmo com os esforços do Governo do Estado para manter benefícios e salários em dia, há dificuldades em se manter diálogo com uma parcela dos servidores. Em paralelo, aumenta a percepção, por parte dos demais cidadãos, de que funcionários públicos gozam de posição privilegiada, com estabilidade e remuneração diferenciada, estando mais distantes dos efeitos da crise econômica pela qual o país passa. "Cerca de 70% da percepção de baixa qualidade e falta de confiança nos governos se explica por aspectos relacionados à qualidade dos serviços", declarou o diretor do Departamento de Modernização da Gestão Pública do Ministério Público, Luís Felipe Monteiro, em matéria de junho de 2016, postada no site do Ministério do Planejamento. Ou seja: melhorar a imagem do cidadão a respeito do esforço da gestão em prestar serviços eficientes e apontados para a sua necessidade, precisa passar pela satisfação do cidadão usuário do serviço público, que está diretamente relacionada com a qualidade e a agilidade no atendimento e solução de sua demanda. Nesse sentido, é imprescindível trazer a público a importância do trabalhador do Estado para toda a sociedade e demonstrar que a coalizão, a soma de todos os atores sociais, é que trará êxito para a missão da administração.

ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Em um movimento articulado, perene e de longo prazo, não movido apenas por ações pontuais, a gestão pública deve compartilhar com a população que há, norteador suas ações, um planejamento minucioso para o Estado, para os servidores e para todos os cidadãos de forma descentralizada, no qual é empregado o dinheiro recolhido com a cobrança dos impostos. Mas, para que seja efetivamente obtida a união de forças em prol de um objetivo comum, é necessário que todos se identifiquem com a proposta e queiram fazer parte dela, tarefa que exige mudança de postura e comportamento de todos os atores sociais para que se entendam como unidade, como corresponsáveis pelo desenvolvimento do Estado, que trará benefícios para todos os paranaenses.

Para isso, a proposta está apoiada nos seguintes pilares estratégicos:

Identidade e Identificação

A comunicação é ferramenta imprescindível na tarefa de construir uma identidade que seja comum a toda a população do Paraná e que envolva o cidadão emocionalmente, despertando seu orgulho por pertencer a um Estado que se destaca, que é admirado e oferece perspectivas de futuro para a população. Somente por meio dessa identidade única, que emerge da população do Estado, será possível provocar a identificação necessária para se obter o senso de pertencimento e o engajamento de toda a sociedade em uma causa maior: o desenvolvimento do Paraná. A comunicação precisará construir um posicionamento para a gestão, uma postura com a qual vai ouvir e um "tom de voz" com o

qual vai falar com a população, que corresponda à identidade do paranaense, nativo ou por adoção, pessoa física ou jurídica.

Trata-se de um posicionamento de marca, o que não significa utilizar uma mensagem “comercial” sob pena de perder o propósito das ações que cabem a um governo. Por outro lado, não há porque prescindir de técnicas de marketing se estas propiciam ganhos que vão da economia nos investimentos em comunicação até a potencialização dos objetivos que se pretende atingir. O posicionamento da administração pública deve refletir os valores e a cultura local, ser a manifestação da essência do Estado, que é constituído de pessoas, tendo no governo sua expressão máxima. Nesse sentido, uma proposta de partido temático busca resgatar o traço comum a todos os cidadãos, múltiplos que são.

A diversidade cultural no Estado é endossada por inúmeros estudos, como a pesquisa encomendada pelo Jornal Gazeta do Povo ao Instituto Paraná Pesquisas. Na análise, feita em 2010, o Estado aparece dividido em territórios distintos e quase autônomos pelo modo de colonização. Isso quer dizer que todos se consideram paranaenses, mas cultivam um estilo de vida bem diferente. Paulistanos que desceram da região de São Vicente (SP) e passaram a ocupar o primeiro planalto, sulistas que se estabeleceram na região da Lapa e Campos Gerais, gaúchos que migraram por conta da estrutura fundiária e a ocupação do Norte Pioneiro, região “tomada” por fazendeiros de São Paulo, são as faces da diversidade da população. Na pesquisa, poucas são as características comuns apontadas por quem vive no interior do Paraná e na capital. Mas, quando o assunto é trabalho, ela mostra que 90% dos entrevistados de qualquer região do Paraná se diz ser um povo esforçado e trabalhador.

Diante dessa evidência, a opção de posicionamento para a marca Paraná deve tangenciar ou ser construída em função do tema “trabalho” para que gere uma vantagem competitiva perceptível por todos os públicos-alvo, tendo como atributos: eficiência, produtividade e seriedade. A real integração entre o cidadão e o Estado poderá assumir a forma de uma identidade coletiva, cuja principal característica é o “gosto pelo trabalho” – é ela que faz o Paraná pujante e bem-sucedido, mesmo diante de crises e dificuldades.

O Paraná forte, que modela o próprio futuro, é o que vai possibilitar alinhamento em torno de uma missão social em que todos são responsáveis e todos usufruem dos benefícios do esforço coletivo.

Governo-servidor

A publicidade institucional tem o objetivo de divulgar informações sobre atos, obras, metas e resultados de programas governamentais. Já os anúncios de utilidade pública devem estar vinculados a objetivos sociais de interesse público, com caráter educativo, informativo ou de orientação social. Porém, a realidade mostra que a comunicação governamental deve romper com a lógica de ser uma ferramenta acessória e acionada somente para disseminar ideias ou informações. Ela pode e deve tornar-se um mecanismo importante para consultar ou envolver a sociedade. Ou seja, cidadãos – e não os governos – devem ser colocados no centro do processo de comunicação e envolvidos em termos mais personalizados. A informação deve ser entregue em formatos de comunicação que façam a mensagem chegar a quem precisa e que ela – a mensagem – engaje, sensibilize e transforme. Logo, a comunicação deve tornar-se uma das próprias políticas empregadas para, inclusive, melhorar o reconhecimento da população a respeito do serviço prestado pelo funcionário público, se isso de alguma forma beneficia o todo.

Por isso, a estratégia compreende uma nova forma de falar com a população. Ela atende suas demandas de acesso à informação em tempo real, caracteriza a comunicação como serviço e dá conta da complexidade da relação direta entre governos e cidadãos.

O que dizer

A estratégia de comunicação buscará sensibilizar a população do Paraná para o objetivo de se alcançar uma aliança em torno do fortalecimento da economia local, em cada região

do Estado, como caminho para se atingir o desenvolvimento de maneira bem distribuída e integrada – o que é bom para todos.

Para prestar contas à população sobre os recursos investidos em obras, programas e ações de governo, a ideia é levar a população para novos canais de informação e atendimento. Eles vão facilitar o entendimento de que as políticas públicas são construções coletivas e que o Governo do Paraná desenvolve mecanismos para facilitar a participação de todos nesse processo.

Como dizer:

A fim de cumprir os objetivos de marketing e comunicação, propõe-se que a estratégia seja materializada com auxílio dos seguintes elementos principais:

Conceito

Para propiciar o vínculo emocional entre os públicos-alvo e o Governo do Estado, é sugerido um conceito de comunicação que se apropria de atributo enraizado na cultura paranaense: o gosto pelo trabalho. Conforme pesquisa citada anteriormente, o paranaense considera-se um povo trabalhador. O Paraná foi e é feito por pessoas de diferentes credos, origens, etnias e formação cultural, mas que têm no trabalho sua identidade.

Sugere-se, então, a adoção do slogan “Forte com o trabalho de todos”. Ele deve conviver com o logotipo da bandeira do Estado, com todas as especificidades sinalizadas em manual de marca, apontando o esforço de comunicação para essa síntese em forma de conceito.

O trabalho de todos está na obra da gestão – feita por servidores – fruto da necessidade e vontade do cidadão. A síntese da mensagem proposta, “Forte com o trabalho de todos”, reflete o valor maior do paranaense e também a proposta do Governo do Estado de se colocar como servidor do cidadão, que está no centro das políticas públicas.

Partido gráfico

O trabalho é o fio condutor para a ação de todos os paranaenses e também representa a intenção de mostrar o Estado a serviço do cidadão, por meio dos funcionários públicos. A linha gráfica tem como ideias centrais o gosto pelo trabalho (traço do povo paranaense), a necessidade da participação do cidadão na esfera pública e vocação, do Estado e do servidor, para servir a população.

Assim, o recurso para se estabelecer a identidade essencial do Estado é a utilização dos símbolos do Paraná na linguagem gráfica de campanha publicitária. O brasão e a bandeira do Estado são marcas oficiais do Governo. Enquanto a bandeira assina peças de comunicação, o brasão é utilizado para identificá-lo em seus atos oficiais, propriedades e bens, como documentos, prédios oficiais, papelaria, placas de inauguração e carros administrativos. A estratégia de comunicação pretende fazer com que os dois convivam e atribui uma nova função ao brasão, em versão estilizada para não ferir os padrões especificados em manual de identidade visual disponibilizado pelo Departamento de Marketing da Secretaria de Estado da Comunicação Social.

O brasão traz em seu centro um lavrador na lida com a terra, manifestação da tenacidade do trabalhador paranaense. O que se pretende é a materialização da identidade do Governo que serve a população e que representa todos os trabalhadores do Paraná. Por isso, o partido gráfico sugerido apresenta no centro do brasão estilizado um servidor do Estado. Ele faz a ligação entre os benefícios das obras, programas, serviços e políticas públicas, e beneficiários, cidadãos, empresários ou investidores que se quer atrair para fazer negócios no Paraná.

A presença de funcionários públicos, cidadãos e investidores reais em todas as peças de comunicação, contribui ao mesmo tempo para a humanização e a valorização do público interno.

Comunicação em forma de serviço

É inegável que a via única de comunicação perdeu sua efetividade na comunicação governamental, dando espaço à comunicação próxima e simplificada, que permite ouvir e responder diretamente ao cidadão, sem intermediários. No ambiente on-line essas demandas são ainda mais evidentes. É preciso informar, de forma clara e objetiva, onde está sendo investido o recurso público e quais resultados estão sendo obtidos com os investimentos. Os conceitos do “e-government” também reforçam que, cada vez mais, governos e governantes devem se colocar à disposição da população 24 horas por dia, 7 dias por semana.

Segundo a pesquisa “O Relatório dos Líderes – O futuro da comunicação governamental”, conduzida pela WPP Group (no Brasil, em parceria com o Ibope) e divulgada em 17/01/17, somente pela comunicação de duas vias os governos passam a ser capazes de avaliar as questões mais salientes para a gestão pública e entender o que tem ressonância na população. Isso, como aponta o relatório, ajuda a envolver os cidadãos no processo de comunicação e demonstra que as necessidades públicas estão no centro das decisões e ações do governo, inclusive nas práticas de comunicação, permitindo um diálogo mais constante, ágil, colaborativo e transparente.

Dessa forma, um elemento importante na estrutura das peças de campanha é que tenha caráter de serviço, o que vai além da função informativa, na comunicação do Governo do Paraná. Para que essa premissa seja respeitada, a proposta prevê a incorporação de um “Chatbot” às plataformas digitais do Governo do Estado. O assistente virtual é desenvolvido em tecnologia compatível com Facebook Messenger e também pode ser disponibilizado no site do Governo do Paraná para responder questões ou interagir em tempo integral com os internautas. O robô também permite oferecer à população atendimento proativo e recursos multimídia nas respostas, buscando referências em bancos de dados diversificados. Por ser dotado de inteligência artificial, o Chatbot aprende por meio da própria interação e de novas formas de visualização de base de conhecimentos, além de possibilitar a extração de relatórios em tempo real e retenção de contextos em múltiplas plataformas (omnichannel). Sua utilização vai auxiliar na entrega de informação e conteúdo para a população, demonstrando disponibilidade e transparência, atributos do Governo que serve ao cidadão. Como “avatar” do governo, tem identidade, nome (Edu Paraná) e personifica o funcionário público padrão.

A estratégia de comunicação prevê novas possibilidades de o cidadão realmente interagir com a gestão e de se entender como parte dela.

Regionalização

A proposta estratégica possuir um eixo central e unificador do discurso não elimina a possibilidade de desdobramento regional da mensagem, pelo contrário. Com essa finalidade, foram selecionadas ferramentas com capacidade de entrega de cross media, abordagens em storytelling e formatos específicos para propiciar a experiência one-to-one. Em cada local do Estado deve ser percebido o esforço da gestão em descentralizar os investimentos e minimizar as diferenças.

Para quem dizer:

A segmentação das mensagens de comunicação deve ser adequada para quatro grandes grupos de públicos-alvo:

- Funcionalismo (mais de 140 mil pessoas): tratado ao mesmo tempo como público-alvo e personagem da campanha. Ações específicas voltadas para esse público farão parte da estratégia criativa como forma de motivação e valorização da parcela da população que media a relação entre a gestão e o cidadão.
- População em geral: a ideia é evidenciar que o círculo virtuoso do desenvolvimento – e todas as medidas tomadas pelo governo neste sentido – beneficia toda a sociedade.

Também foi considerado que a população precisa se identificar com a gestão e saber de todos os canais dos quais dispõe para acompanhar a atuação da administração, seja por meios passivos, como a comunicação de massa, ou dos ativos, como as plataformas de internet. Finalmente, é preciso que, impactado pela comunicação, o cidadão reconheça a sua vontade em tudo o que foi e está sendo realizado, argumento que tem absoluta conexão com as necessidades institucionais da comunicação da gestão.

- Investidores: a linha de comunicação pretende tangibilizar a proposta da gestão para o investidor. A mensagem principal é mostrar que a vontade da população, aliada ao traço de personalidade do povo do Paraná, seu apreço ao trabalho e o esforço da administração para receber novos negócios com infraestrutura compatível com sua necessidade, são as garantias para quem investe no Estado.

- Empreendedor local: é importante fazer com que o empreendedor local perceba que deve participar ativamente do desenvolvimento econômico do Estado, não como coadjuvante, mas como protagonista. Por isso, algumas ações de comunicação irão abordar suas iniciativas empreendedoras, estimulando de maneira prática o seu crescimento. É sabido que corporações nacionais e globais representam uma força econômica considerável capaz de irrigar toda uma economia regional. O empreendedor do Paraná precisa estar preparado para ver a competitividade como uma faceta importante da sua própria evolução.

Quando dizer e que meios de divulgação utilizar:

A proposta consiste em se ter um projeto de comunicação integrada que impacte o público basicamente por meio das ferramentas de: endomarketing, publicidade, mídia social e ativação do conceito em ações especiais de relacionamento. O detalhamento da estratégia é feito no plano de mídia, que irá demonstrar como foram alocadas as peças descritas na ideia criativa e demais materiais previstos para solucionar o problema geral de comunicação.

IDEIA CRIATIVA

Saber onde se aplicam recursos públicos e demonstrar total transparência, além de ser um compromisso da atual gestão, é obrigação de qualquer administração e o cidadão tende a fazer cobranças neste sentido. Mas é fundamental mostrar diferenciação nessa tarefa e fazer uma ligação explícita da comunicação de resultados do governo com a estratégia institucional.

A ideia criativa foi construída de modo a propiciar essa diferenciação. As peças, divididas por público-alvo, refletem os objetivos estratégicos de:

- fortalecer a identidade do Estado a partir de seus símbolos oficiais, em especial do brasão estilizado;
- valorizar o servidor, mostrando que ele é o elo entre obras, programas e ações de Governo e o cidadão;
- buscar o reconhecimento de que todas as obras e ações do Governo são feitas para o cidadão, pelos servidores, alinhadas às necessidades da população paranaense, sendo que todos estão envolvidos na mesma atmosfera de trabalho, esforço e dedicação ao desenvolvimento;
- estabelecer o nexos entre o gosto do paranaense pelo trabalho e o resultado disto para investidores: mais desenvolvimento, competitividade, infraestrutura e situação econômica melhor do que nos outros estados da federação e, portanto, ambiente ideal para receber novos negócios;
- mostrar disponibilidade, transparência e modernidade como atributos do Estado;

- enfatizar, para o empreendedor local, que a competitividade traz oportunidades de desenvolvimento para todos.

Com a união de elementos racionais, emocionais e sensoriais, cada peça ação ou evento pode contribuir para a percepção de imagem única do Estado do Paraná, o que converge para a solução dos problemas de comunicação expressos no briefing.

Listagem geral de peças e materiais de campanha:

População em geral:

- Chatbot – o assistente virtual do Estado, Edu Paraná, estará disponível propriedades digitais do governo como um recurso de atendimento ao cidadão, ao investidor e ao funcionário público;
- Anúncios de jornal formato rouba-página – materiais institucionais, contam com o QR code em formato do brasão que leva diretamente ao Chatbot Edu Paraná, no site do Governo;
- Anúncios de jornal formato ½ página – 5 materiais institucionais com os temas Segurança, Saúde, Educação, Social e Infraestrutura, contam com o QR code em formato do brasão que leva diretamente ao Chatbot Edu Paraná, no site do Governo;
- Painel rodoviário sequencial – projeto especial de mídia extensiva para reforço institucional e apresentação de conceito;
- Carrinhos de bagagem em aeroportos – peças institucionais de campanha;
- Painéis de aeroporto - peças institucionais de campanha;
- Front light – peça institucional e também de apresentação do assistente virtual, tem 5 modelos diferentes: Segurança, Saúde, Educação, Social e Infraestrutura;
- Busdoor – peça institucional e de apresentação do assistente virtual, tem 5 modelos diferentes: Segurança, Saúde, Educação, Social e Infraestrutura;
- MUB – peça institucional e de apresentação do assistente virtual, tem 5 modelos diferentes: Segurança, Saúde, Educação, Social e Infraestrutura;
- Outdoor – peça institucional e de apresentação do assistente virtual, tem 5 modelos diferentes: Segurança, Saúde, Educação, Social e Infraestrutura;
- Web banner para mídia programática – material específico para promover o assistente virtual, Edu Paraná;
- Filme de 60” “Trabalho de todos” – peça destinada à TV aberta, apresenta o conceito e posicionamento do Governo do Estado;
- Filme de 30” para TV – redução do material de 60” para sustentação da campanha;
- Spot de 60” “Trabalho de todos” – apresenta o conceito e posicionamento do Governo do Estado para a população;
- Spots de 30” para rádio – 10 materiais para desdobramento regional da campanha, utilizam linguagem popular, acessível e próxima para que esteja adequada à característica do meio e dos veículos selecionados;
- Cartaz – peça institucional para todos os canais constituídos pelos equipamentos públicos, aproveitando sua capilaridade e abrangência geográfica, apresenta o assistente virtual para o cidadão;
- Splash com contador – banner expansível para as propriedades digitais do governo com contador de obras, programas, ações e investimentos, possibilita consulta facilitada à quantidade, valores e busca regionalizada, demonstra acessibilidade e transparência, e ajuda no entendimento da extensão da obra do Governo;
- Web série “Paraná Forte” – série com 8 capítulos para postagem em redes sociais e nos canais do Governo do Paraná, conta histórias de servidores que são referências em serviços prestados ao povo paranaense;
- Anúncios de rede Google – variações de anúncios em ampla rede Google para atingir o público geral e segmentado;
- Anúncios de Facebook – variações de anúncios para público geral e segmentado;
- Anúncios de Instagram – variações de anúncios para público geral e segmentado;

- Anúncios de LinkedIn – variações de anúncios para público geral e segmentado;
- Anúncio de Spotify – patrocínio de sessão de músicas em horários pré-determinados;
- Mensagem localizada em tempo real – visa dar boas-vindas ao Estado, via aplicativos, atingindo pessoas vindo pelas rodovias federais em direção ao Paraná ou em aeroportos.

Público interno:

- E-mail marketing – apresenta em primeira mão o esforço do Estado em mostrar transparência nos atos, proximidade e alinhamento com as expectativas da população, além de divulgar o aplicativo “Paraná Servidor” (descrição a seguir);
- Aplicativo “Paraná Servidor” – contém informações e serviços transacionais exclusivos para o funcionário público;
- Filme de 60” “Trabalho em comum” – material para divulgação em mídia social, foca no servidor do Estado visando a identificação com a característica de Estado Servidor.

Investidores:

- Filme de 30” “Força em comum” – material para TV fechada que objetiva atingir o público potencial investidor em programação voltada para assuntos como economia, empreendedorismo, negócios e finanças;
- Anúncio de revista formato 1 página – material institucional em alinhamento com o posicionamento para apresentação dos diferenciais do Estado do Paraná;
- Anúncio de jornal formato ½ página – material institucional em alinhamento com o posicionamento para apresentação dos diferenciais do Estado do Paraná;
- Painel para mídia aeroportuária – peça institucional e de fixação do conceito;
- Web banner para mídia programática – voltado para o público empresarial, apresenta os diferenciais do Estado para atração de investimentos;
- Anúncios de LinkedIn – anúncio em vários formatos para público segmentado.

Empreendedores locais:

- Web banner para mídia programática – anúncio em vários formatos para público segmentado;
- Anúncio de LinkedIn – anúncio em vários formatos para público segmentado;
- Postagens para Twitter – estratégia de conteúdo com temas determinados por localização, clusters e palavras-chave.

Exemplos de peças e materiais para corporificar a proposta de solução do problema específico de comunicação:

1. Anúncio rouba página de jornal – Saúde;
2. Anúncio ½ página de jornal – Educação;
3. Painel rodoviário sequencial;
4. Front light – Segurança;
5. Busdoor – Infraestrutura;
6. Filme de 60” “Trabalho de todos”;
7. Spot de 60” “Trabalho de todos”;
8. Cartaz;
9. Splash/Contador (banner expansível);
10. Web banner para mídia programática;
11. E-mail marketing;
12. Aplicativo “Paraná Servidor”;
13. Filme de 60” “Trabalho em comum”;
14. Filme de 30” “Força em comum”;
15. Anúncio de revista formato 1 página.

ESTRATÉGIA DE MÍDIA

1. OBJETIVO DE MÍDIA

Em alinhamento com os objetivos de marketing e de comunicação da campanha, este planejamento de mídia objetiva impactar com alto alcance e frequência a população paranaense, respeitando as especificidades regionais dentro do Estado, além de dar visibilidade nacional ao Estado do Paraná junto a investidores e potenciais investidores, com utilização eficaz dos recursos disponíveis.

Como resultado deste planejamento, estima-se alcançar, aproximadamente, 11 milhões de pessoas, considerando o alcance de televisão aberta no Paraná e o impacto estimado dos veículos nacionais.

2. ESTRATÉGIA DE MÍDIA

Para fins de estudos e análises do consumo dos meios e veículos de comunicação e melhor recomendação técnica, optou-se por segmentar o plano de mídia para os seguintes públicos-alvo e mercados:

2.1 Públicos-alvo/Mercados

- Prioritário – População em geral, moradores do Estado do Paraná, de ambos os sexos, pertencentes a todas as classes sociais (ABCDE), acima dos 18 anos de idade.

- Secundário – Investidores e empreendedores locais, pessoas de classes A e B, acima de 25 anos, moradores das grandes capitais brasileiras, com perfil corporativo e potencial para decisão de investimentos no Estado do Paraná. Foco também para empreendedores locais do Estado do Paraná.

- Públicos específicos – Servidores do Governo do Estado do Paraná (professores, policiais militares, agentes de saúde, aposentados, pensionistas, entre outros).

Dentro do Estado do Paraná, a mídia será regionalizada para cada uma das 10 mesorregiões do Estado, conforme tabela anexa (TABELA 1). São elas: região Metropolitana de Curitiba, representando 34% da população do Estado, Norte Central Paranaense, com 20% da população, Oeste Paranaense, com 12%, Centro Oriental, com 7%, Noroeste Paranaense, com 6%, Centro Sul, Norte Pioneiro e Sudeste Paranaense, todas com 5%, respectivamente, Sudoeste Paranaense e Centro Ocidental, ambas com 3% de representatividade populacional do Estado do Paraná.

Todos os municípios do Estado serão cobertos por este plano, considerando a soma dos impactos de todos os meios de comunicação. No entanto, dentro das mesorregiões, para fins de otimização da verba aplicada, foram escolhidas 23 cidades, para reforço do plano com presença em mídia local, conforme listagem anexa (TABELA 2). Essas cidades somadas representam 50% da população do Estado (TABELA 3).

Em âmbito nacional, serão direcionadas comunicações para meios e veículos segmentados, porém de grande visibilidade junto ao público corporativo/empresarial, gerando impacto. Para otimizar os investimentos, foram escolhidas as capitais de São Paulo e Rio de Janeiro para foco desta comunicação, como grandes centros econômicos do país.

2.2 Período

Considerando-se que esta campanha objetiva fixar um posicionamento e demonstrar a continuidade do trabalho do governo, com economicidade na aplicação dos recursos em mídias de massa, alternativa (mídia extensiva) e segmentada, este plano contempla veiculações em um período de 6 meses, com concentração da mídia de massa nos primeiros meses e continuidade em meios segmentados e alternativos por todo o período.

2.3 Critérios para seleção dos meios

Para escolha dos meios de comunicação mais apropriados para cada público-alvo, foram analisados estudos de hábitos de consumo de comunicação dos mesmos.

Considerando-se o público geral ABCDE 18+ (TGI Ibope), de Curitiba, as atividades que mais se destacam no seu dia a dia, relacionadas ao consumo de mídia, conforme TABELA 4, são “andar de um lugar a outro” no início da manhã, na hora do almoço e no final da tarde, o que justifica a presença da campanha em mídias exteriores; ver TV aberta a partir da hora do almoço, principalmente à noite (44% das pessoas disseram ver TV entre 20h e 22h), justificando a presença da campanha no meio TV como prioridade, principalmente, nas programações vespertinas e noturnas; acesso quase linear à Internet durante o dia e a partir do início da tarde até o fim da noite (em média, 15% por faixa horária).

Diferenças comportamentais entre os consumidores dos meios também influenciam na escolha destes. Nas TABELAS 5, 6 e 7 (TGI Ibope Curitiba) observa-se que dos paranaenses que assistiram TV aberta, ouviram rádio e foram impactados por mídia externa na última semana, em torno de 30% utilizam apenas serviços públicos de saúde, índices superiores aos consumidores de outros meios. Já com base em questões que demonstram a satisfação dos pesquisados com os serviços públicos na área de educação e em relação à preocupação dos políticos quanto ao bem-estar da população, os consumidores de TV fechada, revista e jornal mostraram-se mais críticos.

Adicionalmente, foram levantados dados de penetração e afinidade dos meios com esses públicos (TGI Ibope 2016, Curitiba). De acordo com o gráfico a seguir (GRÁFICO 1), observa-se que no público geral, os meios com maior penetração são, nesta ordem: TV aberta (90%), mídias extensivas (fora de casa, como outdoors) (86%) e internet (75%). Meios como rádio AM e FM e jornal, embora com menor penetração, têm sua importância localmente. Por tratar-se de um público bastante amplo, não há diferenças significativas em termos de afinidade dos meios. No GRÁFICO 2, são detalhados os perfis de audiência dos principais meios de comunicação, base Curitiba TGI Ibope 2016.

De acordo com Mídia Dados 2016, em mercado nacional, as penetrações dos meios na classe AB são as seguintes: 82% TV aberta, 64% OOH, 63% internet, 61% rádio, 45% jornal e 41% para TV paga e para revista.

No público AB, nacional, acima de 25 anos, de acordo com Mapa de Correspondência do Mídia Dados 2016, percebe-se alta afinidade com os meios TV paga, internet e revista (GRÁFICO 3).

Com base na Pesquisa Brasileira de Mídia, encomendada pelo SECOM, em 2016, os meios mais utilizados pela população brasileira para informação sobre o que acontece no país são TV (63%) e internet (26%), ambos bastante à frente do terceiro mencionado, jornal (7%).

As características dos meios também são uma variável importante na definição do mix de meios do plano. A seguir descrevemos o papel dos meios.

2.3.1 TV Aberta

Meio audiovisual de grande impacto presente em quase todos os domicílios. Possibilita cobertura ampla regional e por isso traz resultados melhores em termos de alcance eficaz. De acordo com Mídia Dados 2016, esse meio ainda concentra 53% dos investimentos

publicitários no Brasil. De acordo com Pesquisa Brasileira de Mídia (SECOM, 2016), 77% dos brasileiros assistem TV todos os dias.

2.3.2 Mídia extensiva

Impacta as pessoas quando estão fora de casa, nas ruas, em traslados, próximo aos seus trabalhos e ocasiões de consumo. Conforme demonstra a Pesquisa Brasileira de Mídia, 30% dos brasileiros afirmam ver mensagens publicitárias em mídias exteriores todos os dias. Esses meios permitem alto alcance e frequência nas mensagens e podem dar grande visibilidade para as mensagens nelas veiculadas. De acordo com o Mídia Dados 2016, é possível cobrir 71% da população de Curitiba com esse meio, no período de 30 dias, sendo mobiliário urbano, o tipo de mídia com maior potencial de alcance (52%), como mostra o GRÁFICO 4.

2.3.3 Internet

Meio com grande capacidade de segmentação demográfica e comportamental. De acordo com Pesquisa Brasileira de Mídia (SECOM, 2016), 50% dos brasileiros navegam todos os dias da semana na web, a grande maioria em casa (79%) e acessando pelo celular (72%). Com base no TGI 2016 de Curitiba, as atividades mais realizadas são leitura de mensagens instantâneas, acesso às Redes Sociais (61% para target primário e 73% para secundário), leitura de notícias nacionais (55% para target primário e 74% para secundário), além de leitura de e-mails (TABELA 8).

Entre as Redes Sociais acessadas, o Facebook é o de maior audiência em ambos os públicos primário e secundário (13% e 17%, respectivamente, – TABELA 9).

No inventário de Facebook/Instagram, estão disponíveis 6 milhões de pessoas ativas, sendo no Facebook 53% mulheres e 47% homens, e maioria entre 18 e 25 anos, conforme GRÁFICO 5. No Facebook, é possível obter segmentação por país, estado, cidade e por raio, em KM, em locais específicos. O inventário da Rede Google no Paraná possui mais de 10 milhões de pessoas, que geram mais de 1 bilhão de impressões semanais. Dessas, 34% usa desktop e 59% celular, sendo 28% feminino e 31% masculino, a maioria entre 18 e 65 anos, conforme demonstrado pelo GRÁFICO 6. No Google também é possível segmentar por país, estado, CEP ou segmentação por raio, em KM, próximo a algum local. Já o LinkedIn é, atualmente, uma das redes mais assertivas para anúncios segmentados a público qualificado. Enquanto o Spotify é hoje uma plataforma crescente e um meio que imprime modernidade e presença plural ao Governo do Estado do Paraná. No Youtube, por fim, é possível alcançar mais de 3.370.000 pessoas no Paraná.

2.3.4 TV paga

Meio audiovisual de impacto, que atinge público formador de opinião, com possibilidade de alta frequência. 71% de penetração nas classes A e B (Mídia Dados 2016). A evolução do número de domicílios assinantes demonstra um grande crescimento nos últimos 10 anos, passando de patamares em torno de 4.500.000 para 20.000.000, conforme demonstrado no GRÁFICO 7. Canais segmentados por interesses e afinidades.

2.3.5 Rádio

Mídia de massa presente no momento de descontração do ouvinte, seja em casa, no trânsito ou no trabalho. Meio que garante fidelidade do ouvinte pela identificação com as características das emissoras e dos locutores, regionalmente. De acordo com TGI Ibope 2016, para Curitiba, a Rádio FM tem perfil predominante feminino, de classe C, acima de 25 anos. De acordo com a Pesquisa Brasileira de Mídia (SECOM, 2016), 35% dos brasileiros ouvem rádio todos os dias da semana e 79% destes ouvem mais emissoras FM.

2.3.6 Revista

Com esse meio é possível obter segmentação qualificada do público. O meio possui penetração de 61% na população de classe A, segundo Mídia Dados 2016. Além de possuir

alto índice de atenção exclusiva. De acordo com Pesquisa Brasileira de Mídia (SECOM, 2016), 24% dos leitores de revista ficam mais de 60 minutos por dia lendo revistas durante a semana.

2.3.7 Jornal

Meio com grande credibilidade, permite também detalhamentos da mensagem e regionalização. De acordo com TGI Ibope 2016, para Curitiba, o meio jornal possui perfil predominante masculino, de classes ABC, entre 25 e 44 anos. Conforme dados apresentados na Pesquisa Brasileira de Mídia (SECOM, 2016), os leitores de jornal ainda preferem a versão impressa (66%), para leitura durante a semana (53%).

É interessante acrescentar, que de acordo com a Pesquisa Brasileira de Mídia (SECOM, 2016), o consumo simultâneo dos meios é bastante grande. Entre os que estão assistindo TV, apenas 23% estão com atenção exclusiva ao meio. Como exemplo, 28% deles afirma estar lidando com o celular ao mesmo tempo em que assiste TV. 82% diz realizar outra atividade enquanto ouve rádio, e 64% afirma o mesmo enquanto navegam na internet.

2.4 Estratégia dos meios

Para esta campanha, foram considerados os seguintes meios, por público-alvo:

2.4.1 Prioritário

A TV aberta é o principal meio de comunicação com esse público. A veiculação em TV acontece durante 2 meses seguidos no lançamento da campanha, com cobertura estadual no Paraná. Esse meio objetiva alcançar 78% da população do Estado neste período com uma frequência média de 10,4 inserções e alcance eficaz (3 vezes ou mais) de 62%, de acordo com TABELA 10 a seguir. Nos primeiros 3 dias de campanha será veiculado filme de 60" institucional (100 TRP), que terá posteriormente uma redução para 30" (300 TRP). O mês seguinte terá veiculação de 400 TRP.

TABELA 10 – Simulação de Alcance e Frequência de TV Aberta

Total	Ins	Grps	Grps %	Alcance %	Alcance Eficaz	F. Média	GRP Eficaz	F. Média Eficaz
	237	808	100	77,87	62,10	10,38	785,53	12,65
TV Bandeirantes	29	11	1	7,36	0,89	1,52	3,12	3,50
RPC TV (Globo)	103	604	75	70,77	52,27	8,54	578,07	11,06
RIC TV (Record)	65	110	14	29,17	13,29	3,78	88,85	6,69
TV Massa (SBT)	40	82	10	25,71	10,51	3,21	61,98	5,90

Fonte: Kantar Ibope – Media Workstation – dezembro/16 – Grande Curitiba – Curva 3+.

Está prevista programação em meio digital com veiculações durante todo o primeiro semestre de campanha, de forma segmentada regionalmente, em todo Paraná, em diversos sites e formatos, incluindo: Mídia programática, mensagens em tempo real localizadas (inLoco), Rede Google, Facebook, Instagram, LinkedIn, Spotify e Youtube. Esse meio objetiva eficiência na entrega segmentada das mensagens, continuidade na comunicação, retenção das mensagens e divulgação dos serviços de Chatbot e Contador.

Mídia extensiva, durante os 6 meses da campanha, estará presente nas principais cidades do Estado (TABELA 2), em forma de outdoors, busdoors (interior do Paraná, onde há disponibilidade), front lights e mobiliário urbano (Curitiba), conforme disponibilidades locais. Nas principais fronteiras rodoviárias do Estado estão previstos painéis sequenciais do tipo front light e mídia extensiva aeroportuária, ambos durante 6 meses, nos mercados de

Curitiba, Londrina, Maringá e Foz do Iguaçu, em forma de painéis e carrinhos de bagagens. Impacto regional e continuidade são os objetivos desse meio.

A escolha do meio Jornal com uma a duas veiculações no início da campanha, nas principais cidades do Estado (TABELA 2), tem o objetivo de detalhar localmente as realizações do governo, conforme adequação à região.

As rádios AM e FM têm programação de 2 meses, em flights, nas principais cidades do Estado (TABELA 2), com objetivo de gerar identificação local com o público-alvo e direcionar comunicações conforme a pertinência da região. A campanha inicia com veiculação de spot institucional de 60", com posterior redução para 30", sendo 10 versões, de forma a regionalizar a comunicação para cada mesorregião.

2.4.2 Secundário

A programação em TV fechada, segmentada para canal financeiro, durante os 3 primeiros meses da campanha, com filmes de 30", em mercado nacional, objetiva impacto junto à audiência qualificada.

Meios digitais, objetivam segmentação e continuidade. Internet, durante todo o semestre, está focada em programação relacionada a finanças e negócios. Será utilizada mídia programática com abrangência nacional em sites de economia e negócios, presença em Google Search com palavras-chave relacionadas ao nome do Estado, com foco em investimentos e também em LinkedIn, com Ad e Sponsored InMail. Serão direcionadas mensagens específicas nesse meio para o empreendedor local paranaense.

Mídia extensiva aeroportuária está no plano durante três meses, nos mercados de São Paulo e Rio de Janeiro, em forma de painéis. Impacto e continuidade são os objetivos desse meio, nos mercados onde encontra-se a maior parte dos executivos que decidem sobre grandes investimentos.

Jornais de grande circulação nacional atribuem credibilidade à mensagem e auxiliam no alcance do público investidor.

Revista nacional com foco em negócios, com veiculação de página simples durante lançamento da campanha, objetiva impacto junto ao público segmentado e visibilidade ao Governo do Estado do Paraná.

2.4.3 Públicos específicos

Serão direcionadas diversas ações com materiais específicos em mídias próprias do Governo, assim como também peças de Não Mídia para estes públicos.

Os canais próprios utilizados no plano são: e-Paraná TV Estadual, Rádio Educativa AM, e-Paraná FM 97,1 de Curitiba; Portal do Governo do Paraná, autarquias, empresas públicas e administração direta; e redes sociais do Governo do Estado (Facebook, Instagram, Youtube e Twitter), linearmente, durante todo o período da campanha.

2.5 Distribuição dos investimentos em mídia

Para esta campanha será direcionada 82% da verba para veiculações voltadas ao público-alvo primário e 18% ao público secundário, considerando como verba total de mídia o montante de R\$ 6.305.439,86.

A alocação da verba entre os meios respeita critérios técnicos de relevância junto a cada público-alvo, conforme detalhado anteriormente.

Para o público primário, este plano contempla investimentos de R\$ 2,247 milhões para TV aberta (47%), R\$ 416,9 mil para rádio (9%), R\$ 456,8 mil para jornal (9%), R\$ 495 mil para internet (10%) e R\$ 605,4 mil para mídia extensiva (25%), totalizando R\$ 4,898 milhões.

Para atingir o público secundário, o plano contempla investimentos de R\$ 285,9 mil em TV fechada (20%), R\$ 330,4 mil em jornal (23%), R\$ 214,1 mil em revista (15%), R\$ 270 mil em internet (19%) e R\$ 306 mil em mídia extensiva (22%), somando R\$ 1,406 milhão, conforme TABELA 11, a seguir:

TABELA 11 – Participação de investimentos por público, meios e período

Prioritário - Público Geral (78% do investimento)								
	Mês 1	Mês 2	Mês 3	Mês 4	Mês 5	Mês 6	Total Geral	Part.
TV A.	1.247.751,00	1.040.297,00					2.288.048,00	47%
Rád.	288.556,70	128.304,40					416.861,10	9%
Jor.	456.840,76						456.840,76	9%
Int.	132.500,00	140.000,00	140.000,00	32.500,00	25.000,00	25.000,00	495.000,00	10%
ME	605.475,00	127.350,00	127.350,00	127.350,00	127.350,00	127.350,00	1.242.225,00	25%
Total	2.731.123,46	1.435.951,40	267.350,00	159.850,00	152.350,00	152.350,00	4.898.974,86	100%
Secundário - Investidores e Empreendedores Local (22% do investimento)								
Meio	Mês 1	Mês 2	Mês 3	Mês 4	Mês 5	Mês 6	Total Geral	Part.
TV F.	90.780,00	104.397,00	90.780,00				285.957,00	20%
Jor.	330.408,00						330.408,00	23%
Rv	214.100,00						214.100,00	15%
Int.	55.000,00	55.000,00	55.000,00	35.000,00	35.000,00	35.000,00	270.000,00	19%
ME	102.000,00	102.000,00	102.000,00				306.000,00	22%
Total	792.288,00	261.397,00	247.780,00	35.000,00	35.000,00	35.000,00	1.406.465,00	100%
Total Geral								
Total	3.523.411,46	1.697.348,40	515.130,00	194.850,00	187.350,00	187.350,00	6.305.439,86	100%

A distribuição dos investimentos por meio, para melhor visualização, está em gráfico ilustrativo no Anexo (GRÁFICO 8).

3. TÁTICA DE MÍDIA

3.1 Prioritário

3.1.1 TV aberta

Em cada praça (representando todas as mesorregiões) foram escolhidas as emissoras de maior relevância (TABELA 2) por participação de audiência local (share) e buscou-se tornar proporcional a participação de investimentos por emissora à sua participação de audiência local, na média dos dayparts (TABELA 12). As emissoras escolhidas, com variações praça a praça, são afiliadas às seguintes redes de comunicação: Rede Globo, SBT, Rede Record e Rede Bandeirantes. As demais redes não foram incluídas por apresentarem participação de audiência inexpressiva. A escolha da programação de TV foi feita a cada praça geradora, conforme a participação das emissoras (share) localmente, custo dos programas e audiências dos programas no público-alvo. Na TABELA 13 são apresentados os rankings de audiência dos programas de TV, base preço de tabela, para comparativo de CPM, de todas as praças geradoras. Buscou-se rentabilizar a compra de programação concentrando maior número de inserções em programas de baixo CPM. A programação de TV tem grande concentração de investimentos nos três primeiros dias, com filme de 60", em programação predominantemente noturna, quando o número de TVs ligadas é bem maior e em programas de grande audiência, para alavancar rapidamente o alcance para o filme institucional. Na continuidade da

campanha, a programação tem distribuição linear das inserções ao longo das semanas, de segunda a domingo, com distribuição de filme de 30", durante o período de 2 meses (8 semanas). O gênero da programação comprada é diversificado, para impactar pessoas com diferentes interesses (jornalismo, novelas, shows, filmes, entre outros). Não estão contemplados programas infantis e tampouco religiosos.

Os investimentos em TV aberta totalizam R\$ 2.288.048,00 e estão divididos entre as 4 maiores redes de TV, por mercado, conforme apresentado na TABELA 14, a seguir:

TABELA 14 – Investimentos em TV por mercado e Rede

Praça	Emissoras	Valor bruto veículo - 2 MESES	Part.
Curitiba	TV PARANAENSE	773.935,00	57%
	TV IGUAÇU	249.902,00	18%
	RIC CURITIBA	247.899,00	18%
	BAND CURITIBA	80.245,00	6%
Total		1.351.981,00	100%
Ponta Grossa	RPC TV ESPLANADA – PONTA GROSSA	55.052,00	64%
	SBT – TV GUARÁ – PONTA GROSSA	31.058,00	36%
Total		86.110,00	100%
Londrina	RPC TV COROADOS – LONDRINA	149.514,00	47%
	SBT – TV CIDADE – LONDRINA	89.951,00	28%
	RIC TV – LONDRINA	46.584,00	14%
	TAROBÁ – LONDRINA	35.378,00	11%
Total		321.427,00	100%
Maringá	RPC TV CULTURA – MARINGÁ	147.158,00	57%
	REDE MASSA – TV TIBAGI – MARINGÁ	48.201,00	19%
	RIC TV – MARINGÁ	46.600,00	18%
	BAND MARINGÁ	14.369,00	6%
Total		256.328,00	100%
Foz do Iguaçu	RPC TV CATARATAS – FOZ DO IGUAÇU	55.673,00	49%
	REDE MASSA – TV NAIPI – FOZ DO IGUAÇU	48.328,00	43%
	RIC TV – OESTE	9.568,00	8%
Total		113.569,00	100%
Cascavel	RPC TV – CASCAVEL	43.723,00	55%
	TAROBÁ – CASCAVEL	36.263,00	45%
Total		79.986,00	100%
Guarapuava	RPC TV – GUARAPUAVA	37.483,00	100%
Total		37.483,00	100%
Paranavaí	RPC TV – PARANAVAÍ	41.164,00	100%
Total		41.164,00	100%
TOTAL GERAL		2.288.048,00	

Programações de TV (PLANILHA 1) estão no Anexo.

3.1.2 Meios digitais

A mídia digital tem programação linear durante 6 meses, para todo o Paraná. Será utilizada mídia programática para impactar o público geral no Estado do Paraná, em sites de alto fluxo de audiência, em plataformas desktop, mobile, tablet e in-app. Com o dispositivo InLoco Media serão entregues mensagens segmentadas para público de fora do Estado no momento em que chegarem ao Paraná, seja em aeroportos, rodoviárias ou cruzamento de fronteiras nas estradas. A parceria com diversos aplicativos permitirá entregar a mensagem

de boas-vindas do Governo do Estado do Paraná. Essa entrega mostra um Governo inovador, forte e conectado, além de atribuir o conceito de gentileza a uma instituição pública ao receber bem os visitantes. No Google Display Network impactaremos esse público com campanhas regionalizadas em torno das mesorregiões onde o governo gerou benefícios, em canais de alto volume de acessos, canais de informações, de notícias e similares. Limitaremos o impacto da comunicação a 2 impactos diários, para que a exposição não seja excessiva a quem visualiza. Consideramos essa frequência suficiente para gerar lembrança nesse canal. Em Google Search impactamos o público geral com compra de palavras-chave relacionadas ao governo do Paraná e mesorregiões beneficiadas. Serão utilizados os formatos de gráficos na rede de display do Google e de texto na rede de pesquisa. No Facebook e Instagram encontraremos um público mais engajado, qualificado e regionalizado, conforme as regiões de benfeitorias do governo. No Facebook utilizaremos 3 formatos diferentes de anúncios, os quais possuem mais aderência à nossa estratégia. A esses espaços levaremos o novo posicionamento da marca e, é neste momento também, que anúncios sobre o Chatbot e o contador serão feitos, divulgando o serviço prestado como forma de comunicação. Formatos a serem utilizados: Linkads, Canvas e Page post photo/vídeo Ad. No Instagram serão utilizados os formatos com foto ou vídeo de até 30 segundos. Para LinkedIn propomos a utilização de dois formatos, sendo eles Ad na barra lateral, com imagem e reforço do posicionamento da marca, além de Sponsored InMail, o qual entrega no inbox do usuário uma mensagem em formato e-mail marketing. Para Spotify são sugeridos o formato de anúncio tipo sessão patrocinada, onde o anunciante “presenteia” o usuário do Spotify gratuito com uma sessão de 30 minutos de músicas sem anúncios. No Youtube serão patrocinados os vídeos da web série e o vídeo institucional do Governo, segmentando por interesse e Estado, no formato de trueview. Esse exibirá os anúncios entre os vídeos que os usuários estiverem assistindo, sempre ao início de cada vídeo.

Os investimentos on-line somam R\$ 495.000,00, divididos entre mídia programática (27%), Facebook (24%), InLoco, Google e Instagram (todos com 12%), Spotify e Youtube (ambos com 6%).

As programações de internet (PLANILHA 2) encontram-se no Anexo.

3.1.3 Mídia extensiva

Com presença durante os 6 meses da campanha, nas principais cidades do Estado (TABELA 2), este plano contempla a veiculação em diversos tipos de painéis, sendo eles:

- Outdoor simples lonado (9 cidades, onde não há busdoor), nas duas primeiras bissemanas da campanha, entre 2 e 18 pontos por cidade, conforme o tamanho do mercado e características específicas destes, objetivando uma boa cobertura. Prioridade para vias de grande fluxo de automóveis e/ou pedestres. Em Curitiba, os painéis serão mais distribuídos nos bairros e região metropolitana.
- Busdoor (interior PR, em 14 cidades), durante o primeiro mês da campanha, com 5 a 30 carros por cidade, para cobertura eficiente dos mercados. Prioridade para Centro e bairros de alta concentração populacional.
- Front lights – veiculação em 5 painéis, distribuídos em torno do centro na cidade de Curitiba, de forma a gerar ampla cobertura geográfica e alto alcance populacional. Prioridade para vias de grande fluxo de automóveis e/ou pedestres. Mídia alternativa em 6 painéis sequenciais nas 2 principais fronteiras do Estado, nas rodovias BR 116 e BR 369. Essa mídia será comprada por 6 meses.
- Mobiliário urbano (Curitiba), durante a 1ª semana de lançamento da campanha, com NET de 200 faces. Este plano propicia um alto alcance e frequência, com alto impacto visual.
- Mídia aeroportuária durante os seis meses de campanha, conforme a seguinte ocupação por praça: Curitiba com 1 adesivo de parede no corredor de desembarque e 200 carrinhos de bagagem; Londrina em adesivo de porta; Maringá com painel back lights e painel de parede em Foz do Iguaçu, posicionados em área de desembarque e desembarque.

Os pontos de mídia extensiva (endereços), estão condicionados às disponibilidades locais e suas programações (PLANILHA 3), que somam R\$ 1.242.225,00, com busdoor, outdoor lonado, front light e mobiliário urbano (38% somados), painéis rodoviários (27%) e mídia aeroportuária (34%), encontram-se no Anexo.

3.1.4 Jornal

Veiculações no primeiro dia de campanha, em 22 das 23 cidades escolhidas, nos principais veículos locais (TABELA 2), em 26 títulos, com 1 inserção de ½ página em cada um deles, exceto em Curitiba onde propomos formato de rouba página especificamente para o veículo Gazeta do Povo. Na semana seguinte haverá uma nova veiculação nos 11 principais veículos do Estado, também de ½ página. Para efeito orçamentário, foi considerada colocação indeterminada em todos eles. Serão veiculados 5 diferentes materiais de jornal, distribuídos entre os veículos conforme a melhor adequação temática a cada praça, sendo os temas relacionados à Segurança, Saúde, Educação, Social e Infraestrutura.

O mapa de programação de jornal (PLANILHA 4), totalizando R\$ 456.840,76, com detalhamento de investimento por mercado e veículo, encontra-se detalhado em Anexo.

3.1.5 Rádios AM e FM

Veiculações durante 2 meses, em flights de 3 e 2 semanas, nas 23 principais cidades do plano (TABELA 2), nos veículos de maior expressão locais. Nas maiores cidades, onde há emissoras mais segmentadas, a prioridade é para veículos de notícias e mais adultos. Em Curitiba, foram selecionadas 6 emissoras com perfil popular, jovem e adulto segmentado, considerando o índice de audiência e afinidade das mesmas, conforme ranking base Kantar Ibope – Easymedia 4 – Grande Curitiba – outubro a dezembro/16, em Anexo (TABELA 15). O perfil das emissoras selecionadas encontra-se em Anexo (GRÁFICO 9).

A campanha tem início com veiculação de spot institucional de 60", durante 3 dias, com 5 inserções/dia por emissora, e segue com spots de 30" com mensagens regionalizadas de acordo com as 10 mesorregiões, com 5 inserções/dia, no decorrer do período, em dias alternados. Veiculações em horários indeterminados (7h-19h), de segunda a sexta-feira.

O mapa de programação de rádio, totalizando investimentos de R\$ 416.861,10, com detalhamento de veículos por praça está no Anexo (PLANILHA 5).

3.2 Secundário

3.2.1 TV fechada

Presença de segunda a sexta-feira, no canal de notícias Bloomberg, com 3 inserções de 30" por dia, concentrados em horário rotativo, durante o mesmo período de 3 meses, em mercado nacional. Informações adicionais sobre esse canal encontram-se em Anexo (GRÁFICO 10). O mapa de programação de TV fechada totalizando R\$ 285.957 de investimentos está na PLANILHA 6 do Anexo.

3.2.2 Meios digitais

Será utilizada Mídia Programática, com abrangência nacional em rede de sites de economia e negócios, em plataformas desktop, mobile, tablet e in-app. Em Google Search os filtros serão realizados por palavras-chave, relacionadas ao nome do Estado e cidades do Paraná, com foco em buscas de melhores estados brasileiros para investir, estados com melhores condições para empresas, onde estabelecer sua empresa, melhores cidades para investir, entre outras. Serão utilizados formatos gráficos na rede de display do Google e texto na rede de pesquisa. No LinkedIn será utilizado Ad na barra lateral, com imagem e reforço do posicionamento da marca e Sponsored InMail, com entrega no inbox do usuário uma mensagem em formato e-mail marketing. A segmentação será de setor da empresa, cargo ocupado, tamanho da empresa e localidade, focando em Paraná (investidores locais), Rio de Janeiro e São Paulo.

Os investimentos on-line somam R\$ 270.000,00, sendo 78% para mídia programática e 22% no LinkedIn – mapa de programação na PLANILHA 7 do Anexo.

3.2.3 Mídia extensiva aeroportuária

Estão contemplados neste plano, painéis nos aeroportos de Congonhas, em São Paulo, e Santos Dummont, no Rio de Janeiro. Em cada aeroporto haverá veiculação em um painel simples, durante 3 meses, nas áreas de embarque restrito. Esse plano totaliza R\$ 306.000,00 e a programação está apresentada na PLANILHA 8 do Anexo.

3.2.4 Revistas

Uma veiculação de página simples, no lançamento da campanha, no título de maior circulação nacional de economia, Revista Exame (edição quinzenal), com 117.338 exemplares de circulação (88% assinantes), conforme IVC, informado pelo site PubliAbril. O perfil dos leitores da revista Exame encontra-se no GRÁFICO 11, em Anexo.

A seguir o mapa de programação em revista, totalizando investimento de R\$ 214.100,00 (PLANILHA 9).

3.2.5 Jornal

Está planejada uma seleção de títulos de São Paulo com circulação nacional, contemplando uma inserção em jornal diário de assuntos gerais e uma em periódico especializado em economia. O formato previsto é de ½ página, com investimento total de R\$ 330.408,00 (PLANILHA 10).

ESTRATÉGIA DE NÃO MÍDIA

Os canais próprios do Governo do Paraná, como a TV Educativa e-Paraná e Rádio Educativa, farão parte da estratégia de disseminação da mensagem com os mesmos critérios de segmentação adotados nas mídias pagas. Recomenda-se utilizar como veículos todos os canais em que é possível a inserção de materiais produzidos para mídia paga, como spots e filmes, com período de veiculação de 6 meses para todos.

Dessa forma, a TV Educativa e-Paraná teria programação de 10 dias veiculando apenas o filme institucional de 60" voltado para o público mais abrangente. Em seguida será dada continuidade com o material institucional reduzido de 30", no inventário disponível, para todo o Estado do Paraná. Para efeito de distribuição das inserções, propõe-se 3 inserções por período, diariamente.

Para as Rádios Educativa AM e e-Paraná FM 97,1, de Curitiba, a proposta de programação é de 10 dias veiculando apenas o spot de 60" após esse período a continuação se dá com os materiais regionalizados de 30", no inventário disponível. Para efeito de distribuição das inserções estamos propondo 5 inserções diárias, das 7h às 19h.

A solução digital proposta integra estratégias on-line que estão em consonância com as diversas tendências identificadas para o setor, descartando aquelas que não poderiam atender aos objetivos estabelecidos ou prejudicariam a execução das ações, minimizando seu impacto. Foram desenvolvidas ações e peças com foco em originalidade, viabilidade, consistência, compatibilidade com os públicos e pertinência às atividades do Poder Executivo do Estado do Paraná em seus contextos social, político e econômico.

Assim, para o Portal do Governo do Paraná e de autarquias, empresas públicas e administração direta, bem como em mídia social, sugere-se que sejam feitas postagens com conteúdo alusivo à campanha nos perfis do Estado e dos demais órgãos. Os materiais eletrônicos para rádio e TV também são apropriados para distribuição nas plataformas de redes sociais e auxiliarão na sustentação da campanha publicitária.

No Portal do Governo do Paraná são indicados banners específicos para servidores e também os materiais voltados para os públicos mais abrangentes, conforme espaços e inventário disponíveis.

Para as redes sociais é indicada a postagem dos filmes de 60" e 30", em especial no canal de Youtube do Governo do Paraná, seguindo a estratégia de distribuição das peças de TV Aberta. O Filme de 60" "Trabalho em comum", tem apelo específico para mídia social e deve ser postado em todos os perfis disponíveis entre a administração direta, órgãos e empresas públicas estaduais. Já a web série "Paraná Forte", com oito vídeos para postagem em redes sociais do Governo do Paraná, autarquias, empresas públicas e administração direta, tem previsão de exposição durante dois meses, com um vídeo por semana a partir do início da campanha.

No geral, sugere-se um mínimo de um post por dia em Facebook, Instagram e Twitter utilizando materiais e conteúdos relacionados à campanha publicitária. O mapa de programação dos canais próprios está no Anexo (PLANILHA 10), bem como a lista de canais próprios do Governo do Estado do Paraná que possivelmente serviriam para publicação de peças de campanha (TABELA 16).

Peças específicas para Não Mídia

Além da utilização dos canais e equipamentos próprios como veículos de comunicação, estão previstas as seguintes peças de não mídia:

E-mail marketing para o funcionalismo público

Mais de 145 (cento e quarenta e cinco) mil pessoas compõem a base de funcionários diretos da administração pública. Além de serem representativos quantitativamente como público-alvo, são os cidadãos mais próximos da gestão. Aproveitando a facilidade de identificação e fidedignidade da base cadastral desse público, propõe-se o envio de uma mala-direta para a residência do funcionário da administração.

Aplicativo "Paraná Servidor"

Software para plataforma mobile que contém informações e serviços transacionais exclusivos para o funcionário público.

Cartaz

Para os equipamentos públicos estaduais, aproveitando sua capilaridade e abrangência geográfica, está previsto um cartaz A3, peça que reforça a campanha institucional e apresenta o assistente virtual Edu Paraná.

Chatbot Edu Paraná

Ferramenta de assistência virtual por meio de robô de atendimento, a partir de sua implantação no portal e no Facebook do Governo do Estado, configura-se como peça de comunicação e serviço perene.

Splash com contador

Microssistema em wsf para o portal do Governo do Paraná, se comporta como um banner on-line interativo e pode ser disponibilizado de forma permanente para consulta da população a respeito de número de obras, programas e ações, além de investimentos feitos pelo Estado.

Postagens para Twitter

Rede social sem investimento programado em estratégia de mídia, pode ser utilizada em conjunto com outras plataformas na disseminação da mensagem e temas determinados por localização, clusters e palavras-chave.

O mapeamento da programação de não mídia poderá ser acompanhado na PLANILHA 10 em Anexo e a listagem completa dos veículos selecionados para este plano, com descritivo de número de inserções e verba para cada um deles está a seguir, na TABELA 17:

TABELA 17 – Valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meio:

Peça/Material	Meio	Período	Quantidade de inserções	Investimento (R\$)	Investimento (%)			
Filme 60" "Trabalho"	TV aberta	3 dias	92	2.288.048,00	36,29%			
Filme 30" "Trabalho"		2 meses	670					
Filme 30" "Força"	TV fechada	3 meses	189	285.957,00	4,80%			
Spot 60" "Trabalho"	Rádio	3 dias	405	416.861,10	6,61%			
Spot 30" "Trabalho"		4 semanas	1.855					
Anúncio rouba pg. ber.	Jornal	2 semanas	2	787.248,76	12,49%			
Anúncio meia página berl.		2 semanas	33					
Anúncio meia página stand.		1 semana	1					
Anúncio meia página tabl.		1 semana	1					
Outdoor Ionado	Mídia Extensiva	2 bissemanas	60	1.548.225,00	24,55%			
Adesivo busdoor		1 mês	145					
Mobiliário Urbano		1 semana	200					
Front Light		1 mês	5					
Painel Sequencial		6 meses	12					
Adesivo de parede		6 meses	1					
Carrinho de Bagagem		6 meses	200					
Adesivo porta– 2 faces		6 meses	1					
Painel backlight		6 meses	1					
Painel de parede		6 meses	1					
Painel – lona		3 meses	1					
Painel – lona		3 meses	1					
Spot 30" "Trabalho"		Internet	3 meses			7.500	765.000,00	12,13%
640 x 640			3 meses					
Web Banner	6 meses		14.052					
Web Banner	6 meses		2.613.240					
Web Banner	3 meses		27.273					
Palavras-chave	3 meses		42.857					
Push Notification	6 meses		30.000					
Facebook Linkads	3 meses		4.525					
Facebook Canvas	3 meses		4.525					
Facebook Page post	3 meses		10.989					
Facebook vídeo	3 meses		10.676					
Instagram linkads	3 meses		4.525					
Instagram vídeo	3 meses		10.676					
Trueview	3 meses		300.000					
Web Banner	6 meses		30.913					
Web Banner	6 meses		2.717.770					
Web Banner	3 meses		2.796					
Web Banner	3 meses	17.857						
Anúncio página simples	Revista	15 dias	1	214.100,00	3,40%			
TOTAL				6.305.439,86	100%			

TABELA 17 – Valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meio:

Peça/Material	Meio	Período	Quantidade de inserções	Investimento (R\$)	Investimento (%)			
Filme 60" "Trabalho"	TV aberta	3 dias	92	2.288.048,00	36,29%			
Filme 30" "Trabalho"		2 meses	670					
Filme 30" "Força"	TV fechada	3 meses	189	285.957,00	4,80%			
Spot 60" "Trabalho"	Rádio	3 dias	405	416.861,10	6,61%			
Spot 30" "Trabalho"		4 semanas	1.855					
Anúncio rouba pg. ber.	Jornal	2 semanas	2	787.248,76	12,49%			
Anúncio meia página berl.		2 semanas	33					
Anúncio meia página stand.		1 semana	1					
Anúncio meia página tabl.		1 semana	1					
Outdoor lonado	Mídia Extensiva	2 bissemanas	60	1.548.225,00	24,55%			
Adesivo busdoor		1 mês	145					
Mobiliário Urbano		1 semana	200					
Front Light		1 mês	5					
Painel Sequencial		6 meses	12					
Adesivo de parede		6 meses	1					
Carrinho de Bagagem		6 meses	200					
Adesivo porta– 2 faces		6 meses	1					
Painel backlight		6 meses	1					
Painel de parede		6 meses	1					
Painel – lona		3 meses	1					
Painel – lona		3 meses	1					
Spot 30" "Trabalho"		Internet	3 meses			7.500	765.000,00	12,13%
640 x 640			3 meses					
Web Banner	6 meses		14.052					
Web Banner	6 meses		2.613.240					
Web Banner	3 meses		27.273					
Palavras-chave	3 meses		42.857					
Push Notification	6 meses		30.000					
Facebook Linkads	3 meses		4.525					
Facebook Canvas	3 meses		4.525					
Facebook Page post	3 meses		10.989					
Facebook vídeo	3 meses		10.676					
Instagram linkads	3 meses		4.525					
Instagram vídeo	3 meses		10.676					
Trueview	3 meses		300.000					
Web Banner	6 meses		30.913					
Web Banner	6 meses		2.717.770					
Web Banner	3 meses		2.796					
Web Banner	3 meses	17.857						
Anúncio página simples	Revista	15 dias	1	214.100,00	3,40%			
TOTAL				6.305.439,86	100%			

TABELA 18 - Valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por veículo:

Peça/Material	Veículo	Período	Qt. Ins.	Investimento (R\$)	Investimento (R\$)	Invest. (%)
Filme 60" "Trabalho"	TV Paranaense	3 dias	13	199.094,00	773.935,00	12,27%
Filme 30" "Trabalho"		2 meses	87	574.841,00		
Filme 60" "Trabalho"	TV Iguaçu	3 dias	2	15.420,00	249.902,00	3,96%
Filme 30" "Trabalho"		2 meses	38	234.482,00		
Filme 60" "Trabalho"	RIC Curitiba	3 dias	9	34.284,00	247.899,00	3,93%
Filme 30" "Trabalho"		2 meses	59	213.615,00		
Filme 30" "Trabalho"	Band TV Curitiba	2 meses	31	80.245,00	80.245,00	1,27%
Filme 60" "Trabalho"	RPC TV Esplanada	3 dias	6	10.790,00	10.790,00	0,17%
Filme 30" "Trabalho"	RPC TV Esplanada	2 meses	42	44.262,00	44.262,00	0,70%
Filme 60" "Trabalho"	TV Guará SBT	3 dias	3	9.318,00	31.058,00	0,49%
Filme 30" "Trabalho"		2 meses	45	21.740,00		
Filme 60" "Trabalho"	TV Cataratas	3 dias	5	10.296,00	55.673,00	0,88%
Filme 30" "Trabalho"		2 meses	37	45.377,00		
Filme 60" "Trabalho"	TV Naipi	3 dias	3	9.318,00	48.328,00	0,77%
Filme 30" "Trabalho"		2 meses	18	39.010,00		
Filme 30" "Trabalho"	RIC TV Oeste	2 meses	8	9.568,00	9.568,00	0,15%
Filme 60" "Trabalho"	TV Coroados	3 dias	6	22.764,00	149.514,00	2,37%
Filme 30" "Trabalho"		2 meses	58	126.750,00		
Filme 60" "Trabalho"	TV Cidade	3 dias	5	24.326,00	89.951,00	1,43%
Filme 30" "Trabalho"		2 meses	23	65.625,00		
Filme 60" "Trabalho"	RIC TV Londrina	3 dias	3	11.800,00	46.584,00	0,74%
Filme 30" "Trabalho"		2 meses	17	34.784,00		
Filme 60" "Trabalho"	TV Tarobá Londrina	3 dias	1	3.114,00	35.378,00	0,56%
Filme 30" "Trabalho"		2 meses	26	32.264,00		
Filme 60" "Trabalho"	TV Cultura	3 dias	8	30.808,00	147.158,00	2,33%
Filme 30" "Trabalho"		2 meses	51	116.350,00		
Filme 60" "Trabalho"	TV Tibagi	3 dias	4	8.808,00	48.201,00	0,76%
Filme 30" "Trabalho"		2 meses	17	39.393,00		

Filme 60" "Trabalho"	RIC TV Maringá	3 dias	2	4.176,00	46.600,00	0,74%
Filme 30" "Trabalho"		2 meses	16	42.424,00		
Filme 30" "Trabalho"	Band TV Maringá	2 meses	9	14.369,00	14.369,00	0,23%
Filme 60" "Trabalho"	RPC TV Cascavel	3 dias	6	7.700,00	43.723,00	0,69%
Filme 30" "Trabalho"		2 meses	41	36.023,00		
Filme 60" "Trabalho"	TV Tarobá Cascavel	3 dias	6	15.842,00	36.263,00	0,58%
Filme 30" "Trabalho"		2 meses	15	20.421,00		
Filme 60" "Trabalho"	RPC TV Guarapuava	3 dias	6	7.684,00	37.483,00	0,59%
Filme 30" "Trabalho"		2 meses	40	29.799,00		
Filme 60" "Trabalho"	RPC TV Paranavaí	3 dias	6	9.026,00	41.164,00	0,65%
Filme 30" "Trabalho"		2 meses	45	32.138,00		
Spot 60" "Trabalho"	Musical FM Campo Mourão	3 dias	15	945	3.525,00	0,06%
Spot 30" "Trabalho"		4 semanas	60	2.580,00		
Spot 60" "Trabalho"	Rádio T FM PG	3 dias	15	7.305,00	23.205,00	0,37%
Spot 30" "Trabalho"		4 semanas	60	15.900,00		
Spot 30" "Trabalho"	Rádio Mix FM	4 semanas	40	3.600,00	3.600,00	0,06%
Spot 60" "Trabalho"	Rádio 92 FM Guarapuava	3 dias	15	2.850,00	8.550,00	0,14%
Spot 30" "Trabalho"		4 semanas	60	5.700,00		
Spot 30" "Trabalho"	Rádio Cultura AM Guarapuava	4 semanas	40	1.040,00	1.040,00	0,02%
Spot 60" "Trabalho"	Massa FM Curitiba	3 dias	15	28.125,00	59.375,00	0,94%
Spot 30" "Trabalho"		4 semanas	50	31.250,00		
Spot 60" "Trabalho"	Caiobá FM Curitiba	3 dias	15	13.725,00	37.775,00	0,60%
Spot 30" "Trabalho"		4 semanas	50	24.050,00		
Spot 60" "Trabalho"	Banda B Curitiba	3 dias	15	10.620,00	30.090,00	0,48%
Spot 30" "Trabalho"		4 semanas	55	19.470,00		
Spot 60" "Trabalho"	Easy Ouro Verde FM Ctba	3 dias	15	16.680,00	47.260,00	0,75%
Spot 30" "Trabalho"		4 semanas	55	30.580,00		
Spot 60" "Trabalho"	Jovem Pan FM Ctba	3 dias	15	14.625,00	32.500,00	0,52%
Spot 30" "Trabalho"		4 semanas	55	17.875,00		
Spot 60" "Trabalho"	Band News Ctba	3 dias	15	13.110,00	38.410,00	0,61%

Spot 30" "Trabalho"		4 semanas	55	25.300,00		
Spot 60" "Trabalho"	Litoral Sul FM Paranaguá	3 dias	15	544,5	1.634,50	0,03%
Spot 30" "Trabalho"		4 semanas	50	1.090,00		
Spot 60" "Trabalho"	Cia FM Cianorte	3 dias	15	2.247,00	5.992,00	0,10%
Spot 30" "Trabalho"		4 semanas	50	3.745,00		
Spot 60" "Trabalho"	FM Cidade (Transamérica)	3 dias	15	1.875,00	4.375,00	0,07%
Spot 30" "Trabalho"		4 semanas	50	2.500,00		
Spot 60" "Trabalho"	Ilustrada FM Umuarama	3 dias	15	2.905,50	8.899,50	0,14%
Spot 30" "Trabalho"		4 semanas	60	5.994,00		
Spot 30" "Trabalho"	Cultura AM Umuarama	4 semanas	40	1.452,00	1.452,00	0,02%
Spot 30" "Trabalho"	CBN Maringá	4 semanas	50	5.700,00	5.700,00	0,09%
Spot 30" "Trabalho"	Maringá FM	3 dias	15	6.540,00	17.440,00	0,28%
Spot 30" "Trabalho"		4 semanas	50	10.900,00		
Spot 60" "Trabalho"	Cultura AM Apucarana	3 dias	15	1.808,70	5.430,30	0,09%
Spot 30" "Trabalho"		4 semanas	60	3.621,60		
Spot 30" "Trabalho"	Nova AM Apucarana	4 semanas	40	2.846,00	2.846,00	0,05%
Spot 60" "Trabalho"	Arapongas AM	3 dias	15	3.000,00	8.000,00	0,13%
Spot 30" "Trabalho"		4 semanas	50	5.000,00		
Spot 60" "Trabalho"	Paiquerê FM Londrina	4 semanas	15	3.570,00	10.710,00	0,17%
Spot 30" "Trabalho"		3 dias	60	7.140,00		
Spot 30" "Trabalho"	CBN Londrina	4 semanas	30	6.200,00	6.200,00	0,10%
Spot 60" "Trabalho"	104 FM Cornélio Procópio	3 dias	15	1.050,00	2.800,00	0,04%
Spot 30" "Trabalho"		4 semanas	50	1.750,00		
Spot 60" "Trabalho"	Globo AM	3 dias	15	1.140,00	2.965,00	0,05%
Spot 30" "Trabalho"		4 semanas	25	1.825,00		
Spot 60" "Trabalho"	Vale do Sol FM	3 dias	15	1.650,00	4.950,00	0,08%
Spot 30" "Trabalho"		4 semanas	60	3.300,00		
Spot 60" "Trabalho"	Mundial FM Toledo	3 dias	15	1.119,60	3.607,80	0,06%
Spot 30" "Trabalho"		4 semanas	60	2.488,20		
Spot 60" "Trabalho"	Itaipu FM Foz do Iguaçu	3 dias	15	1.860,00	5.580,00	0,09%
Spot 30" "Trabalho"		4 semanas	60	3.720,00		

Spot 30" "Trabalho"	97,7 Três Fronteira Foz	4 semanas	30	3.117,00	3.117,00	0,05%
Spot 30" "Trabalho"	CATVE Cascavel	4 semanas	60	3.960,00	3.960,00	0,06%
Spot 60" "Trabalho"	Colméia AM Cascavel	3 dias	20	2.442,00	9.294,00	0,15%
Spot 30" "Trabalho"		4 semanas	35	6.852,00		
Spot 60" "Trabalho"	Najua Irati	3 dias	15	750,00	2.280,00	0,04%
Spot 30" "Trabalho"		4 semanas	60	1.530,00		
Spot 60" "Trabalho"	Rádio Educatória AM	3 dias	15	793,50	2.377,50	0,04%
Spot 30" "Trabalho"		4 semanas	60	1.584,00		
Spot 30" "Trabalho"	Super Rádio União AM	4 semanas	40	1.440,00	1.440,00	0,02%
Spot 60" "Trabalho"	Super Jovem FM	3 dias	15	2.185,50	6.592,50	0,10%
Spot 30" "Trabalho"		4 semanas	60	4.407,00		
Spot 60" "Trabalho"	Celinauta AM Pato Branco	3 dias	15	1.458,00	3.888,00	0,06%
Spot 30" "Trabalho"		4 semanas	50	2.430,00		
Anúncio meia página	Jn Tribuna do Interior	1 semana	1	7.784,40	7.784,40	0,12%
Anúncio meia página	Jn Diário dos Campos	1 semana	1	9.915,36	9.915,36	0,16%
Anúncio meia página	Jornal da Manhã	1 semana	1	7.200,00	7.200,00	0,11%
Anúncio meia página	Jn Correio do Cidadão	1 semana	1	8.007,00	8.007,00	0,13%
Anúncio rouba página	Jn Gazeta do Povo	2 semanas	2	22.720,64	22.720,64	0,36%
Anúncio meia página	Metro Jornal	1 semana	1	43.121,16	43.121,16	0,68%
Anúncio meia página	Jornal do Ônibus	1 semana	1	9.384,00	9.384,00	0,15%
Anúncio meia página	Jornal Metrópole	2 semanas	2	75.984,48	75.984,48	1,21%
Anúncio meia página	Jn Folha do Litoral	2 semanas	2	18.176,40	18.176,40	0,29%
Anúncio meia página	Jn Tribuna de Cianorte	1 semana	1	8.339,76	8.339,76	0,13%
Anúncio meia página	Jn Diário do Noroeste	1 semana	1	13.587,60	13.587,60	0,22%
Anúncio meia página	Jn Umuarama Ilustrado	1 semana	1	12.168,00	12.168,00	0,19%
Anúncio meia página	Jn Diário do Norte de Maringá	2 semanas	2	23.088,00	23.088,00	0,37%
Anúncio meia página	Jn Tribuna do Norte	2 semanas	2	48.828,00	48.828,00	0,77%
Anúncio meia página	Jn Gazeta da Cidade	2 semanas	2	7.200,00	7.200,00	0,11%
Anúncio meia página	Folha de Londrina	2 semanas	2	65.367,12	65.367,12	1,04%
Anúncio meia página	Jornal Popular	1 semana	1	12.792,00	12.792,00	0,20%

Anúncio meia página	Tribuna do Vale	1 semana	1	7.413,12	7.413,12	0,12%
Anúncio meia página	Jornal do Oeste	1 semana	2	16.679,52	16.679,52	0,26%
Anúncio meia página	Jn Primeira Linha	2 semanas	2	950,00	950,00	0,02%
Anúncio meia página	O Paraná	1 semana	1	4.752,00	4.752,00	0,08%
Anúncio meia página	Gazeta do Paraná	1 semana	1	7.500,00	7.500,00	0,12%
Anúncio meia página	Hoje Centro Sul	1 semana	1	6.250,00	6.250,00	0,10%
Anúncio meia página	O Comércio	1 semana	1	7.352,00	7.352,00	0,12%
Anúncio meia página	Jornal de Beltrão	1 semana	1	6.415,20	6.415,20	0,10%
Anúncio meia página	Diário do Sudoeste	1 semana	1	5.865,00	5.865,00	0,09%
Anúncio meia página	Folha de São Paulo	1 semana	1	188.448,00	188.448,00	2,99%
Anúncio meia página	Valor Econômico	1 semana	1	141.960,00	141.960,00	2,25%
Banners T1	L2AD	6 meses	14.052	60.000,00	345.000,00	5,47%
Banners T1		6 meses	2.613.240	75.000,00		
Banners T2		6 meses	30.913	132.000,00		
Banners T2		6 meses	2.717.770	78.000,00		
Push notification	In Loco	6 meses	30.000	60.000,00	60.000,00	0,95%
Banners	Google	3 meses	27.273	30.000,00	60.000,00	0,95%
Palavras-chave		3 meses	42.857	30.000,00		
Linkads	Facebook	3 meses	4.525	30.000,00	120.000,00	1,90%
Canvas		3 meses	4.525	30.000,00		
Page post		3 meses	10.989	30.000,00		
Video		3 meses	10.676	30.000,00		
Linkads	Instagram	3 meses	4.525	30.000,00	60.000,00	0,95%
Video		3 meses	10.676	30.000,00		
Sessão Patrocinada (mobile)	Spotify	3 meses	750.000	30.000,00	30.000,00	0,48%
Trueview	Youtube	3 meses	300.000	30.000,00	30.000,00	0,48%
Busdoor	Viação Mourãoense	mensal	6	5.400,00	5.400,00	0,09%
Busdoor	Viação Campos Gerais	mensal	18	16.875,00	16.875,00	0,27%
Busdoor	Viação Pérola do Oeste	mensal	10	8.750,00	8.750,00	0,14%
Mobiliário Urbano	Clear Channel	1 semana	200	178.500,00	178.500,00	2,83%
Frontlight	Favretto	mensal	3	16.500,00	16.500,00	0,26%
Frontlight	Outdoor Mídia	mensal	2	11.000,00	11.000,00	0,17%
Outdoor Ionado	Diversos	2 bissem.	15	36.000,00	36.000,00	0,57%
Outdoor Ionado	ReM Comunicação	2 bissem.	7	16.100,00	16.100,00	0,26%
Busdoor	Sulima Bus	mensal	9	10.125,00	10.125,00	0,16%
Busdoor	Viação Cianorte	mensal	5	4.062,50	4.062,50	0,06%
Busdoor	VIPA - Viação Paranaíba	mensal	5	4.250,00	4.250,00	0,07%
Busdoor	Viação Umuarama	mensal	8	7.850,00	7.850,00	0,12%
Busdoor	Busdoor Publicidade	mensal	20	19.500,00	19.500,00	0,31%

Busdoor	Exibie Mídias	mensal	7	6.300,00	11.987,50	0,19%
Busdoor		mensal	7	5.687,50		
Busdoor	M2 Mídia Urbana	mensal	30	29.250,00	29.250,00	0,50%
Outdoor Ionado	Vtriny Outdoor	2 bissem.	2	4.350,00	4.350,00	0,07%
Outdoor Ionado	Divulgue Outdoor	2 bissem.	2	4.350,00	4.350,00	0,07%
Outdoor Ionado	Tarzan Comunicação Visual	2 bissem.	4	8.700,00	13.050,00	0,21%
Outdoor Ionado		2 bissem.	2	4.350,00		
Busdoor	Pajolla Mídia	mensal	5	4.125,00	148.475,00	2,35%
Busdoor		mensal	10	8.750,00		
Adesivo de porta		6 meses	2	51.000,00		
Backlight		6 meses	1	21.600,00		
Painel de parede		6 meses	1	63.000,00		
Outdoor Ionado	Rede Outdoor	2 bissem.	18	39.600,00	39.600,00	0,63%
Outdoor Ionado	Star Painéis	2 bissem.	2	6.100,00	6.100,00	0,10%
Outdoor Ionado	Xis Outdoor	2 bissem.	3	6.525,00	17.400,00	0,28%
Outdoor Ionado		2 bissem.	5	10.875,00		
Busdoor	Transporte Scheid	mensal	5	4.250,00	4.250,00	0,07%
Painel rodoviário	Visual Painéis Rodoviários	6 meses	6	112.500,00	337.500,00	5,35%
Painel rodoviário		6 meses	6	225.000,00		
Adesivo de parede	Plano OOH	6 meses	1	100.200,00	100.200,00	1,59%
Carrinho de bagagem	Prime	6 meses	200	190.800,00	190.800,00	3,03%
Filme 30" Força"	TV Bloomberg	3 meses	189	285.957,00	285.957,00	4,54%
Anúncio página simples	Revista Exame/Editora Abril	15 dias	1	214.100,00	214.100,00	3,40%
Ad barra lateral T2	Linkedin	3 meses	2.796	30.000,00	60.000,00	0,95%
Sponsored InMail T2		3 meses	17.857	30.000,00		
Painel	Kallas	3 meses	1	114.000,00	114.000,00	1,81%
Painel	Jchebly	3 meses	1	192.000,00	192.000,00	3,04%
TOTAL				6.305.439,86	6.305.439,86	100%

TABELA 19 - Valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação:

Peça/Material	Especificações			Invest. (R\$)	Invest. (%)
Filme 60" "Trabalho"	Filmes + cópias + distribuição	1	92	125.140,00	35,13%
Filme 30" "Trabalho"		1	670		
Filme 30" "Força"	Filme	1	189	66.540,00	18,68%
Spot 60" "Trabalho"	Spots	1	23 emissoras	26.500,00	7,44%
Spot 30" "Trabalho"		10	33 emissoras		
Anúncio rouba página	Rouba página berliner	19,5 x 29 cm	1	0,00	0,00%
Anúncio meia página	Meia página berliner	24,6 x 20 cm	3	0,00	0,00%

Anúncio meia página	Meia página standart	vários form.	15	0,00	0,00%
Anúncio meia página	Meia página tabloide	vários form.	8	0,00	0,00%
Outdoor lonado	Lona + instalação	9 x 3 m	60	64.800,00	18,19%
Adesivo busdoor	Adesivo	2 x 1 m	145 + reserva técnica	12.400,00	3,48%
Mobiliário Urbano	Cartazes	1,60 x 1,12 m	200 + 3 res. técnica	14.000,00	3,93%
Front Light	Lona + instalação	6 x 3 m	5 + 3 reserva técnica	8.640,00	2,43%
Painel Sequencial	Lona + instalação	12 x 4 m	12	34.560,00	9,70%
Adesivo de parede	Adesivo + instal. + ret.	3,7 x 1,68 m	1	497,28	0,14%
Carrinho de Bagagem	Adesivo + instal. + ret.	40 x 35 cm	200	1.120,00	0,31%
Adesivo porta – 2 faces	Adesivo + instal. + ret.	1 x 2,2 m	2	176,00	0,05%
Painel backlight	Lona + instalação	3,75 x 1,21 m	1	272,25	0,08%
Painel de parede	Adesivo + instal. + ret.	7 x 2,5 m	1	700,00	0,20%
Painel	Adesivo + instal. + ret.	3,8 1,85 m	1	281,20	0,08%
Painel	Lona + instalação	2,3 x 2,5 m	1	345,00	0,10%
Spot 30" "Trabalho"	sessão patrocinada	30"	30"	0,00	0,00%
Web Banner	Banner spotify	640 x 640	7.500	0,00	0,00%
Web Banner	vários form	5 temas	14.052	0,00	0,00%
Web Banner	vários form	5 temas	2.613.240	0,00	0,00%
Web Banner	vários form	5 temas	27.273	0,00	0,00%
Palavras-chave	Palavras-chave	indeterminado	42.857	0,00	0,00%
Push Notification	1440 x 960 - até 50kb	1 mensagem	30.000	0,00	0,00%
Facebook Linkads	Cabeçalho, foto, texto	5 temas	4.525	0,00	0,00%
Facebook Canvas	Imagem, texto, titulo	5 temas	4.525	0,00	0,00%
Facebook Page post	Imagem, texto, titulo	5 temas	10.989	0,00	0,00%
Facebook vídeo	Vídeo (texto + áudio)	5 temas	10.676	0,00	0,00%
Instagram linkads	Imagem + leg.	5 temas	4.525	0,00	0,00%
Instagram vídeo	Vídeo (áudio+leg.)	30"	10.676	0,00	0,00%
Trueview	Trueview	Vídeo 30"	300.000	0,00	0,00%
Web Banner	varios form	5 temas	30.913	0,00	0,00%
Web Banner		5 temas	2.717.770	0,00	0,00%
Web Banner		5 temas	2.796	0,00	0,00%
Web Banner		5 temas	17.857	0,00	0,00%
Anúncio página simples	Página simples	20,2 x 26,6cm	1 revista + prova de cor	250,00	0,07%
TOTAL				356.221,73	100,00%

TABELA 20 - Valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e execução técnica de cada peça e ou material de não mídia:

Peça/Material	Especificações			Investimento (R\$)	Investimento (%)
E-mail marketing	base própria	html		0,00	0%
Aplicativo "Paraná Servidor"	aplicativo mobile	Front end HTML / W3C	Programação PHP, MySQL	41.500,00	12%
Filme para digital	Filme	60"		78.650,00	23%
Chat bot	integração com o site (links / navegação)	integração com Facebook Messenger	API Integração com webservices	68.250,00	20%
Splash/Contador	Microsistema em wsf			16.500,00	5%
Web série "Paraná Forte"	8 episódios	60"		82.300,00	24%
Postagens para Twitter	conteúdo + materiais de campanha			0,00	0%
Cartaz	couché 280g, 4 x 0 cor	29,5 x 42 cm	1500 unidades	6.750,00	2%
Imagens	Ensaio fotográfico e tratamento de imagens	Utilização por 1 ano	6 modelos + brasão em 3d + fusão	44.250,00	13%
TOTAL				338.200,00	100%

TABELA 21 - Valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de materiais para mídia e não mídia:

Item	Investimento (R\$)	Investimento (%)
Produção de materiais para mídia	356.221,73	51%
Produção de materiais não mídia	338.200,00	49%
TOTAL	694.421,73	100%

TABELA 22 - Valores (absolutos e percentuais) alocados em produção e mídia:

Item	Investimento (R\$)	Investimento (%)
Mídia e não mídia	6.305.439,86	90%
Produção	694.421,73	10%
TOTAL	6.999.861,59	100%

ANEXO

TABELA 1 – Mesorregiões do estado do Paraná

Mesorregião	Pop. Estimada 2016	% Pop.
Centro Ocidental Paranaense	339.787	3,0%
Centro Oriental Paranaense	745.755	6,7%
Centro Sul Paranaense	568.532	5,1%
Metropolitana de Curitiba	3.831.872	34,3%
Noroeste Paranaense	720.402	6,4%
Norte Central Paranaense	2.200.574	19,7%
Norte Pioneiro Paranaense	556.674	5,0%
Oeste Paranaense	1.302.065	11,7%
Sudeste Paranaense	380.764	3,4%
Sudoeste Paranaense	526.611	4,7%
TOTAL	11.173.036	100%

Fonte/Source: CENSO DEMOGRÁFICO IBGE 2010. Estimativa 2016.

TABELA 2 – Mesorregiões do Estado do Paraná incluindo microrregiões e municípios

Mesorregião	Microrregião	Municípios	População estimada 2016	RPC Globo	SBT Massa	REC RIC	BAND	Rádio	Jornal	OOH
Norte Central Paranaense	Microrregião de Apucarana	Cambira	7.759	Maringá	Apucarana	Maringá	Maringá			
Norte Central Paranaense	Microrregião de Apucarana	Jandaia do Sul	21.273	Maringá	Apucarana	Maringá	Maringá			
Norte Central Paranaense	Microrregião de Apucarana	Novo Itacolomi	2.907	Maringá	Apucarana	Maringá	NÃO COBERTO			
Norte Central Paranaense	Microrregião de Apucarana	Sabáudia	6.644	Maringá	Apucarana	Maringá	Londrina			
Norte Central Paranaense	Microrregião de Apucarana	Apucarana	131.571	Londrina	Apucarana	Londrina/Corneílio	Londrina	Cultura AM e Nova AM	Tribuna do Norte	Busdoor
Norte Central Paranaense	Microrregião de Apucarana	Arapongas	116.960	Londrina	Londrina	Londrina/Corneílio	Londrina	Arapongas AM	Gazeta da Cidade	Busdoor
Norte Central Paranaense	Microrregião de Apucarana	Califórnia	8.545	Londrina	Apucarana	Londrina/Corneílio	NÃO COBERTO			
Norte Central Paranaense	Microrregião de Apucarana	Marilândia do Sul	9.073	Londrina	Apucarana	Londrina/Corneílio	NÃO COBERTO			
Norte Central Paranaense	Microrregião de Apucarana	Mauá da Serra	9.874	Londrina	Apucarana	Londrina/Corneílio	NÃO COBERTO			
Norte Pioneiro Paranaense	Microrregião de Assaí	Assaí	16.104	Londrina	Londrina	Londrina/Corneílio	Londrina			
Norte Pioneiro Paranaense	Microrregião de Assaí	Jataizinho	12.560	Londrina	Londrina	Londrina/Corneílio	Londrina			
Norte Pioneiro Paranaense	Microrregião de Assaí	Nova Santa Bárbara	4.190	Londrina	Londrina	Londrina/Corneílio	NÃO COBERTO			
Norte Pioneiro Paranaense	Microrregião de Assaí	Rancho Alegre	3.977	Londrina	Londrina	Londrina/Corneílio	Londrina			
Norte Pioneiro Paranaense	Microrregião de Assaí	Santa Cecília do Pavão	3.570	Londrina	Londrina	Londrina/Corneílio	Londrina			
Norte Pioneiro Paranaense	Microrregião de Assaí	São Jerônimo da Serra	11.535	Londrina	Londrina	Londrina/Corneílio	Londrina			
Norte Pioneiro Paranaense	Microrregião de Assaí	São Sebastião da Amoreira	8.968	Londrina	Londrina	Londrina/Corneílio	Londrina			
Norte Pioneiro Paranaense	Microrregião de Assaí	Uraí	11.678	Londrina	Londrina	Londrina/Corneílio	NÃO COBERTO			
Norte Central Paranaense	Microrregião de Astorga	Itaguajé	4.629	Paranavai	Apucarana	NÃO COBERTO	NÃO COBERTO			
Norte Central Paranaense	Microrregião de Astorga	Nova Esperança	27.986	Paranavai	Apucarana	Maringá	NÃO COBERTO			
Norte Central Paranaense	Microrregião de Astorga	Uniflor	2.604	Paranavai	Apucarana	Maringá	Maringá			
Norte Central Paranaense	Microrregião de Astorga	Ângulo	2.969	Maringá	Apucarana	Maringá	Maringá			
Norte Central Paranaense	Microrregião de Astorga	Astorga	26.087	Maringá	Apucarana	Maringá	Londrina			
Norte Central Paranaense	Microrregião de Astorga	Atalaia	4.002	Maringá	Apucarana	Maringá	Maringá			
Norte Central Paranaense	Microrregião de Astorga	Colorado	23.811	Maringá	Apucarana	Maringá	Maringá			
Norte Central Paranaense	Microrregião de Astorga	Flórida	2.685	Maringá	Apucarana	Maringá	Maringá			
Norte Central Paranaense	Microrregião de Astorga	Guaraci	5.463	Maringá	Apucarana	Maringá	NÃO COBERTO			
Norte Central Paranaense	Microrregião de Astorga	Iguaraçu	4.309	Maringá	Apucarana	Maringá	Maringá			
Norte Central Paranaense	Microrregião de Astorga	Jaguapitã	13.287	Maringá	Londrina	Maringá	Londrina			

Centro Ocidental Paranaense	Microregião de Astorga	Lobato	4.721	Maringá	Londrina	Maringá	Maringá	Maringá			
Centro Ocidental Paranaense	Microregião de Astorga	Mandaguaçu	21.920	Maringá	Apucarana	Maringá	Maringá	Maringá			
Centro Ocidental Paranaense	Microregião de Astorga	Munhoz de Melo	3.934	Maringá	Apucarana	Maringá	Maringá	Maringá			
Centro Ocidental Paranaense	Microregião de Astorga	Nossa Senhora das Graças	4.070	Maringá	Apucarana	NÃO COBERTO	Maringá	Maringá			
Centro Ocidental Paranaense	Microregião de Astorga	Presidente Castelo Branco	5.186	Maringá	Apucarana	Maringá	Maringá	Maringá			
Centro Ocidental Paranaense	Microregião de Astorga	Santa Fé	11.562	Maringá	Apucarana	Maringá	Maringá	Maringá			
Centro Ocidental Paranaense	Microregião de Astorga	Santa Inês	1.746	Maringá	Apucarana	NÃO COBERTO	Maringá	Maringá			
Centro Ocidental Paranaense	Microregião de Astorga	Santo Inácio	5.494	Maringá	Apucarana	Satélite Analógico	Maringá	Maringá			
Centro Ocidental Paranaense	Microregião de Astorga	Cafeara	2.892	Londrina	Apucarana	NÃO COBERTO	NÃO COBERTO	NÃO COBERTO			
Centro Ocidental Paranaense	Microregião de Astorga	Centenário do Sul	11.279	Londrina	Apucarana	NÃO COBERTO	Londrina	Londrina			
Centro Ocidental Paranaense	Microregião de Astorga	Lupionópolis	4.885	Londrina	Apucarana	NÃO COBERTO	Londrina	Londrina			
Centro Ocidental Paranaense	Microregião de Campo Mourão	Araruna	14.056	Maringá	Apucarana	Maringá	Cascavel	Cascavel			
Centro Ocidental Paranaense	Microregião de Campo Mourão	Barbosa Ferraz	12.393	Maringá	Apucarana	Maringá	Maringá	Maringá			
Centro Ocidental Paranaense	Microregião de Campo Mourão	Campo Mourão	93.547	Maringá	Apucarana	Maringá	Cascavel	Cascavel	Musical FM	Tribuna do Interior	Busdoor
Centro Ocidental Paranaense	Microregião de Campo Mourão	Corumbatal do Sul	3.682	Maringá	Apucarana	Maringá	NÃO COBERTO	NÃO COBERTO			
Centro Ocidental Paranaense	Microregião de Campo Mourão	Engenheiro Beltrão	14.311	Maringá	Apucarana	Maringá	Cascavel	Cascavel			
Centro Ocidental Paranaense	Microregião de Campo Mourão	Farol	3.355	Maringá	Apucarana	Maringá	NÃO COBERTO	NÃO COBERTO			
Centro Ocidental Paranaense	Microregião de Campo Mourão	Fênix	4.903	Maringá	Apucarana	Maringá	Maringá	Maringá			
Centro Ocidental Paranaense	Microregião de Campo Mourão	Iretama	10.648	Maringá	Apucarana	NÃO COBERTO	Maringá	Maringá			
Centro Ocidental Paranaense	Microregião de Campo Mourão	Luiziana	7.463	Maringá	Apucarana	Maringá	NÃO COBERTO	NÃO COBERTO			
Centro Ocidental Paranaense	Microregião de Campo Mourão	Mamboré	13.870	Maringá	Apucarana	Maringá	Cascavel	Cascavel			
Centro Ocidental Paranaense	Microregião de Campo Mourão	Peabiru	14.171	Maringá	Apucarana	Maringá	Cascavel	Cascavel			
Centro Ocidental Paranaense	Microregião de Campo Mourão	Quinta do Sol	4.941	Maringá	Apucarana	Maringá	Maringá	Maringá			
Centro Ocidental Paranaense	Microregião de Campo Mourão	Roncador	10.921	Maringá	Apucarana	NÃO COBERTO	NÃO COBERTO	NÃO COBERTO			
Centro Ocidental Paranaense	Microregião de Campo Mourão	Terra Boa	16.887	Maringá	Apucarana	Maringá	Maringá	Maringá			
Sudoeste Paranaense	Microregião de Capanema	Ampère	18.740	Foz do Iguaçu	Foz do Iguaçu	Curitiba	Cascavel	Cascavel			
Sudoeste Paranaense	Microregião de Capanema	Bela Vista da Caroba	3.811	Foz do Iguaçu	Foz do Iguaçu	NÃO COBERTO	Cascavel	Cascavel			
Sudoeste Paranaense	Microregião de Capanema	Capanema	19.320	Foz do Iguaçu	Foz do Iguaçu	Satélite Analógico	Cascavel	Cascavel			
Sudoeste Paranaense	Microregião de Capanema	Pérola d'Oeste	6.710	Foz do Iguaçu	Foz do Iguaçu	NÃO COBERTO	Cascavel	Cascavel			
Sudoeste Paranaense	Microregião de Capanema	Planalto	13.907	Foz do Iguaçu	Foz do Iguaçu	Satélite Analógico	Cascavel	Cascavel			

Sudoeste Paranaense	Microrregião de Capanema	Pranchita	5.517	Foz do Iguaçu	Foz do Iguaçu	NÃO COBERTO	Cascavel			
Sudoeste Paranaense	Microrregião de Capanema	Realeza	17.068	Foz do Iguaçu	Foz do Iguaçu	Satélite Analógico	Cascavel			
Sudoeste Paranaense	Microrregião de Capanema	Santa Izabel do Oeste	14.289	Foz do Iguaçu	Foz do Iguaçu	NÃO COBERTO	Cascavel			
Oeste Paranaense	Microrregião de Cascavel	Iguatu	2.303	Paranavai	Apucarana	Cascavel/Toledo	Cascavel			
Oeste Paranaense	Microrregião de Cascavel	Campo Bonito	4.210	NÃO COBERTO	Apucarana	Cascavel/Toledo	Cascavel			
Oeste Paranaense	Microrregião de Cascavel	Lindoeste	5.129	Foz do Iguaçu	Foz do Iguaçu	Cascavel/Toledo	Cascavel			
Oeste Paranaense	Microrregião de Cascavel	Santa Lúcia	3.965	Foz do Iguaçu	Foz do Iguaçu	Cascavel/Toledo	Cascavel			
Oeste Paranaense	Microrregião de Cascavel	Três Barras do Paraná	12.242	Foz do Iguaçu	Foz do Iguaçu	NÃO COBERTO	Cascavel			
Oeste Paranaense	Microrregião de Cascavel	Anahy	2.908	Cascavel	Apucarana	Cascavel/Toledo	Cascavel			
Oeste Paranaense	Microrregião de Cascavel	Boa Vista da Aparecida	7.939	Cascavel	Foz do Iguaçu	NÃO COBERTO	Cascavel			
Oeste Paranaense	Microrregião de Cascavel	Braganey	5.714	Cascavel	Foz do Iguaçu	Cascavel/Toledo	Cascavel			
Oeste Paranaense	Microrregião de Cascavel	Catelandia	16.896	Cascavel	Foz do Iguaçu	Cascavel/Toledo	Cascavel			
Oeste Paranaense	Microrregião de Cascavel	Capitão Leônidas Marques	15.788	Cascavel	Foz do Iguaçu	Satélite Analógico	Cascavel			
Oeste Paranaense	Microrregião de Cascavel	Cascavel	316.226	Cascavel	Foz do Iguaçu	Cascavel/Toledo	Cascavel	Catve FM e Colméia FM	O Paraná e Gazeta do Paraná	
Oeste Paranaense	Microrregião de Cascavel	Catanduvas	10.455	Cascavel	Foz do Iguaçu	Cascavel/Toledo	Cascavel			
Oeste Paranaense	Microrregião de Cascavel	Corbélia	17.135	Cascavel	Foz do Iguaçu	Cascavel/Toledo	Cascavel			
Oeste Paranaense	Microrregião de Cascavel	Diamante do Sul	3.562	Cascavel	Apucarana	NÃO COBERTO	Cascavel			
Oeste Paranaense	Microrregião de Cascavel	Guaraniçu	13.817	Cascavel	Apucarana	NÃO COBERTO	Cascavel			
Oeste Paranaense	Microrregião de Cascavel	Iberma	6.374	Cascavel	Apucarana	Cascavel/Toledo	Cascavel			
Oeste Paranaense	Microrregião de Cascavel	Nova Aurora	11.418	Cascavel	Foz do Iguaçu	NÃO COBERTO	Cascavel			
Oeste Paranaense	Microrregião de Cascavel	Santa Tereza do Oeste	10.489	Cascavel	Foz do Iguaçu	Cascavel/Toledo	Cascavel			
Metropolitana de Curitiba	Microrregião de Cerro Azul	Adrianópolis	6.293	Curitiba	Ponta Grossa	NÃO COBERTO	Curitiba			
Metropolitana de Curitiba	Microrregião de Cerro Azul	Cerro Azul	17.821	Curitiba	Ponta Grossa	NÃO COBERTO	Curitiba			
Metropolitana de Curitiba	Microrregião de Cerro Azul	Doutor Ulysses	5.794	Curitiba	Ponta Grossa	NÃO COBERTO	Curitiba			
Noroeste Paranaense	Microrregião de Cianorte	Cianorte	78.553	Paranavai	Apucarana	Maringá	Cascavel	Cia FM	Tribuna de Cianorte	Busdoor
Noroeste Paranaense	Microrregião de Cianorte	Cidade Gaúcha	12.199	Paranavai	Apucarana	NÃO COBERTO	Cascavel			
Noroeste Paranaense	Microrregião de Cianorte	Guaporema	2.291	Paranavai	Apucarana	NÃO COBERTO	Cascavel			
Noroeste Paranaense	Microrregião de Cianorte	Indianópolis	4.493	Paranavai	Apucarana	Maringá	Maringá			
Noroeste Paranaense	Microrregião de Cianorte	Japurá	9.238	Paranavai	Apucarana	Maringá	Maringá			
Noroeste Paranaense	Microrregião de Cianorte	Jussara	6.995	Paranavai	Apucarana	Maringá	Maringá			

Noroeste Paranaense	Microregião de Cianorte	Rondon	9.535	Paranavaí	Apucarana	Maringá	Cascavel			
Noroeste Paranaense	Microregião de Cianorte	São Manoel do Paraná	2.184	Paranavaí	Apucarana	NÃO COBERTO	NÃO COBERTO			
Noroeste Paranaense	Microregião de Cianorte	São Tomé	5.686	Paranavaí	Apucarana	Maringá	Maringá			
Noroeste Paranaense	Microregião de Cianorte	Tapejara	15.835	Paranavaí	Apucarana	Maringá	Cascavel			
Noroeste Paranaense	Microregião de Cianorte	Tuneiras do Oeste	8.847	Paranavaí	Apucarana	Maringá	Cascavel			
Norte Pioneiro Paranaense	Microregião de Cornélio Procopio	Abatiá	7.795	Londrina	Londrina	Londrina/Cornélio	Bandsat			
Norte Pioneiro Paranaense	Microregião de Cornélio Procopio	Andirá	20.822	Londrina	Londrina	Londrina/Cornélio	Cascavel			
Norte Pioneiro Paranaense	Microregião de Cornélio Procopio	Bandeirantes	31.562	Londrina	Londrina	Londrina/Cornélio	NÃO COBERTO			
Norte Pioneiro Paranaense	Microregião de Cornélio Procopio	Congonhinhas	8.779	Londrina	Londrina	Londrina/Cornélio	NÃO COBERTO			
Norte Pioneiro Paranaense	Microregião de Cornélio Procopio	Cornélio Procopio	48.615	Londrina	Londrina	Londrina/Cornélio	Londrina	FM 104	Jornal Popular	Outdoor Ionado
Norte Pioneiro Paranaense	Microregião de Cornélio Procopio	Itambaracá	6.835	Londrina	Londrina	NÃO COBERTO	NÃO COBERTO			
Norte Pioneiro Paranaense	Microregião de Cornélio Procopio	Leópolis	4.147	Londrina	Londrina	Londrina/Cornélio	Londrina			
Norte Pioneiro Paranaense	Microregião de Cornélio Procopio	Nova América da Colina	3.549	Londrina	Londrina	Londrina/Cornélio	Londrina			
Norte Pioneiro Paranaense	Microregião de Cornélio Procopio	Nova Fátima	8.357	Londrina	Londrina	Londrina/Cornélio	Londrina			
Norte Pioneiro Paranaense	Microregião de Cornélio Procopio	Ribeirão do Pinhal	13.601	Londrina	Londrina	Londrina/Cornélio	NÃO COBERTO			
Norte Pioneiro Paranaense	Microregião de Cornélio Procopio	Santa Amélia	3.643	Londrina	Londrina	Londrina/Cornélio	NÃO COBERTO			
Norte Pioneiro Paranaense	Microregião de Cornélio Procopio	Santa Mariana	12.369	Londrina	Londrina	Londrina/Cornélio	NÃO COBERTO			
Norte Pioneiro Paranaense	Microregião de Cornélio Procopio	Santo Antônio do Paraiso	2.307	Londrina	Londrina	Londrina/Cornélio	NÃO COBERTO			
Norte Pioneiro Paranaense	Microregião de Cornélio Procopio	Sertaneja	5.678	Londrina	Londrina	Londrina/Cornélio	Londrina			
Metropolitana de Curitiba	Microregião de Curitiba	Almirante Tamandaré	114.129	Curitiba	Curitiba	Curitiba	Curitiba			
Metropolitana de Curitiba	Microregião de Curitiba	Araucária	135.459	Curitiba	Curitiba	Curitiba	Curitiba			
Metropolitana de Curitiba	Microregião de Curitiba	Balsa Nova	12.471	Curitiba	Curitiba	Curitiba	Curitiba			
Metropolitana de Curitiba	Microregião de Curitiba	Bocaiúva do Sul	12.320	Curitiba	Curitiba	Curitiba	Curitiba			
Metropolitana de Curitiba	Microregião de Curitiba	Camпина Grande do Sul	42.187	Curitiba	Curitiba	Curitiba	Curitiba			
Metropolitana de Curitiba	Microregião de Curitiba	Campo Largo	125.719	Curitiba	Curitiba	Curitiba	Curitiba			
Metropolitana de Curitiba	Microregião de Curitiba	Campo Magro	27.884	Curitiba	Curitiba	Curitiba	Curitiba			
Metropolitana de Curitiba	Microregião de Curitiba	Colombo	234.941	Curitiba	Curitiba	Curitiba	Curitiba			
Metropolitana de Curitiba	Microregião de Curitiba	Contenda	17.745	Curitiba	Curitiba	Curitiba	Curitiba			
Metropolitana de Curitiba	Microregião de Curitiba	Curitiba	1.893.997	Curitiba	Curitiba	Curitiba	Curitiba	Massa FM, Caiobá FM, Banda B AM, Easy Ouro Verde FM, Jovem Pan FM e Band News FM	Gazeta do Povo, Metro e Jornal do Onibus	MUB, Aeroporto, Frontlight, outdoor Ionado

Metropolitana de Curitiba	Microregião de Curitiba	Fazenda Rio Grande	93.730	Curitiba	Curitiba	Curitiba	Curitiba	Curitiba					
Metropolitana de Curitiba	Microregião de Curitiba	Itaperuçu	27.131	Curitiba	Curitiba	Curitiba	Curitiba	Curitiba					
Metropolitana de Curitiba	Microregião de Curitiba	Mandirituba	25.287	Curitiba	Curitiba	Curitiba	Curitiba	Curitiba					
Metropolitana de Curitiba	Microregião de Curitiba	Pinhais	128.256	Curitiba	Curitiba	Curitiba	Curitiba	Curitiba					
Metropolitana de Curitiba	Microregião de Curitiba	Piraquara	106.132	Curitiba	Curitiba	Curitiba	Curitiba	Curitiba					
Metropolitana de Curitiba	Microregião de Curitiba	Quatro Barras	22.353	Curitiba	Curitiba	Curitiba	Curitiba	Curitiba					
Metropolitana de Curitiba	Microregião de Curitiba	Rio Branco do Sul	32.369	Curitiba	Curitiba	Curitiba	Curitiba	Curitiba					
Metropolitana de Curitiba	Microregião de Curitiba	São José dos Pinhais	302.759	Curitiba	Curitiba	Curitiba	Curitiba	Curitiba	Cobertura por Curitiba				
Metropolitana de Curitiba	Microregião de Curitiba	Tunas do Paraná	7.767	Curitiba	Curitiba	Ponta Grossa	NÃO COBERTO	Curitiba					
Norte Central Paranaense	Microregião de Faxinal	Bom Sucesso	6.982	Maringá	Maringá	Apucarana	Maringá	Cascavel					
Norte Central Paranaense	Microregião de Faxinal	Borrazópolis	7.387	Maringá	Maringá	Apucarana	Maringá	Maringá					
Norte Central Paranaense	Microregião de Faxinal	Cruzmaltina	3.128	Maringá	Maringá	Apucarana	NÃO COBERTO	NÃO COBERTO					
Norte Central Paranaense	Microregião de Faxinal	Faxinal	17.233	Maringá	Maringá	Apucarana	NÃO COBERTO	Londrina					
Norte Central Paranaense	Microregião de Faxinal	Kaloré	4.402	Maringá	Maringá	Apucarana	Maringá	Maringá					
Norte Central Paranaense	Microregião de Faxinal	Marumbi	4.760	Maringá	Maringá	Apucarana	Maringá	Maringá					
Norte Central Paranaense	Microregião de Faxinal	Rio Bom	3.348	Maringá	Maringá	Apucarana	Londrina/Cornélio	NÃO COBERTO					
Norte Central Paranaense	Microregião de Floral	Doutor Camargo	6.058	Maringá	Maringá	Apucarana	Maringá	Maringá					
Norte Central Paranaense	Microregião de Floral	Floral	5.114	Maringá	Maringá	Apucarana	Maringá	Maringá					
Norte Central Paranaense	Microregião de Floral	Floresta	6.535	Maringá	Maringá	Apucarana	Maringá	Maringá					
Norte Central Paranaense	Microregião de Floral	Itambé	6.201	Maringá	Maringá	Apucarana	Maringá	Maringá					
Norte Central Paranaense	Microregião de Floral	Ivatuba	3.220	Maringá	Maringá	Apucarana	Maringá	Maringá					
Norte Central Paranaense	Microregião de Floral	Ourizona	3.491	Maringá	Maringá	Apucarana	Maringá	Maringá					
Norte Central Paranaense	Microregião de Floral	São Jorge do Ivaí	5.675	Maringá	Maringá	Apucarana	Maringá	Maringá					
Oeste Paranaense	Microregião de Foz do Iguaçu	Foz do Iguaçu	263.915	Foz do Iguaçu	Foz do Iguaçu	Foz do Iguaçu	Cascavel/Toledo	Cascavel					
Oeste Paranaense	Microregião de Foz do Iguaçu	Itaipulândia	10.413	Foz do Iguaçu	Foz do Iguaçu	Foz do Iguaçu	Cascavel/Toledo	Cascavel					
Oeste Paranaense	Microregião de Foz do Iguaçu	Matelândia	17.491	Foz do Iguaçu	Foz do Iguaçu	Foz do Iguaçu	Cascavel/Toledo	Cascavel					
Oeste Paranaense	Microregião de Foz do Iguaçu	Medianeira	45.239	Foz do Iguaçu	Foz do Iguaçu	Foz do Iguaçu	Cascavel/Toledo	Cascavel					
Oeste Paranaense	Microregião de Foz do Iguaçu	Missal	10.863	Foz do Iguaçu	Foz do Iguaçu	Foz do Iguaçu	Cascavel/Toledo	Cascavel					
Oeste Paranaense	Microregião de Foz do Iguaçu	Santa Terezinha de Itaipu	22.783	Foz do Iguaçu	Foz do Iguaçu	Foz do Iguaçu	Cascavel/Toledo	Cascavel					
Oeste Paranaense	Microregião de Foz do Iguaçu	São Miguel do Iguaçu	27.330	Foz do Iguaçu	Foz do Iguaçu	Foz do Iguaçu	Cascavel/Toledo	Cascavel					

Oeste Paranaense	Microregião de Foz do Iguaçu	Serranópolis do Iguaçu	4.645	Foz do Iguaçu	Foz do Iguaçu	Cascavel/Toledo	Cascavel		
Oeste Paranaense	Microregião de Foz do Iguaçu	Céu Azul	11.707	Cascavel	Foz do Iguaçu	Cascavel/Toledo	Cascavel		
Oeste Paranaense	Microregião de Foz do Iguaçu	Mariândia	4.410	Cascavel	Foz do Iguaçu	Cascavel/Toledo	Cascavel		
Oeste Paranaense	Microregião de Foz do Iguaçu	Vera Cruz do Oeste	8.958	Cascavel	Foz do Iguaçu	Cascavel/Toledo	Cascavel		
Sudoeste Paranaense	Microregião de Francisco Beltrão	Manfrinópolis	2.907	NÃO COBERTO	Foz do Iguaçu	NÃO COBERTO	Cascavel		
Sudoeste Paranaense	Microregião de Francisco Beltrão	Nova Esperança do Sudoeste	5.200	NÃO COBERTO	Foz do Iguaçu	NÃO COBERTO	Cascavel		
Sudoeste Paranaense	Microregião de Francisco Beltrão	Pinhal de São Bento	2.749	NÃO COBERTO	Foz do Iguaçu	NÃO COBERTO	Cascavel		
Sudoeste Paranaense	Microregião de Francisco Beltrão	Barracão	10.273	Foz do Iguaçu	Foz do Iguaçu	Curitiba	Cascavel		
Sudoeste Paranaense	Microregião de Francisco Beltrão	Boa Esperança do Iguaçu	2.694	Foz do Iguaçu	Foz do Iguaçu	NÃO COBERTO	Cascavel		
Sudoeste Paranaense	Microregião de Francisco Beltrão	Bom Jesus do Sul	3.755	Foz do Iguaçu	Foz do Iguaçu	NÃO COBERTO	Cascavel		
Sudoeste Paranaense	Microregião de Francisco Beltrão	Cruzeiro do Iguaçu	4.373	Foz do Iguaçu	Foz do Iguaçu	NÃO COBERTO	Cascavel		
Sudoeste Paranaense	Microregião de Francisco Beltrão	Dois Vizinhos	39.500	Foz do Iguaçu	Foz do Iguaçu	Cascavel/Toledo	Cascavel		
Sudoeste Paranaense	Microregião de Francisco Beltrão	Enéas Marques	6.182	Foz do Iguaçu	Foz do Iguaçu	NÃO COBERTO	Cascavel		
Sudoeste Paranaense	Microregião de Francisco Beltrão	Flor da Serra do Sul	4.792	Foz do Iguaçu	Foz do Iguaçu	NÃO COBERTO	Cascavel		
Sudoeste Paranaense	Microregião de Francisco Beltrão	Francisco Beltrão	87.491	Foz do Iguaçu	Foz do Iguaçu	Cascavel/Toledo	Cascavel	Super. Jovem FM	Jornal de Beltrão
Sudoeste Paranaense	Microregião de Francisco Beltrão	Marmeleiro	14.505	Foz do Iguaçu	Foz do Iguaçu	Cascavel/Toledo	Cascavel		
Sudoeste Paranaense	Microregião de Francisco Beltrão	Nova Prata do Iguaçu	10.733	Foz do Iguaçu	Londrina	NÃO COBERTO	Cascavel		
Sudoeste Paranaense	Microregião de Francisco Beltrão	Renascença	6.981	Foz do Iguaçu	Foz do Iguaçu	Curitiba	Cascavel		
Sudoeste Paranaense	Microregião de Francisco Beltrão	Salgado Filho	4.072	Foz do Iguaçu	Foz do Iguaçu	NÃO COBERTO	Cascavel		
Sudoeste Paranaense	Microregião de Francisco Beltrão	Salto de Lontra	14.627	Foz do Iguaçu	Foz do Iguaçu	NÃO COBERTO	Cascavel		
Sudoeste Paranaense	Microregião de Francisco Beltrão	Santo Antônio do Sudoeste	20.059	Foz do Iguaçu	Foz do Iguaçu	Satélite Analógico	Cascavel		
Sudoeste Paranaense	Microregião de Francisco Beltrão	São Jorge d'Oeste	9.296	Foz do Iguaçu	Foz do Iguaçu	Satélite Analógico	Cascavel		
Sudoeste Paranaense	Microregião de Francisco Beltrão	Verê	7.745	Foz do Iguaçu	Foz do Iguaçu	Curitiba	Cascavel		
Centro Ocidental Paranaense	Microregião de Goioerê	Boa Esperança	4.438	Paranaval	Apucarana	Maringá	Cascavel		
Centro Ocidental Paranaense	Microregião de Goioerê	Goioerê	29.683	Paranaval	Apucarana	Maringá	Cascavel		
Centro Ocidental Paranaense	Microregião de Goioerê	Janiópolis	6.005	Paranaval	Apucarana	Maringá	NÃO COBERTO		
Centro Ocidental Paranaense	Microregião de Goioerê	Juranda	7.669	Paranaval	Apucarana	Maringá	Cascavel		
Centro Ocidental Paranaense	Microregião de Goioerê	Moreira Sales	12.664	Paranaval	Apucarana	Maringá	Cascavel		
Centro Ocidental Paranaense	Microregião de Goioerê	Quarto Centenário	4.794	Paranaval	Apucarana	Maringá	Cascavel		
Centro Ocidental Paranaense	Microregião de Goioerê	Rancho Alegre d'Oeste	2.816	Paranaval	Apucarana	Maringá	NÃO COBERTO		

Centro Ocidental Paranaense	Microregião de Goioerê	Nova Cantu	6.471	NÃO COBERTO	Apucarana	NÃO COBERTO	Cascavel		
Centro Ocidental Paranaense	Microregião de Goioerê	Altamira do Paraná	3.143	Maringá	Apucarana	NÃO COBERTO	Bandsat		
Centro Ocidental Paranaense	Microregião de Goioerê	Campina da Lagoa	15.144	Cascavel	Apucarana	Satélite Analógico	Cascavel		
Centro Ocidental Paranaense	Microregião de Goioerê	Ubiratã	21.812	Cascavel	Apucarana	Maringá	Cascavel		
Centro Sul Paranaense	Microregião de Guarapuava	Cantagalo	13.478	SATÉLITE	Apucarana	NÃO COBERTO	NÃO COBERTO		
Centro Sul Paranaense	Microregião de Guarapuava	Foz do Jordão	5.144	SATÉLITE	Ponta Grossa	NÃO COBERTO	NÃO COBERTO		
Centro Sul Paranaense	Microregião de Guarapuava	Goioxim	7.482	NÃO COBERTO	Apucarana	NÃO COBERTO	NÃO COBERTO		
Centro Sul Paranaense	Microregião de Guarapuava	Marquinho	4.826	NÃO COBERTO	Apucarana	NÃO COBERTO	NÃO COBERTO		
Centro Sul Paranaense	Microregião de Guarapuava	Nova Laranjeiras	11.947	NÃO COBERTO	Apucarana	NÃO COBERTO	Cascavel		
Centro Sul Paranaense	Microregião de Guarapuava	Virmond	4.090	NÃO COBERTO	Apucarana	NÃO COBERTO	NÃO COBERTO		
Centro Sul Paranaense	Microregião de Guarapuava	Campina do Simão	4.079	Guarapuava	Ponta Grossa	NÃO COBERTO	NÃO COBERTO		
Centro Sul Paranaense	Microregião de Guarapuava	Candió	15.901	Guarapuava	Ponta Grossa	NÃO COBERTO	NÃO COBERTO		
Centro Sul Paranaense	Microregião de Guarapuava	Guarapuava	179.256	Guarapuava	Ponta Grossa	Cascavel/Toledo	Cascavel	92 FM e Cultura AM	Correio do Cidadão
Centro Sul Paranaense	Microregião de Guarapuava	Inácio Martins	11.319	Guarapuava	Ponta Grossa	NÃO COBERTO	NÃO COBERTO		
Centro Sul Paranaense	Microregião de Guarapuava	Laranjeiras do Sul	32.228	Guarapuava	Ponta Grossa	Curitiba	Cascavel		
Centro Sul Paranaense	Microregião de Guarapuava	Pinhão	32.152	Guarapuava	Ponta Grossa	Satélite Analógico	NÃO COBERTO		
Centro Sul Paranaense	Microregião de Guarapuava	Porto Barreiro	3.527	Guarapuava	Ponta Grossa	NÃO COBERTO	Cascavel		
Centro Sul Paranaense	Microregião de Guarapuava	Reservas do Iguçu	7.872	Guarapuava	Ponta Grossa	NÃO COBERTO	NÃO COBERTO		
Centro Sul Paranaense	Microregião de Guarapuava	Rio Bonito do Iguçu	13.545	Guarapuava	Ponta Grossa	NÃO COBERTO	NÃO COBERTO		
Centro Sul Paranaense	Microregião de Guarapuava	Turvo	13.712	Guarapuava	Ponta Grossa	Satélite Analógico	Cascavel		
Centro Sul Paranaense	Microregião de Guarapuava	Espigão Alto do Iguçu	4.494	Foz do Iguçu	Foz do Iguçu	NÃO COBERTO	NÃO COBERTO		
Centro Sul Paranaense	Microregião de Guarapuava	Quedas do Iguçu	33.265	Foz do Iguçu	Foz do Iguçu	Satélite Analógico	Cascavel		
Centro Sul Paranaense	Microregião de Ibaiti	Curituba	14.911	SATÉLITE	Ponta Grossa	NÃO COBERTO	NÃO COBERTO		
Centro Sul Paranaense	Microregião de Ibaiti	Conselheiro Mairinck	3.849	Ponta Grossa	Londrina	NÃO COBERTO	NÃO COBERTO		
Centro Sul Paranaense	Microregião de Ibaiti	Figueira	8.222	Ponta Grossa	Londrina	NÃO COBERTO	NÃO COBERTO		
Centro Sul Paranaense	Microregião de Ibaiti	Ibaiti	30.888	Ponta Grossa	Londrina	Londrina/Cornélio	NÃO COBERTO		
Centro Sul Paranaense	Microregião de Ibaiti	Jaboti	5.226	Ponta Grossa	Londrina	NÃO COBERTO	NÃO COBERTO		
Centro Sul Paranaense	Microregião de Ibaiti	Japira	5.078	Ponta Grossa	Londrina	NÃO COBERTO	NÃO COBERTO		
Centro Sul Paranaense	Microregião de Ibaiti	Pinhalão	6.433	Ponta Grossa	Londrina	NÃO COBERTO	NÃO COBERTO		
Centro Sul Paranaense	Microregião de Ibaiti	Sapopema	6.906	Ponta Grossa	Ponta Grossa	NÃO COBERTO	NÃO COBERTO		

Sudeste Paranaense	Microregião de Irai	Mallet	13.611	Ponta Grossa	Ponta Grossa	Curitiba	Cascavel				
Sudeste Paranaense	Microregião de Irai	Irai	60.070	Guarapuava	Ponta Grossa	Curitiba	Cascavel	Najua FM	Hoje Centro Sul	Outdoor Ionado	
Sudeste Paranaense	Microregião de Irai	Rebouças	14.926	Guarapuava	Ponta Grossa	Curitiba	Curitiba				
Sudeste Paranaense	Microregião de Irai	Rio Azul	15.112	Guarapuava	Ponta Grossa	Curitiba	Curitiba				
Norte Central Paranaense	Microregião de Ivaiporã	Rio Branco do Ivaí	4.104	NÃO COBERTO	Apucarana	NÃO COBERTO	NÃO COBERTO				
Norte Central Paranaense	Microregião de Ivaiporã	Arapuá	3.384	Maringá	Apucarana	Maringá	Maringá				
Norte Central Paranaense	Microregião de Ivaiporã	Ariranha do Ivaí	2.330	Maringá	Apucarana	NÃO COBERTO	Maringá				
Norte Central Paranaense	Microregião de Ivaiporã	Cândido de Abreu	16.198	Maringá	Apucarana	NÃO COBERTO	Curitiba				
Norte Central Paranaense	Microregião de Ivaiporã	Godoy Moreira	3.211	Maringá	Apucarana	NÃO COBERTO	NÃO COBERTO				
Norte Central Paranaense	Microregião de Ivaiporã	Grandes Rios	6.251	Maringá	Apucarana	NÃO COBERTO	NÃO COBERTO				
Norte Central Paranaense	Microregião de Ivaiporã	Ivaiporã	32.715	Maringá	Apucarana	NÃO COBERTO	Maringá				
Norte Central Paranaense	Microregião de Ivaiporã	Jardim Alegre	12.104	Maringá	Apucarana	Maringá	Maringá				
Norte Central Paranaense	Microregião de Ivaiporã	Lidianópolis	3.717	Maringá	Apucarana	NÃO COBERTO	Maringá				
Norte Central Paranaense	Microregião de Ivaiporã	Lunardelli	5.095	Maringá	Apucarana	Maringá	Maringá				
Norte Central Paranaense	Microregião de Ivaiporã	Manoel Ribas	13.684	Maringá	Apucarana	NÃO COBERTO	NÃO COBERTO				
Norte Central Paranaense	Microregião de Ivaiporã	Nova Tebas	6.644	Maringá	Apucarana	NÃO COBERTO	NÃO COBERTO				
Norte Central Paranaense	Microregião de Ivaiporã	Rosário do Ivaí	5.298	Maringá	Apucarana	NÃO COBERTO	NÃO COBERTO				
Norte Central Paranaense	Microregião de Ivaiporã	São João do Ivaí	1.115	Maringá	Apucarana	Maringá	Maringá				
Norte Central Paranaense	Microregião de Ivaiporã	São Pedro do Ivaí	10.864	Maringá	Apucarana	Maringá	NÃO COBERTO				
Norte Pioneiro Paranaense	Microregião de Jacarezinho	Barra do Jacaré	2.825	NÃO COBERTO	Londrina	NÃO COBERTO	NÃO COBERTO				
Norte Pioneiro Paranaense	Microregião de Jacarezinho	Cambará	25.287	Londrina	Londrina	Londrina/ Cornélio	Cascavel				
Norte Pioneiro Paranaense	Microregião de Jacarezinho	Jacarezinho	40.253	Londrina	Londrina	Londrina/ Cornélio	Cascavel	Globo AM			
Norte Pioneiro Paranaense	Microregião de Jacarezinho	Jundial do Sul	3.443	Londrina	Londrina	Londrina/ Cornélio	NÃO COBERTO				
Norte Pioneiro Paranaense	Microregião de Jacarezinho	Ribeirão Claro	10.945	Londrina	Londrina	Londrina/ Cornélio	NÃO COBERTO				
Norte Pioneiro Paranaense	Microregião de Jacarezinho	Santo Antônio da Platina	45.562	Londrina	Londrina	Londrina/ Cornélio	Cascavel	Vale do Sol FM	Tribuna do Vale	Outdoor Ionado	
Centro Oriental Paranaense	Microregião de Jaguariaíva	Arapoti	27.728	Ponta Grossa	Ponta Grossa	Satélite Analógico	Curitiba				
Centro Oriental Paranaense	Microregião de Jaguariaíva	Jaguariaíva	34.647	Ponta Grossa	Ponta Grossa	Satélite Analógico	Curitiba				
Centro Oriental Paranaense	Microregião de Jaguariaíva	Piraí do Sul	25.117	Ponta Grossa	Ponta Grossa	Satélite Analógico	Curitiba				
Centro Oriental Paranaense	Microregião de Jaguariaíva	Sengés	19.373	Ponta Grossa	Ponta Grossa	NÃO COBERTO	Curitiba				
Metropolitana de Curitiba	Microregião de Lapa	Porto Amazonas	4.809	Ponta Grossa	Ponta Grossa	NÃO COBERTO	Curitiba				

Metropolitana de Curitiba	Microrregião de Lapa	Lapa	47.814	Curitiba	Curitiba	Curitiba	Curitiba	Curitiba	Curitiba			
Norte Central Paranaense	Microrregião de Londrina	Cambé	104.592	Londrina	Londrina	Londrina/ Cornélio	Londrina	Londrina	Londrina			
Norte Central Paranaense	Microrregião de Londrina	Ibiporá	52.848	Londrina	Londrina	Londrina/ Cornélio	Londrina	Londrina	Londrina			
Norte Central Paranaense	Microrregião de Londrina	Londrina	553.393	Londrina	Londrina	Londrina/ Cornélio	Londrina	Londrina	Londrina	Paquerê FM e CBN FM	Folha de Londrina	Busdoor
Norte Central Paranaense	Microrregião de Londrina	Pitangueiras	3.107	Londrina	Apucarana	Maringá	Londrina	Londrina	Londrina			
Norte Central Paranaense	Microrregião de Londrina	Rolândia	64.028	Londrina	Londrina	Londrina/ Cornélio	Londrina	Londrina	Londrina			
Norte Central Paranaense	Microrregião de Londrina	Tamarana	13.939	Londrina	Londrina	Londrina/ Cornélio	NÃO COBERTO	NÃO COBERTO	NÃO COBERTO			
Norte Central Paranaense	Microrregião de Maringá	Mandaguari	34.425	Maringá	Apucarana	Maringá	Maringá	Maringá	Maringá			
Norte Central Paranaense	Microrregião de Maringá	Mariaiva	34.675	Maringá	Apucarana	Maringá	Maringá	Maringá	Maringá			
Norte Central Paranaense	Microrregião de Maringá	Maringá	403.063	Maringá	Apucarana	Maringá	Maringá	Maringá	Maringá	CBN Maringá FM e Maringá FM	Diário do Norte de Maringá	Busdoor
Norte Central Paranaense	Microrregião de Maringá	Paçandu	39.728	Maringá	Apucarana	Maringá	Maringá	Maringá	Maringá			
Norte Central Paranaense	Microrregião de Maringá	Sarandi	91.344	Maringá	Apucarana	Maringá	Maringá	Maringá	Maringá			
Centro Sul Paranaense	Microrregião de Palmas	Mangueirinha	17.301	SATÉLITE	Ponta Grossa	Satélite Analógico	Cascavel	Cascavel	Cascavel			
Centro Sul Paranaense	Microrregião de Palmas	Clevelândia	17.311	Foz do Iguaçu	Ponta Grossa	Cascavel/Toledo	Cascavel	Cascavel	Cascavel			
Centro Sul Paranaense	Microrregião de Palmas	Coronel Domingos Soares	7.607	Foz do Iguaçu	Ponta Grossa	NÃO COBERTO	Bandsat	Bandsat	Bandsat			
Centro Sul Paranaense	Microrregião de Palmas	Honório Serpa	5.705	Foz do Iguaçu	Ponta Grossa	NÃO COBERTO	Cascavel	Cascavel	Cascavel			
Centro Sul Paranaense	Microrregião de Palmas	Palmas	48.339	Foz do Iguaçu	Ponta Grossa	Cascavel/Toledo	Cascavel	Cascavel	Cascavel			
Metropolitana de Curitiba	Microrregião de Paranaguá	Antonina	19.418	Curitiba	Curitiba	Curitiba	Curitiba	Curitiba	Curitiba			
Metropolitana de Curitiba	Microrregião de Paranaguá	Guaraqueçaba	7.944	Curitiba	Curitiba	Curitiba	Curitiba	Curitiba	Curitiba			
Metropolitana de Curitiba	Microrregião de Paranaguá	Guaratuba	35.588	Curitiba	Curitiba	Curitiba	Curitiba	Curitiba	Curitiba			
Metropolitana de Curitiba	Microrregião de Paranaguá	Matinhos	33.024	Curitiba	Curitiba	Curitiba	Curitiba	Curitiba	Curitiba			
Metropolitana de Curitiba	Microrregião de Paranaguá	Morretes	16.488	Curitiba	Apucarana	NÃO COBERTO	Curitiba	Curitiba	Curitiba			
Metropolitana de Curitiba	Microrregião de Paranaguá	Paranaguá	151.829	Curitiba	Curitiba	Curitiba	Curitiba	Curitiba	Curitiba	Litoral Sul FM	Folha do Litoral	Outdoor Ionado
Metropolitana de Curitiba	Microrregião de Paranaguá	Pontal do Paraná	24.878	Curitiba	Curitiba	Curitiba	Curitiba	Curitiba	Curitiba			
Noroeste Paranaense	Microrregião de Paranavaí	Querência do Norte	12.284	SATÉLITE	Apucarana	NÃO COBERTO	NÃO COBERTO	NÃO COBERTO	NÃO COBERTO			
Noroeste Paranaense	Microrregião de Paranavaí	Jardim Olinda	1.403	Presidente Prudente/SP	Apucarana	NÃO COBERTO	NÃO COBERTO	NÃO COBERTO	NÃO COBERTO			
Noroeste Paranaense	Microrregião de Paranavaí	Alto Paraná	14.606	Paranavaí	Apucarana	Maringá	Maringá	Maringá	Maringá			
Noroeste Paranaense	Microrregião de Paranavaí	Amaporá	6.019	Paranavaí	Apucarana	Maringá	Cascavel	Cascavel	Cascavel			
Noroeste Paranaense	Microrregião de Paranavaí	Cruzeiro do Sul	4.628	Paranavaí	Apucarana	Maringá	Maringá	Maringá	Maringá			
Noroeste Paranaense	Microrregião de Paranavaí	Diamante do Norte	5.425	Paranavaí	Apucarana	NÃO COBERTO	Cascavel	Cascavel	Cascavel			

Noroeste Paranaense	Microregião de Paranaval	Guairaçá	6.562	Paranaval	Apucarana	Maringá	Cascavel			
Noroeste Paranaense	Microregião de Paranaval	Inajá	3.128	Paranaval	Apucarana	NÃO COBERTO	Maringá			
Noroeste Paranaense	Microregião de Paranaval	Itaúna do Sul	3.288	Paranaval	Apucarana	NÃO COBERTO	Cascavel			
Noroeste Paranaense	Microregião de Paranaval	Loanda	22.754	Paranaval	Apucarana	Satélite Analógico	Cascavel			
Noroeste Paranaense	Microregião de Paranaval	Marliena	7.150	Paranaval	Apucarana	NÃO COBERTO	Cascavel			
Noroeste Paranaense	Microregião de Paranaval	Mirador	2.324	Paranaval	Apucarana	NÃO COBERTO	Cascavel			
Noroeste Paranaense	Microregião de Paranaval	Nova Aliança do Ivaí	1.527	Paranaval	Apucarana	NÃO COBERTO	Cascavel			
Noroeste Paranaense	Microregião de Paranaval	Nova Londrina	13.478	Paranaval	Apucarana	Satélite Analógico	NÃO COBERTO			
Noroeste Paranaense	Microregião de Paranaval	Paraiso do Norte	13.180	Paranaval	Apucarana	Londrina/ Cornélio	Cascavel			
Noroeste Paranaense	Microregião de Paranaval	Paranacity	11.168	Paranaval	Apucarana	NÃO COBERTO	Cascavel			
Noroeste Paranaense	Microregião de Paranaval	Paranapoema	3.084	Paranaval	Apucarana	NÃO COBERTO	Maringá			
Noroeste Paranaense	Microregião de Paranaval	Paranaval	87.316	Paranaval	Apucarana	Maringá	Cascavel	FM Cidade	Diário do Noroeste	Busdoor
Noroeste Paranaense	Microregião de Paranaval	Planaltina do Paraná	4.290	Paranaval	Apucarana	Satélite Analógico	Cascavel			
Noroeste Paranaense	Microregião de Paranaval	Porto Rico	2.610	Paranaval	Apucarana	NÃO COBERTO	NÃO COBERTO			
Noroeste Paranaense	Microregião de Paranaval	Santa Cruz de Monte Castelo	8.140	Paranaval	Apucarana	NÃO COBERTO	Cascavel			
Noroeste Paranaense	Microregião de Paranaval	Santa Isabel do Ivaí	8.877	Paranaval	Apucarana	NÃO COBERTO	Cascavel			
Noroeste Paranaense	Microregião de Paranaval	Santa Mônica	3.882	Paranaval	Apucarana	NÃO COBERTO	Cascavel			
Noroeste Paranaense	Microregião de Paranaval	Santo Antônio do Caiuá	2.749	Paranaval	Apucarana	NÃO COBERTO	Cascavel			
Noroeste Paranaense	Microregião de Paranaval	São Carlos do Ivaí	6.797	Paranaval	Apucarana	Maringá	Maringá			
Noroeste Paranaense	Microregião de Paranaval	São João do Caiuá	6.031	Paranaval	Apucarana	Maringá	Cascavel			
Noroeste Paranaense	Microregião de Paranaval	São Pedro do Paraná	2.459	Paranaval	Apucarana	NÃO COBERTO	NÃO COBERTO			
Noroeste Paranaense	Microregião de Paranaval	Tamboara	5.028	Paranaval	Apucarana	Maringá	Cascavel			
Noroeste Paranaense	Microregião de Paranaval	Terra Rica	16.453	Paranaval	Apucarana	Maringá	Cascavel			
Sudoeste Paranaense	Microregião de Pato Branco	Sulina	3.257	SATELITE	Ponta Grossa	NÃO COBERTO	Cascavel			
Sudoeste Paranaense	Microregião de Pato Branco	Bom Sucesso do Sul	3.361	Foz do Iguaçu	Foz do Iguaçu	NÃO COBERTO	Cascavel			
Sudoeste Paranaense	Microregião de Pato Branco	Chopinzinho	19.951	Foz do Iguaçu	Ponta Grossa	Satélite Analógico	Cascavel			
Sudoeste Paranaense	Microregião de Pato Branco	Coronel Vivida	21.755	Foz do Iguaçu	Foz do Iguaçu	Satélite Analógico	Cascavel			
Sudoeste Paranaense	Microregião de Pato Branco	Itapejara d'Oeste	11.571	Foz do Iguaçu	Foz do Iguaçu	Cascavel/Toledo	Cascavel			
Sudoeste Paranaense	Microregião de Pato Branco	Mariópolis	6.612	Foz do Iguaçu	Ponta Grossa	Cascavel/Toledo	Cascavel			
Sudoeste Paranaense	Microregião de Pato Branco	Pato Branco	79.869	Foz do Iguaçu	Foz do Iguaçu	Cascavel/Toledo	Cascavel	Celinauta AM	Diário do Sudoeste	Outdoor Ionado

Sudoeste Paranaense	Microregião de Pato Branco	São João	10.676	Foz do Iguaçu	Foz do Iguaçu	Satélite Analógico	Cascavel		
Sudoeste Paranaense	Microregião de Pato Branco	Saudade do Iguaçu	5.410	Foz do Iguaçu	Ponta Grossa	NÃO COBERTO	Cascavel		
Sudoeste Paranaense	Microregião de Pato Branco	Vitorino	6.853	Foz do Iguaçu	Foz do Iguaçu	Satélite Analógico	Cascavel		
Centro Sul Paranaense	Microregião de Pitanga	Palmital	14.332	SATÉLITE	Apucarana	Cascavel/Toledo	NÃO COBERTO		
Centro Sul Paranaense	Microregião de Pitanga	Boa Ventura de São Roque	6.674	NÃO COBERTO	Apucarana	NÃO COBERTO	NÃO COBERTO		
Centro Sul Paranaense	Microregião de Pitanga	Laranjal	6.248	NÃO COBERTO	Apucarana	NÃO COBERTO	NÃO COBERTO		
Centro Sul Paranaense	Microregião de Pitanga	Mato Rico	3.622	NÃO COBERTO	Apucarana	NÃO COBERTO	NÃO COBERTO		
Centro Sul Paranaense	Microregião de Pitanga	Santa Maria do Oeste	10.861	NÃO COBERTO	Apucarana	NÃO COBERTO	NÃO COBERTO		
Centro Sul Paranaense	Microregião de Pitanga	Pitanga	32.215	Guarapuava	Apucarana	Satélite Analógico	NÃO COBERTO		
Centro Oriental Paranaense	Microregião de Ponta Grossa	Ponta Grossa	341.130	Ponta Grossa	Ponta Grossa	Curitiba	Curitiba	T FM e Mix FM	Diário dos Campos e Jornal da Manhã
Centro Oriental Paranaense	Microregião de Ponta Grossa	Carambel	21.939	Ponta Grossa	Ponta Grossa	Curitiba	Curitiba		
Centro Oriental Paranaense	Microregião de Ponta Grossa	Castro	71.159	Ponta Grossa	Ponta Grossa	Curitiba	Curitiba		
Centro Oriental Paranaense	Microregião de Ponta Grossa	Palmeira	33.889	Ponta Grossa	Ponta Grossa	Curitiba	Curitiba		
Centro Oriental Paranaense	Microregião de Ponta Grossa	Alvorada do Sul	11.148	Londrina	Apucarana	NÃO COBERTO	Londrina		
Norte Central Paranaense	Microregião de Porecatu	Bela Vista do Paraíso	15.634	Londrina	Londrina	Londrina/Cornélio	Londrina		
Norte Central Paranaense	Microregião de Porecatu	Florestópolis	11.145	Londrina	Londrina	Londrina/Cornélio	Londrina		
Norte Central Paranaense	Microregião de Porecatu	Miraselva	1.880	Londrina	Londrina	Londrina/Cornélio	Londrina		
Norte Central Paranaense	Microregião de Porecatu	Porecatu	13.863	Londrina	Apucarana	Londrina/Cornélio	Londrina		
Norte Central Paranaense	Microregião de Porecatu	Prado Ferreira	3.693	Londrina	Londrina	Londrina/Cornélio	NÃO COBERTO		
Norte Central Paranaense	Microregião de Porecatu	Primeiro de Maio	11.265	Londrina	Londrina	Londrina/Cornélio	Londrina		
Norte Central Paranaense	Microregião de Porecatu	Sertãoópolis	16.429	Londrina	Londrina	Londrina/Cornélio	Londrina		
Sudoeste Paranaense	Microregião de Prudentópolis	Guamiranga	8.552	Ponta Grossa	Ponta Grossa	Curitiba	Curitiba		
Sudoeste Paranaense	Microregião de Prudentópolis	Imbituva	31.391	Ponta Grossa	Ponta Grossa	Curitiba	Curitiba		
Sudoeste Paranaense	Microregião de Prudentópolis	Ivaí	13.714	Ponta Grossa	Ponta Grossa	Curitiba	Curitiba		
Sudoeste Paranaense	Microregião de Prudentópolis	Fernandes Pinheiro	5.929	Guarapuava	Ponta Grossa	Curitiba	Curitiba		
Sudoeste Paranaense	Microregião de Prudentópolis	Ipiranga	15.059	Guarapuava	Ponta Grossa	NÃO COBERTO	Curitiba		
Sudoeste Paranaense	Microregião de Prudentópolis	Prudentópolis	51.849	Guarapuava	Ponta Grossa	Satélite Analógico	Cascavel		
Sudoeste Paranaense	Microregião de Prudentópolis	Teixeira Soares	11.666	Guarapuava	Ponta Grossa	Curitiba	Curitiba		
Metropolitana de Curitiba	Microregião de Rio Negro	Agudos do Sul	9.073	Curitiba	Curitiba	NÃO COBERTO	Curitiba		
Metropolitana de Curitiba	Microregião de Rio Negro	Campo do Tenente	7.762	Curitiba	Curitiba	NÃO COBERTO	Curitiba		

Metropolitana de Curitiba	Microregião de Rio Negro	Piên	12.334	Curitiba	Ponta Grossa	NÃO COBERTO	Bandsat		
Metropolitana de Curitiba	Microregião de Rio Negro	Quitandinha	18.578	Curitiba	Curitiba	NÃO COBERTO	Curitiba		
Metropolitana de Curitiba	Microregião de Rio Negro	Rio Negro	33.628	Curitiba	Curitiba	Satélite Analógico	Bandsat		
Metropolitana de Curitiba	Microregião de Rio Negro	Tijucas do Sul	16.161	Curitiba	Curitiba	Curitiba	Curitiba		
Sudeste Paranaense	Microregião de São Mateus do Sul	Antonio Olinto	7.582	Ponta Grossa	Ponta Grossa	NÃO COBERTO	Curitiba		
Sudeste Paranaense	Microregião de São Mateus do Sul	São João do Triunfo	14.815	Ponta Grossa	Ponta Grossa	NÃO COBERTO	Curitiba		
Sudeste Paranaense	Microregião de São Mateus do Sul	São Mateus do Sul	45.000	Ponta Grossa	Ponta Grossa	Satélite Analógico	Cascavel		
Centro Oriental Paranaense	Microregião de Telêmaco Borba	Imbau	12.550	Ponta Grossa	Ponta Grossa	Satélite Analógico	Curitiba		
Centro Oriental Paranaense	Microregião de Telêmaco Borba	Reserva	26.643	Ponta Grossa	Ponta Grossa	Satélite Analógico	Curitiba		
Centro Oriental Paranaense	Microregião de Telêmaco Borba	Telêmaco Borba	76.550	Ponta Grossa	Ponta Grossa	Curitiba	Curitiba		
Centro Oriental Paranaense	Microregião de Telêmaco Borba	Tibagi	20.470	Ponta Grossa	Ponta Grossa	Curitiba	Curitiba		
Centro Oriental Paranaense	Microregião de Telêmaco Borba	Ventania	11.252	Ponta Grossa	Ponta Grossa	NÃO COBERTO	Curitiba		
Centro Oriental Paranaense	Microregião de Telêmaco Borba	Ortigueira	23.308	Londrina	Apucarana	Satélite Analógico	NÃO COBERTO		
Oeste Paranaense	Microregião de Toledo	Toledo	133.824	Toledo	Foz do Iguaçu	Cascavel/Toledo	Cascavel	Mundial FM	Busdoor
Oeste Paranaense	Microregião de Toledo	Iracema do Oeste	2.487	Paranaí	Foz do Iguaçu	NÃO COBERTO	Cascavel		
Oeste Paranaense	Microregião de Toledo	Jesuitas	8.912	Paranaí	Apucarana	Cascavel/Toledo	Cascavel		
Oeste Paranaense	Microregião de Toledo	Santa Helena	25.665	Foz do Iguaçu	Foz do Iguaçu	Cascavel/Toledo	Cascavel		
Oeste Paranaense	Microregião de Toledo	Assis Chateaubriand	34.046	Cascavel	Foz do Iguaçu	Cascavel/Toledo	Cascavel		
Oeste Paranaense	Microregião de Toledo	Diamante d'Oeste	5.277	Cascavel	Foz do Iguaçu	Cascavel/Toledo	Cascavel		
Oeste Paranaense	Microregião de Toledo	Entre Rios do Oeste	4.357	Cascavel	Foz do Iguaçu	Cascavel/Toledo	Cascavel		
Oeste Paranaense	Microregião de Toledo	Formosa do Oeste	7.214	Cascavel	Foz do Iguaçu	Maringá	Cascavel		
Oeste Paranaense	Microregião de Toledo	Guaira	32.784	Cascavel	Apucarana	Cascavel/Toledo	Cascavel		
Oeste Paranaense	Microregião de Toledo	Marechal Cândido Rondon	51.306	Cascavel	Foz do Iguaçu	Cascavel/Toledo	Cascavel		
Oeste Paranaense	Microregião de Toledo	Maripá	5.784	Cascavel	Foz do Iguaçu	Cascavel/Toledo	Cascavel		
Oeste Paranaense	Microregião de Toledo	Mercedes	5.437	Cascavel	Foz do Iguaçu	NÃO COBERTO	Cascavel		
Oeste Paranaense	Microregião de Toledo	Nova Santa Rosa	8.140	Cascavel	Foz do Iguaçu	Cascavel/Toledo	Cascavel		
Oeste Paranaense	Microregião de Toledo	Ouro Verde do Oeste	6.000	Cascavel	Foz do Iguaçu	Cascavel/Toledo	Cascavel		
Oeste Paranaense	Microregião de Toledo	Palotina	31.115	Cascavel	Foz do Iguaçu	Cascavel/Toledo	NÃO COBERTO		
Oeste Paranaense	Microregião de Toledo	Pato Bragado	5.369	Cascavel	Foz do Iguaçu	Cascavel/Toledo	Cascavel		
Oeste Paranaense	Microregião de Toledo	Quatro Pontes	4.014	Cascavel	Foz do Iguaçu	Cascavel/Toledo	Cascavel		

Oeste Paranaense	Microregião de Toledo	São José das Palmeiras	3.832	Cascavel	Foz do Iguaçu	Cascavel/Toledo	Cascavel		
Oeste Paranaense	Microregião de Toledo	São Pedro do Iguaçu	6.336	Cascavel	Foz do Iguaçu	Cascavel/Toledo	Cascavel		
Oeste Paranaense	Microregião de Toledo	Terra Roxa	17.573	Cascavel	Apucarana	Cascavel/Toledo	Cascavel		
Oeste Paranaense	Microregião de Toledo	Tupássí	8.269	Cascavel	Foz do Iguaçu	Cascavel/Toledo	Cascavel		
Noroeste Paranaense	Microregião de Umuarama	Icaraima	8.561	SATÉLITE	Apucarana	NÃO COBERTO	NÃO COBERTO		
Noroeste Paranaense	Microregião de Umuarama	Alto Paraíso	3.037	Paranavaí	Apucarana	NÃO COBERTO	NÃO COBERTO		
Noroeste Paranaense	Microregião de Umuarama	Alto Piquiri	10.253	Paranavaí	Apucarana	NÃO COBERTO	Cascavel		
Noroeste Paranaense	Microregião de Umuarama	Altônia	21.867	Paranavaí	Apucarana	Satélite Analógico	Cascavel		
Noroeste Paranaense	Microregião de Umuarama	Cafetal do Sul	4.266	Paranavaí	Apucarana	Maringá	NÃO COBERTO		
Noroeste Paranaense	Microregião de Umuarama	Cruzeiro do Oeste	21.197	Paranavaí	Apucarana	Maringá	Cascavel		
Noroeste Paranaense	Microregião de Umuarama	Douradina	8.335	Paranavaí	Apucarana	Maringá	NÃO COBERTO		
Noroeste Paranaense	Microregião de Umuarama	Esperança Nova	1.875	Paranavaí	Apucarana	NÃO COBERTO	Cascavel		
Noroeste Paranaense	Microregião de Umuarama	Iporã	14.794	Paranavaí	Apucarana	Cascavel/Toledo	Cascavel		
Noroeste Paranaense	Microregião de Umuarama	Ivaté	8.067	Paranavaí	Apucarana	NÃO COBERTO	NÃO COBERTO		
Noroeste Paranaense	Microregião de Umuarama	Maria Helena	5.957	Paranavaí	Apucarana	Maringá	Cascavel		
Noroeste Paranaense	Microregião de Umuarama	Mariluz	10.548	Paranavaí	Apucarana	Maringá	Cascavel		
Noroeste Paranaense	Microregião de Umuarama	Nova Olimpia	5.806	Paranavaí	Apucarana	NÃO COBERTO	NÃO COBERTO		
Noroeste Paranaense	Microregião de Umuarama	Perobal	6.029	Paranavaí	Apucarana	Maringá	Cascavel		
Noroeste Paranaense	Microregião de Umuarama	Pérola	11.020	Paranavaí	Apucarana	NÃO COBERTO	Cascavel		
Noroeste Paranaense	Microregião de Umuarama	São Jorge do Patrocínio	5.980	Paranavaí	Apucarana	NÃO COBERTO	Cascavel		
Noroeste Paranaense	Microregião de Umuarama	Tapira	5.824	Paranavaí	Apucarana	NÃO COBERTO	NÃO COBERTO		
Noroeste Paranaense	Microregião de Umuarama	Umuarama	109.132	Paranavaí	Apucarana	Maringá	Cascavel	Ilustrada FM e Cultura AM	Umuarama Ilustrado
Noroeste Paranaense	Microregião de Umuarama	Xamburé	5.986	Paranavaí	Apucarana	Maringá	NÃO COBERTO		
Noroeste Paranaense	Microregião de Umuarama	Brasilândia do Sul	2.990	Cascavel	Foz do Iguaçu	NÃO COBERTO	Cascavel		
Noroeste Paranaense	Microregião de Umuarama	Francisco Alves	6.382	Cascavel	Foz do Iguaçu	NÃO COBERTO	Cascavel		
Sudeste Paranaense	Microregião de União da Vitória	Paulo Frontin	7.326	Ponta Grossa	Ponta Grossa	NÃO COBERTO	Curitiba		
Sudeste Paranaense	Microregião de União da Vitória	Bituruna	16.511	Guarapuava	Ponta Grossa	NÃO COBERTO	Cascavel		
Sudeste Paranaense	Microregião de União da Vitória	Cruz Machado	18.858	Guarapuava	Ponta Grossa	NÃO COBERTO	NÃO COBERTO		
Sudeste Paranaense	Microregião de União da Vitória	General Carneiro	14.038	Guarapuava	Ponta Grossa	NÃO COBERTO	Cascavel		
Sudeste Paranaense	Microregião de União da Vitória	Paula Freitas	5.808	Guarapuava	Ponta Grossa	NÃO COBERTO	Cascavel		

Sudeste Paranaense	Microrregião de União da Vitória	Porto Vitória	4.146	Guarapuava	Ponta Grossa	NÃO COBERTO	Curitiba			
Sudeste Paranaense	Microrregião de União da Vitória	União da Vitória	56.650	Guarapuava	Ponta Grossa	Satélite Analógico	Curitiba	Educadora AM e União AM	O Comércio	Outdoor Ionado
Norte Pioneiro Paranaense	Microrregião de Wenceslau Braz	Salto do Itararé	5.179	Ponta Grossa	Apucarana	NÃO COBERTO	Bandsat			
Norte Pioneiro Paranaense	Microrregião de Wenceslau Braz	Santana do Itararé	5.244	Ponta Grossa	Apucarana	NÃO COBERTO	NÃO COBERTO			
Norte Pioneiro Paranaense	Microrregião de Wenceslau Braz	São José da Boa Vista	6.512	Ponta Grossa	Londrina	NÃO COBERTO	NÃO COBERTO			
Norte Pioneiro Paranaense	Microrregião de Wenceslau Braz	Siqueira Campos	20.303	Ponta Grossa	Londrina	Londrina/Cornélio	Curitiba			
Norte Pioneiro Paranaense	Microrregião de Wenceslau Braz	Wenceslau Braz	19.852	Ponta Grossa	Londrina	Londrina/Cornélio	Cascavel			
Norte Pioneiro Paranaense	Microrregião de Wenceslau Braz	Tomazina	8.544	NÃO COBERTO	Londrina	Londrina/Cornélio	NÃO COBERTO			
Norte Pioneiro Paranaense	Microrregião de Wenceslau Braz	Carlópolis	14.384	Londrina	Londrina	Londrina/Cornélio	Bandsat			
Norte Pioneiro Paranaense	Microrregião de Wenceslau Braz	Guapirama	3.942	Londrina	Londrina	Londrina/Cornélio	NÃO COBERTO			
Norte Pioneiro Paranaense	Microrregião de Wenceslau Braz	Joaquim Távora	11.639	Londrina	Apucarana	Londrina/Cornélio	NÃO COBERTO			
Norte Pioneiro Paranaense	Microrregião de Wenceslau Braz	Quatiguá	7.441	Londrina	Londrina	Londrina/Cornélio	NÃO COBERTO			

Fonte/ Source: CENSO DEMOGRÁFICO IBGE 2010. Estimativa 2016.

TABELA 3 – Participação da população das cidades cobertas pela mídia local

Mesorregiões	População das cidades cobertas pela mídia local	% População das cidades cobertas pela mídia local
Centro Ocidental %	93.547	28%
Centro Oriental %	341.130	46%
Centro Sul %	179.256	32%
Metropolitana %	2.348.585	61%
Noroeste %	275.001	38%
Norte Central %	1.204.987	55%
Norte Pioneiro (%)	134.430	24%
Oeste %	713.965	55%
Sudeste %	116.720	31%
Sudoeste %	167.360	32%
Total Cobertura das Cidades/População	5.574.981	50%



TABELA 4 – Diário de Atividades por Meio de Comunicação

<p style="text-align: center;">Assistindo TV Aberta</p> <p style="text-align: center;">Ouvindo Rádio</p>	<p style="text-align: center;">Assistindo TV Fechada</p> <p style="text-align: center;">Lendo Jornal</p>	<p style="text-align: center;">Acessando Internet</p> <p style="text-align: center;">Lendo Revista</p>
<p style="text-align: center;">Ouvindo Rádio</p>	<p style="text-align: center;">Mídia Exterior</p>	<p style="text-align: center;">Lendo Revista</p>

Fonte: Kantar Ibope – TGI – Grande Curitiba – Ago/15 a Jun/16.



TABELA 5 – Opiniões e Atitudes Cidadania

CIDADANIA	Opinião	Elementos		Total	Jornal	TV Aberta	TV Paga	Revista	Cinema	Internet	Rádio AM/FM	Mídia Extensiva
		Amostra (000)	% vert									
Os políticos brasileiros realmente se preocupam com o bem-estar da população	Concorda totalmente/parcialmente	% vert	8,70%	8,70%	6,37%	8,98%	8,26%	11,4%	5,73%	8,14%	8,80%	8,20%
		Índice	100	100	73	103	95	131	66	94	101	94
		% vert	84,8%	100	88,8%	84,3%	86,2%	82,7%	90,6%	86,0%	84,6%	85,2%
		Índice	100	100	105	99	102	98	107	101	100	100
	Discorda totalmente/parcialmente	% vert	2,93%	100	0,11%	2,88%	2,96%	2,37%	2,88%	2,74%	2,59%	2,36%
		Índice	100	100	4	98	101	81	98	94	88	81
		% vert	5,78%	100	6,27%	6,10%	5,30%	9,03%	2,85%	5,40%	6,21%	5,84%
		Índice	100	100	108	106	92	156	49	93	107	101
	Concorda parcialmente	% vert	5,21%	100	4,43%	5,42%	4,69%	5,09%	2,86%	4,81%	5,50%	5,20%
		Índice	100	100	85	104	90	98	55	92	106	100
		% vert	8,96%	100	8,24%	8,83%	8,10%	8,75%	9,92%	9,78%	8,08%	8,88%
		Índice	100	100	92	99	90	98	111	109	90	99
Discorda totalmente	% vert	75,8%	100	80,5%	75,5%	78,0%	73,9%	80,7%	76,2%	76,5%	76,3%	
	Índice	100	100	106	100	103	98	106	101	101	101	

TABELA 6 – Opiniões e Atitudes – Educação

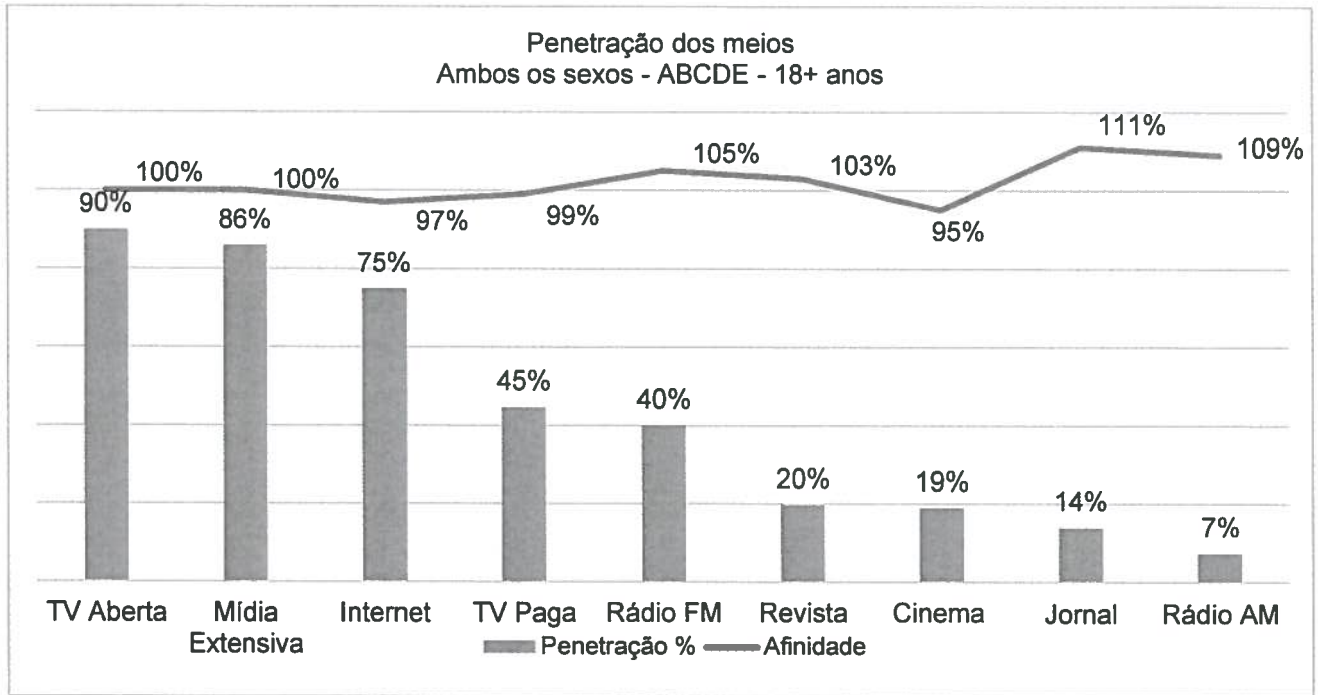
EDUCAÇÃO	Opinião	Elementos		Total	Jornal	TV Aberta	TV Paga	Revista	Cinema	Internet	Rádio AM/FM	Mídia Extensiva	
		Amostra (000)	% vert										
A qualidade da escola pública vem piorando	Concorda totalmente/parcialmente	% vert	51,9%	51,9%	57,4%	51,3%	54,2%	63,7%	57,8%	52,9%	51,5%	51,7%	
		Índice	100	100	111	99	104	123	111	102	99	100	
		% vert	33,4%	100	28,1%	33,1%	33,1%	23,9%	32,1%	32,1%	32,1%	33,5%	34,1%
		Índice	100	100	84	99	99	72	96	96	96	100	102
	Neutro (indiferente)	% vert	27,6%	100	30,6%	27,4%	27,9%	32,9%	28,3%	28,3%	27,2%	27,2%	26,8%
		Índice	100	100	111	99	101	119	103	103	99	98	97
		% vert	24,3%	100	26,9%	23,9%	26,3%	30,9%	29,5%	25,7%	24,4%	24,4%	24,9%
		Índice	100	100	110	98	108	127	121	106	100	100	102
	Concorda parcialmente	% vert	14,1%	100	14,5%	15,0%	12,2%	12,3%	10,1%	14,3%	14,3%	14,3%	13,7%
		Índice	100	100	103	106	87	88	72	102	102	102	97
		% vert	8,70%	100	8,33%	9,23%	7,69%	6,77%	7,12%	8,88%	8,88%	8,70%	8,42%
		Índice	100	100	96	106	88	78	82	102	102	100	97
Discorda totalmente	% vert	5,37%	100	6,14%	5,75%	4,55%	5,57%	2,95%	5,47%	5,65%	5,29%		
	Índice	100	100	114	107	85	104	55	102	105	99		

TABELA 7 – Opiniões e Atitudes – Saúde

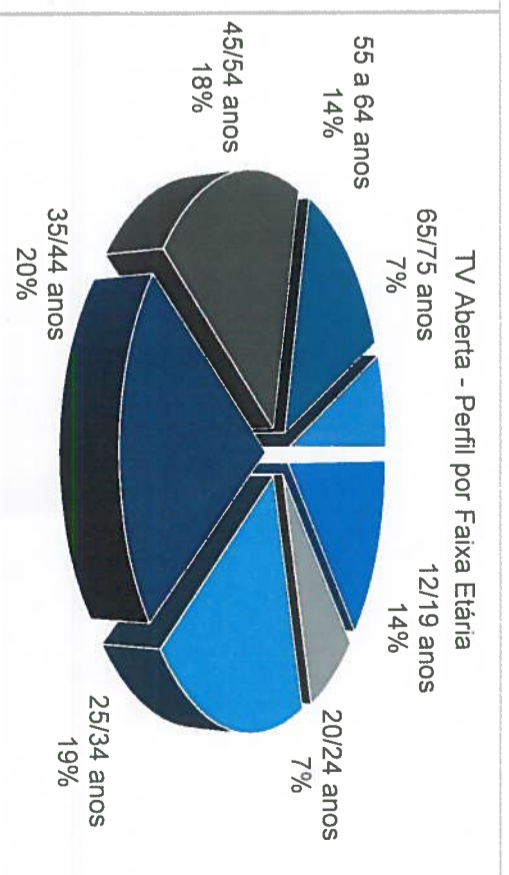
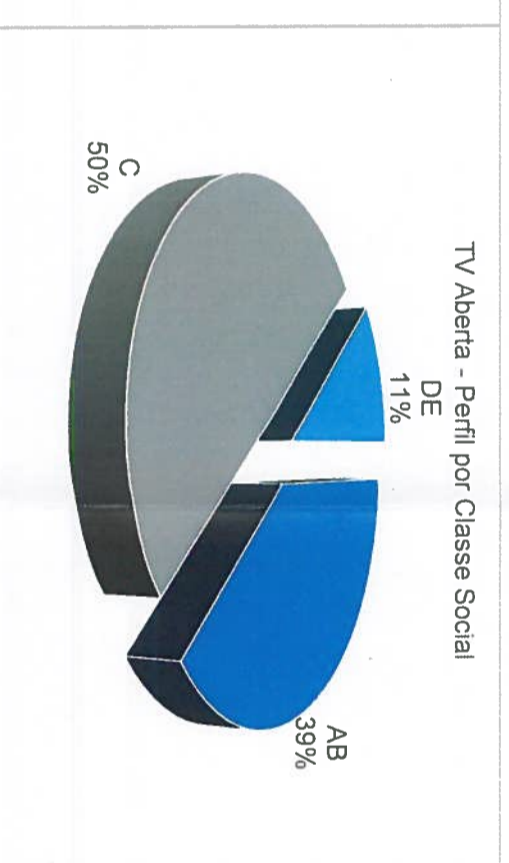
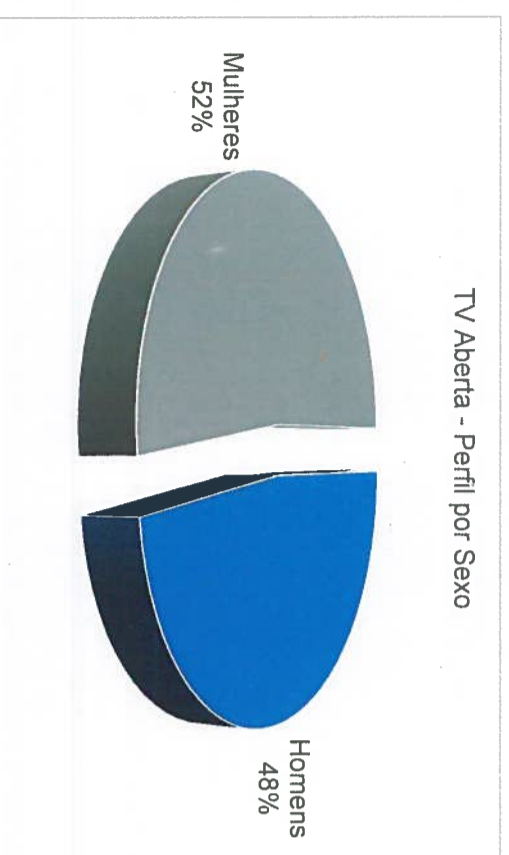
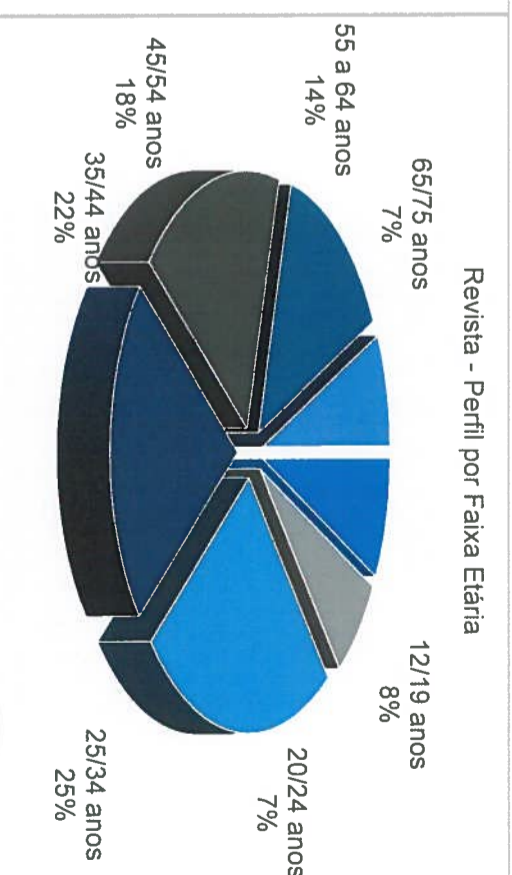
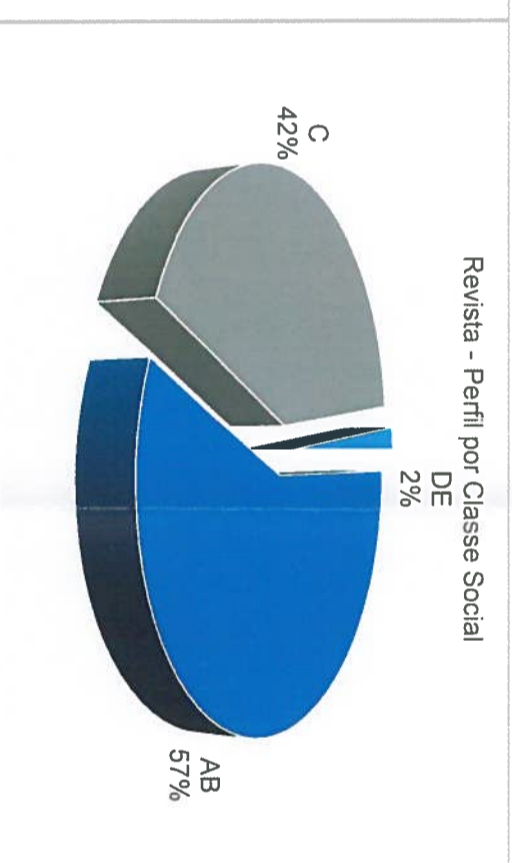
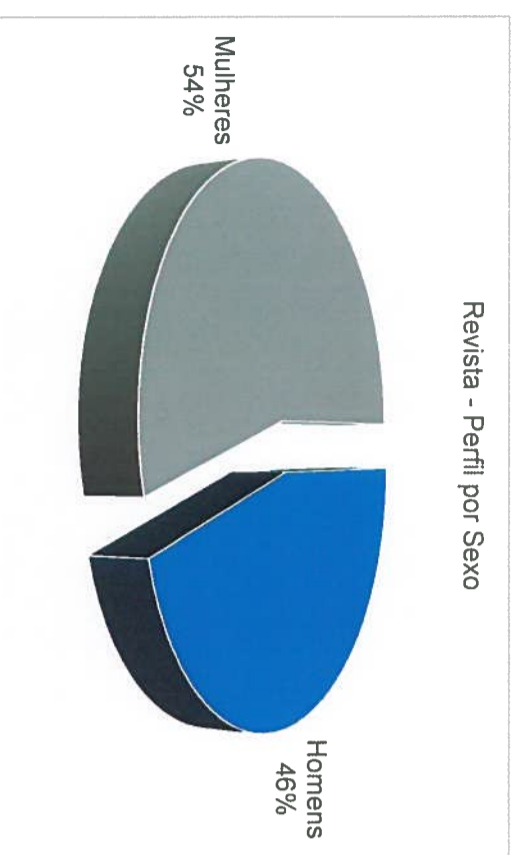
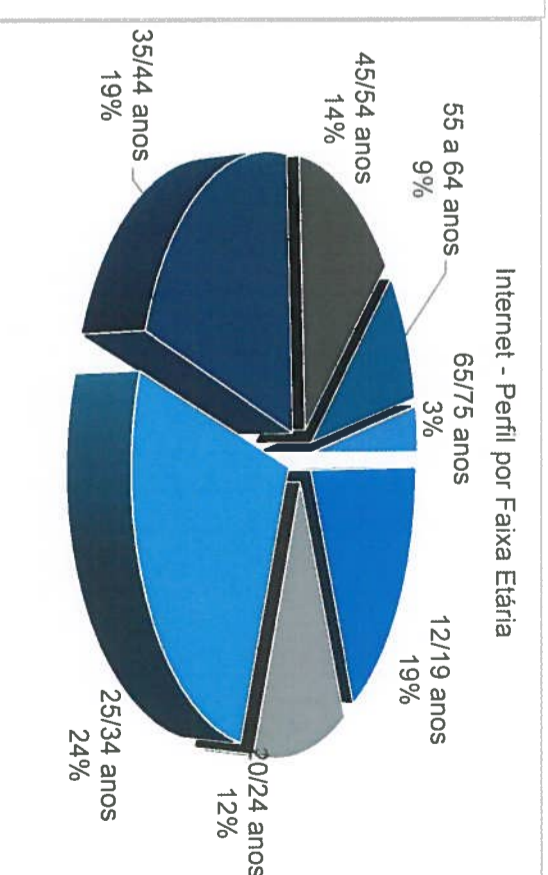
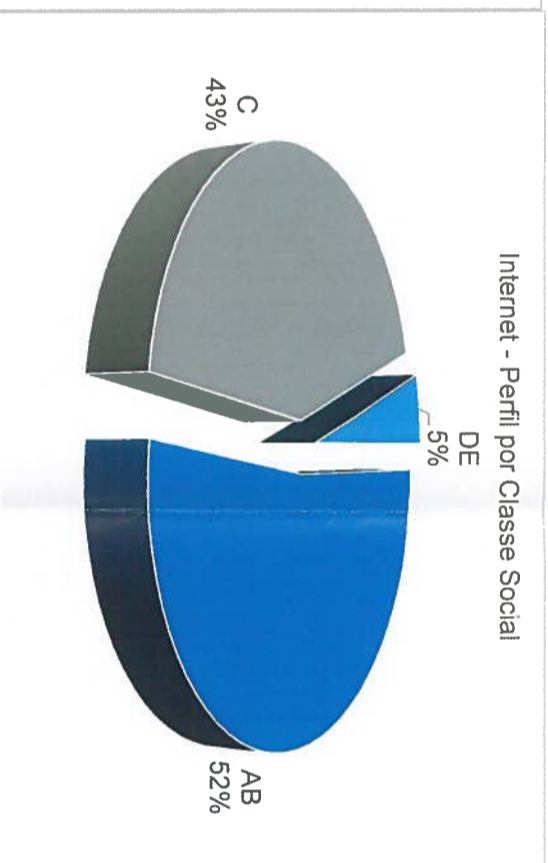
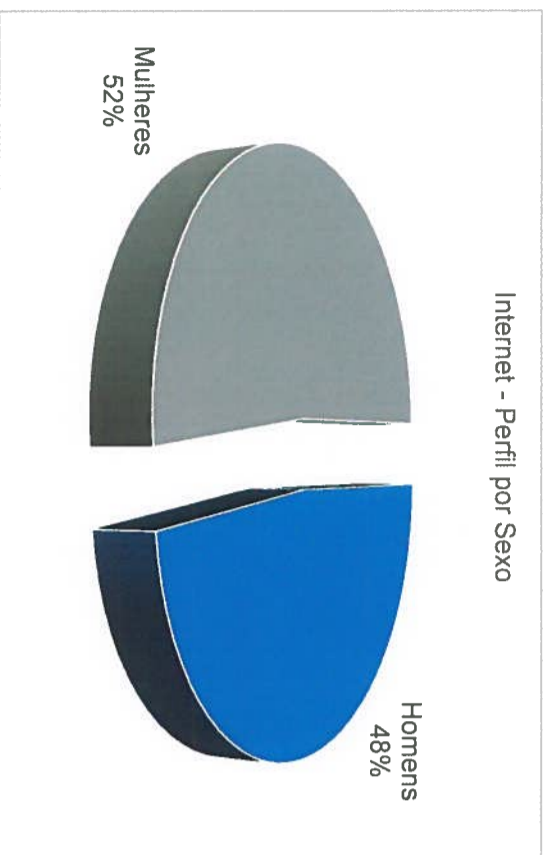
SAÚDE	Atitude	Elementos		Total	Jornal	TV Aberta	TV Paga	Revista	Cinema	Internet	Rádio AM/FM	Mídia Extensiva	
		Amostra (000)	Índice										
Só utilizo serviços públicos de saúde	Concorda totalmente/parcialmente	% vert	Índice	42,0%	35,7%	42,2%	33,9%	33,0%	30,5%	39,8%	41,8%	40,5%	
			% vert	100%	85	101	81	79	73	95	99	96	
		Índice	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
	Discorda totalmente/parcialmente	% vert	Índice	32,5%	38,2%	31,6%	40,4%	48,9%	41,7%	35,6%	33,4%	33,4%	33,2%
			% vert	100%	118	97	124	151	128	110	103	102	102
		Índice	100	118	97	124	151	128	110	103	102	102	102
	Concorda totalmente	% vert	Índice	28,2%	20,7%	28,9%	22,4%	17,6%	19,8%	26,2%	28,7%	28,7%	26,8%
			% vert	100%	73	102	80	63	70	93	102	102	95
		Índice	100	73	102	80	63	70	93	102	102	95	
	Concorda parcialmente	% vert	Índice	13,8%	15,0%	13,3%	11,5%	15,4%	10,6%	13,7%	13,1%	13,1%	13,7%
			% vert	100%	109	97	83	112	77	99	95	95	99
		Índice	100	109	97	83	112	77	99	95	95	99	
Neutro (indiferente)	% vert	Índice	24,6%	26,0%	25,2%	24,7%	18,0%	26,5%	23,6%	24,0%	24,0%	25,4%	
		% vert	100%	106	102	100	73	108	96	98	98	103	
	Índice	100	106	102	100	73	108	96	98	98	103		
Discorda parcialmente	% vert	Índice	14,2%	11,7%	14,1%	15,5%	20,5%	15,9%	14,8%	15,1%	15,1%	14,4%	
		% vert	100%	82	99	109	144	112	104	106	106	101	
	Índice	100	82	99	109	144	112	104	106	106	101		
Discorda totalmente	% vert	Índice	18,2%	26,5%	17,5%	24,9%	28,5%	25,8%	20,8%	18,3%	18,3%	18,8%	
		% vert	100%	145	96	137	156	141	114	101	101	103	
	Índice	100	145	96	137	156	141	114	101	101	103		

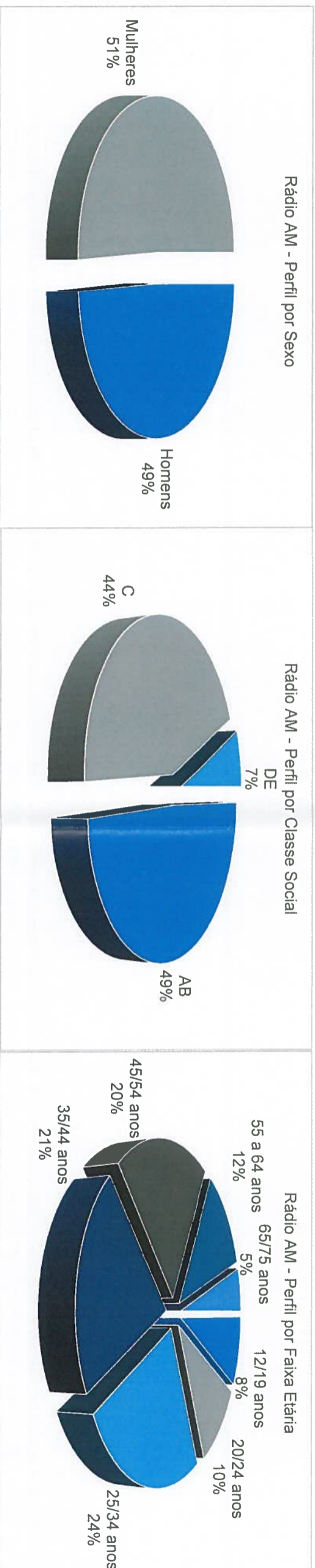
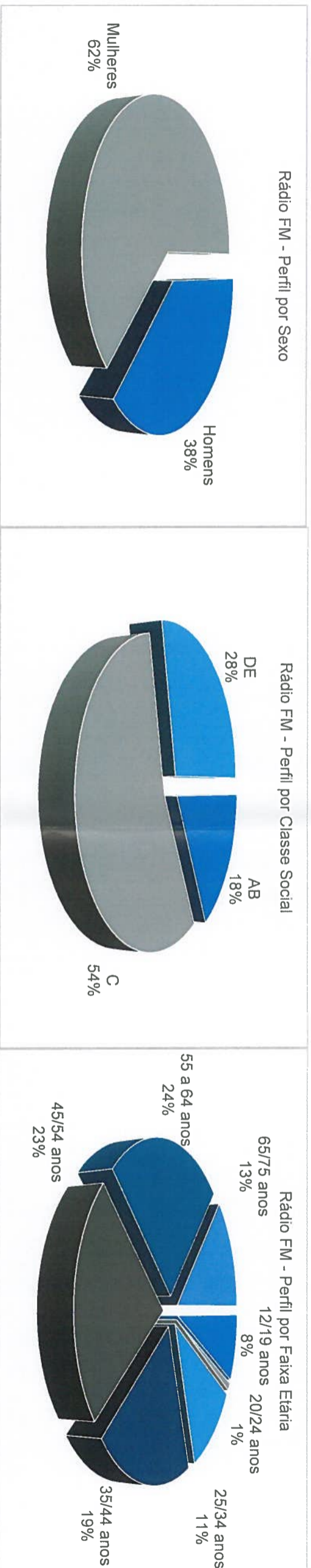
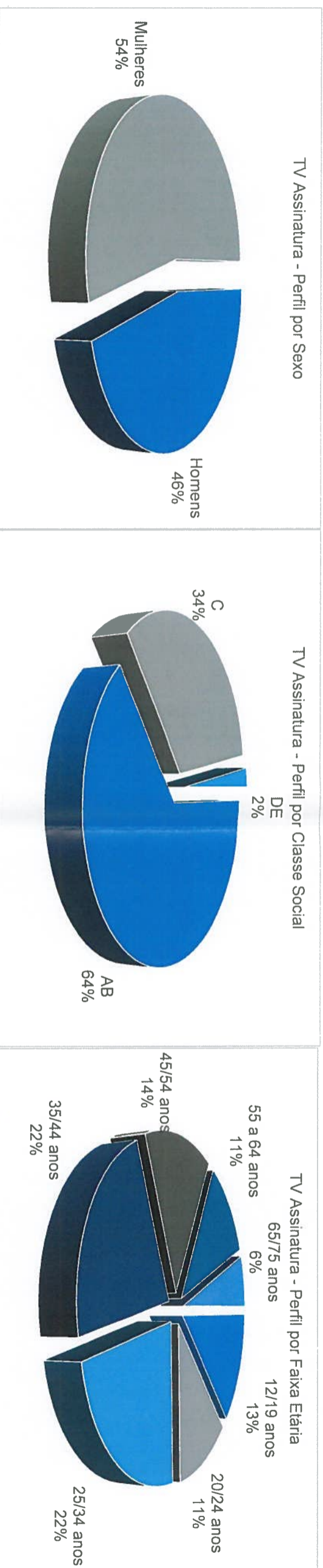
Fonte: Kantar Ibope – TGI – Grande Curitiba – Ago/15 a Jun/16.

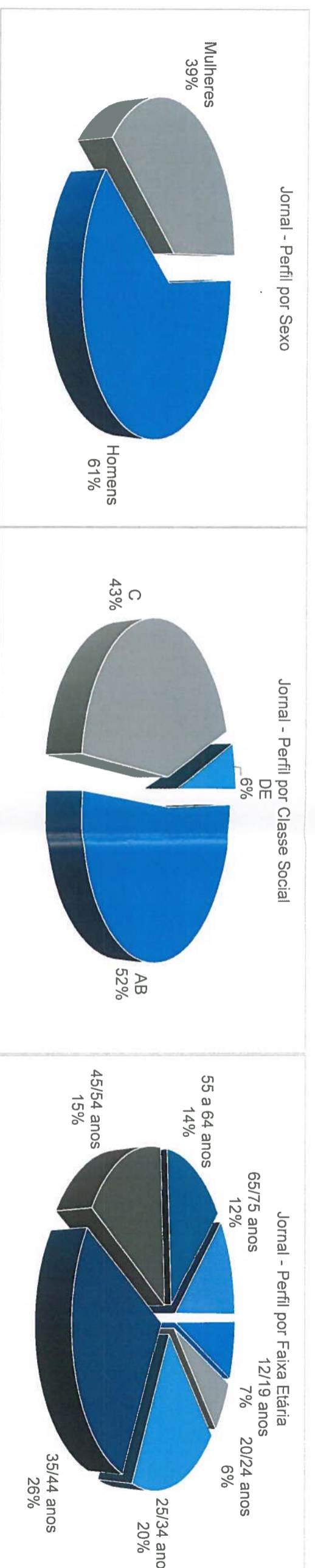
GRÁFICO 1 – Penetração dos meios



Fonte: Kantar Ibope – TGI – Grande Curitiba – Ago/15 a Jun/16.







Fonte: Kantar Ibope – TGI – Grande Curitiba – Ago/15 a Jun/16.

GRÁFICO 3 – Mapa de Correspondência – Posicionamento: meios de comunicação x dados demográficos

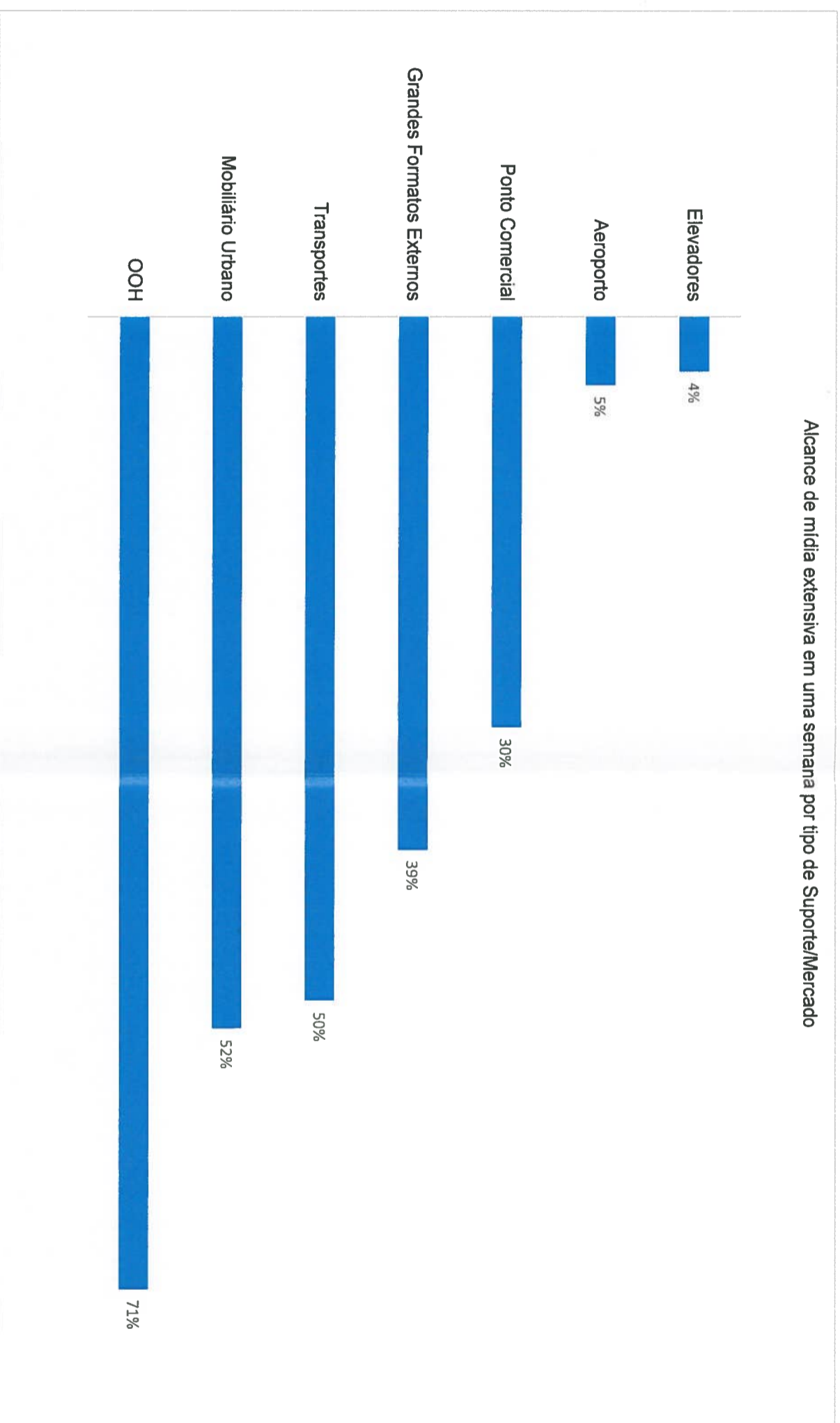
<ul style="list-style-type: none"> • Brasil-DE • TV Aberta-7 dias • Rádio AM/FM- 7 dias • Masculino 	<ul style="list-style-type: none"> • Mídia Extensiva-7 dias • Brasil - C • Outdoor-7 dias • Internet-7 dias • • 12-19 anos • • 20-24 anos • • Cinema-30 dias •
<ul style="list-style-type: none"> • 55-64 anos • 45-54 anos • 35-44 anos • 65-75 anos 	<ul style="list-style-type: none"> • Feminino • • TV Fechada-7 dias • • Brasil - AB • • Revista-recente •

Fonte: Mídia Dados 2016 - Kantar Ibope - TGI - ago/14 a set/15

Leitura:

- TV Aberta possui maior correspondência com Rádio e Mídia Extensiva, demograficamente corresponde, principalmente, com homens das classes CDE.
- TV Paga possui maior correspondência com a mídia Revista, demograficamente corresponde, principalmente, com mulheres das classes AB.
- Revista possui maior correspondência com as mídias TV Paga e Jornal, demograficamente corresponde, principalmente, com mulheres das classes AB.
- Cinema possui maior correspondência com Internet, demograficamente corresponde, principalmente, com pessoas de 12 a 34 anos das classes AB.
- Internet possui maior correspondência com Cinema, demograficamente corresponde, principalmente, com pessoas de 12 a 34 anos de idade.
- Rádio possui maior correspondência com TV Aberta e Mídia Extensiva, demograficamente corresponde, principalmente, com homens das classes CDE.
- Mídia Extensiva possui maior correspondência com Rádio e TV Aberta, demograficamente corresponde, principalmente, com homens das classes CDE.
- Jornal possui maior correspondência com Revista. Demograficamente, possui correspondência, principalmente, com adultos de 35 a 75 anos de idade.

GRÁFICO 4 – Potencial de alcance da mídia extensiva



Fonte: Mídia Dados 2016 - Ipsos Connect - EDM Multimídia - jan a dez/15 - Grande Curitiba - duplo período - Filtro 10+ anos

TABELA 8 – Atividades realizadas na Internet

ATIVIDADES REALIZADAS NA INTERNET	Elementos	Total	Ambos os Sexos, ABCDE, 18+ anos	Ambos os Sexos, AB, 25+ anos
Enviar/ Receber mensagens instantâneas (WhatsApp, Google Hangouts, Skype, Yahoo Messenger etc.)	% vert Índice	70,7% 100	68,0% 96	82,6% 117
Acessar sites de rede social (Facebook, Myspace etc.)	% vert Índice	64,0% 100	61,4% 96	73,1% 114
Ler notícias nacionais	% vert Índice	53,7% 100	54,9% 102	74,1% 138
Enviar/ receber e-mails (correios eletrônicos)	% vert Índice	49,5% 100	50,0% 101	73,7% 149
Ver/ Baixar fotos	% vert Índice	51,0% 100	49,2% 97	59,2% 116
Consultar mapas, rotas, endereços, tais como - Google Maps, Guia Mais etc.	% vert Índice	48,9% 100	49,0% 100	62,4% 128
Atualizar/ Publicar em sites de comunidade virtual (Facebook, Myspace etc.)	% vert Índice	50,5% 100	47,6% 94	59,2% 117
Outras atividades	% vert Índice	48,8% 100	47,5% 97	56,9% 117
Outras pesquisas pessoais	% vert Índice	46,8% 100	47,2% 101	60,6% 129
Ler notícias internacionais	% vert Índice	39,8% 100	41,4% 104	57,9% 146
Ouvir música	% vert Índice	42,3% 100	38,5% 91	43,8% 104

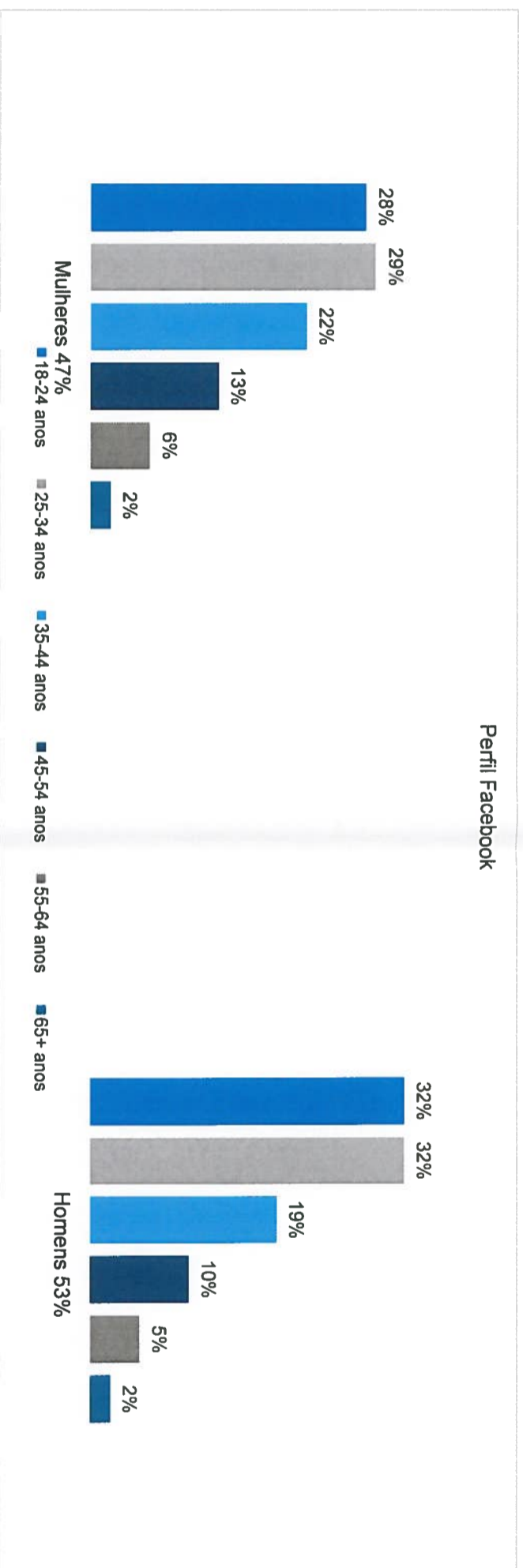
Fonte: Kantar Ibope – TGI – Grande Curitiba – Ago/15 a Jun/16.

TABELA 9 – Acesso às redes sociais

ACESSOS AS REDES SOCIAIS (última vez que acessou - entre 2 e 7 dias)	Elementos	Total	Ambos os Sexos, ABCDE, 18+ anos	Ambos os Sexos, AB, 25+ anos
Facebook	% vert Índice	13,83% 100	13,07% 95	16,61% 120
Google+	% vert Índice	2,87% 100	2,83% 98	4,16% 145
Twitter	% vert Índice	2,59% 100	2,31% 89	4,03% 156
LinkedIn	% vert Índice	0,76% 100	0,82% 107	1,70% 224
Yahoo Respostas	% vert Índice	0,85% 100	0,70% 82	0,64% 76
Tumblr	% vert Índice	0,44% 100	0,50% 114	0,61% 138
Blogger	% vert Índice	0,33% 100	0,38% 114	0,45% 136
Outro site de rede social	% vert Índice	0,29% 100	0,33% 114	0,51% 178
WordPress	% vert Índice	0,28% 100	0,32% 114	0,14% 51
Reclame Aqui	% vert Índice	0,19% 100	0,22% 114	0,58% 306
Myspace	% vert Índice	0,05% 100	0,00% 0	0,00% 0

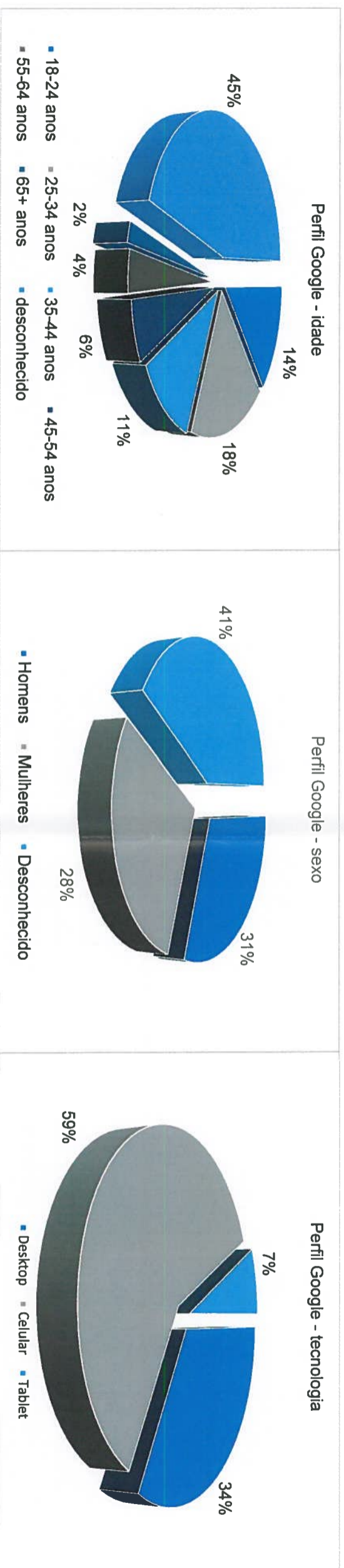
Fonte: Kantar Ibope – TGI – Grande Curitiba – Ago/15 a Jun/16.

GRÁFICO 5 – Perfil dos usuários do Facebook



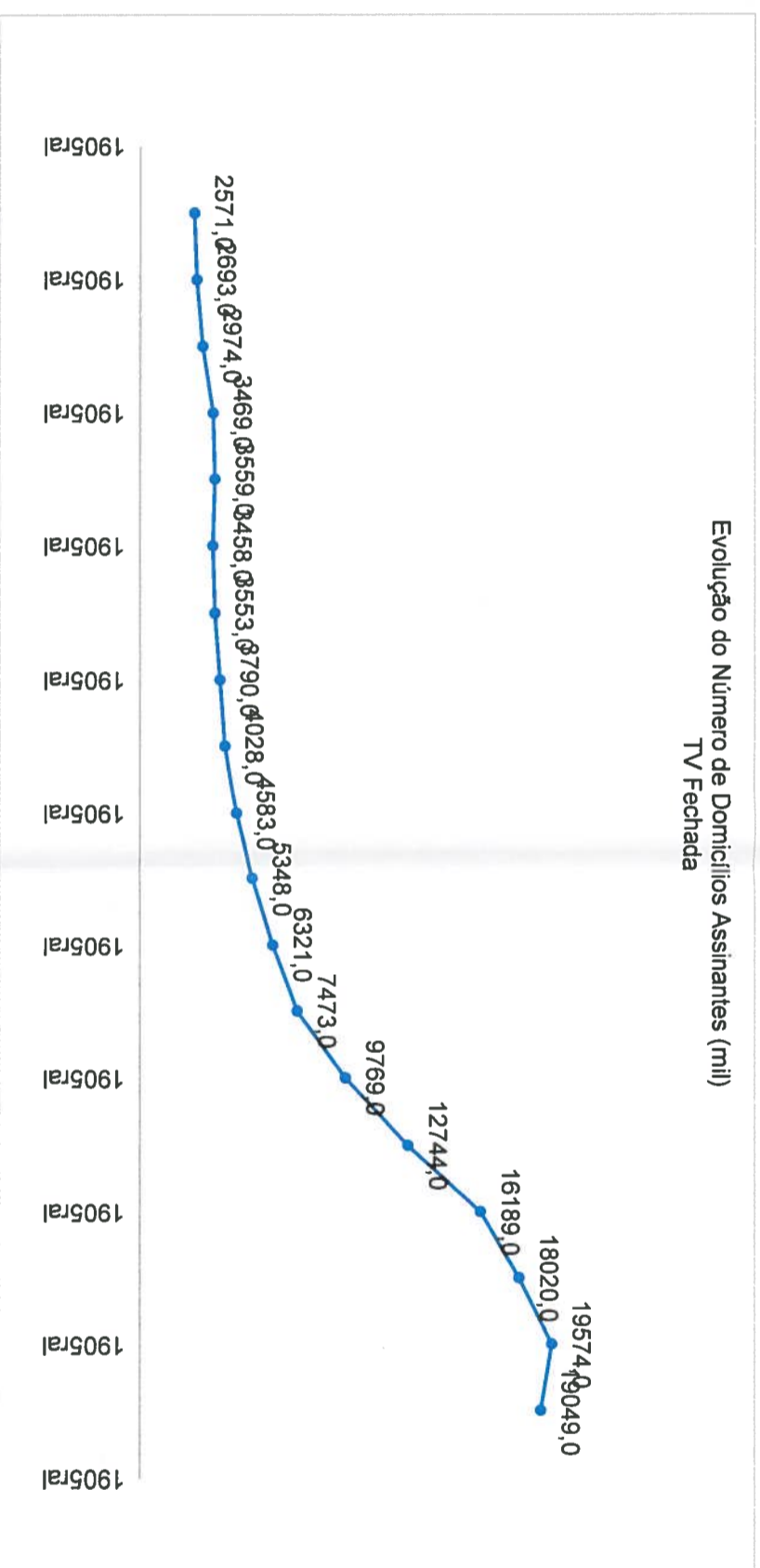
Fonte: Própria do veículo – dezembro/2016 – Nacional – total usuários.

GRÁFICO 6 – Perfil Google

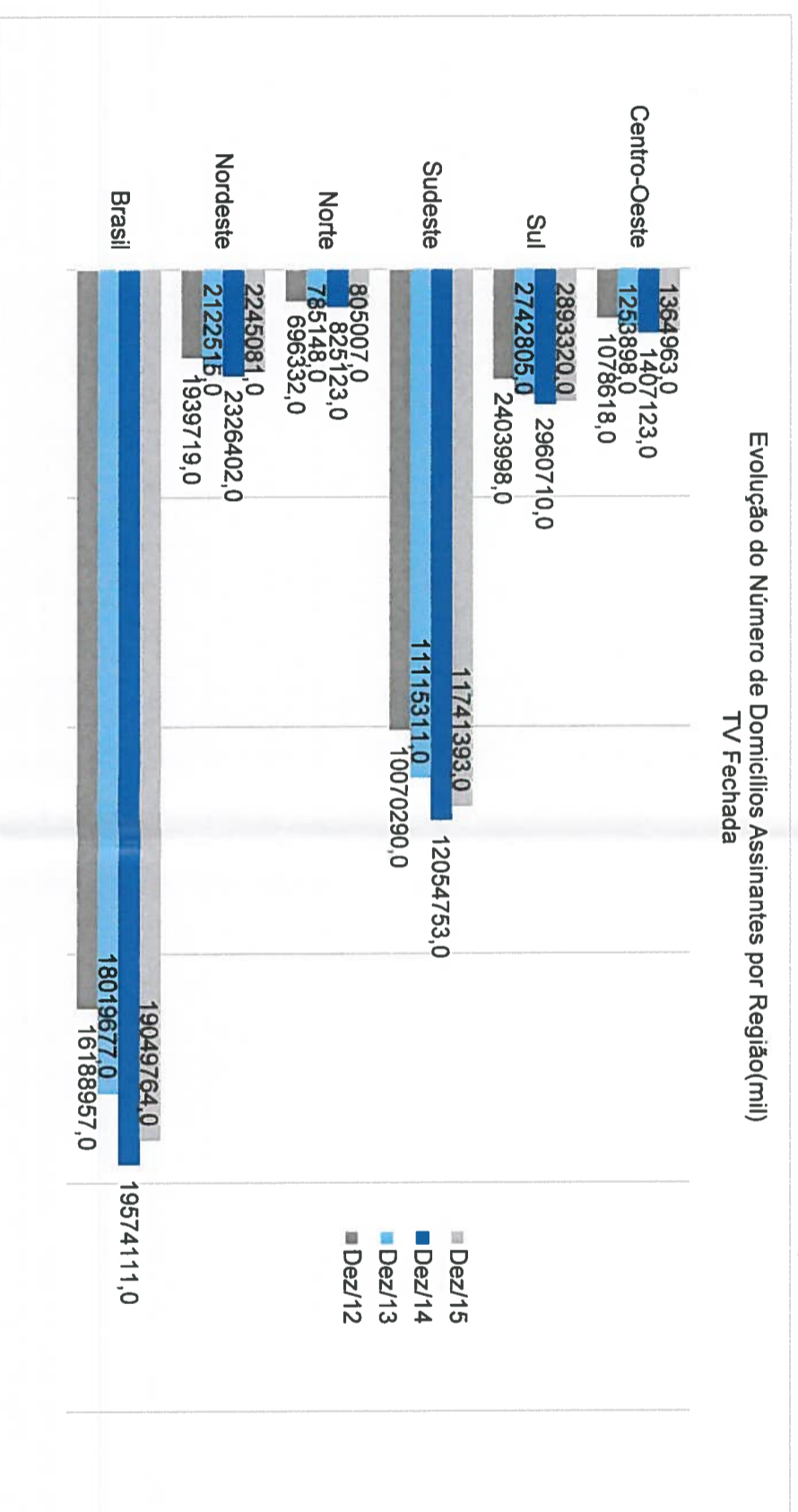


Fonte: Própria do veículo – dezembro/16 – Paraná Estado – total usuários.

GRÁFICO 7 – Evolução do número de domicílios Assinantes – TV Fechada



Fonte: Mídia Dados 2016.



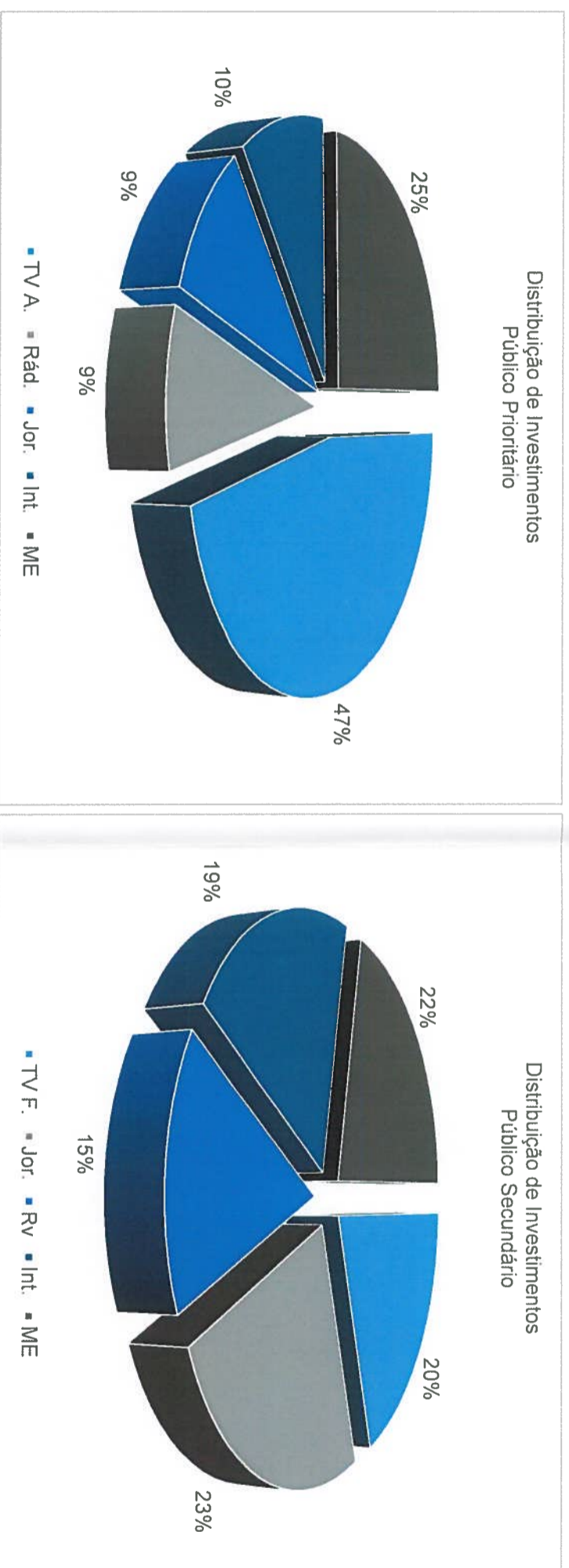
Fonte: Mídia Dados 2016.

TABELA 10 – Simulação de alcance e frequência TV Aberta

Total	Ins		Grps		Grps %		Alcance %	Alcance Eficaz	F. Média	GRP Eficaz	F. Média Eficaz
	237	29	808	11	100	1					
TV Bandeirantes		29		11		1	7,36	0,89	1,52	3,12	3,50
RPC TV (Globo)		103		604		75	70,77	52,27	8,54	578,07	11,06
RIC TV (Record)		65		110		14	29,17	13,29	3,78	88,85	6,69
TV Massa (SBT)		40		82		10	25,71	10,51	3,21	61,98	5,90

Fonte: Kantar Ibope – Media Workstation – Grande Curitiba – dez/16 – AS ABCDE 18+.

GRÁFICO 8 – Participação de investimentos por público, meios e período



Fonte: Mídia Dados 2016.

TABELA 12 – Share da Audiência – TV Aberta

Emissoras	Share da Audiência - Curitiba		Share %
	Share	Total %	
TV Band		3%	4%
RPC TV (Globo)		38%	59%
RIC TV (Record)		13%	20%
TV Massa (SBT)		11%	17%
E Paraná		1%	
Total		64%	100%

Fonte: Kantar Ibope / Media Workstation – Curitiba e região metropolitana – dez/16 – AS ABCDE 18+ anos.

Emissoras	Share da Audiência - Interior				Share %
	Maringá	Londrina	Foz	Ponta Grossa	
Massa TV (SBT)	19%	29%	40%	28%	28%
RPC TV (Record)	18%	14%	8%	8%	8%
RPC (Globo)	57%	45%	48%	60%	60%
Band	6%	11%	4%	4%	4%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: Veículos de comunicação (base: Kantar Ibope – 2º semestre/16 - AS ABCDE 18+ anos).

TABELA 13 – Ranking da Audiência – TV Aberta

CURITIBA, Pop.3.000.712, ABCDE 18+, 2.378.364

Rede	Programas	Hora Inicial	Custo	AUD T1	CPP T1	CPM
BAN	CAFÉ COM JORNAL	08:00	930	0,3	2.678,57	112,62
BAN	PARANÁ ACONTECE	07:00	870	0,3	3.011,42	126,62
BAN	BAND CIDADE 1A ED	12:40	2.805,00	0,6	4.852,94	204,05
BAN	BRASIL URGENTE 1	16:15	3.760,00	0,5	6.941,11	291,84
BAN	COISAS DA GENTE	14:00	2.805,00	0,3	9.709,24	408,23
BAN	JORNAL BANDNEWS	06:00	930	0,1	9.841,27	413,78
BAN	JORNAL DA BAND	19:20	12.200,00	1,2	10.308,41	433,42
BAN	BOA TARDE PARANÁ	13:00	2.805,00	0,2	12.127,11	509,89
GLO	BOM DIA PR	06:00	2.189,00	3,2	681,74	28,66
GLO	VALE A PENA VER DE N	16:50	5.476,00	7,5	725,97	30,52
GLO	BOM DIA BRASIL	07:30	3.334,00	3,8	869,81	36,57
GLO	MAIS VOCÊ	08:50	2.721,00	3	893,92	37,59
GLO	BEM ESTAR	10:10	2.721,00	2,8	958,6	40,31
GLO	VÍDEO SHOW	14:00	5.210,00	5,1	1.025,55	43,12
GLO	PROFISSÃO REPÓRTER	23:45	8.573,00	7,8	1.097,55	46,15
GLO	ENCONTRO	10:50	4.094,00	3,5	1.155,22	48,57
GLO	JORNAL DA GLOBO	23:55	6.424,00	5,1	1.260,42	53
GLO	PR TV 1 EDIÇÃO	12:00	7.703,00	5,8	1.320,59	55,53
GLO	PR TV 2 EDIÇÃO	19:20	17.007,00	12,4	1.366,55	57,46
GLO	NOVELA I	18:30	13.490,00	9,8	1.379,91	58,02
GLO	NOVELA II	19:35	17.532,00	12,2	1.436,64	60,4
GLO	JORNAL HOJE	13:20	8.608,00	5,7	1.518,38	63,84
GLO	GLOBO ESPORTE	12:50	9.011,00	5,7	1.592,56	66,96
GLO	JORNAL NACIONAL	20:30	57.238,00	14,6	3.928,97	165,2
REC	PARANÁ NO AR MAT	07:30	1.653,00	1,2	1.434,02	60,29
REC	CIDADE ALERTA PARANÁ	18:00	4.899,00	3,2	1.551,20	65,22
REC	BALANÇO GERAL MAT	06:00	1.346,00	0,8	1.694,15	71,23
REC	BALANÇO GERAL CURITI	12:00	6.886,00	3,2	2.137,18	89,86
SBT	TRIBUNA DA MASSA	11:55	3.855,00	2,4	1.595,28	67,07
SBT	TRIBUNA MASSA MANHA	07:00	1.699,00	0,9	1.842,93	77,49
SBT	SBT BRASIL	19:45	15.457,00	2,3	6.861,54	288,5

Fonte: Kantar Ibope – MW – Grande Curitiba – dez/16 – AS ABCDE 18+.

PONTA GROSSA, Pop.745.379, ABCDE 18+ 568.277

Rede	Programa	Hora Inicial	Custo	AS ABCDE 18+	CPP T1	CPM
GLO	BOM DIA PR	06:00	255	4,2	61,40	14,18
GLO	BOM DIA BRASIL	07:30	396	6	65,90	15,21
GLO	PR TV 1 EDIÇÃO	12:00	1.216,00	14,4	84,60	19,53
GLO	JORNAL HOJE	13:20	1.106,00	9,4	118,20	27,27
GLO	SESSÃO DA TARDE	15:10	390	8	48,60	11,21
GLO	MALHAÇÃO	17:50	931	19,1	48,80	11,26
GLO	NOVELA I	18:25	1.395,00	22,7	61,30	14,16
GLO	PR TV 2 EDIÇÃO	19:15	1.884,00	27,4	68,70	15,86
GLO	NOVELA II	19:40	1.903,00	27,2	70,00	16,15
GLO	JORNAL NACIONAL	20:30	3.582,00	26,6	134,50	31,05
GLO	NOVELA III	21:10	3.604,00	23,8	151,20	34,91
GLO	TELA QUENTE	22:15	1.701,00	15,6	108,80	25,10
GLO	JORNAL DA GLOBO	23:55	685	6,2	110,70	25,54
GLO	MEU PARANÁ	12:00	968	14,1	68,60	15,82
GLO	PEQUENAS EMPRESAS	07:40	199	6,9	28,80	6,66
GLO	GLOBO RURAL	08:10	791	8,5	93,50	21,58
SBT	TRIBUNA DA MASSA MANHÃ	07:00	646	1,9	340,00	78,48
SBT	TRIBUNA DA MASSA	11:55	1.235,00	10,9	113,30	26,15
SBT	NOVELA TARDE 1	15:30	1.578,00	3,3	484,00	111,72
SBT	SBT PARANÁ	19:20	2.778,00	4,2	659,90	152,30
SBT	SBT BRASIL	19:45	4.385,00	5,2	838,40	193,52
SBT	NOVELA NOITE 1	20:30	1.848,00	7,1	260,30	60,08
SBT	NOVELA NOITE 2	21:30	1.848,00	7,8	237,20	54,75

LONDRINA, Pop. 1.186.990, ABCDE 18+, 907.098

Rede	Programa	Hora Inicial	Custo	AS ABCDE 18+	CPP T1	CPM
GLO	BOM DIA PR	06:00	479	3,7	130,20	18,82
GLO	BOM DIA BRASIL	07:30	770	4,6	167,00	24,15
GLO	PR TV 1 EDIÇÃO	12:00	1.828,00	7	260,80	37,71
GLO	GLOBO ESPORTE	12:50	2.364,00	7	337,70	48,83
GLO	JORNAL HOJE	13:20	2.424,00	6,2	391,00	56,53
GLO	MALHAÇÃO	17:50	1.793,00	10,6	169,30	24,48
GLO	NOVELA I	18:25	3.091,00	13	238,00	34,41
GLO	PR TV 2 EDIÇÃO	19:15	4.199,00	15,9	264,10	38,19
GLO	NOVELA II	19:40	4.519,00	18,6	243,50	35,21

GLO	JORNAL NACIONAL	20:30	7.683,00	20,6	373,10	53,96
GLO	NOVELA III	21:10	7.498,00	17	440,30	63,66
GLO	TELA QUENTE	22:15	3.515,00	8,3	424,00	61,31
GLO	MEU PARANÁ	12:00	1.575,00	8,1	194,90	28,19
GLO	CAMINHOS DO CAMPO	07:10	518	4,8	109,10	15,77
GLO	DOMINGAO DO FAUSTÃO	18:00	3.490,00	11,1	315,80	45,67
GLO	FANTÁSTICO	20:45	12.792,00	13	981,70	141,96
SBT	TRIBUNA DA MASSA MANHÃ	07:00	799	3	263,70	38,13
SBT	TRIBUNA DA MASSA	11:55	1.522,00	7,4	205,10	29,66
SBT	CASOS DE FAMÍLIA	15:15	2.367,00	6,8	350,10	50,63
SBT	NOVELA TARDE 1	15:30	2.716,00	6,4	421,70	60,98
SBT	SBT PARANÁ	19:20	3.376,00	4,1	817,40	118,20
SBT	SBT BRASIL	19:45	6.531,00	4,6	1.407,50	203,53
SBT	NOVELA NOITE 1	20:30	4.037,00	5,9	684,20	98,94
SBT	NOVELA NOITE 2	21:30	4.037,00	6	675,10	97,62
SBT	PROGRAMA DO RATINHO	22:00	5.266,00	4,5	1.172,80	169,59
SBT	JORNAL DO SBT	01:00	1.417,00	1,4	997,90	144,29
SBT	PROGRAMA RAUL GIL	14:15	3.232,00	4,7	687,70	99,43
SBT	DOMINGO LEGAL	11:00	4.459,00	4,4	1.008,80	145,87
SBT	PROGRAMA SILVIO SANTOS	20:00	7.503,00	9,4	800,70	115,79
REC	PARANÁ NO AR	07:30	677	1	677,00	97,89
REC	FALA BRASIL	08:55	1.088,00	0,9	1.208,90	174,80
REC	HOJE EM DIA	10:00	1.172,00	0,5	2.344,00	338,94
REC	BALANÇO GERAL	12:00	1.689,00	2,1	804,30	116,30
REC	VER MAIS	14:00	1.041,00	1,4	743,60	107,52
REC	CIDADE ALERTA PARANÁ	18:00	1.142,00	2,8	407,90	58,98
REC	RIC NOTÍCIAS	19:00	3.069,00	4,4	697,50	100,86
REC	NOVELA I	19:30	2.414,00	6,6	365,80	52,89
REC	NOVELA II	20:30	4.569,00	9	507,70	73,41
REC	JORNAL DA RECORD	21:30	4.135,00	6,8	608,10	87,93
REC	ESPORTE FANTÁSTICO	10:15	1.022,00	0,5	2.044,00	295,56
REC	BALANÇO GERAL ESPECIAL	12:00	1.658,00	2,1	789,50	114,16
REC	CIDADE ALERTA ESPECIAL	17:15	1.142,00	3,1	368,40	53,27
REC	DOMINGO SHOW	11:00	1.678,00	3,9	430,30	62,21
REC	HORA DO FARO	15:30	4.035,00	3,5	1.152,90	166,70

REC	DOMINGO ESPETACULAR	19:30	7.249,00	5,1	1.421,40	205,53
BAN	PRIMEIRA HORA	07:00	881	1,6	537,20	77,68
BAN	JOGO ABERTO	11:00	1.247,00	1,1	1.187,60	171,73
BAN	JORNAL TAROBÁ 1ª EDIÇÃO	12:00	1.557,00	1,2	1.255,60	181,56
BAN	TAROBÁ ESPORTE	12:45	1.114,00	1	1.081,60	156,39
BAN	TEMPO QUENTE	13:00	1.444,00	0,8	1.875,30	271,17

MARINGÁ, População, 1.186.990, ABCDE 18+, 974.400

Rede	Programa	Hora Inicial	Custo	AS ABCDE 18+	CPP T1	CPM
GLO	BOM DIA PR	06:00	479	3,7	130,20	17,52
GLO	BOM DIA BRASIL	07:30	727	7,6	95,90	12,91
GLO	MAIS VOCÊ	09:00	620	5,8	107,60	14,49
GLO	PR TV 1 EDIÇÃO	12:00	1.747,00	10,4	167,70	22,57
GLO	JORNAL HOJE	13:20	2.059,00	9	228,50	30,76
GLO	NOVELA I	18:25	2.348,00	12,3	190,60	25,65
GLO	PR TV 2 EDIÇÃO	19:15	3.480,00	13,9	249,80	33,63
GLO	JORNAL NACIONAL	20:30	6.146,00	18,9	324,50	43,68
GLO	NOVELA III	21:10	6.091,00	17,9	340,90	45,88
GLO	TELA QUENTE	22:15	2.825,00	12,7	223,30	30,06
GLO	MEU PARANÁ	12:00	1.467,00	8	184,30	24,81
GLO	PEQUENAS EMPRESAS	07:40	386	8,5	45,50	6,12
GLO	DOMINGAO DO FAUSTÃO	18:00	2.846,00	16,3	175,10	23,58
GLO	FANTÁSTICO	20:45	10.298,00	15,6	662,30	89,15
GLO	FANTÁSTICO	20:45	5.149,00	15,6	331,10	44,57
SBT	TRIBUNA DA MASSA MANHÃ	07:00	806	2,3	344,40	46,37
SBT	TRIBUNA DA MASSA	11:50	1.396,00	4,8	290,20	39,07
SBT	NOVELA TARDE 1	15:30	2.883,00	2,3	1.270,00	170,96
SBT	SBT PARANÁ	19:20	3.392,00	3,6	950,10	127,90
SBT	SBT BRASIL	19:45	7.145,00	4,2	1.705,30	229,55
SBT	NOVELA NOITE 1	20:30	8.744,00	6,3	1.381,40	185,95
SBT	NOVELA NOITE 2	21:30	8.744,00	6,3	1.390,10	187,13
SBT	PROGRAMA DO RATINHO	22:00	5.951,00	4,2	1.427,10	192,10
SBT	NEGÓCIOS DA TERRA	08:00	1.379,00	2,7	520,40	70,05
SBT	PROGRAMA RAUL GIL	14:15	3.519,00	1,6	2.185,70	294,22
SBT	DOMINGO LEGAL	11:00	5.043,00	3,1	1.621,50	218,28
SBT	PROGRAMA SILVIO SANTOS	20:00	10.184,00	3,9	2.598,00	349,71

REC	PARANÁ NO AR	07:30	371	2,1	176,70	23,78
REC	FALA BRASIL	08:55	1.024,00	1,8	568,90	76,58
REC	HOJE EM DIA	10:00	1.021,00	1,4	729,30	98,17
REC	BALANÇO GERAL	12:00	1.232,00	4,1	300,50	40,45
REC	VER MAIS	14:00	873	2,2	396,80	53,42
REC	CIDADE ALERTA MARINGÁ	18:00	1.044,00	5	208,80	28,11
REC	RIC NOTÍCIAS	19:00	2.226,00	6,5	342,50	46,10
REC	NOVELA I	19:30	1.696,00	6,9	245,80	33,09
REC	NOVELA II	20:30	3.210,00	7,2	445,80	60,01
REC	JORNAL DA RECORD	21:30	3.294,00	4,5	732,00	98,54
REC	ESPORTE FANTÁSTICO	10:15	856	2,8	305,70	41,15
REC	BALANÇO GERAL ESPORTE	12:00	856	1,8	475,60	64,01
REC	CINE AVENTURA	15:15	1.275,00	1,9	671,10	90,33
REC	CIDADE ALERTA ESPECIAL	17:15	1.024,00	3,3	310,30	41,77
REC	DOMINGO SHOW	11:00	1.403,00	4,5	311,80	41,97
REC	HORA DO FARO	15:30	3.600,00	4,1	878,00	118,19
REC	DOMINGO ESPETACULAR	19:30	6.043,00	6,3	959,20	129,12
BAN	PONTO COM NEWS	07:00	2.703,00	0,6	4.505,00	606,42
BAN	CAFÉ COM JORNAL	08:00	330	0,6	550,00	74,04
BAN	JOGO ABERTO	11:00	1.005,00	2,3	435,10	58,56
BAN	PINGA FOGO NA TV	12:00	2.703,00	3,5	774,50	104,26
BAN	PINGA FOGO NA TV	12:00	5.406,00	3,5	1.549,00	208,51
BAN	BAND NOTÍCIA	17:00	1.158,00	0,6	2.067,90	278,36
BAN	BAND CIDADE	18:30	2.744,00	1,9	1.475,30	198,59
BAN	JORNAL DA BAND	19:20	3.930,00	1,7	2.284,90	307,57
BAN	SILA	20:20	2.115,00	1,3	1.602,30	215,68
BAN	MASTER CHEF	22:30	3.965,00	0,6	6.195,30	833,96
BAN	BAND ESPORTE CLUBE	14:30	1.030,00	0,2	4.681,80	630,22
BAN	TERCEIRO TEMPO	17:50	1.775,00	1,7	1.020,10	137,32

FOZ DO IGUAÇU, População:767.484, ABCDE 18+, 561.798

Rede	Programa	Hora Inicial	Custo	AS ABCDE 18+	CPP T1	CPM
GLO	BOM DIA PRAÇA	06:00	246	3,1	79,40	18,53
GLO	BOM DIA BRASIL	07:30	393	6,4	61,20	14,29
GLO	MAIS VOCÊ	09:00	343	6,2	55,30	12,92
GLO	BEM ESTAR	10:20	343	5,9	58,30	13,62

GLO	ENCONTRO	10:55	522	7	74,70	17,44
GLO	PRAÇA TV 1 EDIÇÃO	12:00	964	11,2	86,10	20,11
GLO	GLOBO ESPORTE	12:50	1.072,00	9,7	110,90	25,88
GLO	JORNAL HOJE	13:20	1.019,00	8,3	123,20	28,77
GLO	SESSÃO DA TARDE	15:10	449	7,2	62,50	14,60
GLO	NOVELA I	18:25	1.485,00	17,2	86,20	20,12
GLO	PRAÇA TV 2 EDIÇÃO	19:15	1.913,00	21,4	89,30	20,85
GLO	NOVELA II	19:40	2.020,00	23,3	86,70	20,25
GLO	JORNAL NACIONAL	20:30	3.536,00	24,4	144,70	33,79
GLO	NOVELA III	21:10	3.528,00	24,1	146,20	34,14
GLO	MEU PARANÁ	12:00	829	12,7	65,20	15,23
GLO	PEQUENAS EMPRESAS	07:40	190	6,8	27,90	6,51
GLO	DOMINGAO DO FAUSTAO	18:00	1.604,00	17,9	89,40	20,87
GLO	FANTASTICO	20:45	2.947,00	17,5	168,80	39,41
SBT	TRIBUNA DA MASSA MANHÃ	07:00	646	9,6	67,20	15,68
SBT	TRIBUNA DA MASSA	12:00	1.235,00	18,7	66,00	15,41
SBT	NOVELA TARDE 1	15:30	2.314,00	7,4	311,40	72,71
SBT	SBT PARANA	19:20	2.778,00	8,1	342,50	79,97
SBT	SBT BRASIL	19:45	5.692,00	9,7	585,00	136,58
SBT	NOVELA NOITE 1	20:30	3.226,00	13,4	240,20	56,08
SBT	NOVELA NOITE 2	21:30	3.226,00	13,3	242,40	56,59
SBT	PROGRAMA DO RATINHO	22:00	4.788,00	9,8	487,60	113,84
SBT	JORNAL DO SBT	01:00	1.288,00	2,5	513,10	119,81
SBT	TELA DE SUCESSOS	23:15	5.786,00	7,9	735,20	171,65
SBT	PROGRAMA RAUL GIL	14:15	2.893,00	6,8	424,20	99,04
SBT	DOMINGO LEGAL	11:00	4.054,00	10	406,20	94,84
SBT	PROGRAMA SILVIO SANTOS	20:00	7.503,00	9,8	768,00	179,30
REC	BALANÇO GERAL	12:00	1.522,00	9,2	165,40	38,62
REC	CIDADE ALERTA FOZ	18:00	1.101,00	4,6	239,30	55,88
REC	RIC NOTÍCIAS	19:00	2.536,00	5,8	437,20	102,08
REC	NOVELA I - ESCRAVA MÃE	19:30	1.906,00	6	317,70	74,17
REC	JORNAL DA RECORD	21:30	3.458,00	6,3	548,90	128,15
REC	BALANÇO GERAL ESPECIAL	12:00	1.492,00	3,1	481,30	112,37
REC	CIDADE ALERTA ESPECIAL	17:15	1.060,00	3,3	321,20	74,99

REC	JORNAL DA RECORD ESPECIAL	19:45	16.142,00	3,3	4.891,50	1142,04
REC	DOMINGO SHOW	11:00	1.472,00	4,5	327,10	76,37
REC	HORA DO FARO	15:30	3.538,00	5,9	599,70	140,00

CASCADEL, População: 663.547, ABCDE 18+, 515.112

Rede	Programa	Hora Inicial	Custo	AS ABCDE 18+	CPP T1	CPM
GLO	BOM DIA PRAÇA	06:00	227	4,4	51,60	13,14
GLO	BOM DIA BRASIL	07:30	382	5,6	68,20	17,37
GLO	MAIS VOCÊ	09:00	339	5,7	59,80	15,22
GLO	BEM ESTAR	10:20	339	5,8	58,70	14,93
GLO	ENCONTRO	10:55	486	7,1	68,40	17,41
GLO	PRAÇA TV 1 EDIÇÃO	12:00	942	14,2	66,20	16,84
GLO	GLOBO ESPORTE	12:50	1.070,00	12,5	85,90	21,87
GLO	JORNAL HOJE	13:20	968	9,9	97,50	24,82
GLO	SESSÃO DA TARDE	15:10	352	9,3	38,10	9,69
GLO	VALE A PENA	16:30	545	13,9	39,10	9,96
GLO	MALHAÇÃO	17:50	837	18,8	44,50	11,33
GLO	NOVELA I	18:25	1.316,00	22,6	58,30	14,85
GLO	PRAÇA TV 2 EDIÇÃO	19:15	1.690,00	26,1	64,70	16,46
GLO	NOVELA II	19:40	1.799,00	28,5	63,10	16,06
GLO	JORNAL NACIONAL	20:30	3.453,00	30,2	114,30	29,10
GLO	NOVELA III	21:10	3.451,00	27,9	123,80	31,53
GLO	TELA QUENTE	22:15	1.612,00	17,2	93,80	23,88
GLO	JORNAL DA GLOBO	23:55	650	4,7	139,80	35,59
GLO	MEU PARANÁ	12:00	763	17	44,80	11,40
GLO	PEQUENAS EMPRESAS	07:40	168	7,4	22,70	5,79
GLO	GLOBO RURAL	08:10	899	8,5	105,90	26,96
GLO	ESPORTE ESPETACULAR	09:45	1.033,00	10,6	97,50	24,81
GLO	FANTASTICO	20:45	2.818,00	20,4	138,40	35,24
BAN	PRIMEIRA HORA	07:00	717	4,3	166,70	42,46
BAN	CAFÉ COM JORNAL	08:00	1.035,00	3	345,00	87,85
BAN	ATUALIDADES	11:00	1.396,00	2,5	558,40	142,19
BAN	ATUALIDADES	11:00	2.792,00	2,5	1.116,80	284,37
BAN	JORNAL TAROBÁ 1ª EDIÇÃO	12:00	1.569,00	12,8	122,60	31,21
BAN	TAROBÁ ESPORTE	12:45	1.458,00	13,2	110,50	28,13
BAN	JORNAL DA BAND	19:20	12.685,00	3,7	3.428,40	872,98
BAN	SILA	20:20	6.830,00	3,2	2.134,40	543,48

BAN	BAND ESPORTE CLUBE	14:30	3.315,00	3	1.105,00	281,37
BAN	TERCEIRO TEMPO	17:50	5.725,00	3,2	1.789,10	455,56
BAN	TAROBÁ RURAL	07:30	874	2,1	416,20	105,98
BAN	TAROBÁ ENTREVISTA	10:30	1.095,00	2,7	405,60	103,27

GUARAPUAVA, População:453.754, ABCDE 18+, 344.535

Rede	Programa	Hora Inicial	Custo	AS ABCDE 18+	CPP T1	CPM
GLO	BOM DIA PRAÇA	06:00	144	2,5	56,70	21,58
GLO	BOM DIA BRASIL	07:30	214	6,7	32,00	12,18
GLO	MAIS VOCÊ	09:00	196	7,2	27,30	10,38
GLO	BEM ESTAR	10:20	196	7,6	25,80	9,82
GLO	PRAÇA TV 1 EDIÇÃO	12:00	529	16,6	31,90	12,14
GLO	JORNAL HOJE	13:20	574	13,2	43,60	16,59
GLO	SESSÃO DA TARDE	15:10	276	11,3	24,50	9,34
GLO	VALE A PENA VER DE NOVO	16:30	410	13,1	31,30	11,90
GLO	MALHAÇÃO	17:50	591	20,2	29,30	11,15
GLO	NOVELA I	18:25	861	24,3	35,50	13,50
GLO	PRAÇA TV 2 EDIÇÃO	19:15	1.206,00	29,2	41,30	15,74
GLO	NOVELA II	19:40	1.123,00	30,5	36,90	14,04
GLO	JORNAL NACIONAL	20:30	2.015,00	29	69,60	26,49
GLO	NOVELA III	21:10	1.871,00	24,5	76,30	29,05
GLO	TELA QUENTE	22:15	1.084,00	19,1	56,80	21,61
GLO	MEU PARANÁ	12:00	569	11,8	48,10	18,31
GLO	ESPORTE ESPETACULAR	09:45	731	10	72,90	27,75
GLO	DOMINGAO DO FAUSTAO	18:00	967	25,2	38,40	14,61
GLO	FANTASTICO	20:45	1.737,00	20,8	83,70	31,85

PARANAÍ, População: 620.050, ABCDE 18+, 488.103

Rede	Programa	Hora Inicial	Custo	AS ABCDE 18+	CPP T1	CPM
GLO	BOM DIA PRAÇA	06:00	170	3,8	45,00	12,09
GLO	BOM DIA BRASIL	07:30	255	7,1	35,90	9,65
GLO	MALHAÇÃO	17:50	591	18,3	32,30	8,68
GLO	NOVELA I	18:25	903	23,3	38,80	10,42
GLO	PRAÇA TV 2 EDIÇÃO	19:15	1.322,00	28,4	46,60	12,53
GLO	NOVELA II	19:40	1.274,00	28,6	44,50	11,96
GLO	JORNAL NACIONAL	20:30	2.203,00	30,1	73,30	19,70
GLO	NOVELA III	21:10	2.107,00	28,9	73,00	19,62
GLO	MEU PARANÁ	12:00	569	13,6	42,00	11,28

GLO	GLOBO RURAL	08:10	561	8,1	69,20	18,59
GLO	FANTASTICO	20:45	1.857,00	25,4	73,10	19,65

Fonte: Próprios veículos – base Kantar Ibope – 2º semestre/16 – AS ABCDE 18+ anos.

TABELA 14 – Investimentos em TV

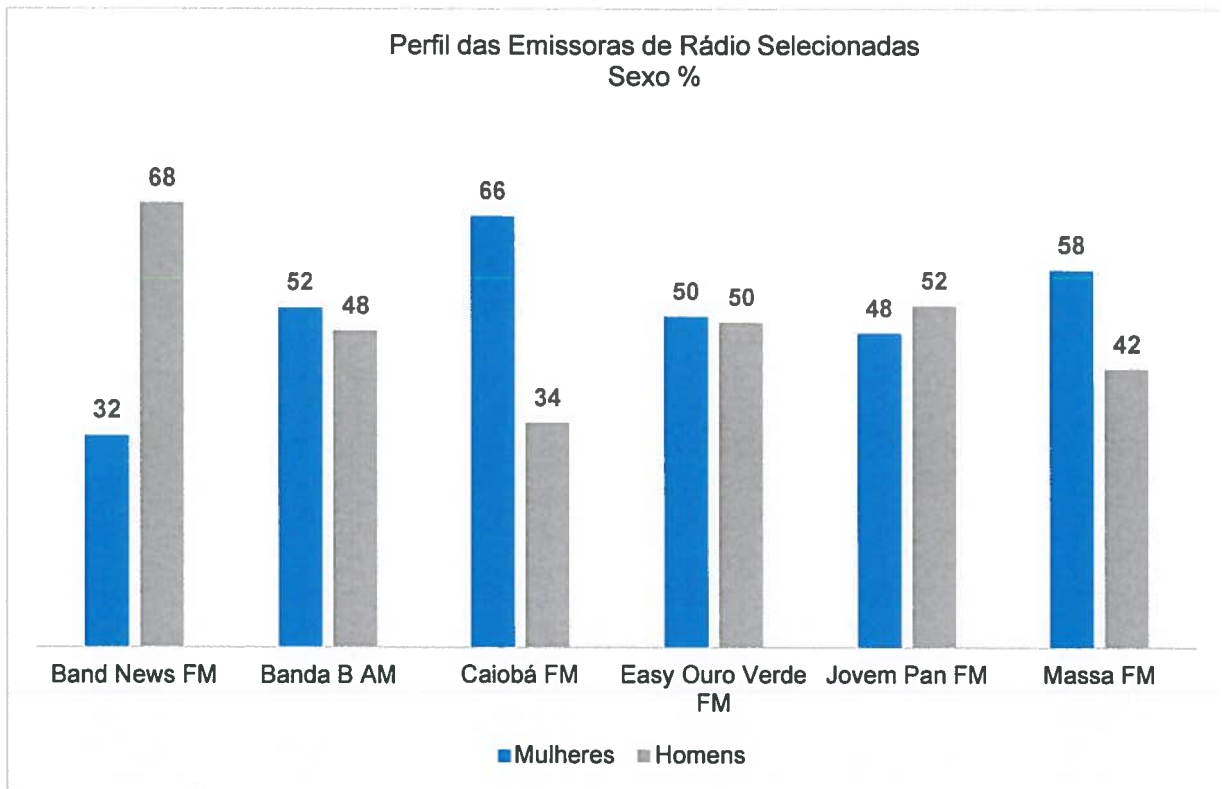
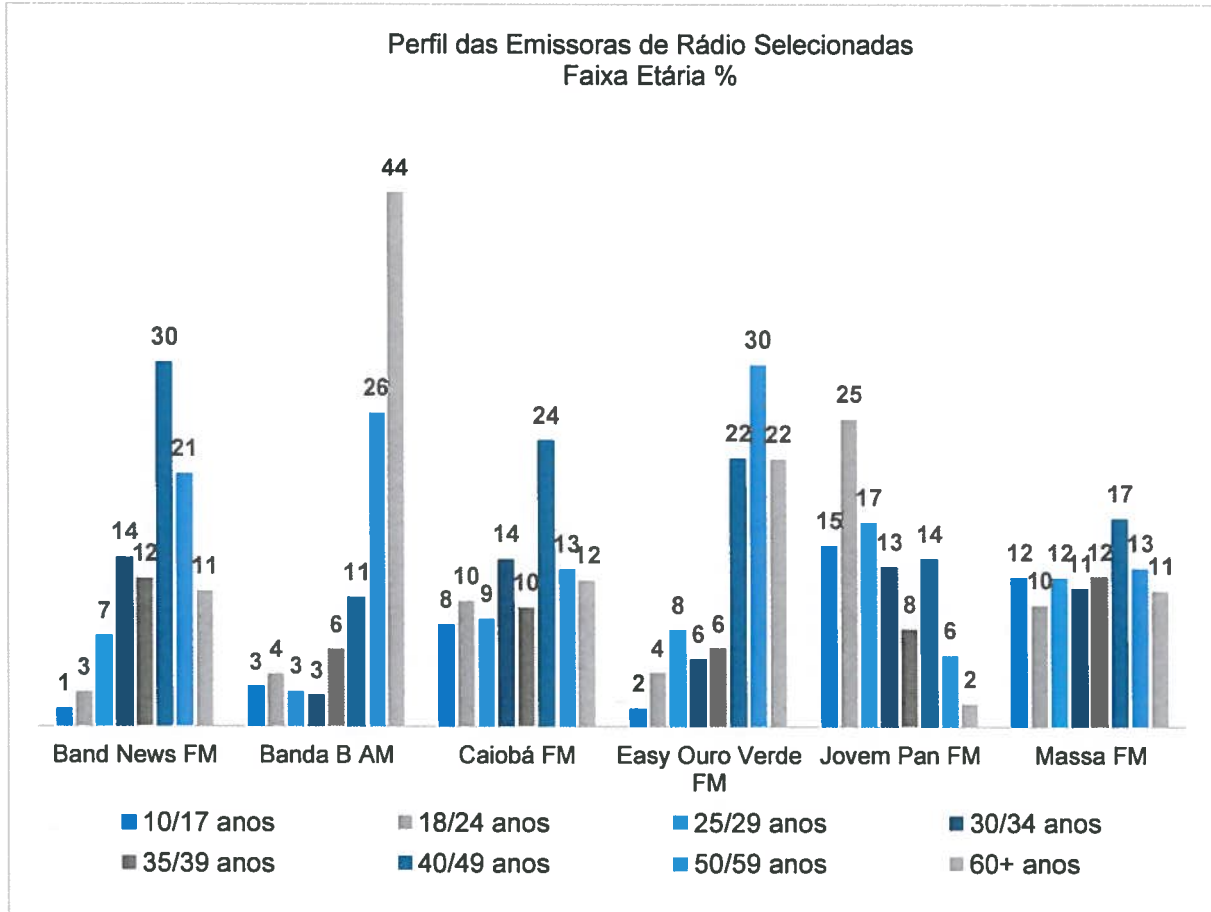
Praça	Emissoras	Valor bruto veículo - 2 MESES	Part.
Curitiba	TV PARANAENSE	773.935,00	57%
	TV IGUACU	249.902,00	18%
	RIC CURITIBA	247.899,00	18%
	BAND CURITIBA	80.245,00	6%
Total		1.351.981,00	24%
Ponta Grossa	RPC TV ESPLANADA - PONTA GROSSA	55.052,00	64%
	SBT - TV GUARÁ - PONTA GROSSA	31.058,00	36%
Total		86.110,00	100%
Londrina	RPC TV COROADOS - LONDRINA	149.514,00	47%
	SBT - TV CIDADE - LONDRINA	89.951,00	28%
	RIC TV - LONDRINA	46.584,00	14%
	TAROBÁ - LONDRINA	35.378,00	11%
Total		321.427,00	100%
Maringá	RPC TV CULTURA - MARINGÁ	147.158,00	57%
	REDE MASSA - TV TIBAGI - MARINGÁ	48.201,00	19%
	RIC TV - MARINGÁ	46.600,00	18%
	BAND MARINGÁ	14.369,00	6%
Total		256.328,00	100%
Foz do Iguaçu	RPC TV CATARATAS - FOZ DO IGUAÇU	55.673,00	49%
	REDE MASSA - TV NAUPI - FOZ DO IGUAÇU	48.328,00	43%
	RIC TV - OESTE	9.568,00	8%
Total		113.569,00	100%
Cascavel	RPC TV - CASCAVEL	43.723,00	55%
	TAROBÁ - CASCAVEL	36.263,00	45%
Total		79.986,00	100%
Guarapuava	RPC TV - GUARAPUAVA	37.483,00	100%
Total		37.483,00	100%
Paranavaí	RPC TV - PARANAVAÍ	41.164,00	100%
Total		41.164,00	100%
TOTAL GERAL		2.288.048,00	

TABELA 15 – Ranking de Rádio – Curitiba

Emissora	Índice de Audiência %	Índice de Audiência (abs.)	Afinidade
Massa FM	1,79%	43.362	101
Caiobá FM	1,58%	38.278	106
98 FM	1,45%	35.048	100
Banda B AM	1,26%	30.463	112
Clube FM	1,09%	26.394	110
Easy Ouro Verde FM	1,06%	25.580	114
Gospel FM	1,04%	25.154	100
Jovem Pan FM	1,04%	25.296	98
Band News FM	0,71%	17.316	114
Mundo Livre FM	0,58%	14.088	115
Difusora AM	0,56%	13.659	111
Transamérica FM	0,55%	13.209	104
Evangelizar AM	0,42%	10.075	113
CBN AM	0,41%	9.962	113
T FM	0,29%	6.923	111
Super Rádio Colombo AM	0,27%	6.542	116
Transamérica Light	0,20%	4.872	108
Lumen FM	0,19%	4.680	113
Novo Tempo FM	0,19%	4.659	111
Marumby AM	0,14%	3.334	116
Globo AM	0,14%	3.475	112
BBN FM	0,14%	3.469	109
Mais AM	0,12%	2.907	112
Super Rádio Deus é Amor AM	0,10%	2.392	96
Rede Aleluia FM	0,08%	2.039	111
E Paraná FM	0,08%	1.825	111
Feliz FM	0,08%	2.012	92
Iguaçu 830 AM	0,07%	1.589	113
Canção Nova AM	0,06%	1.513	116
Sara Brasil FM	0,06%	1.510	111
Tropical AM	0,06%	1.386	111
Uni FM	0,04%	1.004	116
Mundial FM	0,04%	1.021	108
Atalaia AM	0,03%	791	110
95 FM	0,03%	826	84
Cultura AM	0,02%	425	116
Educativa AM	0,02%	477	116
RB2 AM	0,02%	382	116
Nacional AM	0,01%	227	116
Continental AM	0,00%	22	116
Barigui AM	0,00%	65	116

Fonte: KantarIbopel - Easymedia 4 - out a dez/16 - Grande Curitiba - 2ª a 6ª feira - das 7h às 19h – todos os equipamentos – todos os locais.

GRÁFICO 9 – Perfil das emissoras de rádio selecionadas – Classe Social



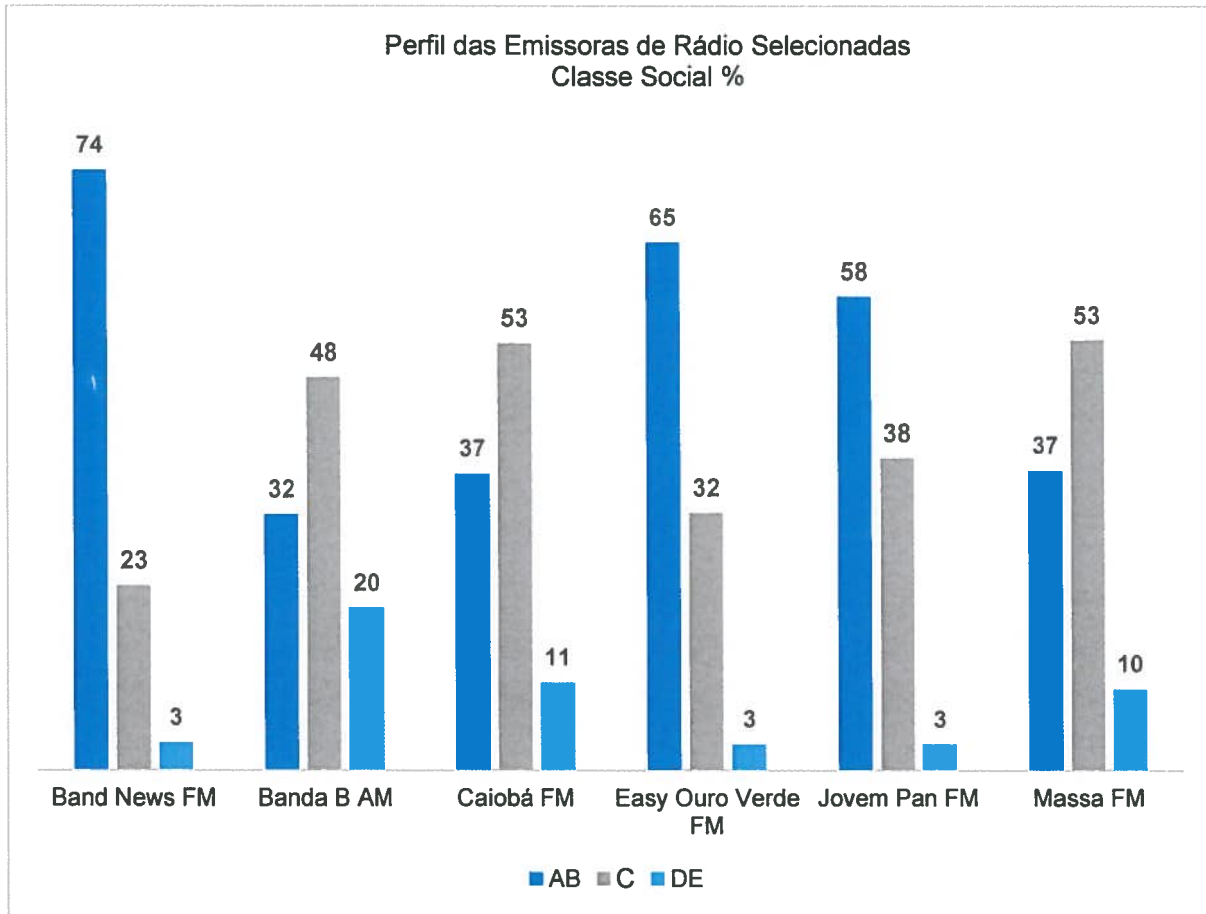


GRÁFICO 10– Evolução assinantes– Bloomberg

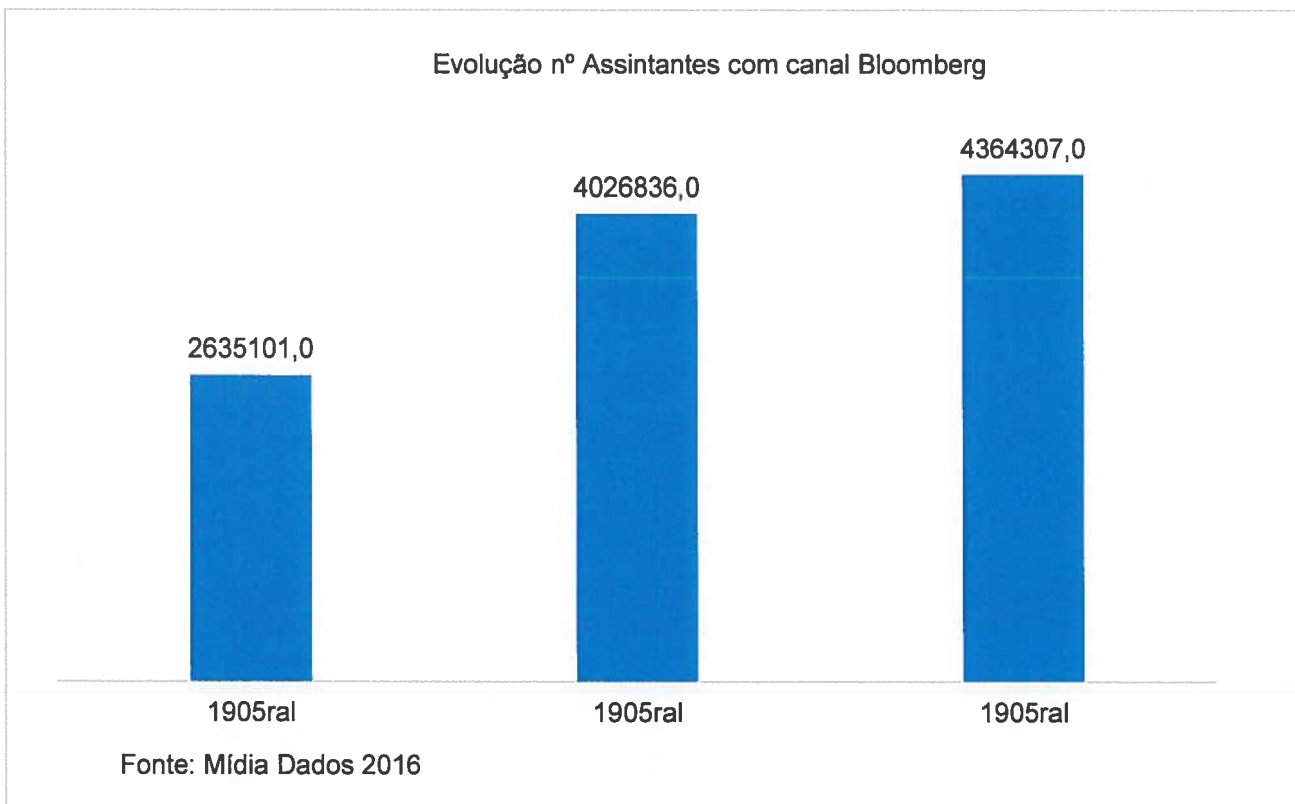


GRÁFICO 11– Perfil dos leitores da revista Exame

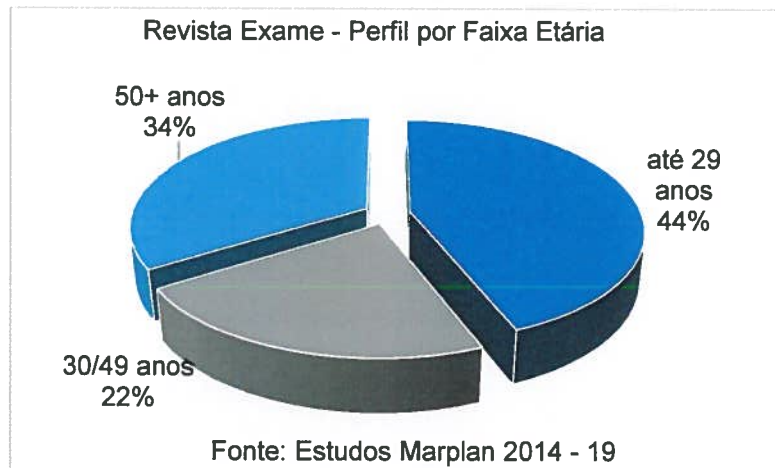
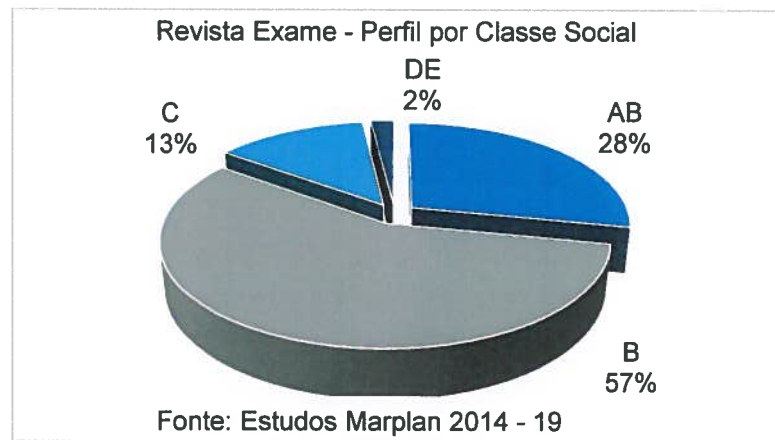
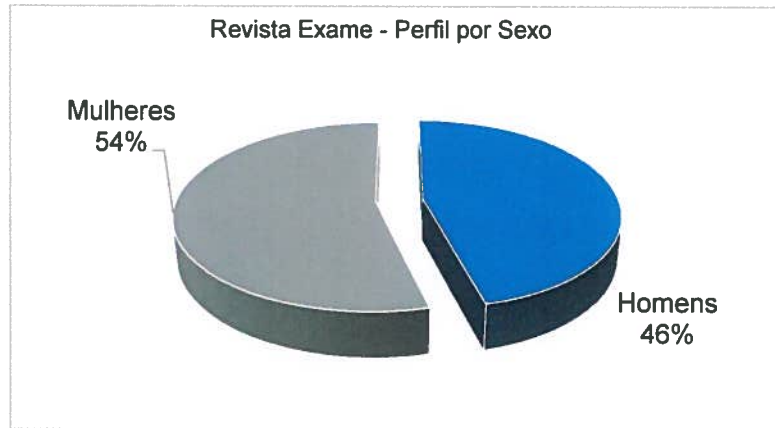


TABELA 16 – Canais próprios do Governo do Estado do Paraná

CANAIS PRÓPRIOS DO GOVERNO DO ESTADO DO PARANÁ	
Governador	Vice-Governadoria
	Portal do Governo do Paraná - m.pr.gov.br
	Serviços e Informações para Municípios
	Agência Reguladora do Paraná
	Companhia de Habitação do Paraná - COHAPAR
	Companhia Paranaense de Energia - COPEL
	Companhia Paranaense de Gás - COMPAGÁS
	Companhia de Saneamento do Paraná - SANEPAR
	Escritório de Representação do Paraná em Brasília
	Fomento Paraná
Casa Civil	Conselho Estadual de Trânsito - CETRAN-PR
	Assessoria para Assuntos da Juventude
	Companhia de Tecnologia da Informação e Comunicação do Paraná - CELEPAR
	Departamento de Trânsito do Paraná - DETRAN
	Banco de Desenvolvimento do Extremo Sul - BRDE
Casa Militar	Defesa Civil
	Centro Universitário de Estudos e Pesquisas sobre Desastres - CEPED/PR
Controladoria Geral do Estado	Portal da Transparência
Procuradoria Geral do Estado	Colégio Nacional de Corregedores das Procuradorias Gerais dos Estados e Distrito Federal - CCPE
	Colégio Nacional de Procuradores-Gerais dos Estados e do Distrito Federal - CNPGE
Secretaria para Assuntos Estratégicos	Conselho Estadual de Tecnologia da Informação e Telecomunicações - COSIT
	Programa Rede 399
	Programa Espaço Cidadão
	Programa de Formação de Gestores para o 3º Setor
Secretaria do Cerimonial e Relações Internacionais	
Secretaria da Administração e da Previdência	Serviço Social Autônomo PARANAPREVIDÊNCIA
	Programa Viver a Vida
	Departamento Estadual de Arquivo Público - DEAP
	Grupo de Trabalho Clóvis Moura
	Departamento de Transporte Oficial - DETO
	Departamento de Administração de Material - DEAM
	Departamento de Recursos Humanos - DRH
	Departamento de Seguridade Funcional - DSF
	Junta Comercial do Paraná - JUCEPAR
	Compras Paraná
	Escola de Governo
	Portal do Servidor
	Sistema da Assistência à Saúde - SAS
	Sistemas Corporativos de Administração
	Central de Estágio
Secretaria da Agricultura e do Abastecimento	Conselho Estadual de Segurança Alimentar e Nutricional - CONSEA
	Agência de Defesa Agropecuária do Paraná - ADAPAR
	Centrais de Abastecimento do Paraná - CEASA/PR
	Companhia de Desenvolvimento Agropecuário do Paraná - CODAPAR
	Instituto Paranaense de Assistência Técnica e Extensão Rural - EMATER
	Instituto Agrônomo do Paraná - IAPAR
	Centro Paranaense de Referência em Agroecologia - CPRA
	Instituto de Florestas do Paraná
Programa Ovino Caprino do Paraná	

	Programa do Leite
Secretaria da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior	Instituto de Tecnologia do Paraná - TECPAR
	Instituto Tecnológico Simepar - SIMEPAR
	Fundação Araucária
	Universidade Estadual de Londrina - UEL
	Universidade Estadual de Maringá - UEM
	Universidade Estadual de Ponta Grossa - UEPG
	Universidade Estadual do Oeste do Paraná - UNIOESTE
	Universidade Estadual do Centro-Oeste - UNICENTRO
	Universidade Estadual do Norte do Paraná - UENP
	Universidade Estadual do Paraná - UNESPAR
	Campus de Apucarana
	Campus de Campo Mourão
	Campus de Curitiba I - EMBAP
	Campus de Curitiba II - FAP
	Campus de Paranaguá
Campus de Paranavaí	
Campus de União da Vitória	
Secretaria da Comunicação Social	Agência Estadual de Notícias - AEN
	Rádio e Televisão Educativa do Paraná - e-paraná
	Clipping
	Histórico da AEN
	Verão Paraná - m.verao.pr.gov.br
Secretaria da Cultura	Conselho Estadual da Cultura - CONSEC
	Conselho Consultivo do Sistema Estadual de Museus do Paraná - COSEM
	Conselho Estadual do Patrimônio Histórico e Artístico
	Biblioteca Pública do Paraná - BPP
	Jornal da Biblioteca Pública do Paraná - Cândido
	Casa Andrade Muricy - CAM
	Centro Juvenil de Artes Plásticas - CJAP
	Museu Alfredo Andersen - MAA
	Museu da Imagem e do Som - MIS
	Museu de Arte Contemporânea - MAC
	Museu Oscar Niemeyer
	Museu Paranaense
	Parque Histórico do Mate
	Sala do Artista Popular
	Regionais de Cultura
	Coordenação do Patrimônio Cultural - Bens Tombados
	Imprensa Oficial
	Teatro Guaíra
	Orquestra Sinfônica do Paraná
Balé Guaíra e G2 Cia de Dança	
Escola de Dança Teatro Guaíra	
Secretaria do Desenvolvimento Urbano	Conselho das Cidades
	Serviço Social Autônomo PARANACIDADE
	Coordenação da Região Metropolitana de Curitiba - COMEC
	Coordenação da Região Metropolitana de Londrina - COMEL
	Coordenação da Microrregião de Cascavel - COMIC
Coordenação da Região Metropolitana de Maringá - COMEM	
Secretaria da Educação	Conselho Estadual de Educação - CEE
	Paraná Educação
	Colégio Estadual do Paraná - CEP
	Parque da Ciência Newton Freire Maia

	Núcleos Regionais de Educação
	Rede Escola
	Consulta Escolas
	Conexão Escola
	Fórum Estadual da Educação
	Associação de Pais e Mestres - APM
	Portal Dia a Dia Educação
	Ambiente Alunos
	Ambiente Educadores
	Ambiente Gestores
	Ambiente Comunidade
	Disciplina de Artes
	Disciplina de Biologia
	Disciplina de Ciências
	Disciplina de Cinema
	Disciplina de Educação Física
	Disciplina de Ensino Religioso
	Disciplina de Filosofia
	Disciplina de Física
	Disciplina de Geografia
	Disciplina de História
	Disciplina de Língua Estrangeira Moderna
	Disciplina de Matemática
	Disciplina de Português
	Disciplina de Química
	Disciplina de Sociologia
Secretaria do Esporte e do Turismo	Paraná Turismo - m.turismo.pr.gov.br
	Centro de Convenções de Curitiba
	Copa 2014
	Jogos Abertos do Paraná
	Jogos Escolares
	Jogos da Juventude
Jogos Universitários	
Secretaria da Família e Desenvolvimento Social	Conselho Estadual de Assistência Social - CEAS
	Conselho Estadual dos Direitos da Criança e do Adolescente - CEDCA
	Comissão Intergestores Bipartite - CIB/ PR
	Conselho Estadual dos Direitos do Idoso - CEDI
	Conselho Estadual dos Direitos da Mulher - CEDM
	Conselho Estadual dos Direitos da Pessoa Portadora de Deficiência - COEDE
	Viva a Infância
	Doe sua Voz
	Programa do Voluntariado Paranaense - PROVOPAR
	Colegiado de Gestores Municipais de Assistência Social do Estado do Paraná - COGEMAS
Secretaria da Fazenda	Agência de Rendas Internet
	Banco de Desenvolvimento do Paraná S/A - BADEP
	Conselho de Contribuintes e Recursos Fiscais - CCRF
	Sistema Público de Escrituração Digital - SPED
	Escola de Administração Tributária
Projeto Phoenix	
Secretaria da Infraestrutura e Logística	Administração dos Portos de Paranaguá e Antonina - APPA
	Programa de Gestão Ambiental dos Portos do Paraná - Porto Ambiental
	Plano de Mitigação sobre a Dragagem dos Portos do Paraná
	Operação Safra
	Conselho de Autoridade Portuária do Porto de Paranaguá - CAP

	Conselho de Autoridade Portuária do Porto de Antonina - CAP ANTONINA
	Departamento de Estradas de Rodagem - DER
	Estrada de Ferro Paraná Oeste S.A. - FERROESTE
	Paraná Edificações - PRED
Secretaria do Meio Ambiente e Recursos Hídricos	Conselho Estadual do Meio Ambiente - CEMA
	Conselho Estadual de Recursos Hídricos - CERH/PR
	Conselho Estadual de Proteção à Fauna
	Conselho de Desenvolvimento Territorial do Litoral Paranaense - COLIT
	Instituto das Águas do Paraná - ÁGUAS PARANÁ
	Instituto de Terras, Cartografia e Geociência - ITCG
	Instituto Ambiental do Paraná - IAP
	Serviço Geológico do Paraná - MINEROPAR
	Bioclima Paraná
	Fórum Paranaense de Mudanças Climáticas Globais
	Plano de Regionalização da Gestão Integrada de Resíduos Sólidos Urbanos
Secretaria do Planejamento e Coordenação Geral	Agência Paraná de Desenvolvimento
	Instituto de Pesos e Medidas do Estado do Paraná - IPEM
	Instituto de Pesquisa do Paraná - IPARDES
	Plano Plurianual Municipal
	Fórum Permanente das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte do Paraná
Secretaria da Saúde	Conselho Estadual de Saúde do Paraná
	Hospitais do Paraná
	Hospital do Trabalhador
	Hospital Infantil Waldemar Monastier
	Hospital Regional do Sudoeste
	Hospital Dr. Anísio Figueiredo
	Hospital de Reabilitação do Paraná Ana Carolina Moura Xavier
	Laboratório Central do Estado - LACEN
	Centro de Atendimento Integral ao Fissurado Lábio Palatal - CAIF
	Escola de Saúde Pública do Paraná
Programa de Combate à Dengue	
Secretaria da Justiça, Trabalho e Direitos Humanos	Conselho Deliberativo do Programa de Proteção a Vítimas e Testemunhas de Infrações Penais - CDPROTEGE
	Conselho Estadual de Defesa do Consumidor - CONDEF
	Conselho Estadual Gestor do Fundo Estadual de Defesa dos Interesses Difusos - CEG/FEID
	Conselho Permanente dos Direitos Humanos do Estado do Paraná - COPED
	Departamento dos Direitos Humanos e Cidadania - DEDIHC
	Departamento Estadual de Proteção e Defesa do Consumidor - PROCONPR
	Comitê de Educação em Direitos Humanos - CEDH
	Escola de Educação em Direitos Humanos - ESEDH
	Conselho Estadual do Trabalho
	Portal do Trabalhador
Secretaria da Segurança Pública e Administração Penitenciária	Conselho Estadual de Políticas Públicas Sobre Drogas - CONESD
	Política Estadual sobre Drogas
	Narcodenúncia - 181
	Conselho Penitenciário do Paraná - COPEN
	Departamento de Execuções Penais - DEPEN
	Ouvidoria do Sistema Penal
	Ouvidoria da Segurança Pública
	Coordenadoria da Análise e Planejamento Estratégico - CAPE
	Coordenação Estadual dos Conselhos de Segurança - CONSEG
	Polícia Militar
	Corpo de Bombeiros
Portal Prevfogo	

Polícia Civil
Divisão Policial do Interior
Corregedoria da Polícia Civil
Escola Superior da Polícia Civil
Divisão Estadual de Narcóticos - DENARC
Núcleo de Combate aos Cibercrimes - NUCIBER
Delegacia Eletrônica
Instituto de Identificação - IIPR
Serviço de Investigação de Crianças Desaparecidas - SICRIDE
Pessoas Desaparecidas
Polícia Científica
Instituto de Criminalística - IC
Instituto Médico Legal - IML



TV ABERTA	Veículo	Formato	MÊS 1																															Tot. Ins.	Custo Unitário R\$	Total Bruto R\$
			01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31			
			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	D	S	T	Q	Q	S			
Curtiba TV Band	Café com Jornal	30"					1															1													17	
	Paraná Acontece	30"								1												1													4	
	Band Cidade 1ª Edição	30"											1																						2	
	Brasil Urgente 1	30"									1																								3	
	Coisas da Gente	30"																																	2	
Journal Band News	Journal Band News	30"										1												1											2	
	Journal da Band	30"																																	1	
	Boa Tarde Paraná	30"																																	1	

TV ABERTA	Veículo	Formato	MÊS 1																															Tot. Ins.	Custo Unitário R\$	Total Bruto R\$
			01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31			
			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	D	S	T	Q	Q	S			
Ponta Grossa TV Esplanada	Bom dia Praça	30"																				1													25	
	Bom dia Brasil	60"																					1												3	
	Bom dia Brasil	30"																																	2	
	Praça TV 1ª Edição	30"																																	2	
	Praça TV 1ª Edição	60"																																	2	
	Journal Hoje	30"																						1											1	
	Sessão da Tarde	30"																																	1	
	Sessão da Tarde	60"																																		1
	Malhação	30"																																		2
	Novela I	30"																																		2
	Novela I	60"																																		1
	Praça TV 2ª Edição	30"																																		1
	Praça TV 2ª Edição	60"																																		1
	Praça TV 2ª Edição	30"																																		1
	Novela II	30"																																		1
	Novela III	30"																																		1
	Meu Paraná	30"																																		1
	Globo Rural	30"																																		1

TV ABERTA	Veículo	Formato	MÊS 1																															Tot. Ins.	Custo Unitário R\$	Total Bruto R\$
			01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31			
			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	D	S	T	Q	Q	S			
Ponta Grossa TV Guarará	Tribuna da Massa Manhã	30"																																	9	
	Tribuna da Massa Manhã	60"																																	2	
	Tribuna da Massa	30"																																	1	
	Tribuna da Massa	60"																																	2	
	SBT Paraná	30"																																	1	
Novela Noite 2	SBT Paraná	60"																																	1	
	SBT Paraná	60"																																	1	
	Novela Noite 2	30"																																	1	

TV ABERTA	Veículo	Formato	MÊS 1																															Tot. Ins.	Custo Unitário R\$	Total Bruto R\$		
			01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31					
			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	D	S	T	Q	Q	S					
Londrina TV Coroados	Bom dia Praça	30"																																	32	479,00	77.004,00	
	Bom dia Praça	60"	1																																3	958,00	1.437,00	
	Bom dia Brasil	30"																																	2	1.916,00	1.916,00	
	Bom dia Brasil	60"																																	5	770,00	3.850,00	
	Praça TV 1ª Edição	30"																																	1	1.540,00	1.540,00	
	Praça TV 1ª Edição	60"																																	3	1.828,00	5.484,00	
	Globo Esporte	30"																																	1	2.364,00	2.364,00	
	Globo Esporte	60"																																	1	4.728,00	4.728,00	
	Malhação	30"																																		3	1.793,00	5.379,00
	Novela I	30"																																		1	3.091,00	3.091,00
	Novela I	60"																																		1	6.182,00	6.182,00
	Praça TV 2ª Edição	30"																																		2	4.199,00	8.398,00
Praça TV 2ª Edição	60"																																		1	8.398,00	8.398,00	
Novela II	30"																																		2	4.519,00	9.038,00	
Novela III	30"																																		1	7.498,00	7.498,00	
Tela Quente	30"																																		1	3.515,00	3.515,00	
Meu Paraná	30"																																		2	1.575,00	3.150,00	
Caminhos do Campo	30"																																		2	518,00	1.036,00	

TV ABERTA	Veículo	Formato	MÊS 1																															Tot. Ins.	Custo Unitário R\$	Total Bruto R\$	
			01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31				
			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	D	S	T	Q	Q	S				
Londrina TV Cidade	Tribuna da Massa Manhã	30"																																	15	799,00	51.804,00
	Tribuna da Massa	60"	1																																3	3.044,00	2.397,00
	Casos de Família	30"																																	2	2.367,00	6.088,00
	Casos de Família	60"																																	2	4.734,00	4.734,00
	Novela Tarde 1	30"																																	1	4.734,00	4.734,00
	Novela Tarde 1	60"																																	1	2.716,00	2.716,00
	SBT Paraná	30"																																	3	3.376,00	10.128,00
	SBT Paraná	60"																																	2	6.752,00	13.504,00
	Programa Silvio Santos	30"																																	1	7.503,00	7.503,00

TV ABERTA	Veículo	Formato	MÊS 1																															Tot. Ins.	Custo Unitário R\$	Total Bruto R\$	
			01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31				
			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	D	S	T	Q	Q	S				
Londrina RIC TV	Balanco Geral	30"																																	10	1.689,00	26.242,00
	Balanco Geral	60"																																	2	3.378,00	3.378,00
	Cidade Alerta Paraná	30"																																	3	3.378,00	3.378,00
	Cidade Alerta Paraná	60"	1																																1	1.142,00	3.426,00
	RIC Noticias	30"																																	1	2.284,00	2.284,00
	RIC Noticias	60"																																	1	3.069,00	3.069,00
Novela II	Novela II	60"																																1	6.138,00	6.138,00	
	Novela II	30"																																1	4.569,00	4.569,00	

TV/ABERTA	Veículo	Formato	MÊS 1																															Tot. Ins.	Custo Unitário R\$	Total Bruto R\$		
			01 Q	02 Q	03 S	04 S	05 D	06 S	07 T	08 Q	09 Q	10 S	11 S	12 D	13 S	14 T	15 Q	16 Q	17 S	18 S	19 D	20 S	21 T	22 Q	23 Q	24 S	25 S	26 D	27 S	28 T	29 Q	30 Q	31 S					
Maringá	Balço Geral	30"																																		9	1.232,00	22.628,00
	Cidade Alerta Maringá	30"																																		1	1.044,00	1.044,00
	Cidade Alerta Maringá	60"	1																																	2	2.088,00	4.176,00
	Ric Notícias	30"																																		1	2.226,00	2.226,00
	Novela II	30"																																		1	3.210,00	3.210,00
	Jornal Da Record	30"																																		1	3.294,00	3.294,00
	Domingo Show	30"																																		1	1.403,00	1.403,00
	Domingo Espetacular	30"																																		1	6.043,00	6.043,00

TV/ABERTA	Veículo	Formato	MÊS 1																															Tot. Ins.	Custo Unitário R\$	Total Bruto R\$		
			01 Q	02 Q	03 S	04 S	05 D	06 S	07 T	08 Q	09 Q	10 S	11 S	12 D	13 S	14 T	15 Q	16 Q	17 S	18 S	19 D	20 S	21 T	22 Q	23 Q	24 S	25 S	26 D	27 S	28 T	29 Q	30 Q	31 S					
Maringá	Band Maringá	30"																																		5	1.005,00	7.687,00
	Jogo Aberto	30"																																		2	2.010,00	2.010,00
	Band Notícia	30"																																		1	1.158,00	1.158,00
	Band Cidade	30"																																		1	2.744,00	2.744,00
	Terecio Tempo	30"																																		1	1.775,00	1.775,00

TV/ABERTA	Veículo	Formato	MÊS 1																															Tot. Ins.	Custo Unitário R\$	Total Bruto R\$		
			01 Q	02 Q	03 S	04 S	05 D	06 S	07 T	08 Q	09 Q	10 S	11 S	12 D	13 S	14 T	15 Q	16 Q	17 S	18 S	19 D	20 S	21 T	22 Q	23 Q	24 S	25 S	26 D	27 S	28 T	29 Q	30 Q	31 S					
Foz do Iguaçu	TV Cataratas	30"																																		21	246,00	29.611,00
	Bom Dia Praça	30"																																		3	738,00	738,00
	Bom Dia Brasil	30"																																		2	393,00	786,00
	Bom Dia Brasil	60"	1																																	2	786,00	1.572,00
	Praça Tv 1 Edição	30"																																		3	964,00	2.892,00
	Praça Tv 1 Edição	60"																																		1	1.928,00	1.928,00
	Globo Esporte	30"																																		1	1.072,00	1.072,00
	Novela I	60"																																		1	2.970,00	2.970,00
	Praça Tv 2 Edição	30"																																		2	1.913,00	3.826,00
	Praça Tv 2 Edição	60"	1																																	1	3.826,00	3.826,00
	Novela II	30"																																		2	2.020,00	4.040,00
	Novela III	30"																																		1	3.528,00	3.528,00
	Meu Paraná	30"																																		1	829,00	829,00
	Domingão Do Faustão	30"																																		1	1.604,00	1.604,00

TV/ABERTA	Veículo	Formato	MÊS 1																															Tot. Ins.	Custo Unitário R\$	Total Bruto R\$		
			01 Q	02 Q	03 S	04 S	05 D	06 S	07 T	08 Q	09 Q	10 S	11 S	12 D	13 S	14 T	15 Q	16 Q	17 S	18 S	19 D	20 S	21 T	22 Q	23 Q	24 S	25 S	26 D	27 S	28 T	29 Q	30 Q	31 S					
Foz do Iguaçu	TV Naipi	30"																																		11	646,00	26.106,00
	Tribuna Da Massa Manhã	30"																																		4	1.292,00	2.584,00
	Tribuna Da Massa Manhã	60"																																		1	1.292,00	1.292,00
	Tribuna Da Massa Manhã	60"	1																																	1	2.470,00	2.470,00
	Novela Tarde 1	30"																																		2	2.314,00	4.628,00
	SbtParana	60"																																		1	5.556,00	5.556,00
	Programa Do Ratinho	30"																																	2	4.788,00	9.576,00	

Veículo	Formato	MÊS 1																															Tot. Ins.	Custo Unitário R\$	Total Bruto R\$
		01 Q	02 Q	03 S	04 S	05 D	06 S	07 T	08 Q	09 Q	10 S	11 S	12 D	13 S	14 T	15 Q	16 Q	17 S	18 S	19 D	20 S	21 T	22 Q	23 Q	24 S	25 S	26 D	27 S	28 T	29 Q	30 Q	31 S			
TV ABERTA																																			
Foz do Iguaçu																																			
RIC TV Oeste	30"																																4	1.522,00	4.784,00
Balanço Geral	30"																																1	1.522,00	1.522,00
Cidade Alerta Foz	30"																																2	1.101,00	2.202,00
Cidade Alerta Especial	30"																																1	1.060,00	1.060,00

Veículo	Formato	MÊS 1																															Tot. Ins.	Custo Unitário R\$	Total Bruto R\$
		01 Q	02 Q	03 S	04 S	05 D	06 S	07 T	08 Q	09 Q	10 S	11 S	12 D	13 S	14 T	15 Q	16 Q	17 S	18 S	19 D	20 S	21 T	22 Q	23 Q	24 S	25 S	26 D	27 S	28 T	29 Q	30 Q	31 S			
TV ABERTA																																			
Cascavel																																			
RPC TV																																			
Bom Dia Praça	30"																																25	227,00	24.282,00
Bom Dia Praça	60"																																2	454,00	454,00
Bom Dia Brasil	30"																																2	908,00	908,00
Bom Dia Brasil	30"																																3	382,00	1.146,00
Bom Dia Brasil	60"																																3	764,00	1.528,00
Praça Tv 1 Edição	30"																																2	942,00	2.826,00
Praça Tv 1 Edição	60"																																3	942,00	2.826,00
Praça Tv 1 Edição	60"																																1	1.884,00	1.884,00
Globo Esporte	30"																																1	1.070,00	1.070,00
Sessão Da Tarde	30"																																1	1.070,00	1.070,00
Sessão Da Tarde	30"																																1	352,00	352,00
Malhacção	30"																																1	837,00	837,00
Praça Tv 2 Edição	30"																																2	1.690,00	3.380,00
Praça Tv 2 Edição	60"																																1	3.380,00	3.380,00
Novela II	30"																																1	1.799,00	1.799,00
Novela III	30"																																1	3.451,00	3.451,00
Novela III	30"																																1	763,00	763,00
Meu Paraná	30"																																1	763,00	763,00
Pequenas Empresas	30"																																3	168,00	504,00

Veículo	Formato	MÊS 1																															Tot. Ins.	Custo Unitário R\$	Total Bruto R\$
		01 Q	02 Q	03 S	04 S	05 D	06 S	07 T	08 Q	09 Q	10 S	11 S	12 D	13 S	14 T	15 Q	16 Q	17 S	18 S	19 D	20 S	21 T	22 Q	23 Q	24 S	25 S	26 D	27 S	28 T	29 Q	30 Q	31 S			
TV ABERTA																																			
Cascavel																																			
TV Tarobá																																			
Café Com Jornal	30"																																11	1.035,00	22.397,00
Café Com Jornal	60"																																2	2.070,00	2.070,00
Jornal Tarobá 1ª Edição	30"																																2	4.140,00	4.140,00
Jornal Tarobá 1ª Edição	60"																																1	1.569,00	1.569,00
Jornal Tarobá 1ª Edição	60"																																1	3.138,00	3.138,00
Tarobá Esporte	30"																																2	1.458,00	2.916,00
Tarobá Esporte	60"																																1	2.916,00	2.916,00
Jornal Tarobá 2ª Edição	60"																																2	2.824,00	5.648,00

TV/ABERTA	Veículo	Formato	MÊS 1																															Tot. Ins.	Custo Unitário R\$	Total Bruto R\$
			01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31			
			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	D	S	T	Q	Q	S			
Guarapuava	Bom Dia Brasil	60"		1																														22	428,00	19.993,00
	Mais Você	30"																																1	196,00	196,00
	Mais Você	60"	1																															1	392,00	392,00
	Bem Estar	30"																																1	196,00	196,00
	Praça Tv 1 Edição	30"																																2	529,00	1.058,00
	Praça Tv 1 Edição	60"		1																														1	1.058,00	1.058,00
	Jornal Hoje	30"																																1	574,00	574,00
	Jornal Hoje	60"																																1	574,00	574,00
	Malhação	30"																																2	1.148,00	1.148,00
	Malhação	30"																																1	591,00	1.182,00
	Malhação	30"																																1	861,00	861,00
	Novela I	30"																																2	1.206,00	2.412,00
	Praça Tv 2 Edição	30"																																1	2.412,00	2.412,00
	Praça Tv 2 Edição	60"	1																															1	1.123,00	1.123,00
	Novela II	30"																																1	1.123,00	1.123,00
	Novela II	60"																																1	2.246,00	2.246,00
	Novela III	30"																																1	1.871,00	1.871,00
	Novela III	30"																																1	569,00	1.138,00
	Meu Paraná	30"																																2	731,00	1.138,00
	Esporte Espectacular	30"																																1	731,00	731,00
	Domingão Do Faustão	30"																																1	967,00	967,00

TV/ABERTA	Veículo	Formato	MÊS 1																															Tot. Ins.	Custo Unitário R\$	Total Bruto R\$
			01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31			
			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	D	S	T	Q	Q	S			
ParanaVal	Bom Dia Praça	30"																																27	170,00	22.850,00
	Bom Dia Praça	60"																																4	340,00	680,00
	Bom Dia Brasil	30"																																2	680,00	680,00
	Bom Dia Brasil	60"																																5	255,00	1.275,00
	Bom Dia Brasil	30"	1																															1	510,00	510,00
	Malhação	30"																																2	591,00	1.182,00
	Praça Tv 2 Edição	30"																																4	1.322,00	5.288,00
	Praça Tv 2 Edição	60"	1	1																														2	2.644,00	5.288,00
	Novela II	30"																																1	1.274,00	1.274,00
	Novela II	60"																																1	1.274,00	1.274,00
	Novela II	30"																																3	2.548,00	2.548,00
	Meu Paraná	30"																																1	569,00	1.707,00
	Globo Rural	30"																																1	561,00	561,00
	Fantástico	30"																																1	1.857,00	1.857,00

TV ABERTA	Veículo	Formato	MÊS 2																															Tot. Ins.	Custo Unitário R\$	Total Bruto R\$	
			01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31				
			Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q				Q
Curitiba RPC TV	Bom Dia Praça	30"	1					1									1																	51	2.189,00	349.253,00	
	Vale A Pena Ver De N	30"		1																														6	13.134,00	13.134,00	
	Bom Dia Brasil	30"			1																													4	5.476,00	21.904,00	
	Mais Você	30"				1																												4	3.334,00	13.336,00	
	Ben Estar	30"	1																															3	2.721,00	8.163,00	
	Video Show	30"					1																											4	2.721,00	10.884,00	
	Profissão Repórter	30"						1																										4	5.210,00	20.840,00	
	Encontro	30"																																3	8.573,00	25.719,00	
	Jornal Da Globo	30"																																	2	4.094,00	8.188,00
	Praça Tv 1 Edição	30"																																	6	6.424,00	38.544,00
	Praça Tv 2 Edição	30"																																	3	7.703,00	23.109,00
	Novela I	30"																																	3	17.007,00	51.021,00
	Novela II	30"																																	2	13.490,00	26.980,00
	Jornal Hoje	30"																																	3	17.532,00	52.596,00
Globo Esporte	30"																																	3	8.608,00	25.824,00	
																																		1	9.011,00	9.011,00	

TV ABERTA	Veículo	Formato	MÊS 2																															Tot. Ins.	Custo Unitário R\$	Total Bruto R\$
			01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31			
			Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q			
Curitiba TV Iguaçú	Tribuna Da Massa	30"					1																											19	3.855,00	114.007,00
	Tribuna Massa Manhã	30"																																6	23.130,00	23.130,00
	Sbt Brasil	30"																																8	1.699,00	13.592,00
																																		5	15.457,00	77.285,00

TV ABERTA	Veículo	Formato	MÊS 2																															Tot. Ins.	Custo Unitário R\$	Total Bruto R\$
			01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31			
			Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q			
Curitiba RIC TV	Parana No Ar Mat	30"	1																															32	1.653,00	111.473,00
	Cidade Alerta Parana	30"																																9	4.899,00	29.394,00
	Balanco Geral Mat	30"																																6	1.346,00	12.114,00
	Balanco Geral Curitiba	30"																																9	1.346,00	12.114,00
																																		8	6.886,00	55.088,00

TV ABERTA	Veículo	Formato	MÊS 2																															Tot. Ins.	Custo Unitário R\$	Total Bruto R\$
			01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31			
			Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q			
Curitiba TV Band	Café Com Jornal	30"																																14	930,00	36.375,00
	Paraná Acontece	30"	1																															3	2.790,00	2.790,00
	Band Cidade 1A Ed	30"																																2	870,00	1.740,00
	Brasil Urgente 1	30"																																2	2.805,00	5.610,00
	Coisas Da Gente	30"																																1	3.760,00	3.760,00
Jornal Bandnews	30"																																	2	2.805,00	5.610,00
Jornal Da Band	30"																																	1	930,00	1.860,00
Boa Tarde Paraná	30"																																	1	12.200,00	12.200,00
																																		1	2.805,00	2.805,00

TV ABERTA	Veiculo	Formato	MÊS 2																															Tot. Ins.	Custo Unitário R\$	Total Bruto R\$	
			01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31				
Ponta Grossa		30"																																			23
TV Esplanada	Bom Dia Praça	30"									1																									3	
	Bom Dia Brasil	30"																																		2	
	Praça Tv 1 Edição	30"																																		2	
	Jornal Hoje	30"																																		2	
	Sessão Da Tarde	30"																																		2	
	Malhão	30"																																		3	
	Novela I	30"																																		2	
	Praça Tv 2 Edição	30"																																		1	
	Novela II	30"																																		2	
	Novela III	30"																																		2	
	Teia Quente	30"																																		2	
	Meu Paraná	30"																																		3	
	Globo Rural	30"																																		1	

TV ABERTA	Veiculo	Formato	MÊS 2																															Tot. Ins.	Custo Unitário R\$	Total Bruto R\$
			01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31			
Ponta Grossa		30"																																		10
TV Guará	Tribuna Da Massa Manhã	30"																																		3
	Tribuna Da Massa	30"																																		4
	SbtParaná	30"																																		1
	Novela Noite 2	30"																																		2

TV ABERTA	Veiculo	Formato	MÊS 2																															Tot. Ins.	Custo Unitário R\$	Total Bruto R\$
			01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31			
Londrina		30"																																		32
TV Coroados	Bom Dia Praça	30"																																		4
	Bom Dia Brasil	30"																																		4
	Praça Tv 1 Edição	30"																																		3
	Globo Esporte	30"																																		2
	Malhão	30"																																		3
	Novela I	30"																																		2
	Praça Tv 2 Edição	30"																																		2
	Novela II	30"																																		2
	Novela III	30"																																		2
	Teia Quente	30"																																		2
	Meu Paraná	30"																																		3
	Caminhos Do Campo	30"																																		3

TV ABERTA	Veículo	Formato	MÊS 2																															Tot. Ins.	Custo Unitário R\$	Total Bruto R\$
			01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31			
			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	D	S	T	Q	Q	S			
Londrina	TV Cidade	30"	1																																13	
	Tribuna Da Massa Manhã	30"		1																															4	
	Casos De Família	30"																																	3	
	Novela Tarde 1	30"																																	1	
	SbtParaná	30"																																	3	
	Programa Silvio Santos	30"																																	2	

TV ABERTA	Veículo	Formato	MÊS 2																															Tot. Ins.	Custo Unitário R\$	Total Bruto R\$
			01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31			
			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	D	S	T	Q	Q	S			
Londrina	RIC TV	30"																																	10	
	Balanço Geral	30"																																	3	
	Cidade Alerta Paraná	30"																																	4	
	Ric Notícias	30"	1																																2	
	Novela II	30"																																	1	

TV ABERTA	Veículo	Formato	MÊS 2																															Tot. Ins.	Custo Unitário R\$	Total Bruto R\$
			01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31			
			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	D	S	T	Q	Q	S			
Londrina	TV Tarobá	30"																																	13	
	Tarobá Esporte	30"																																	8	
	Tempo Quente	30"																																	5	

TV ABERTA	Veículo	Formato	MÊS 2																															Tot. Ins.	Custo Unitário R\$	Total Bruto R\$
			01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31			
			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	D	S	T	Q	Q	S			
Maringá	TV Cultura	30"																																	29	
	Bom Dia Praça	30"																																	5	
	Bom Dia Brasil	30"																																	2	
	Mais Você	30"																																	2	
	Praça Tv 1 Edição	30"																																	4	
	Journal Hoje	30"																																	4	
	Novela I	30"																																	1	
	Praça Tv 2 Edição	30"																																	4	
	Journal Nacional	30"																																	2	
	Novela III	30"																																	2	
	Tela Quente	30"																																	1	
	Meu Paraná	30"																																	1	
	Pequenas Empresas	30"																																	1	
	Fantástico	30"																																	1	

TV ABERTA	Veículo	Formato	MÊS 2																															Tot. Ins.	Custo Unitário R\$	Total Bruto R\$
			01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31			
			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	D	S	T	Q	Q	S			
Apucarana/Maringá	TV Tibagi	30"																																10		
	Tribuna Da Massa Manhã	30"													1																		2			
	Tribuna Da Massa	30"		1																													2			
	Novela Tarde 1	30"																															1			
	SbtParaná	30"			1																												2			
	Programa Do Ratinho	30"																															1			
	Negócios Da Terra	30"																															2			

TV ABERTA	Veículo	Formato	MÊS 2																															Tot. Ins.	Custo Unitário R\$	Total Bruto R\$
			01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31			
			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	D	S	T	Q	Q	S			
Maringá	RIC TV	30"																																9		
	Balanço Geral	30"																																1		
	Cidade Alerta Maringá	30"													1																		1			
	Ric Noticias	30"																																2		
	Novela li	30"																																1		
	Jornal Da Record	30"																																2		
	Domingo Show	30"																																1		
	Domingo Espetacular	30"																																1		

TV ABERTA	Veículo	Formato	MÊS 2																															Tot. Ins.	Custo Unitário R\$	Total Bruto R\$
			01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31			
			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	D	S	T	Q	Q	S			
Maringá	RIC TV	30"																																4		
	Jogo Aberto	30"													1																			1		
	Band Noticia	30"																																1		
	Band Cidade	30"																																1		
	Terceiro Tempo	30"																																1		

TV ABERTA	Veículo	Formato	MÊS 2																															Tot. Ins.	Custo Unitário R\$	Total Bruto R\$
			01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31			
			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	D	S	T	Q	Q	S			
Foz do Iguaçu	TV Cataratas	30"																																21		
	Bom Dia Praça	30"																																4		
	Bom Dia Brasil	30"																																2		
	Praça Tv 1 Edição	30"																																4		
	Globo Esporte	30"																																1		
	Praça Tv 2 Edição	30"																																3		
	Novela II	30"																																3		
	Novela III	30"																																1		
	Meu Paraná	30"																																1		
	Domingão Do Faustão	30"																																2		

PLANILHA 2 – Programações de internet

Veiculo	Formato	Periodo	Total entrega (estimada)	Custo Unitário R\$	Custo Mensal R\$	Total Bruto R\$
INTERNET						
Paraná Estado						
L2AD - Programática (desktop, mobile, tablet, In-App) - CPC	banners	mensal - 6 meses	14.052	4,27	10.000,00	60.000,00
L2AD - Programática (desktop, mobile, tablet, In-App) - C.P.M.	banners	mensal - 6 meses	2.613.240	28,70	12.500,00	75.000,00
In Loco - por disparo	push notification	mensal - 6 meses	30.000	2,00	10.000,00	60.000,00
Google Display - CPC	banners	mensal - 3 meses	27.273	1,10	10.000,00	30.000,00
Google Search - CPC	palavras-chave	mensal - 3 meses	42.857	0,70	10.000,00	30.000,00
Facebook (L2AD) - CPC	linkads	mensal - 3 meses	4.525	6,63	10.000,00	30.000,00
Facebook (L2AD) - CPC	canvas	mensal - 3 meses	4.525	6,63	10.000,00	30.000,00
Facebook (L2AD) - CPE	page post	mensal - 3 meses	10.989	2,73	10.000,00	30.000,00
Facebook (L2AD) CPV - full até 30"	video	mensal - 3 meses	10.676	2,81	10.000,00	30.000,00
Instagram (L2AD) - CPC	linkads	mensal - 3 meses	4.525	6,63	10.000,00	30.000,00
Instagram (L2AD) - CPV - full até 30"	video	mensal - 3 meses	10.676	2,81	10.000,00	30.000,00
Spotify - CPCv	Sessão Patrocinada (mobile)	mensal - 3 meses	750.000	0,04	10.000,00	30.000,00
Youtube	Trueview	mensal - 3 meses	300.000	0,10	10.000,00	30.000,00
TOTAL			3.823.338			495.000,00

PLANILHA 3 – Programação de Mídia Extensiva

Veículo	Tipo	Formato	Período	Total Ins.	Custo Unitário R\$	Total Bruto R\$
MÍDIA EXTERIOR						
<u>Campo Mourão</u>	busdoor	2m x 1m	mensal	6	900,00	5.400,00
<u>Viação Mourãoense</u>	busdoor	2m x 1m	mensal	18	937,50	16.875,00
<u>Ponta Grossa</u>	busdoor	2m x 1m	mensal	10	875,00	8.750,00
<u>Guarapuava</u>						
<u>Viação Pérola do Oeste</u>						
<u>Curitiba</u>						
<u>Clear Channel</u>	Mobiliário Urbano	1,60m x 1,12m	Network (1 semana)	200	178.500,00	178.500,00
<u>Favretto</u>	Frontlight	diversos	mensal	3	5.500,00	16.500,00
<u>Outor Midia</u>	Frontlight	diversos	mensal	2	5.500,00	11.000,00
<u>Diversos</u>	Outdoor lonado	9m x 3m	2 bissemanas	15	2.400,00	36.000,00
<u>Paranaquã</u>						
<u>Rem Comunicação</u>	Outdoor lonado	9m x 3m	2 bissemanas	7	2.300,00	16.100,00
<u>São José dos Pinhais</u>						
<u>Sulima Bus</u>	Busdoor	2m x 1m	mensal	9	1.125,00	10.125,00
<u>Cianorte</u>	Busdoor	2m x 1m	mensal	5	812,50	4.062,50
<u>Viação Cianorte</u>	Busdoor	2m x 1m	mensal	5	812,50	4.062,50
<u>Paranaval</u>						
<u>VIPA - Viação Paranaval</u>	Busdoor	2m x 1m	mensal	5	850,00	4.250,00
<u>Umuarama</u>	Busdoor	2m x 1m	mensal	8	981,25	7.850,00
<u>Viação Umuarama</u>	Busdoor	2m x 1m	mensal	20	975,00	19.500,00
<u>Maringá</u>	Busdoor	2m x 1m	mensal	7	900,00	6.300,00
<u>Busdoor Publicidade</u>	Busdoor	2m x 1m	mensal	7	900,00	6.300,00
<u>Apucarana</u>	Busdoor	2m x 1m	mensal	7	812,50	5.687,50
<u>Exibe Midias</u>	Busdoor	2m x 1m	mensal	30	975,00	29.250,00
<u>Arapongas</u>	Busdoor	2m x 1m	mensal	2	2.175,00	4.350,00
<u>Exibe Midias</u>	Busdoor	2m x 1m	mensal	2	2.175,00	4.350,00
<u>Londrina</u>	Busdoor	2m x 1m	mensal	4	2.175,00	8.700,00
<u>M2 Midia Urbana</u>	Busdoor	2m x 1m	mensal	2	2.175,00	4.350,00
<u>Comélio Procópio</u>	Outdoor lonado	9m x 3m	2 bissemanas	2	2.175,00	4.350,00
<u>Vtriny Outdoor</u>	Outdoor lonado	9m x 3m	2 bissemanas	2	2.175,00	4.350,00
<u>Divulgue Outdoor</u>	Outdoor lonado	9m x 3m	2 bissemanas	4	2.175,00	8.700,00
<u>Jacarezinho</u>	Outdoor lonado	9m x 3m	2 bissemanas	2	2.175,00	4.350,00
<u>Tarzan Comunicação Visual</u>	Outdoor lonado	9m x 3m	2 bissemanas	2	2.175,00	4.350,00
<u>Santo Antônio da Platina</u>	Outdoor lonado	9m x 3m	2 bissemanas	5	825,00	4.125,00
<u>Tarzan Comunicação Visual</u>	Busdoor	2m x 1m	mensal	18	2.200,00	39.600,00
<u>Toledo</u>	Busdoor	2m x 1m	mensal	10	875,00	8.750,00
<u>Pajolla Midia</u>	Outdoor lonado	9m x 3m	2 bissemanas	2	3.050,00	6.100,00
<u>Foz do Iguaçu</u>	Outdoor lonado	9m x 3m	2 bissemanas	3	2.175,00	6.525,00
<u>Rede Outdoor</u>	Busdoor	2m x 1m	mensal	5	850,00	4.250,00
<u>Cascavel</u>	Busdoor	2m x 1m	mensal	5	850,00	4.250,00
<u>Pajolla Midia</u>	Outdoor lonado	9m x 3m	2 bissemanas	2	3.050,00	6.100,00
<u>Iraí</u>	Outdoor lonado	9m x 3m	2 bissemanas	3	2.175,00	6.525,00
<u>Star Paineis</u>	Outdoor lonado	9m x 3m	2 bissemanas	5	850,00	4.250,00
<u>União da Vitória</u>	Busdoor	2m x 1m	mensal	5	850,00	4.250,00
<u>Xis Outdoor</u>	Outdoor lonado	9m x 3m	2 bissemanas	5	850,00	4.250,00
<u>Francisco Beltrão</u>	Outdoor lonado	9m x 3m	2 bissemanas	5	850,00	4.250,00
<u>Transporte Scheid</u>	Busdoor	2m x 1m	mensal	5	850,00	4.250,00
<u>Pato Branco</u>	Busdoor	2m x 1m	mensal	5	850,00	4.250,00
<u>Xis Outdoor</u>	Outdoor lonado	9m x 3m	2 bissemanas	5	2.175,00	10.875,00
TOTAL						478.125,00

Veículo	Formato	Período	Total Ins.	Custo Unitário R\$	Total Bruto R\$
MÍDIA EXTERIOR - PAINEL RODOVIÁRIO					
Divisa estado de São Paulo com Estado do Paraná	-	-	-	-	-
Visual Painéis Rodoviários	-	-	-	-	-
Rodovia Régis Bittencourt - BR 116	Painel rodoviário	6 painéis sequenciais - 12m x 4m	6	3.125,00	18.750,00
Rodovia BR 369 com BR 153 e BR 374	Painel rodoviário	6 painéis sequenciais - 12m x 4m	6	6.250,00	37.500,00
TOTAL MENSAL					56.250,00
TOTAL CONTRATO 6 MESES					337.500,00

Veículo	Tipo	Formato	Período	Total Ins.	Custo Unitário R\$	Total Bruto R\$
MÍDIA INDOOR						
Curitiba	-	-	-	-	-	-
Plano OOH	-	-	-	-	-	-
Fim de corredor desembarque	Adesivo de parede	7,00m x 2,50m	mensal - 6 meses	1	16.700,00	16.700,00
Prime	Carrinho de bagagem	0,40cm x 0,35cm	mensal - 6 meses	200	159,00	31.800,00
Diversos	-	-	-	-	-	-
Londrina	-	-	-	-	-	-
Pajolla	-	-	-	-	-	-
Porta 73 - desembarque (2 faces)	Adesivo de porta	1,00m x 2,20m	mensal - 6 meses	2	4.250,00	8.500,00
Maringá	-	-	-	-	-	-
Pajolla	-	-	-	-	-	-
Painel backlight - embarque e desembarque	Backlight	3,75m x 1,21m	mensal - 6 meses	1	3.600,00	3.600,00
Foz do Iguaçu	-	-	-	-	-	-
Pajolla	-	-	-	-	-	-
Painel de parede - próximo ao checkin	Painel de parede	3,80m x 1,85m	mensal - 6 meses	1	10.500,00	10.500,00
TOTAL MENSAL					71.100,00	
TOTAL CONTRATO 6 MESES					426.600,00	

<u>Aradongas</u>									
Gazeta da Cidade Londrina	1/2 página	5.000	1		1				
Folha de Londrina NORTE PIONEIRO	1/2 página	26.000	1		1				
<u>Cornélio Procopio</u>									
Journal Popular	1/2 página	6.000	1						
<u>Santo Antônio da Platina</u>									
Tribuna do Vale	1/2 página	6.901	1						
<u>OESTE</u>									
<u>Toledo</u>									
Journal do Oeste	1/2 página	8.960	1		1				
<u>Foz do Iguaçu</u>									
Primeira Linha	1/2 página	8.000	1		1				
<u>Cascavel</u>									
O Paraná	1/2 página	18.200	1						
Gazeta do Paraná	1/2 página	30.000			1				
<u>SUDESTE</u>									
<u>Irati</u>									
Hoje Centro Sul	1/2 página	5.000	1						
<u>União da Vitória</u>									
O Comércio	1/2 página	2.500	1						
<u>SUDESTE</u>									
<u>Francisco Beltrão</u>									
Journal de Beltrão	1/2 página	7.675	1						
<u>Pato Branco</u>									
Diário do Sudoeste	1/2 página	8.249	1						
TOTAL						35			456.840,76

PLANILHA 5 - Programação de Rádio AM e FM

Veículo	Formato	MÊS 1																												Tot. Ins.	Custo Unitário R\$	Total Bruto R\$
		01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28			
		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	D	S	T			
RÁDIO - das 7h às 19h																																
CENTRO OCIDENTAL																																
Campo Mourão																																
Musical FM	60"	5	5	5																										15	63,00	945,00
Musical FM	30"				5																									30	43,00	1.290,00
CENTRO ORIENTAL																																
Ponta Grossa																																
T FM (das 5h às 23h)	60"	5	5	5																										15	487,00	7.305,00
T FM (das 5h às 23h)	30"				5																									30	265,00	7.950,00
Mix FM	30"							5																						20	90,00	1.800,00
CENTRO SUL																																
Guarapuava																																
92FM	60"	5	5	5																										15	190,00	2.850,00
92FM	30"				5																									30	95,00	2.850,00
Cultura AM																																
METROPOLITANA																																
Curitiba																																
Massa FM	60"	5	5	5																										15	1.875,00	28.125,00
Massa FM	30"				5																									25	625,00	15.625,00
Caioabá FM	60"	5	5	5																										15	915,00	13.725,00
Caioabá FM	30"				5																									30	481,00	14.430,00
Banda B	60"	5	5	5																										15	708,00	10.620,00
Banda B	30"				5																									30	354,00	10.620,00
Easy Ouro Verde FM	60"	5	5	5																										15	1.112,00	16.680,00
Easy Ouro Verde FM	30"				5																									30	556,00	16.680,00
Jovem Pan	60"	5	5	5																										15	975,00	14.625,00
Jovem Pan	30"				5																									30	325,00	9.750,00
Band News	60"	5	5	5																										15	874,00	13.110,00
Band News	30"				5																									30	460,00	13.800,00
São José dos Pinhais																																
Cobertura por Curitiba																																
Paranaquá																																
Litoral Sul FM	60"	5	5	5																										15	36,30	544,50
Litoral Sul FM	30"				5																									25	21,80	545,00
NOROESTE																																
Cianorte																																
Cia FM	60"	5	5	5																										15	149,80	2.247,00
Cia FM	30"				5																									25	74,90	1.872,50
Paranavaí																																
FM Cidade (Transamérica Hits)	60"	5	5	5																										15	125,00	1.875,00

FM Cidade (Transamérica Hits)	30"																				25	50,00	1.250,00	
<u>Umuarama</u>																						15	193,70	2.905,50
Ilustrada FM	60"	5	5	5																	30	99,90	2.997,00	
Ilustrada FM	30"				5																20	36,30	726,00	
Cultura AM	30"				5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5								
NORTE CENTRAL																								
<u>Maringá</u>																								
CBN Maringá	30"				5																25	114,00	2.850,00	
Maringá FM	60"	5	5	5																	15	436,00	6.540,00	
Maringá FM	30"				5																25	218,00	5.450,00	
<u>Apuucarana</u>																								
Cultura AM	60"	5	5	5																	15	120,58	1.808,70	
Cultura AM	30"				5																30	60,36	1.810,80	
Nova AM	30"				5																20	71,15	1.423,00	
<u>Arapongas</u>																								
Arapongas AM	60"	5	5	5																	15	200,00	3.000,00	
Arapongas AM	30"				5																25	100,00	2.500,00	
<u>Londrina</u>																								
Paiquerê FM	60"	5	5	5																	15	238,00	3.570,00	
Paiquerê FM	30"				5																30	119,00	3.570,00	
CBN (das 6h às 12h) NORTE PIONEIRO	30"				5																20	155,00	3.100,00	
<u>Cornélio Procopio</u>																								
104 FM	60"	5	5	5																	15	70,00	1.050,00	
104 FM	30"				5																25	35,00	875,00	
<u>Jacarezinho</u>																								
Globo AM	60"	5	5	5																	15	76,00	1.140,00	
Globo AM	30"				5																25	38,00	950,00	
<u>Santo Antônio da Platina</u>																								
Vale do Sol FM	60"	5	5	5																	15	110,00	1.650,00	
Vale do Sol FM	30"				5																30	55,00	1.650,00	
OESTE																								
<u>Toledo</u>																								
Mundial FM	60"	5	5	5																	15	74,64	1.119,60	
Mundial FM	30"				5																30	41,47	1.244,10	
<u>Foz do Iguaçu</u>																								
Itaipu FM	60"	5	5	5																	15	124,00	1.860,00	
Itaipu FM	30"				5																30	62,00	1.860,00	
97 Três Fronteiras	30"				5																15	103,90	1.558,50	
<u>Cascavel</u>																								
Catve FM	30"				5																30	66,00	1.980,00	
Colméia AM	60"	5	5	5																	15	294,00	4.410,00	
Colméia AM	30"				5																20	122,10	2.442,00	
SUDESTE																								
<u>Iraí</u>																								
Najua	60"	5	5	5																	15	50,00	750,00	

PLANILHA 6 – Programação TV Fechada – público secundário

Veículo	Formato	MÊS 1																															Tot. Ins.	Custo Unitário R\$	Total Bruto R\$
		01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28						
		Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T				
Nacional																																			0
TV Bloomberg - rotativo	30"	3	3	3				3	3	3	3	3			3	3	3	3	3			3	3	3	3	3			3	3				60	
TOTAL																																	60		90.780,00

Veículo	Formato	MÊS 2																															Tot. Ins.	Custo Unitário R\$	Total Bruto R\$
		01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31			
		Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q			
Nacional																																			
TV Bloomberg - rotativo	30"	3	3	3				3	3	3	3	3			3	3	3	3	3			3	3	3	3	3			3	3	3	3			69
TOTAL																																	69		104.397,00

Veículo	Formato	MÊS 3																															Tot. Ins.	Custo Unitário R\$	Total Bruto R\$	
		01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30					
		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	D					
Nacional																																				
TV Bloomberg - rotativo	30"	3	3	3	3	3	3			3	3	3	3			3	3	3	3	3			3	3	3	3	3			3	3	3	3			60
TOTAL																																	60		90.780,00	

PLANILHA 7 – Programação de internet – público secundário

Veículo	Formato	Período	Total entrega (estimada)	Custo Unitário R\$	Custo Mensal R\$	Total Bruto R\$
INTERNET						
<u>Nacional</u>						
L2AD - Programática (desktop, mobile, tablet, In-App) - CPC	banners	mensal - 6 meses	30.913	4,27	22.000,00	132.000,00
L2AD - Programática (desktop, mobile, tablet, In-App) - C.P.M.	banners	mensal - 6 meses	2.717.770	28,70	13.000,00	78.000,00
<u>Paraná, São Paulo e Rio de Janeiro</u>						
LinkedIn - rotativo sem segmentação - display	Ad barra lateral	mensal - 3 meses	2.796	10,73	10.000,00	30.000,00
LinkedIn - CXO, proprietários e sócios - por envio	Sponsored InMail	mensal - 3 meses	17.857	1,68	10.000,00	30.000,00
TOTAL						270.000,00

PLANILHA 8 – Programação de mídia extensiva – público secundário

Veículo	Tipo	Formato	MÊS 1																												Tot. Ins.	Custo Unitário R\$	Total Bruto R\$
			01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28			
MÍDIA AEROPORTUÁRIA																																	
<u>São Paulo</u>																																	
Aeroporto Congonhas	-	-																															
Kallas																																	
Painel sala desembarque	Painel	3,70m x 1,68m																													1	38.000,00	38.000,00
<u>Rio de Janeiro</u>																																	
Aeroporto Santo Dumont																																	
JChebly																																	
Painel sala Embarque	Painel	2,30m x 2,50m																													1	64.000,00	64.000,00
TOTAL MENSAL																															2		102.000,00
TOTAL CONTRATO 3 MESES																																	306.000,00

PLANILHA 9 – Programação de revista – público secundário

REVISTAS	Veículo	Circulação ¹	Formato	Período	Total Ins.	Custo Unitário R\$	Total Bruto R\$
Nacional		-					
Exame		117.338	1 página - cor	1 quinzena	1	214.100,00	214.100,00
TOTAL							214.100,00

¹ Fonte: IVC outubro/16

PLANILHA 10 – Programação de Jornal – público secundário

VEÍCULO	FORMATO	CIRCULAÇÃO	MÊS 1																												Tot. Ins.	Custo Unitário R\$	Total Bruto R\$
			01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28			
			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	D	S	T			
JORNAL																																	
NACIONAL																																	
São Paulo																																	
Folha de São Paulo	6col x 26cm	309.660																															
Valor Econômico	6col x 26cm	60.000																															
TOTAL																																	

PLANILHA 11 – Programação de Não Mídia

Veículo	Faixa Horária Posição	Formato	Programação Básica - 1º mês																															Total		
			01 Q	02 Q	03 S	04 S	05 D	06 S	07 T	08 Q	09 Q	10 S	11 S	12 D	13 S	14 T	15 Q	16 Q	17 S	18 S	19 D	20 S	21 T	22 Q	23 Q	24 S	25 S	26 D	27 S	28 T						
RECURSOS PRÓPRIOS - NÃO MÍDIA																																				
Paraná Estado																																				
E Paraná TV	matutino	60"	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
E Paraná TV	vespertino	60"	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
E Paraná TV	noturno	60"	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
E Paraná TV	matutino	30"																																	54	
E Paraná TV	vespertino	30"																																		54
E Paraná TV	noturno	30"																																		54
Curitiba																																				
Rádio e-Paraná FM 97,1	7h00 - 19h00	60"	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	
Rádio e-Paraná FM 97,1	7h00 - 19h00	30"																																		90
Rádio Educativa AM	7h00 - 19h00	60"	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	
Rádio Educativa AM	7h00 - 19h00	30"																																		90
Paraná Estado																																				
Sites de propriedade																																				
Redes Sociais do Governo Paraná																																				
mensal																																				

Veículo	Faixa Horária Posição	Formato	Programação Básica - 5 meses																															Total		
			01 Q	02 Q	03 S	04 S	05 D	06 S	07 T	08 Q	09 Q	10 S	11 S	12 D	13 S	14 T	15 Q	16 Q	17 S	18 S	19 D	20 S	21 T	22 Q	23 Q	24 S	25 S	26 D	27 S	28 T	29 Q	30 Q	31 S			
RECURSOS PRÓPRIOS - NÃO MÍDIA																																				
Paraná Estado																																				
e-Paraná TV (42 emissoras)	matutino	30"	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	93
e-Paraná TV (42 emissoras)	vespertino	30"	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	93
e-Paraná TV (42 emissoras)	noturno	30"	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	93

Curitiba			
Rádio e-Paraná FM 97,1	7h00 - 19h00	30"	5 5
Rádio Educativa AM	7h00 - 19h00	30"	5 5
Paraná Estado			
Sites de propriedade	diversos	diversos	
Redes Sociais do Governo Paraná	diversos	diversos	
		mensal	
			155

Programação Básica																																			
01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31					
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	D	S	T	Q	Q	S					
Veículo		Faixa Horária Posição		Formato		Total																													

RECURSOS PRÓPRIOS - NÃO MEDIA

Paraná Estado			
E-mail Marketing - Servidores	Funcionalismo público	disparo	1 1 1
Equipamentos Públicos Estaduais	Cartaz	A3	mensal - 6 meses
Redes Sociais - Twitter do Governo do Paraná	postagens	posts	mensal - 6 meses
Redes Sociais do Governo do Paraná	filme	60"	mensal - 6 meses
Redes Sociais do Governo do Paraná	Web série "Paraná Forte"	vídeos	1 vídeo por semana - 4 vídeos/mês - 2 meses
Portal e Facebook do Governo do Paraná	Chatbot Edu Paraná	assistência virtual	permanente
Splash com contador	Microsistema	wsf	permanente
Aplicativo "Paraná Servidor"	Software		permanente
			8
			6 meses
			6 meses
			3