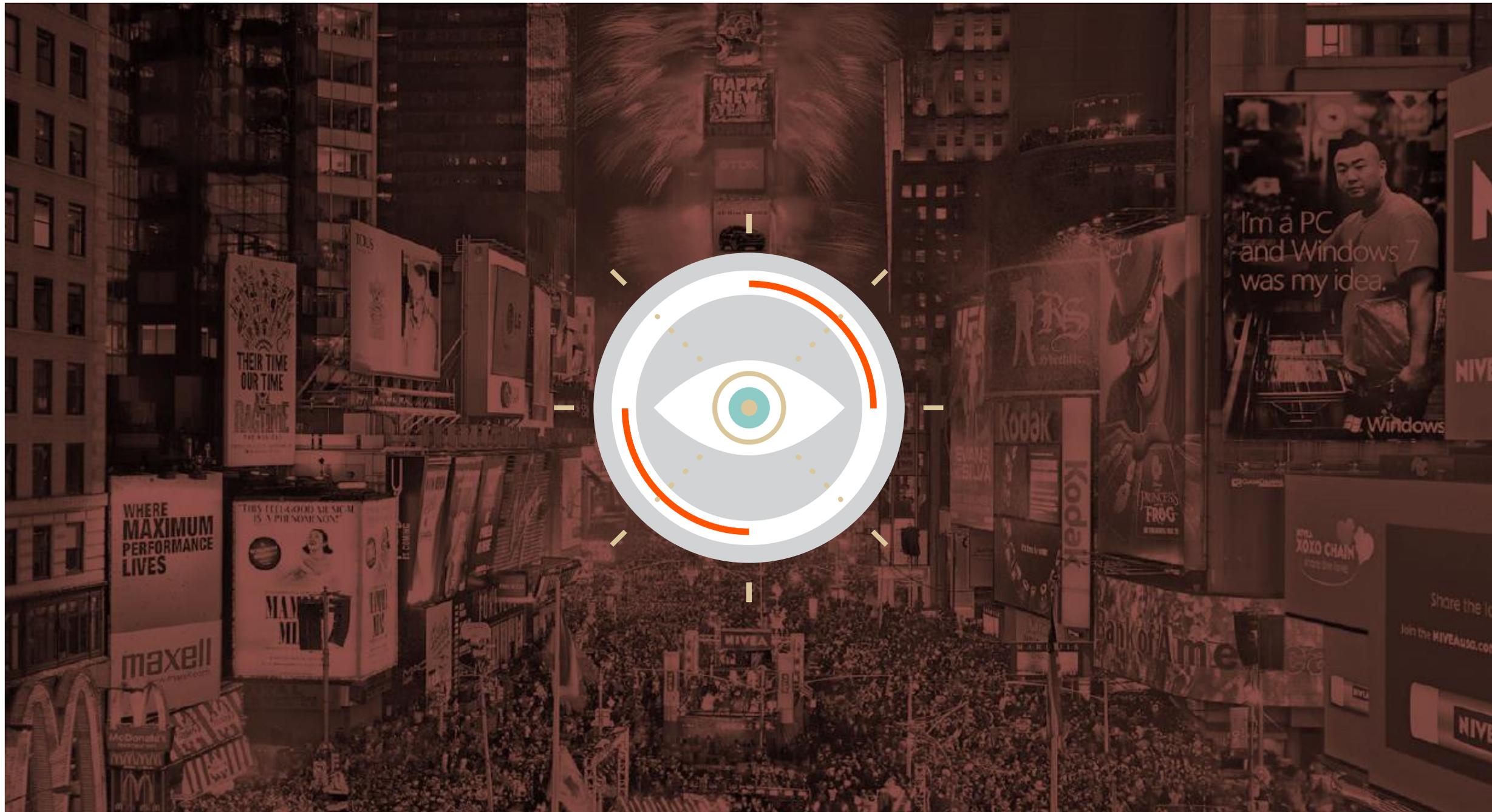
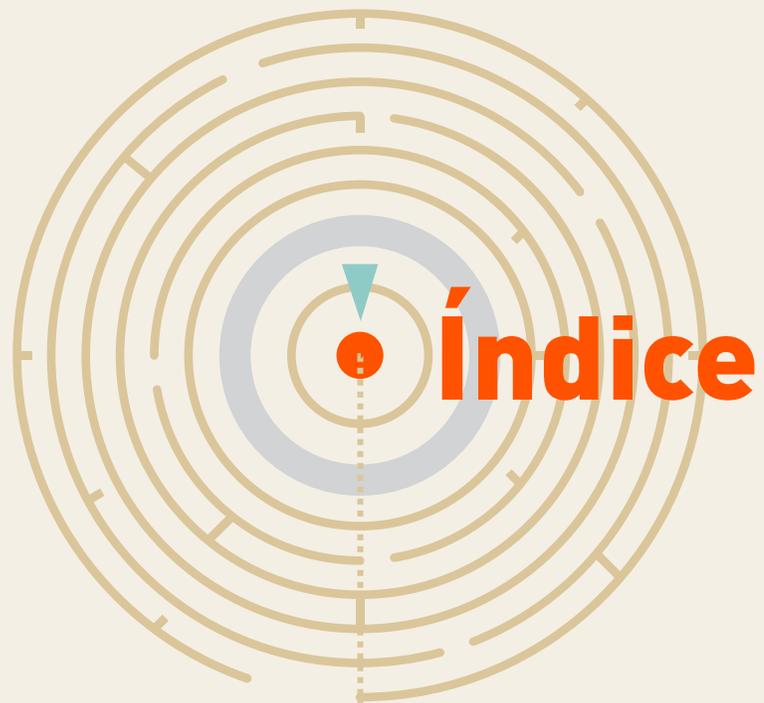




**Pad**





# Índice

**\_DIGITAIS E URBANOS**

**\_OOH: MÍDIA COM FOCO EM RESULTADOS**

**\_PAD: TENDÊNCIA EM MÍDIA NAS RUAS**

**\_BANCAS ESTÁTICAS**

**\_CIRCUITO DIGITAL PAD**

**\_COBERTURA DIGITAL INTERIOR**

**\_ALIANÇA ESTRATÉGICA CLEAR CHANNEL BRASIL**

**\_ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS**

# Digitais e Urbanos: não é uma tendência, é aqui e agora



## A REVOLUÇÃO DIGITAL MUDOU

completamente a forma como fazemos e consumimos mídia, que passa a ser cada vez mais descentralizada.

Passamos boa parte do dia ligados à internet<sup>1</sup>. Estamos conectados em casa, no trabalho e na rua. Isso tem feito de nós seres cada vez mais digitais.

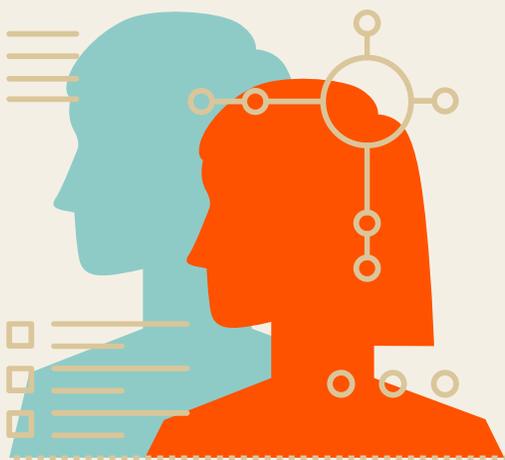


## POR OUTRO LADO

no trânsito experimentamos uma das poucas situações em que precisamos estar desconectados e atentos ao que está ao nosso redor. O trânsito, é o lugar do qual não conseguimos escapar e em que estamos mais atentos.



**Os ativos da PAD estão exatamente nesses lugares. No digital, nas ruas e em vários pontos e formatos ao mesmo tempo.**



# 70%

do tempo em que estão acordados, os consumidores estão fora de casa. E pelos lugares que frequentam fora do lar, eles poderiam interagir com sua marca e sua mensagem através dos ativos PAD.

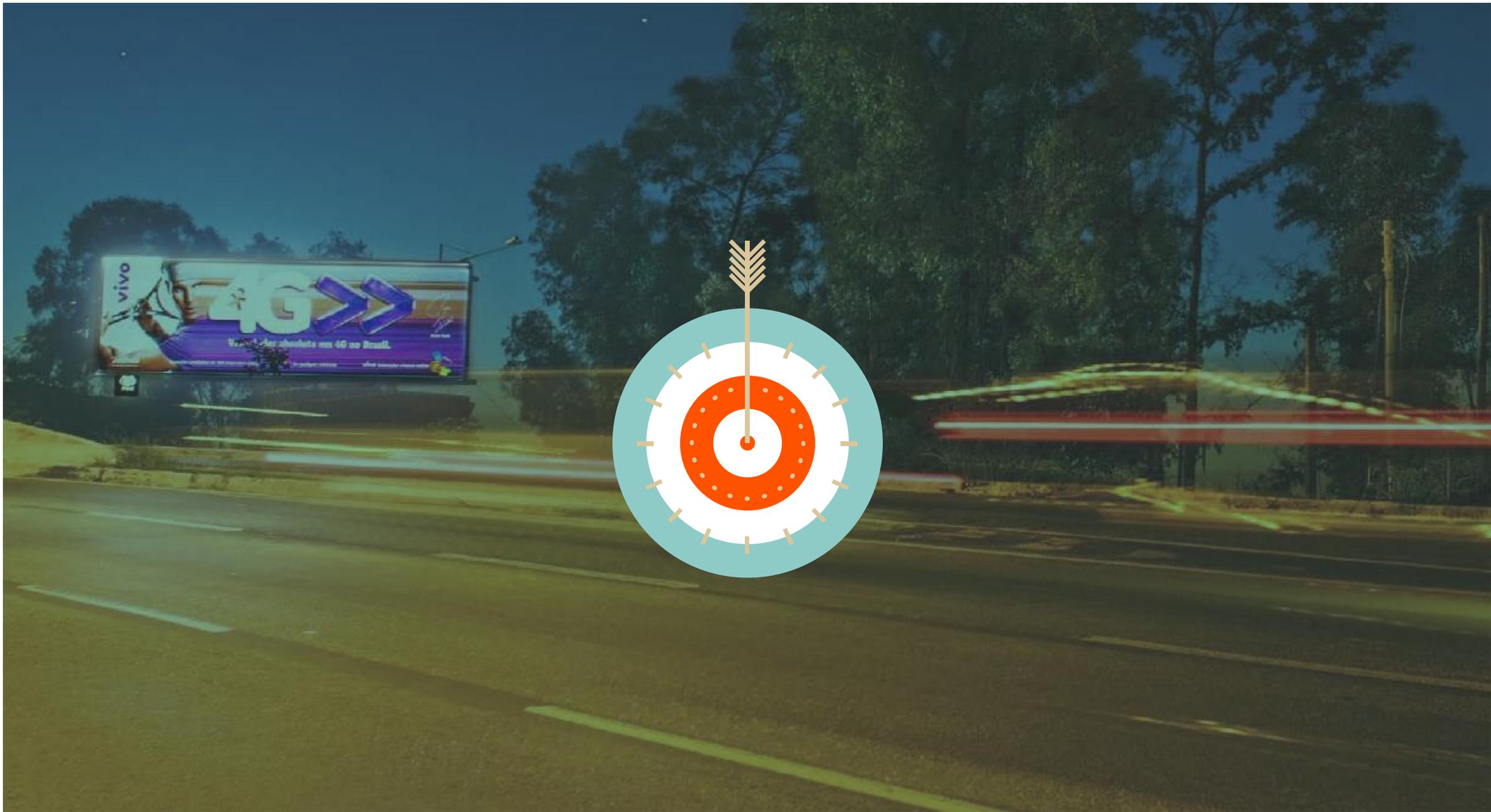


**SEJA EM MINAS GERAIS,  
RIO DE JANEIRO OU PARANÁ  
NOSSOS ATIVOS ESTÃO NAS  
RUAS E NAS AVENIDAS.**

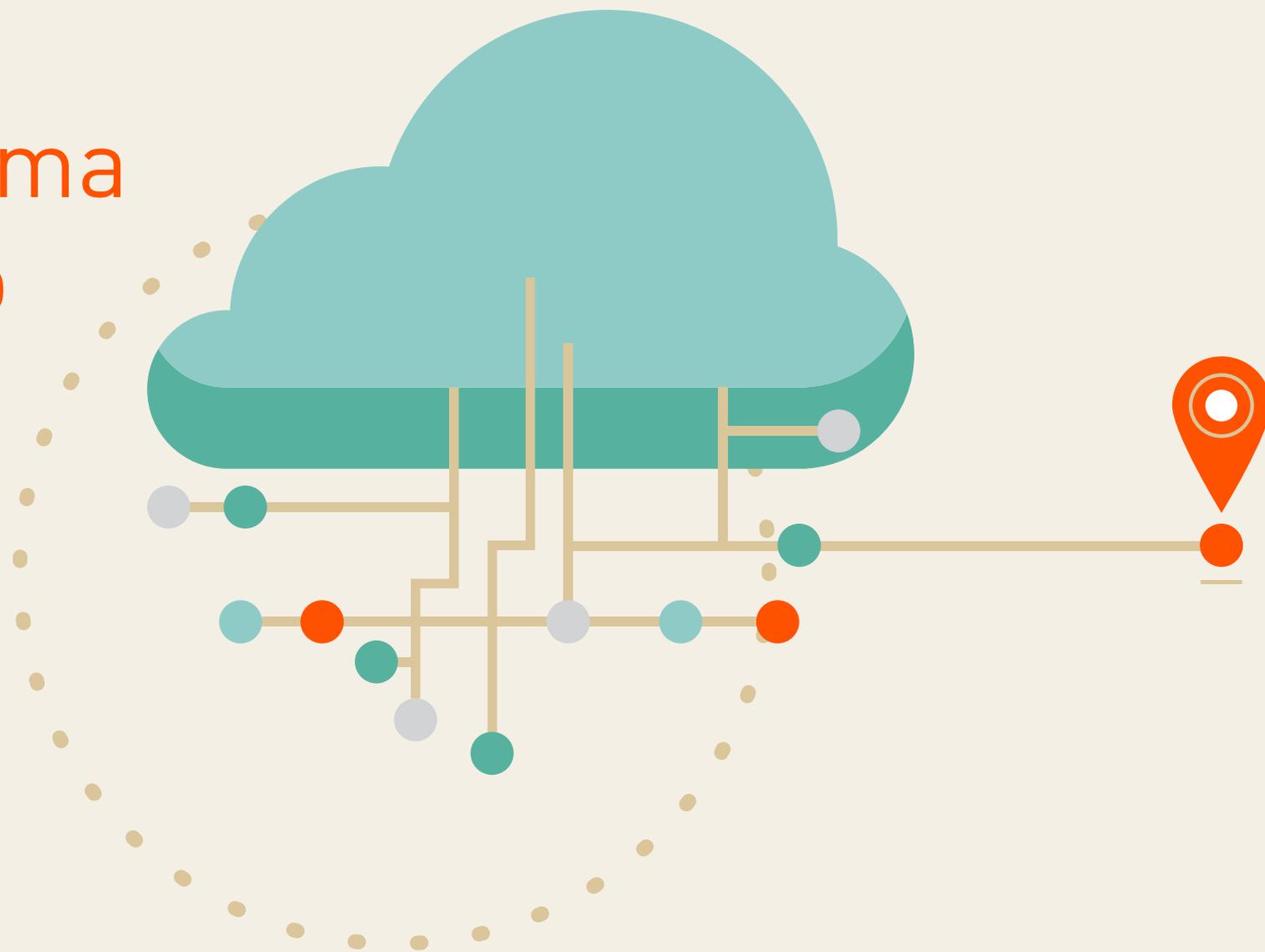
Sua mensagem vai aparecer no Circuito de Painéis Digitais – composto por 2 empenas digitais e 11 painéis digitais - e no Circuito de Bancas Digitais – composto por 10 bancas digitais – ou em nossa rede de bancas estáticas com ampla cobertura por toda a cidade. E nada disso tem horário específico de veiculação. São 24 horas por dia com a sua marca e mensagem em exposição. Assim garantimos que você atingirá seu público nos momentos mais relevantes.



**Isso é o  
jeito PAD  
de fazer  
Out of  
Home.**



**OOH:** A melhor escolha para uma mídia com foco em resultados





A escolha de consumo muitas vezes acontece no ponto de venda. Por isso, reforçar sua mensagem e sua marca é fundamental para estimular a decisão de compra do cliente. A mídia OOH está no lugar certo para influenciar o consumidor em sua decisão de compra: no seu trajeto.



Durante todo dia, os consumidores são influenciados 5x mais pela mídia OOH, do que outras mídias



Sua campanha online pode ganhar um reforço, num momento em que seu público está desconectado e disponível. Existe uma total sinergia entre a mídia digital e o DOOH. OOH+ Mobile aumenta o alcance da campanha em 3x



Na internet você está falando apenas com 70% da população brasileira, através da mídia OOH você fala com 85% das pessoas.



**60% dos consumidores já foram impactados por novos produtos sendo lançados na mídia OOH**



**Investir em OOH significa ampliar significativamente a frequência com que sua mensagem pode atingir o público**

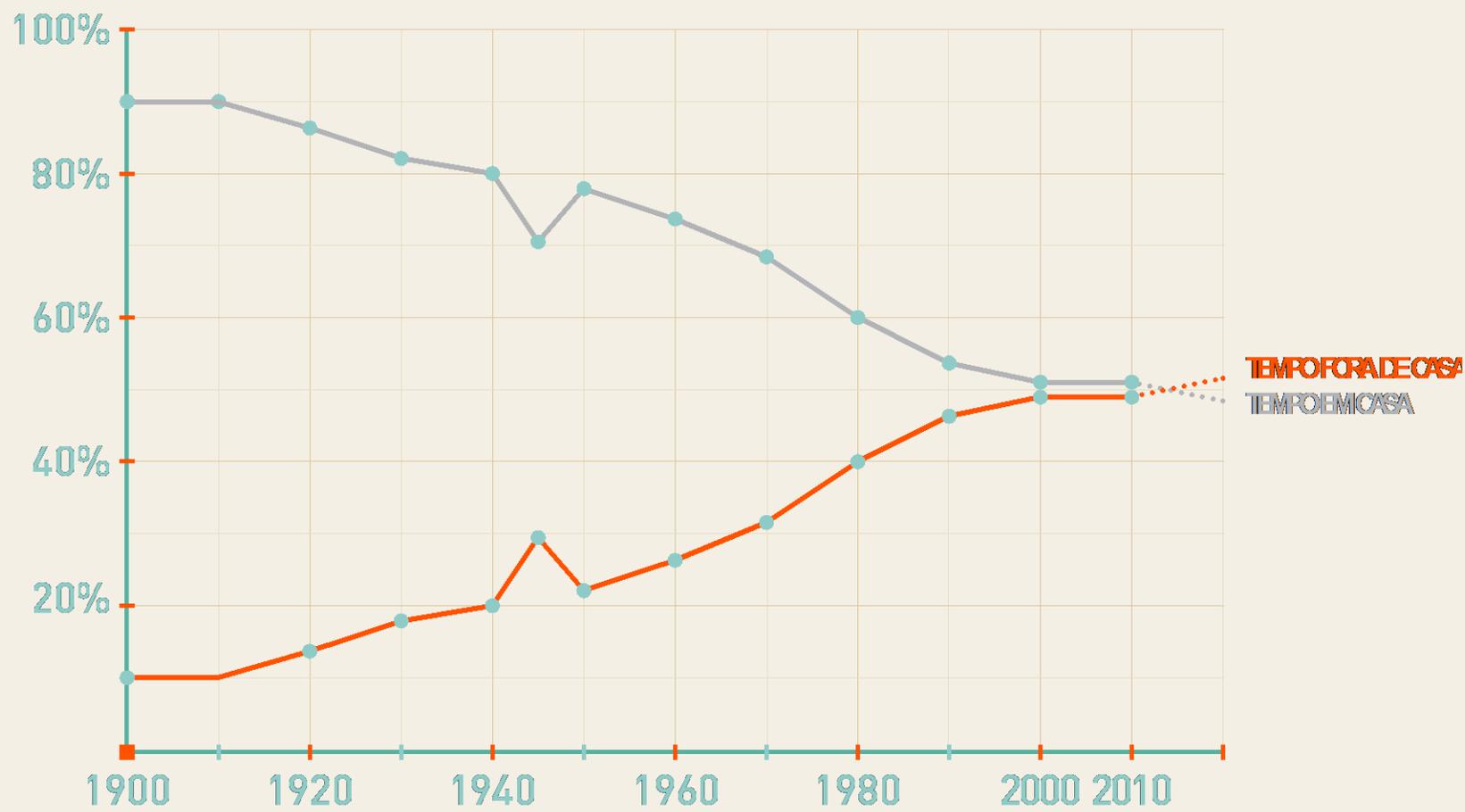


**Seu público tem uma rotina diária, de locais e trajetos, sua marca estará presente na vida e na memória dele**



**OOH é a mídia do momento e a segunda que mais cresce no mundo**

- + Tempo fora de casa significa =
- + Tempo de exposição à mídia 00H





### ISSO TEM UM MOTIVO:

Não dá para apostar em apenas um formato de mídia, é preciso diversificar para ter sucesso. E o OOH tem se mostrado a melhor opção para isso.

### OOH NÃO DEPENDE DE TAMANHO DA EMPRESA E SIM DA OPÇÃO POR UMA ESTRATÉGIA COM MAIS ATITUDE.

A revolução digital mudou a forma que as pessoas consomem mídia e isso significa que a velha forma de fazer já não dará os resultados que você espera e precisa.

## OOH se destaca entre os três primeiros no share publicitário.

MEIO	VALOR FATURADO	SHARE 2018
TV ABERTA	R\$ 9.642.777	53,7
INTERNET	R\$ 2.921.328	20,2
<b>OOH</b>	<b>R\$ 1.391.865</b>	<b>10,9</b>
TV PAGA	R\$ 1.224.230	6,8
RÁDIO	R\$ 659.877	4,5
JORNAL	R\$ 395.640	2,6
REVISTA	R\$ 256.575	0,9
CINEMA	R\$ 48.906	0,4
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 16.541.198</b>	<b>100</b>

# Por que OOH?

AS PESSOAS PASSAM A MAIOR PARTE DO TEMPO FORA DE CASA EXPOSTAS AOS ESTÍMULOS DA MÍDIA OOH.

A ALTA FREQUÊNCIA DURANTE OS PERCURSOS, GERAM A LEMBRANÇA DE MARCA PELAS PESSOAS REPERCUTINDO DIRETAMENTE NAS O ÚLTIMO ESTUDO REVELADO PELO OUTDOOR MEDIA CENTER NA INGLATERRA “THE OUTDOOR THE POWER OF 5” RESUME OS 5 BENEFÍCIOS DO

MEIO OOH  
Fonte: OAAA, Inc. 2011. OMC Launches outdoor to the power of 5. [www.outdoormediacentre.co.uk](http://www.outdoormediacentre.co.uk)



## PÚBLICO JOVEM

O público jovem é o que mais interage com a mídia exterior e também são os que os anunciantes mais desejam atingir.



## CAMPANHAS ATIVAS

A mídia exterior é ativa, aguça os sentidos e reforça a mensagem no momento em que o consumidor está disposto a comprar



## CONSOLIDA IMAGEM

A imagem tem o poder de aumentar nosso principal sentido, a visão, sendo assim, a mídia OOH impacta e consolida a imagem



## AMPLIFICA MENSAGENS

OOH reforça campanhas veiculadas por outros meios, amplia o alcance das mensagens, gerando impacto e contribuindo com o branding.



## TRANSFORMA AMBIENTES

A mídia deixa os ambientes mais bonitos, oferecendo modernidade, inovação e novas possibilidades para as marcas.

# Por que investir em OOH?

UMA AUDIÊNCIA ECONOMICAMENTE ATIVA, DINÂMICA E EM MOVIMENTO.

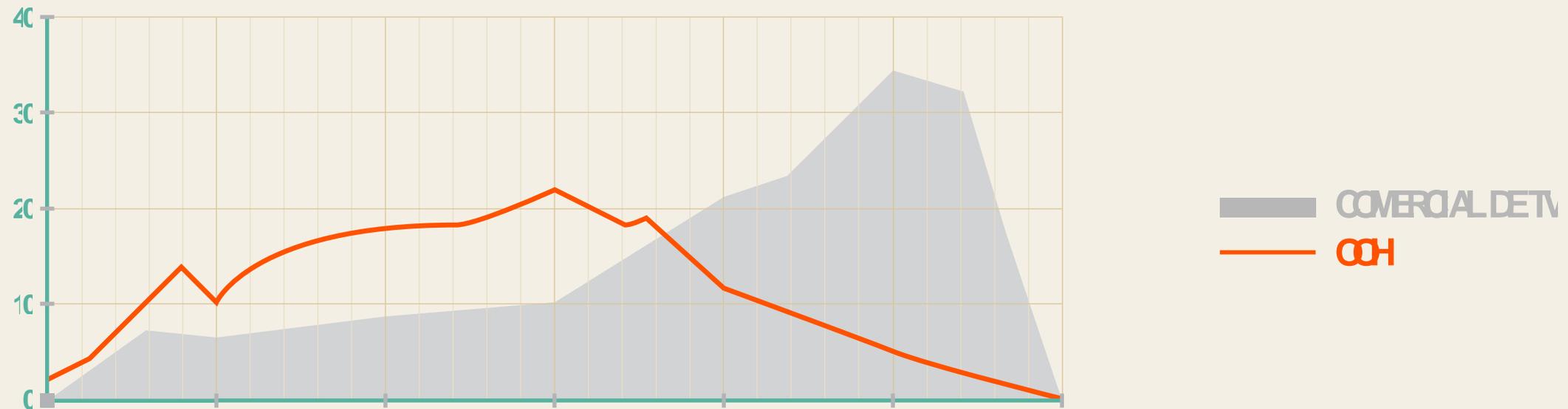
OOH ESTÁ EM CONTATO DIRETO COM A POPULAÇÃO E DE FORMA SINERGIA POTENCIALIZA OUTROS MEIOS.

> 24H DE VISIBILIDADE

> LOCALIZADOS EM ÁREAS DE ALTO FLUXO

> A AGILIDADE NA SUBSTITUIÇÃO DE CAMPANHAS

> PENETRAÇÃO E FREQUÊNCIA DE ACORDO COM CAMPANHAS

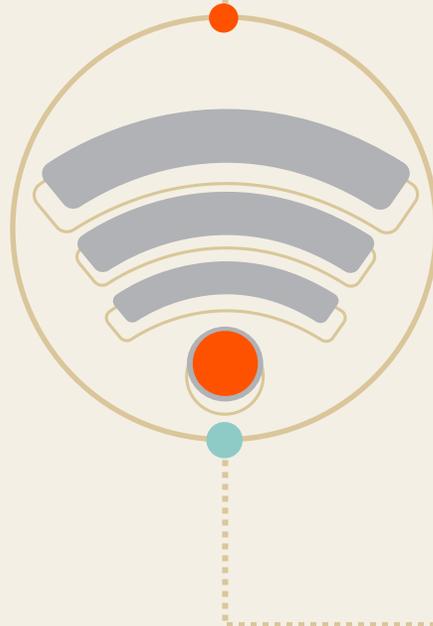


# Conexão é a Chave

Entre quem foi impactado por OOH:

88%  
**Acessaram a internet**  
AFF:104

82%  
**Possuem smartphone**  
AFF:103



**62%**

Procuram a maior quantidade de informações possíveis sobre os equipamentos eletrônicos antes de comprá-los.

**47%**

Tratam de me manter-se em dia com os avanços tecnológicos.

**46%**

Acreditam que a qualidade do contato humano foi melhorada graças à tecnologia.

**46%**

Gostam de comprar novos aparelhos e eletrodomésticos

Fonte: Kantar IBOPE Media Target Group Index BR TG 2019 I (2018 1s + 2018 2s)

Filtro: Observou anúncios publicitários em OOH nos últimos 30 dias / Acessaram a Internet nos últimos 30 dias

# Carrinho de Compras cheio

Entre quem foi impactado por OOH:

65%  
**Realizam compras  
Pessoais**

AFF:104

R\$ 441  
**Gasto Médio  
em compras  
Pessoais**

AFF:103



**73%**

Sempre procuram ofertas e descontos.

**67%**

Gostam de produtos que facilitam meu dia a dia.

**63%**

Acreditam que quase sempre compensa pagar mais por produtos de qualidade.

**45%**

Sentem prazer em qualquer tipo de Compra.

Fonte: Kantar IBOPE Media Target Group Index BR TG 2019 I (2018 1s + 2018 2s)

Filtro: Observou anúncios publicitários em OOH nos últimos 30 dias / Acessaram a Internet nos últimos 30 dias

# Tripulação, portas em automático

Entre quem foi impactado por OOH:

50%  
**Pretendem viajar  
de avião prox.  
12 meses**

AFF:104



**63%**

Se interessam em conhecer outras Culturas

**59%**

Gostariam de viajar e conhecer lugares exóticos.

**59%**

Acreditam que férias verdadeiras sempre incluem uma viagem.

**57%**

Encantam-se com a ideia de viajar para o exterior.

Fonte: Kantar IBOPE Media Target Group Index BR TG 2019 I (2018 1s + 2018 2s)

Filtro: Observou anúncios publicitários em OOH nos últimos 30 dias / Acessaram a Internet nos últimos 30 dias

# Força do meio



OOH possui forte  
presença em todos  
os âmbitos:  
**Global e local.**





## Força Global

OOH tem destaque em mercados globais. Em LATAM, a penetração do meio é maior quando comparada com importantes países da Europa, com a China e com os EUA (Consumo nos últimos 7 dias).

E esses bons números latino americanos se evidenciam ainda mais quando observamos que 5 desses mercados proeminentes apresentados (Brasil, Estados Unidos, França, China e Reino Unido), juntos, somam mais de 350 bilhões de dólares em investimento publicitário.





## Força Local

OOH tem importância em mercados locais.

Ao analisar a penetração do meio, considerando a exposição nos últimos 30 dias, ela chega a 97% em praças com Goiânia e Brasília, 96% em Recife e 95% em Curitiba e Porto Alegre.

Em comparação ao consumo de outros meios, OOH é o mais consumido em 9 dos 13 mercados.

# 94%

**RM**  
**BELO HORIZONTE**  
1º Em penetração



### Nordeste

**92%** RM FORTALEZA  
1º em penetração

**96%** RM RECIFE  
1º em penetração

**93%** RM SALVADOR  
1º em penetração

### Centro Oeste

**97%** RM GOIANA  
1º em penetração

**97%** DISTRITO FEDERAL  
1º em penetração

### Sudeste

**85%** SÃO PAULO (Interior)  
2º em penetração

**83%** SÃO PAULO  
3º em penetração

**85%** RM RIO DE JANEIRO  
3º em penetração

**90%** RM CAMPINAS  
1º em penetração

### Sul

**95%** RM CURITIBA  
1º em penetração

**95%** RM PORTO ALEGRE  
1º em penetração

**85%** SUL SUDESTE INTERIOR  
3º em penetração

# Potencial 00H

O potencial de alcance de 00H é intrínseco ao novo cenário de locomoção de pessoas nos mais diferentes locais! 99,5% dos respondentes do Target Group Index utilizaram ao menos um meio de transporte em um período de 7 dias. Observando locais frequentados e meios de transporte utilizados, 99,6% deles estiveram em ruas e avenidas dentro da cidade (últ. 30 dias), 90% utilizaram transporte público/privado (últ. 7 dias) e 90% foram a supermercados (últ. 30 dias).

## MEIOS DE TRANSPORTE

99,5%



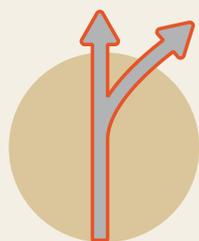
Utilizaram algum meio de transporte (últimos 7 dias)



10h18m

Tempo total médio dispendido utilizando meios de transporte. (últimos 7 dias)

## LOCAIS FREQUENTADOS E MEIOS UTILIZADOS



99,6%

Ruas e avenidas da cidade (Últ. 30 dias)



90%

Supermercados e Hipermercados (últ. 7 dias)



90%

Transporte público/privado (últ. 7 dias).



39%

Shopping Centers (últ. 30 dias)



# Investimento publicitário

## Top Setores

O investimento do meio foi distribuído em mais de 15 setores anunciantes em 2018.

No top da lista “Serviços ao Consumidor”, responsável por quase 1 terço desse esforço (30,7%). Conectando afinidade dos consumidores do meio com Tecnologia, Compras e Viagens analisada dentro do Target Group Index, vemos correlação com os TOP setores em Investimento:

**COMERCIO, CULTURA  
LAZER ESPORTE TURISMO  
E TELECOMUNICAÇÕES.**

RANKING	SETOR	SHARE(R\$)
1	Serviços ao consumidor	30,7%
2	Comércio	12,2%
3	Cultura, lazer, esporte e turismo	7,9%
4	Bebidas	7,4%
5	Telecomunicacoes	7,0%
6	Financeiro e securitario	6,8%
7	Administração publica e social	4,4%
8	Mídia	3,9%
9	Eletros e informática	3,4%
10	Higiene pessoal e beleza	3,4%
11	Automotivo	3,2%
12	Alimentos	3,0%
13	Vestuário e acessórios	2,6%
14	Petroleiro e combustíveis	1,0%
15	Imobiliário	0,8%
16	Outros	2,4%

# Mobiliário Urbano:

**Formatos:**  
Painel digital,  
Banca digital e  
Banca estática



No investimento em OOH destaca as categorias **ensino escolar e universitário** e as ligados à alimentação como **refeições rápidas e cervejas**.

# OOH em números destaques

## OOH APRESENTOU EM 2018:

- 6.000 anunciantes (2.501 anunciaram exclusivamente em OOH)

### Sendo:

- 7.600 marcas (2.798 marcas anunciaram exclusivamente em OOH)

### Desses:

- 2.908 novos anunciantes e 4.018 novas marcas anunciando no meio em 2018 (anunciantes que não haviam feito publicidade entre 2016 e 2017)

### Destaque para:

- Ensino Escolar e Universitário: 10% da verba destinada para OOH



# Perspectivas

OOH cresce com os avanços de fenômenos de mobilidade e inclusão, com participação e presença mais ativa das pessoas nas ruas e no mercado de trabalho.

Possui alto potencial de consumidores, diversos e qualificados, com forte ligação com Tecnologia e seus avanços, posse de devices e grande interesse por Viagens.

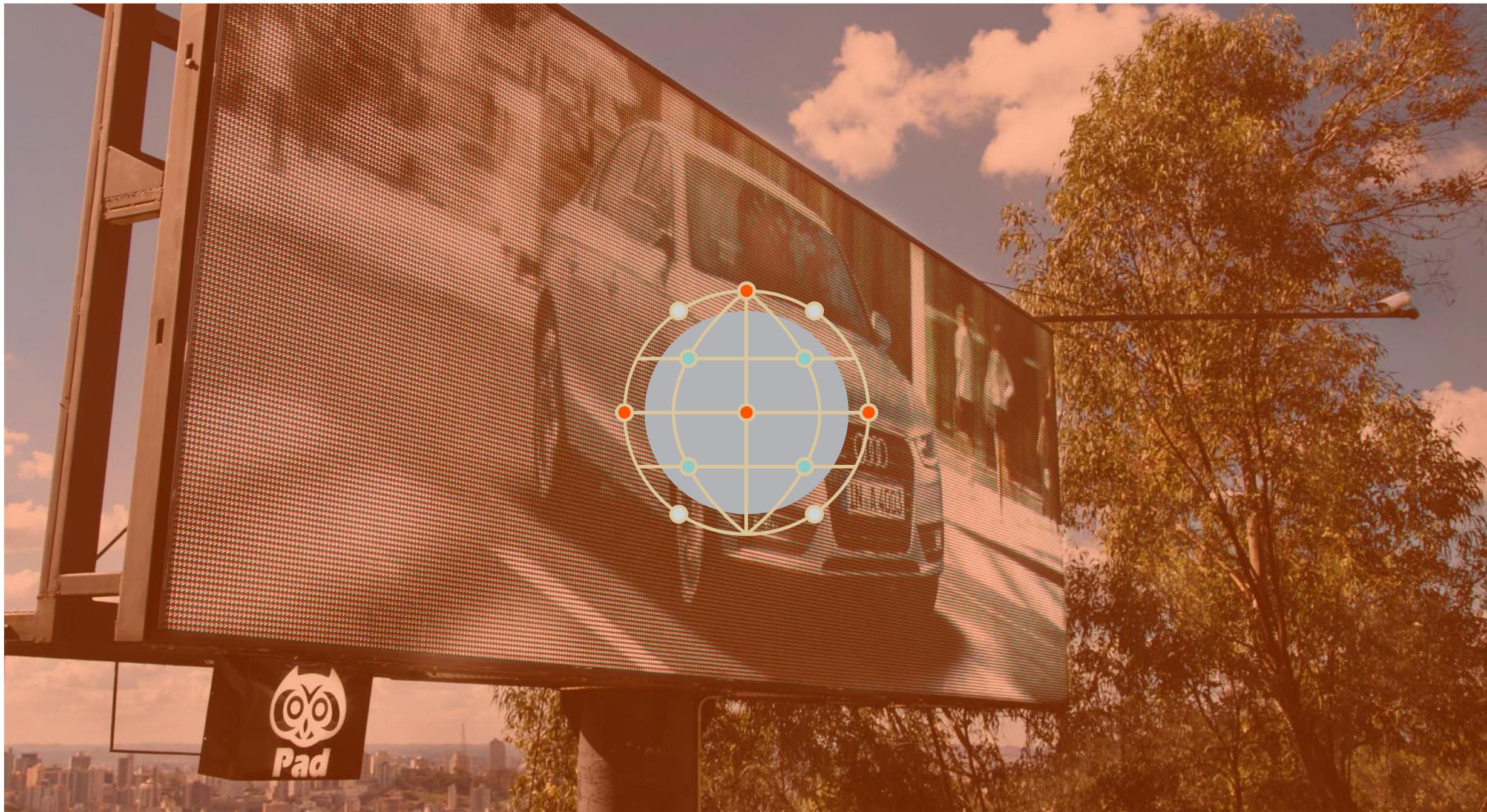
E essa forte presença se dá tanto em caráter local como também global, quando percebemos altas penetrações e relevância do meio não apenas na América Latina, mas também nos EUA, China e em importantes mercados Europeus.

Seus diversos formatos de exibição corroboram para o contato com consumidores em diferentes horários e locais, além de se mostrar um meio pronto para absorção e uso de tecnologia na conexão com pessoas.

Assim, o OOH, bem como seu consumidor, estão em constante transformação, aprendem e crescem junto à cidade e a sociedade, acompanhando novos hábitos e tecnologias.

Fonte: Kantar IBOPE Media Target Group Index BR TG 2019 I (2018 1s + 2018 2s) / BR Y15w2+16w2  
Observou anúncios publicitários em OOH nos últimos 30 dias





## PAD:

Tendência  
em mídia  
nas ruas



**NOS ÚLTIMOS  
25 ANOS MUITA  
COISA MUDOU.**



A **FORMA** como  
você se comunica.



O **FORMATO** em  
que você consome  
informação.



A **QUANTIDADE**  
de mensagens  
que tentam chamar  
sua atenção ao  
longo do dia.

# Pontos da nossa história que traduzem bem o que estamos dizendo:

Fomos os primeiros a oferecer espaço publicitário nas bancas de revista, para as marcas abordarem seus clientes

**1994**

Fomos uma das primeiras empresas brasileiras a lançar o painel digital

**2006**

Instalamos em BH, a maior empena digital da América Latina

**2013**

Implantação de conteúdo customizado e relevante para o DOOH no Circuito Digital PAD

**2017**

**1998**

Inauguramos a 1ª empena do Brasil

**2011**

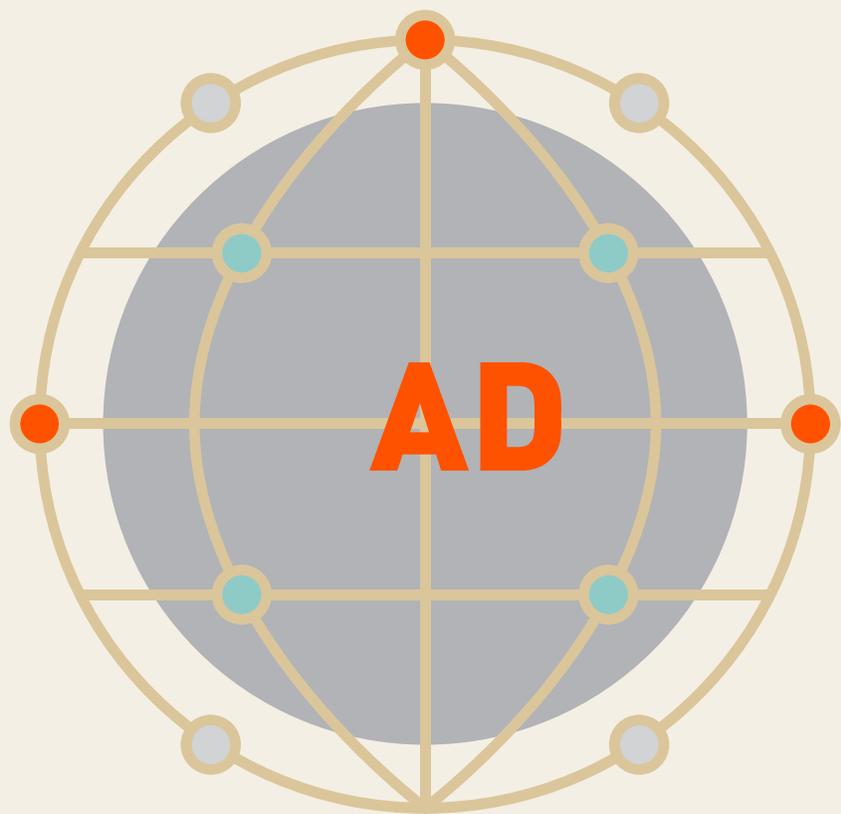
Criamos o Circuito de Painéis Digitais (11 painéis) que consegue impactar o público em diversos pontos de Belo Horizonte.

**2016**

Cobertura Digital em 24 cidades do Interior do Estado de Minas Gerais com 55 painéis digitais.

**2018**

Implantação do Circuito de Bancas Digitais



27 CIDADES

BRASILEIRAS

78 PAINÉIS DIGITAIS

+ DE 2.000 M2 DE

PAINEL DIGITAL

# Banca Estática:

**Formato de  
contratação:**  
BISSEMANAL.  
**Frequência  
de inserção:**  
24H POR DIA.



Estamos em mais de  
70 BANCAS, em pontos  
estratégicos da região  
centro-sul de BH;

MENSAGEM CUSTOMIZADA  
segundo a localização da banca.

Exibição permanente,  
24 HORAS POR DIA;

Em locais de grande circulação  
e ao alcance do olhar, garantindo  
ALTA VISIBILIDADE.

PROXIMIDADE  
do ponto-de-venda.

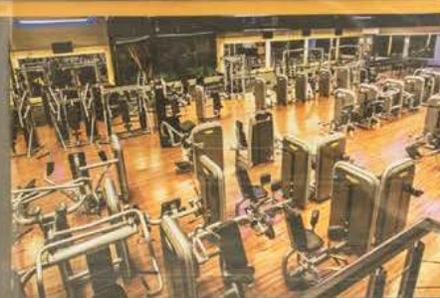
PONTOS ESTRATÉGICOS:  
como a porta de entrada  
do seu concorrente

**100%** das bancas  
com iluminação de  
**Lâmpadas de LED**

**CHEGOU**  
**smartfit**  
RUA RIO DE JANEIRO

Rua Rio de Janeiro, 1.893

Faça já a sua adesão  
[smartfit.com.br](http://smartfit.com.br)



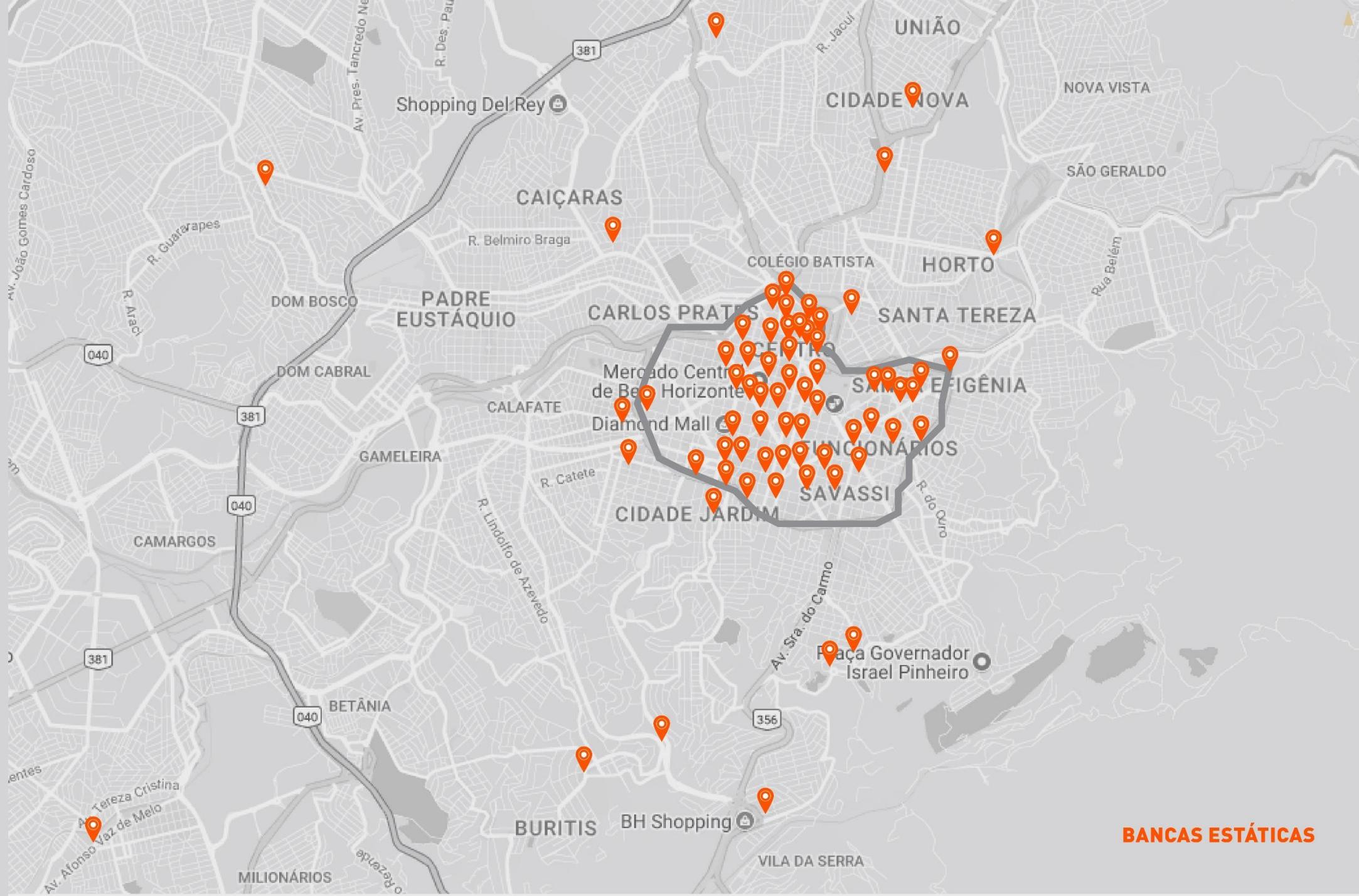
A PARTIR DE

R\$ **69**,90  
MENSAIS\*

**smart fit**  
Inteligência inteligente.

090





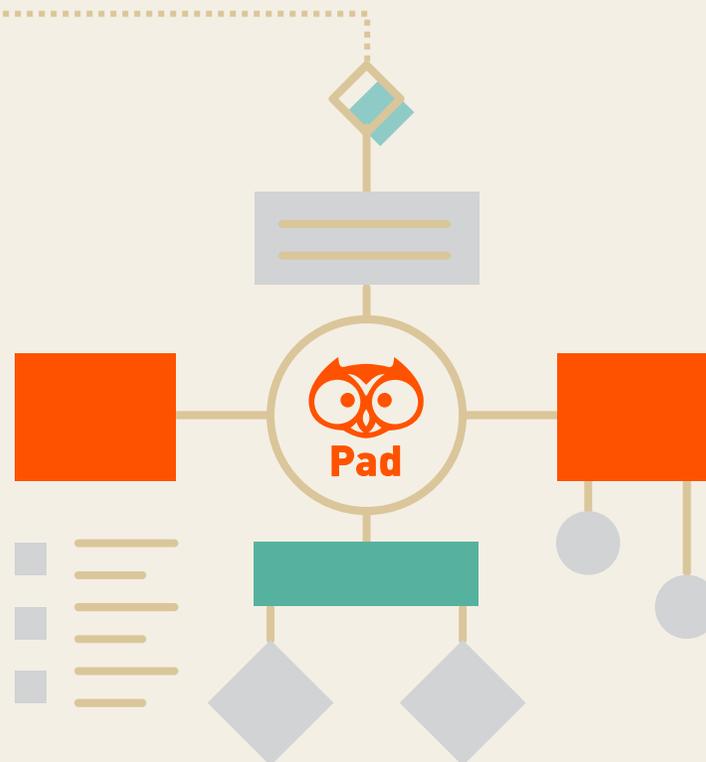
**BANCAS ESTÁTICAS**

# Circuito Digital PAD

**2 empenas digitais**  
**+11 painéis**  
**+10 bancas**

—  
Instalados no maior  
circuito do gênero em  
uma cidade brasileira.  
—

Tamanho padronizado  
Empena Digital - Raja: 18,0m x 7,5m  
Empena Digital - BH Shopping: 5,76m x 8,64m  
Painéis Digitais (Horizontal) 9,0m x 3,0m  
Painéis Digitais (Vertical) 4,0m x 6,0m  
Bancas Digitais 3,0m x 2,0m



● CONTEÚDO DINÂMICO para chamar a atenção do público;

● Modificação ou substituição de anúncios e campanhas EM TEMPO REAL;

● QUANTIDADE ILIMITADA DE MATERIAIS, o que significa que a cada inserção você pode apresentar uma mensagem diferente;

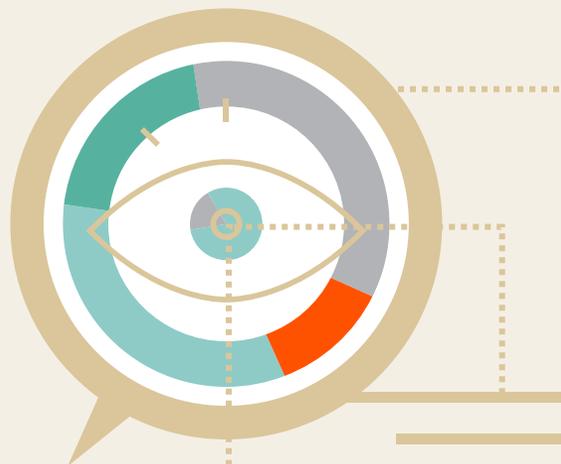
● MONITORAMENTO ONLINE DOS PAINÉIS e do fluxo de veículos nas vias onde os ativos estão instalados, através de câmeras digitais, 20 horas por dia, 7 dias por semana

● TECNOLOGIA com controle de luminosidade automático, visibilidade ideal a qualquer hora do dia

# Vantagens de contratar o Circuito Digital PAD

Um dos princípios fundamentais de **fixação** de uma mensagem é a **repetição**.

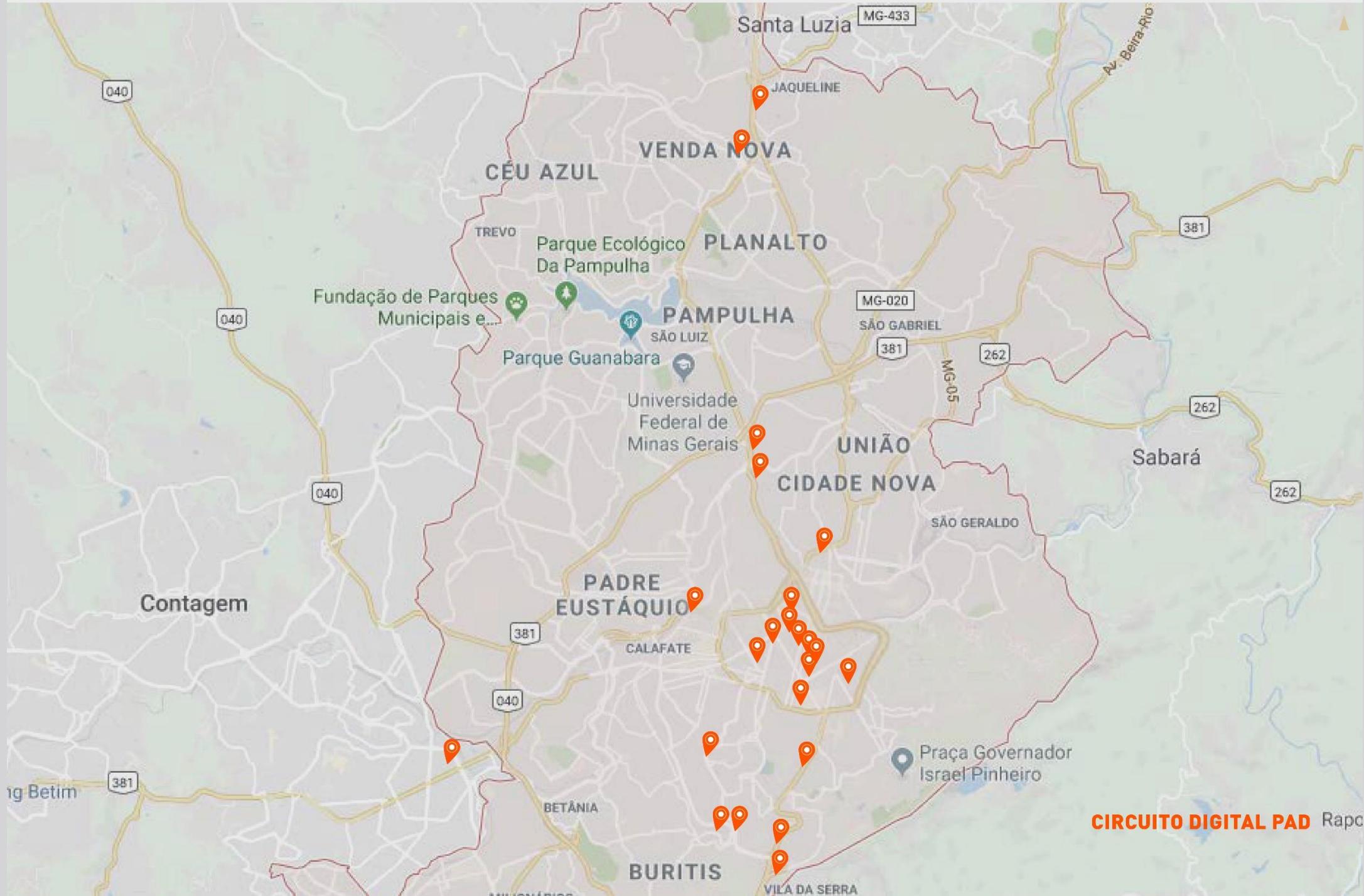
Frequência de inserção:  
1 inserção de 10'' a cada 3'  
257.600 inserções no período (28 dias)



Por isso, se sua marca está em todo o nosso circuito, maiores as chances do seu público ser impactado por sua mensagem mais de uma vez em seus trajetos diários.

Em Belo Horizonte as pessoas passam, em média, 90 minutos por dia se deslocando.

Independente do local em que residem, as pessoas estão o tempo todo circulando pela cidade, por isso, quanto maior sua cobertura, maiores são as chances do seu público interagir com sua marca nos ativos PAD.



**CIRCUITO DIGITAL PAD** Rapo



DIA DAS  
**MAES**  
COM  
**SAHIA**

TOUCH  
R\$69,90  
DIA DAS  
**MAES**

**+150.000 PESSOAS /  
DIA**  
**AV. RAJA GABAGLIA**  
**BAIRRO – CENTRO**  
**FORMATO: 8M X**

**Localiza**  
SEMINOVOS



**+160.000 PESSOAS / DIA**  
**AV. NOSSA SRA. DO CARMO – CENTRO**  
**- BAIRRO**  
**FORMATO: 9.0M X 3,0M**



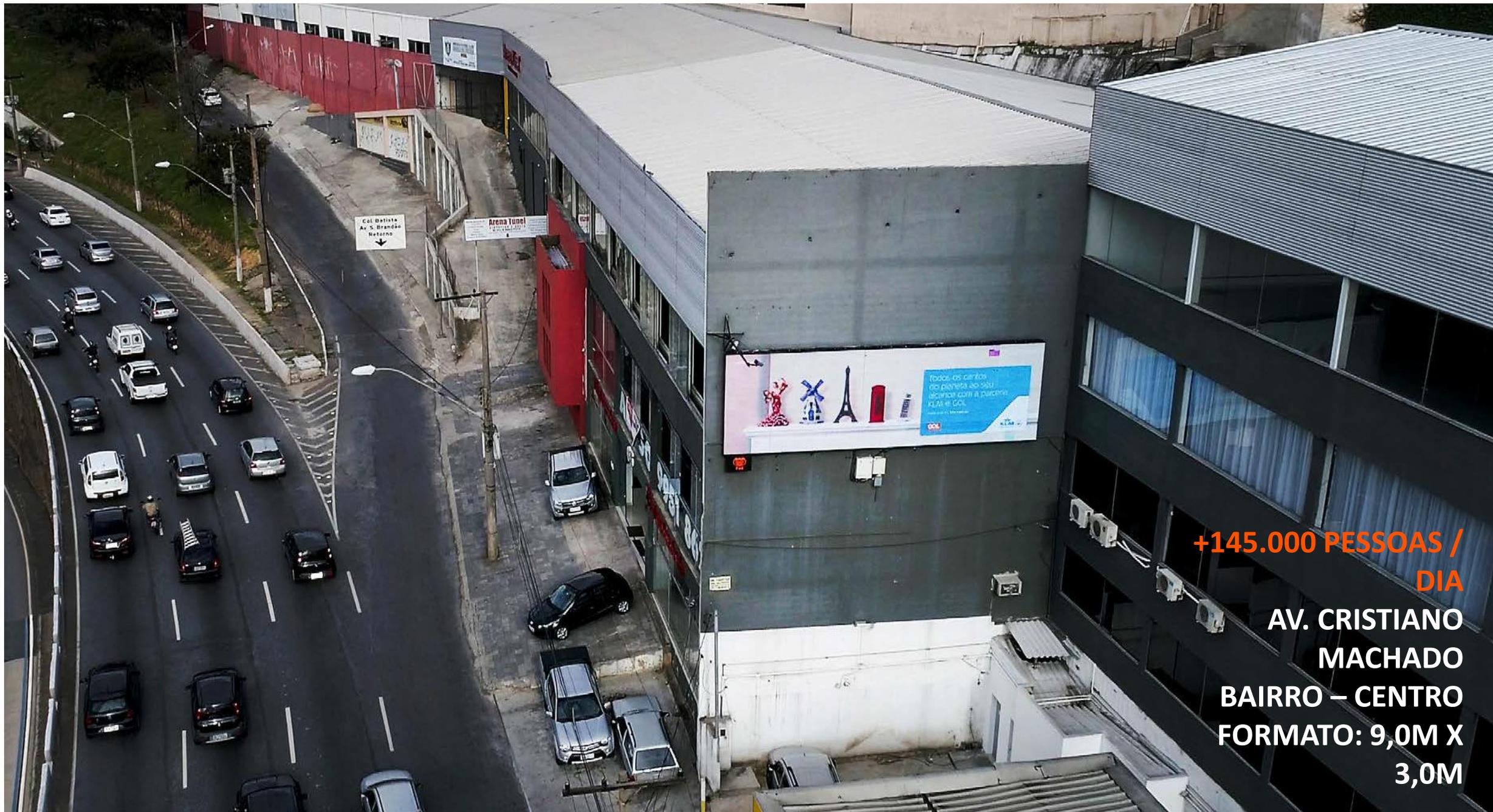
**+170.000 PESSOAS / DIA**  
**AV. NOSSA SRA. DO CARMO – BAIRRO**  
**- CENTRO**  
**FORMATO: 9.0M X 3,0M**



**+105.000 PESSOAS / DIA**  
**AV. RAJA GABAGLIA – CENTRO -**  
**BAIRRO**  
**FORMATO: 9.0M X 3,0M**



**+95.000 PESSOAS / DIA**  
**AV. PROF. MÁRIO WERNECK – CENTRO**  
**- BAIRRO**  
**FORMATO: 9.0M X 3,0M**



Cal Batista  
Av. S. Brando  
Batista

Arena Tunnel

Todos os cartões do planeta ao seu alcance com a parceria KLM e GOL

**+145.000 PESSOAS / DIA**

**AV. CRISTIANO MACHADO  
BAIRRO – CENTRO  
FORMATO: 9,0M X 3,0M**



**+155.000 PESSOAS / DIA**  
**AV. TEREZA CRISTINA – CENTRO -**  
**BAIRRO**  
**FORMATO: 9.0M X 3,0M**



**+150.000 PESSOAS / DIA**  
**AV. ANTÔNIO CARLOS – CENTRO -**  
**BAIRRO**  
**FORMATO: 9.0M X 3,0M**



**+140.000 PESSOAS / DIA**  
**AV. ANTÔNIO CARLOS – BAIRRO -**  
**CENTRO**  
**FORMATO: 9.0M X 3,0M**



**+190.000 PESSOAS / DIA**  
**RODOVIA MG10 – AEROPORTO DE**  
**CONFINES - CENTRO**  
**FORMATO: 9.0M X 3,0M**



**+90.000 PESSOAS /  
DIA**

**AV. VILARINHO  
BAIRRO – CENTRO  
FORMATO: 9,0M X  
3,0M**

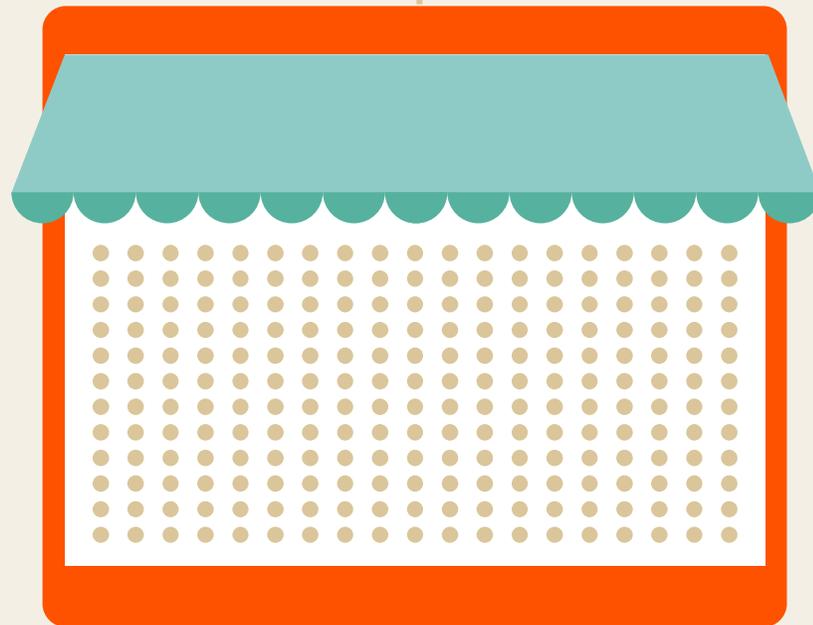
# Circuito de Bancas Digitais

**Formato de  
contratação:**

28 DIAS

**Frequência  
de inserção:**

112.000.



Localizadas na região do hiper centro da capital: região com maior fluxo de pessoas

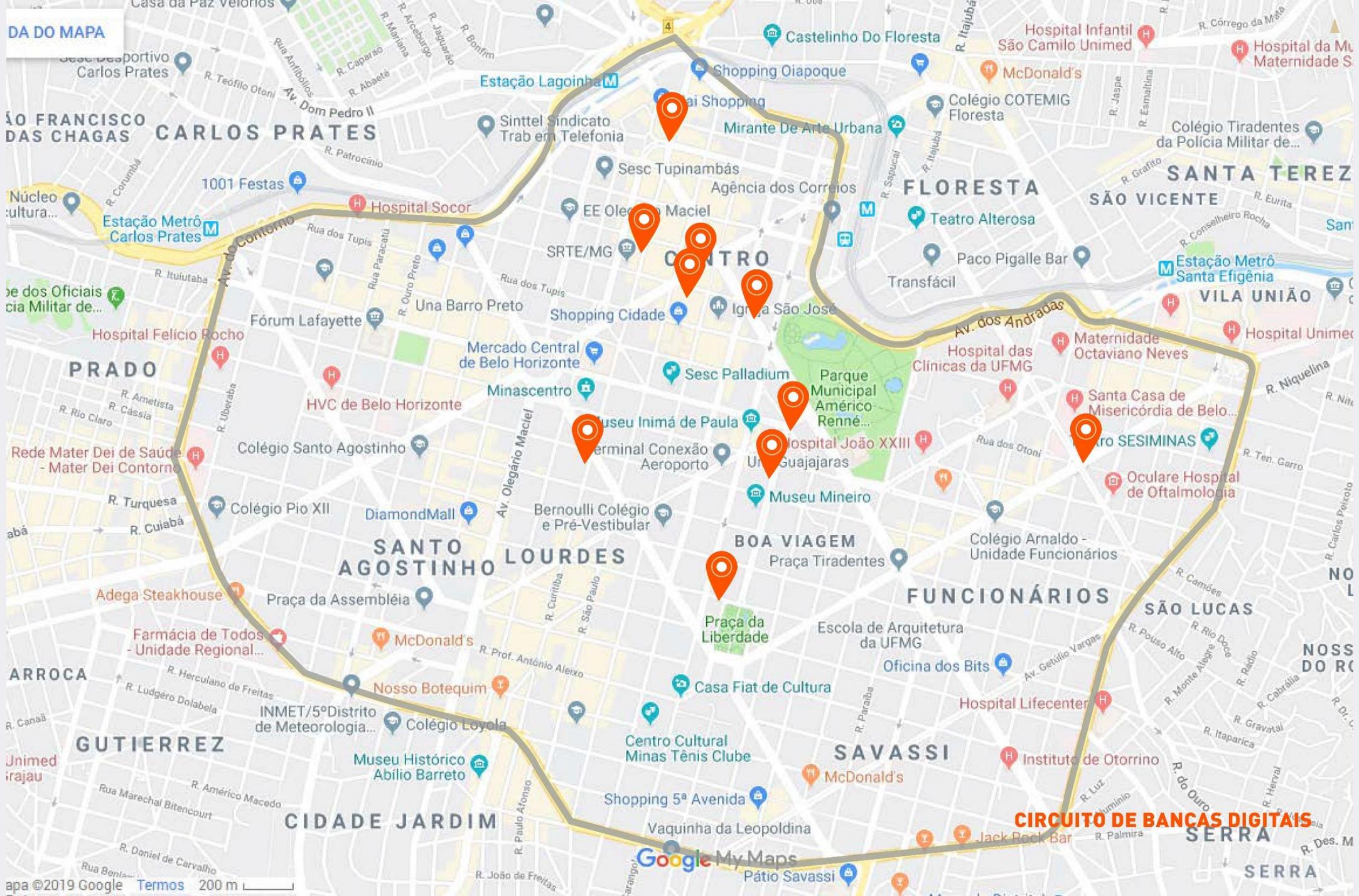
CONTEÚDO DINÂMICO para chamar a atenção do público;

Modificação ou substituição de anúncios e campanhas EM TEMPO REAL;

QUANTIDADE ILIMITADA DE MATERIAIS, o que significa que a cada inserção você pode apresentar uma mensagem diferente;

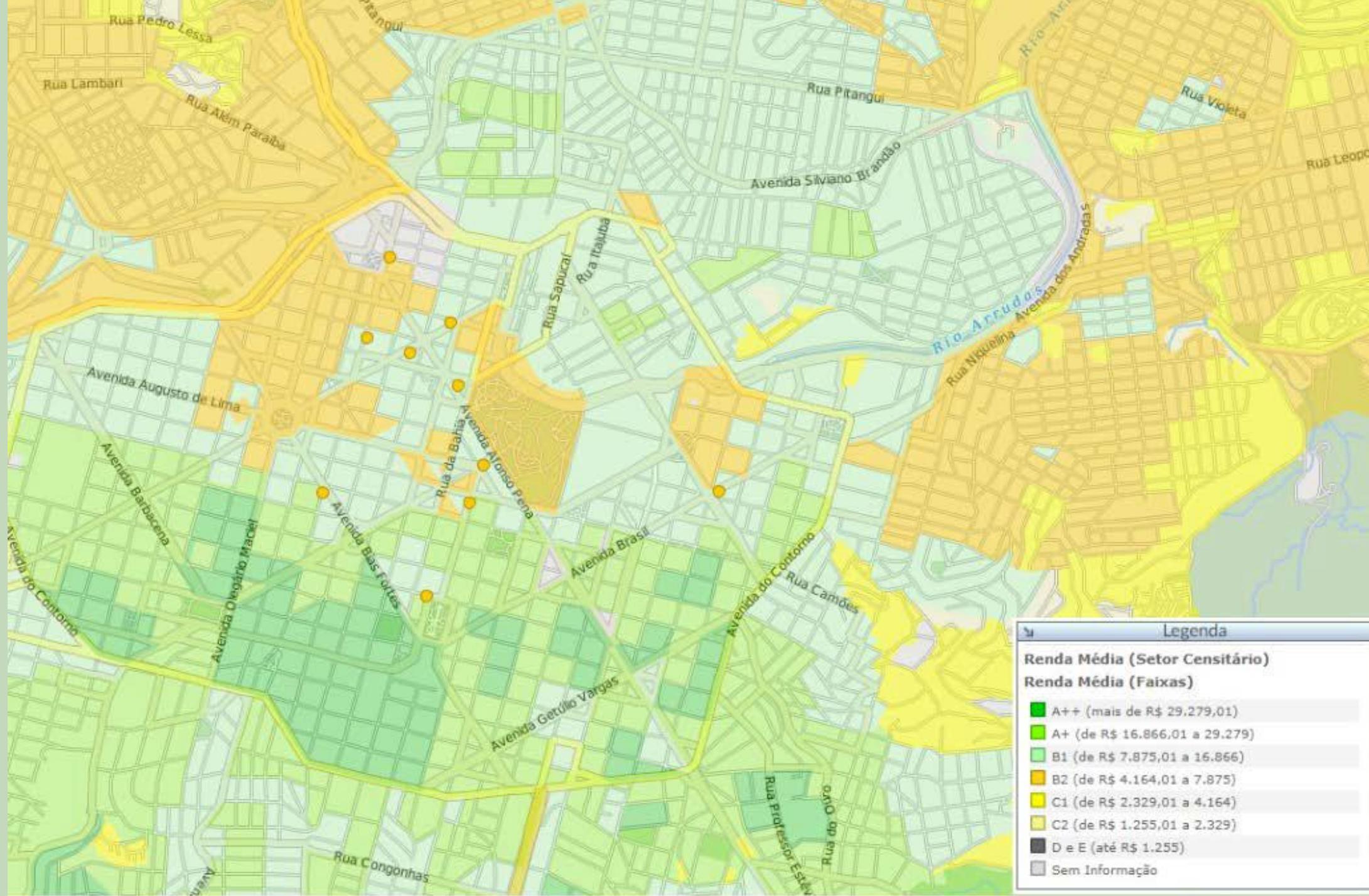
TECNOLOGIA com controle de luminosidade automático, visibilidade ideal a qualquer hora do dia

DA DO MAPA

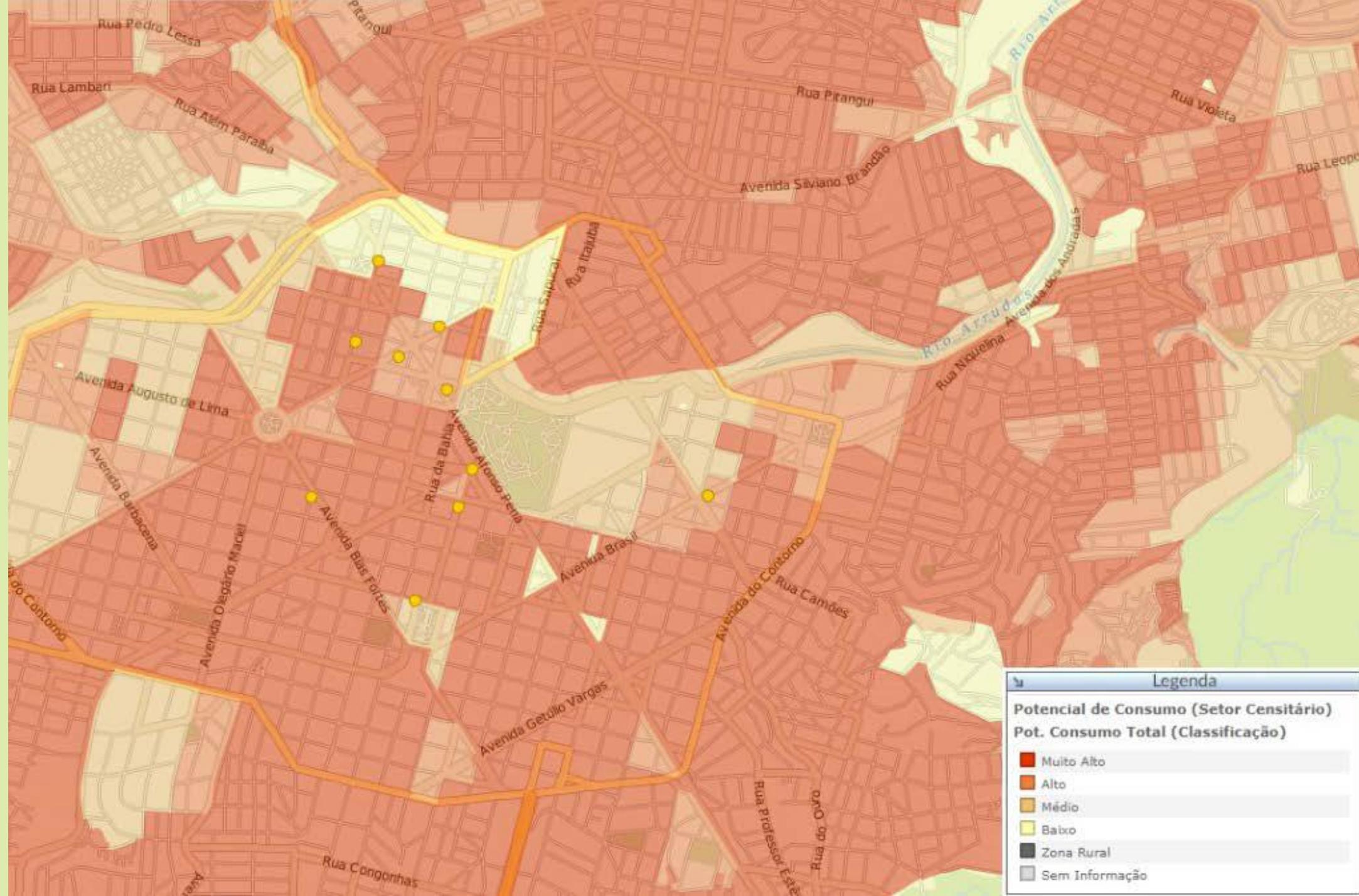


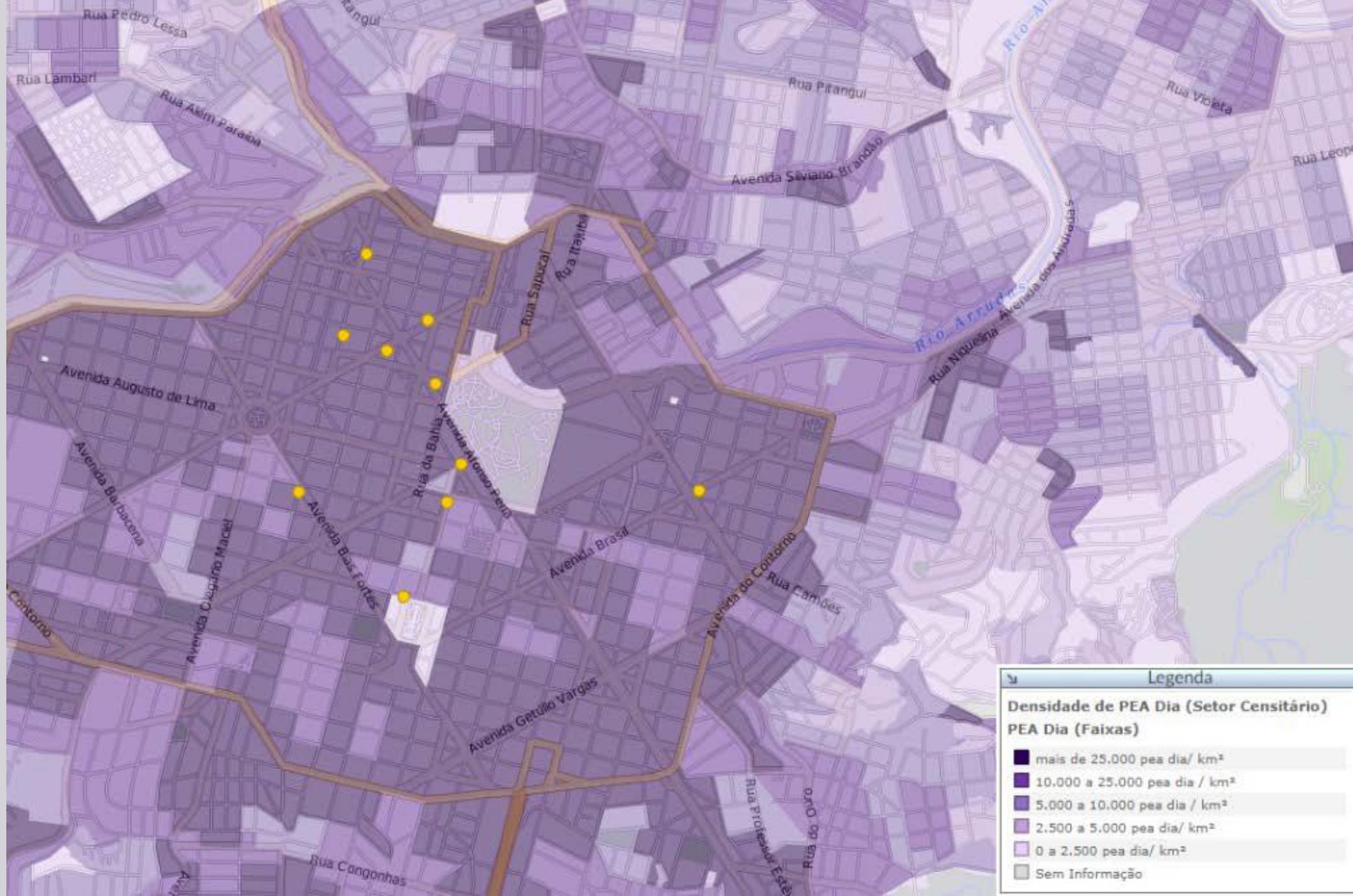
CIRCUITO DE BANCAS DIGITAIS

Google My Maps

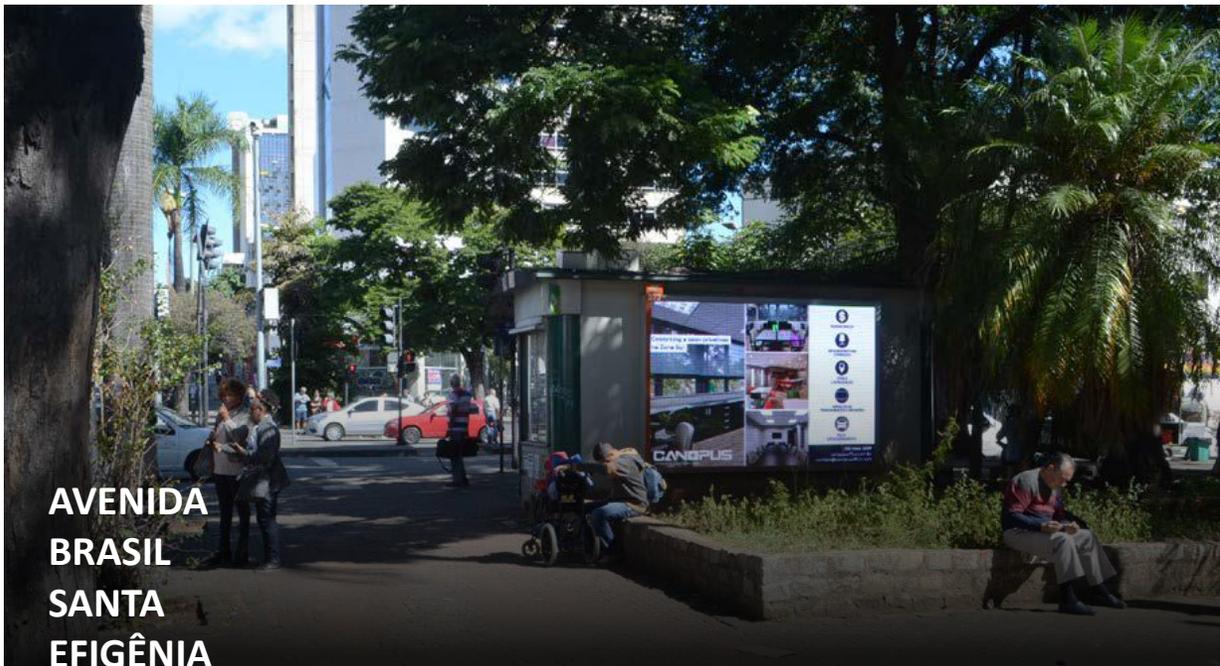


Legenda	
<b>Renda Média (Setor Censitário)</b>	
<b>Renda Média (Faixas)</b>	
	A++ (mais de R\$ 29.279,01)
	A+ (de R\$ 16.866,01 a 29.279)
	B1 (de R\$ 7.875,01 a 16.866)
	B2 (de R\$ 4.164,01 a 7.875)
	C1 (de R\$ 2.329,01 a 4.164)
	C2 (de R\$ 1.255,01 a 2.329)
	D e E (até R\$ 1.255)
	Sem Informação





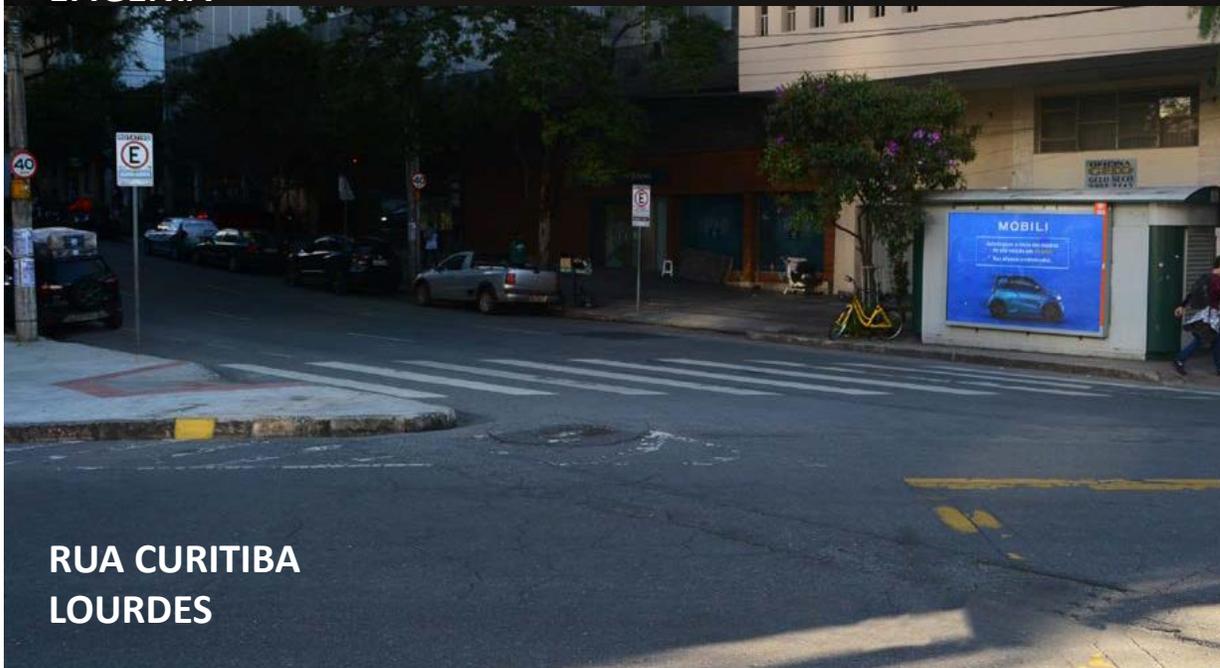
Legenda	
<b>Densidade de PEA Dia (Setor Censitário)</b>	
<b>PEA Dia (Faixas)</b>	
	mais de 25.000 pea dia / km <sup>2</sup>
	10.000 a 25.000 pea dia / km <sup>2</sup>
	5.000 a 10.000 pea dia / km <sup>2</sup>
	2.500 a 5.000 pea dia / km <sup>2</sup>
	0 a 2.500 pea dia / km <sup>2</sup>
	Sem Informação



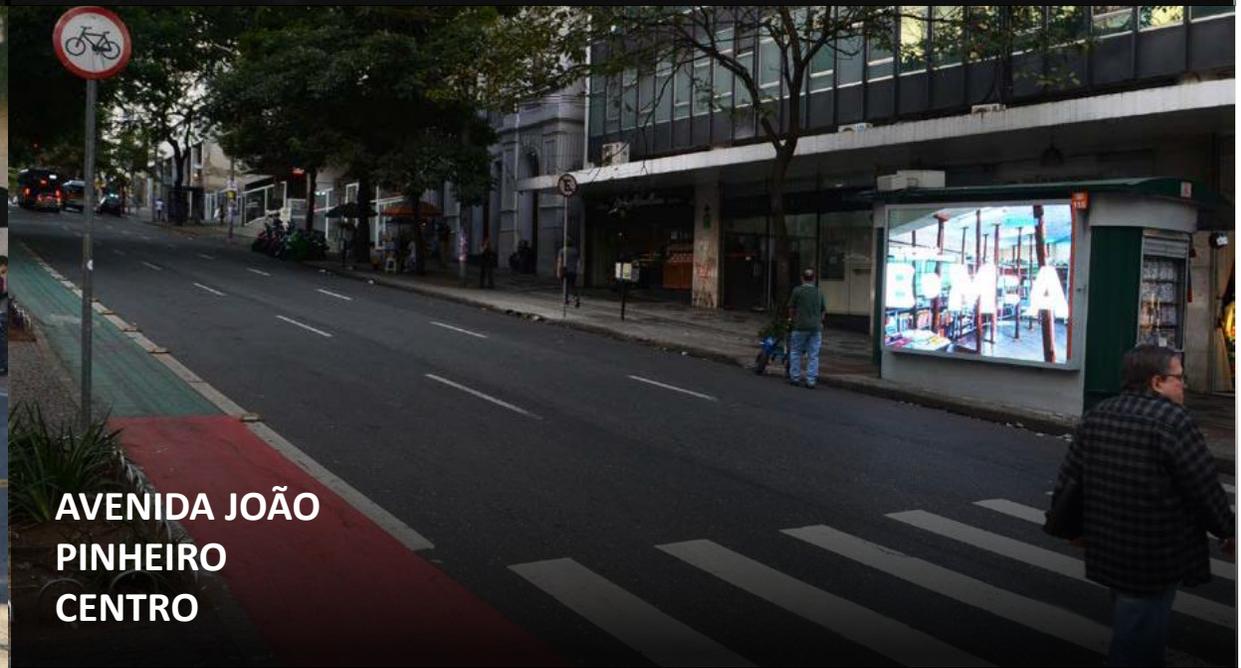
**AVENIDA  
BRASIL  
SANTA  
EFIGÊNIA**



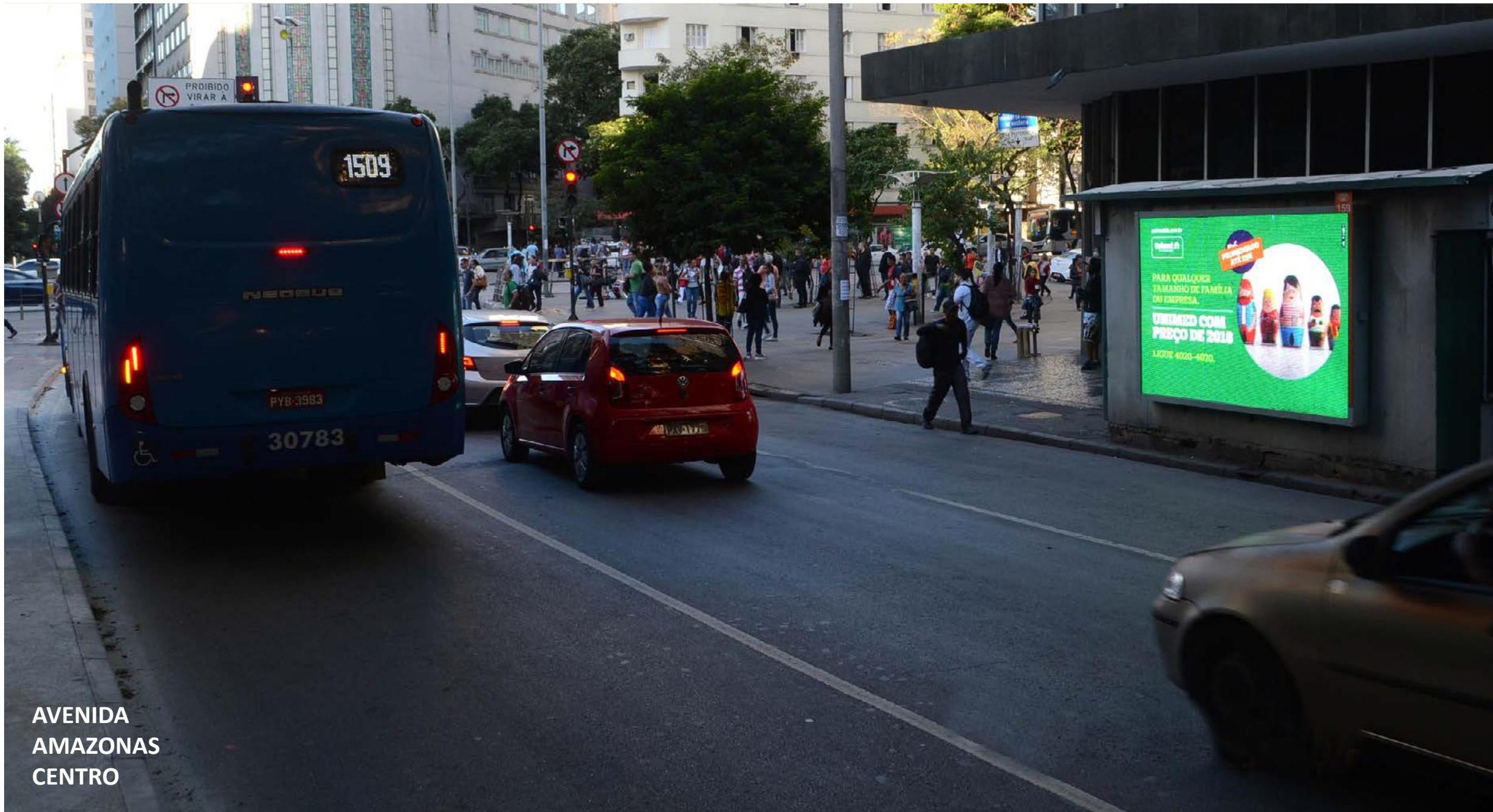
**RUA GONÇALVES  
DIAS  
SAVASSI**



**RUA CURITIBA  
LOURDES**



**AVENIDA JOÃO  
PINHEIRO  
CENTRO**



AVENIDA  
AMAZONAS  
CENTRO



**RUA  
CURITIBA  
CENTRO**



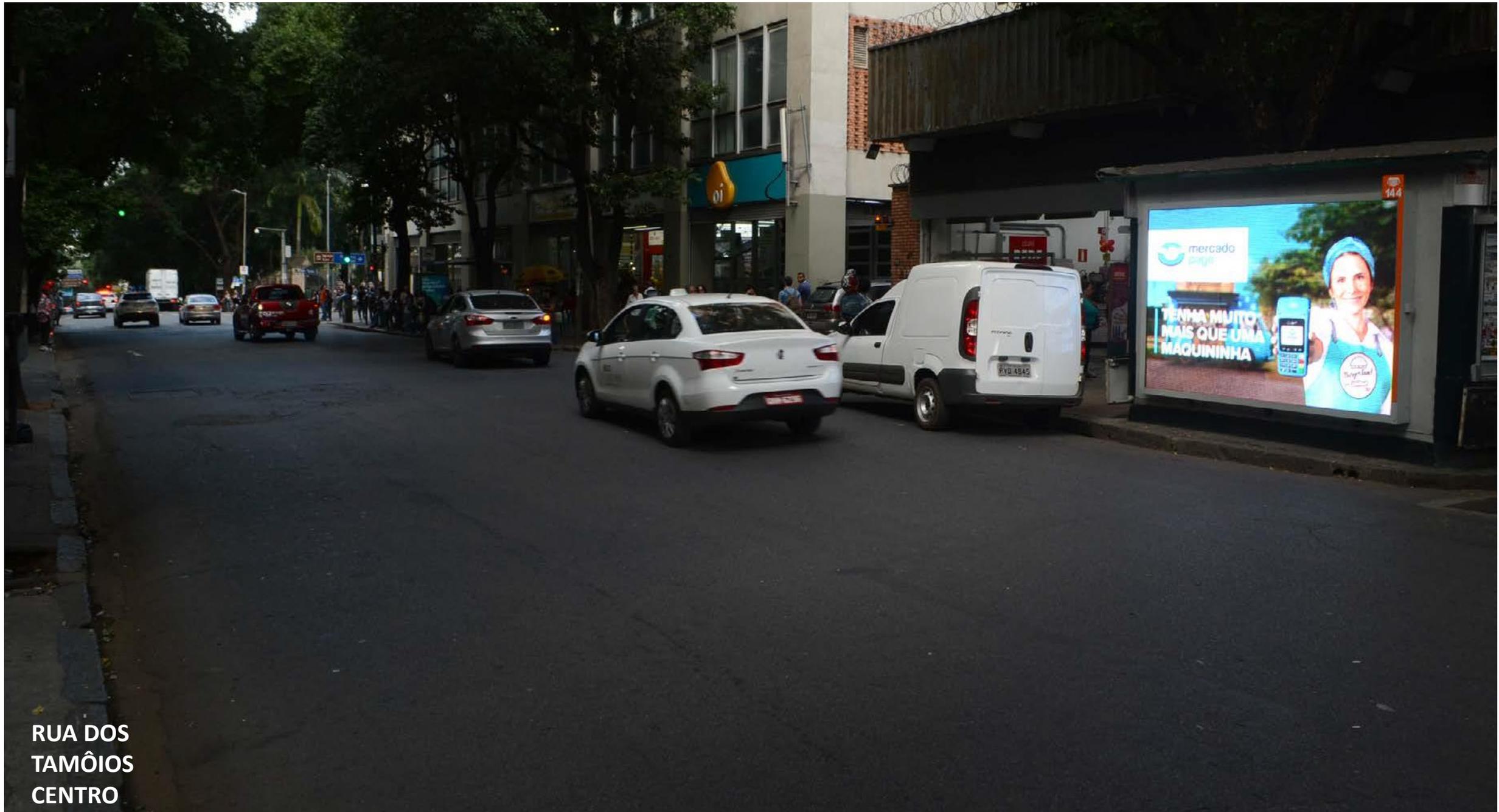
**AVENIDA SANTOS  
DUMOND  
CENTRO**



**RUA GOIÁS  
CENTRO**



**AVENIDA AFONSO  
PENA  
CENTRO**



RUA DOS  
TAMÓIOS  
CENTRO



# Cobertura Digital Interior

**CONFIABILIDADE E GARANTIA**  
de qualidade PAD;

**O MAIS COMPLETO CIRCUITO**  
de painéis do interior de Minas;

Cidades que concentram  
**8 MILHÕES DE PESSOAS,**  
**+ DE 30% DO PIB DO ESTADO;**

**CONTROLE DE MANUTENÇÃO RIGOROSO:** equipes, 24 horas por dia, com atuação preventiva e corretiva.

## São 55 painéis digitais espalhados por 26 cidades do interior de Minas.

Arcos  
Barbacena  
Coronel Fabriciano  
Conselheiro Lafaiete  
Contagem  
Confins  
Lagoa Santa  
Vespasiano  
Divinópolis  
Governador Valadares

Ipatinga  
Ituiutaba  
Juiz De Fora  
João Monlevade  
Montes Claros  
Muriaé  
Patos De Minas  
Passos  
Pouso Alegre  
Pará De Minas

Timóteo  
Teófilo Otoni  
Unaí  
Uberlândia  
Uberaba  
Viçosa





**Pad**