



## MERCADO

A Transamérica atinge milhões de brasileiros através de conteúdos específicos em razão de ser a única rede de emissoras de rádio que possui três formatos diferentes de programação, gerados via satélite com qualidade de som digital.

Impulsionada pelo ecletismo musical de ouvintes cada vez mais exigentes, a Transamérica desde 2000 trouxe novas opções de programação com características distintas, para nichos de públicos singulares: POP, HITS E LIGHT, criando de forma inédita no rádio, múltiplos mercados de atuação.

Através de seu sistema de franquias, pioneira na implantação eficiente desses formatos diferenciados de programação, a Rede Transamérica de Comunicação atraiu dezenas de emissoras franqueadas para a transmissão de seu conteúdo, expandindo sua marca para 1.375 cidades importantes em todo o Brasil. Tornou-se referência na multigeração de distintos sinais via satélite, contribuindo com a evolução profissional do meio nas áreas técnica, comercial e artística. Este modelo avançou fronteiras e atraiu parceiros internacionais, a Voix Japan Incorporated, onde através da Transamérica Internacional, ouvintes das principais cidades do Japão recebem uma mescla dos três formatos de programação.

Aprimorando sua expertise na produção de conteúdos diversificados, e atenta ao crescente interesse da audiência na programação esportiva, a Transamérica inovou mais uma vez e investiu nas transmissões e no conteúdo jornalístico focados no esporte. Com isto, a Transamérica abriu um novo mercado para os profissionais especializados neste tipo de conteúdo, valorizando e expandindo seu trabalho no FM.

A transmissão esportiva da Transamérica é diferenciada pois consegue unir a irreverência e o bom humor com credibilidade, gerando uma fórmula de sucesso. Esta programação está disponível para as três redes (POP/HITS/LIGHT).

Em 2010 o grande destaque da Transamérica

foi a ampla cobertura do maior evento esportivo do mundo, a Copa da África do Sul para mais de 60 emissoras integrantes das redes POP, HITS e LIGHT. Levou a maior equipe de profissionais do meio rádio, que produziram programas diretamente do local do evento, com todas as informações da competição, matérias e entrevistas especiais.

## PRODUTO

As três redes de emissoras de rádio: POP para o segmento jovem, HITS voltada para o segmen-

to popular e LIGHT para o segmento de público adulto e qualificado, investiram na produção de programas ao vivo, como o Estúdio ao Vivo com participação dos principais artistas nacionais e internacionais. Esta programação é também transmitida via internet (LIVE E ON DEMAND) com áudio e vídeo de alta definição através de um dos mais importantes sites brasileiros de entretenimento musical: o [showlivre.com](http://showlivre.com).

A Transamérica atenta à conectividade e velocidade com que seus ouvintes consomem os mais variados tipos de informações e produtos, continua investindo no segmento on line e mobile. Os portais de Internet Transshopping ([www.transshopping.com.br](http://www.transshopping.com.br)): comparativo de preços de produtos entre lojas e Mercado da Música ([www.mercadodamusica.com.br](http://www.mercadodamusica.com.br)): o maior e mais variado catálogo de músicas para download este ano ampliaram sua oferta de produtos. E no segmento mobile com o Transmobile, várias ações e promoções para celulares vem sendo realizadas facilitando a interatividade com a audiência.

Este ano um de seus programas também ganhou o reconhecimento da APCA (Associação Paulista dos Críticos de Artes), o programa GALERA GOL, da Transamérica POP de São Paulo (100,1 MHz),



Foto: Denise Ushisima



eleito o "Melhor Programa de Humor" na categoria rádio. Com um formato que mescla informação sobre futebol e humor, a atração recebe importantes jogadores de futebol, além de astros da música, num bate papo descontraído sobre o esporte.

## VALORES DA MARCA

Considerando a crescente expectativa da audiência a respeito da qualidade e inovação dos produtos oferecidos pela emissora, a Transamérica expandiu sua área de atuação, o que valorizou sua marca nos aspectos de confiabilidade e fidelidade.

Prova disso é sua consagração junto aos clientes e ouvintes. A Transamérica tem conquistado patrocinadores de grande prestígio nos segmentos que atuam, valorizando ainda mais a sua marca. Destaque também para o sucesso da audiência junto ao grande público, que acompanha as novidades de sua programação.

Com a missão de ser a melhor opção de entretenimento para seus ouvintes, atendendo as necessidades de comunicação de seus clientes, a Transamérica têm investido constantemente na qualidade de seus produtos, levando ao ar programas de grande repercussão, as melhores promoções, shows nacionais e internacionais, além de participar dos mais importantes eventos.

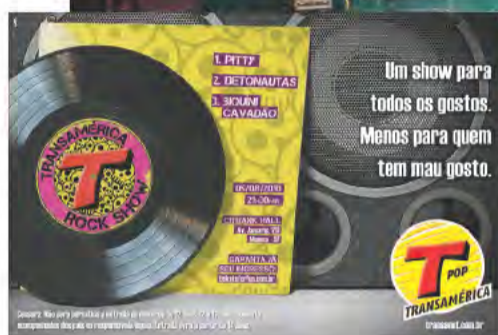
## EVOLUÇÕES RECENTES

Com a evolução das mídias sociais que aumentaram a interação da população conectada na internet, a Transamérica ampliou o destaque destas ferramentas de comunicação em sua programação e em seu site [transanet.com.br](http://transanet.com.br). A criação e o compartilhamento da informação nos mais diversos formatos estreitou os laços com seus ouvintes, aumentando a sua participação e o envolvimento nos conteúdos oferecidos pela emissora.

Outro destaque relevante é o interesse da emissora em ampliar sua atuação no marketing esportivo, concentrando esforços no planejamento para a cobertura das grandes disputas



Foto: Aloisio Felipe



que ocorrerão nesta área: Jogos Panamericanos, Jogos Olímpicos e a próxima Copa do Mundo. Também aumentou seu apoio na promoção de eventos automobilísticos (Stock car, WTC, GT3) agregando valor à personalidade de sua marca.

## COMUNICAÇÃO

Promovendo e divulgando a diversidade de sua programação, a Transamérica desenvolveu neste último ano campanhas institucionais que personalizaram seu conteúdo, aumentando a empatia com seus ouvintes, e reforçando o seu poder de comunicação. As campanhas também enfatizam a nova logomarca, modernizada no ano de 2009, fortalecendo a imagem corporativa da Transamérica, além da identidade visual de seus diferentes formatos de programação, com destaque para as particularidades de cada rede.

No setor de Promoções intensificaram-se as ações de nossa equipe na divulgação de programas ao vivo, grandes shows por todo o Brasil, eventos sazonais e de destaque internacional, tais como:

rádio oficial do Elite Model Look Brasil, o maior concurso de modelos da América Latina e responsável por revelar as "Tops Internacionais" Gisele Bündchen, Isabeli Fontana e Naomi Campbell, media partner da 21ª Edição da Bienal Internacional do Livro, e expositor da 26ª Edição

do Salão Internacional do Automóvel

Este ano a Transamérica HITS, a rede de rádio que mais cresce em todo o Brasil, também comemorou 10 anos com um grande show que contou com a presença dos principais artistas do segmento.

## HISTÓRIA

Desde sua inauguração em Recife no ano de 1973, onde foi instalada a primeira unidade Transamérica, o veículo passou por inúmeras transformações, ressaltando sua expressiva contribuição ao mercado de radiodifusão, inspirando outras emissoras. A Transamérica iniciou sua transmissão com programações musicais gravadas, posteriormente passou a gerar seu sinal ao vivo, e em 1990 ocorreu sua primeira transmissão via satélite. Há mais de 10 anos gera seu sinal por streaming na internet. Ao longo destes anos, com a vivência dessas etapas acompanhamos a consolidação de uma grande marca, que faz história no rádio brasileiro.

Pioneirismo, inovação e forte identificação com sua audiência são os principais atributos da Transamérica, tendo um papel marcante no entretenimento musical de várias gerações de ouvintes.

## O QUE VOCÊ NÃO SABIA SOBRE A TRANSAMÉRICA

- A Transamérica foi a precursora das transmissões via satélite no rádio FM, e junto com os técnicos da Embratel desenvolveu um modelo específico para estas transmissões.
- Pertencente ao Conglomerado Financeiro Alfa, um dos maiores grupos financeiros do país, a empresa orgulha-se em ser a maior Rede de Rádio Fm do Brasil.

