



COMBO SAÚDE 2020



O **Instituto Nacional do Câncer (INCA)**, estima que o Brasil deverá registrar 625 mil novos casos de câncer para cada ano do triênio 2020/2022. Foram anunciados os seguintes dados que foram produzidos com base em hospitais de câncer e registros populacionais:

- ❖ Dos 625 mil novos casos, **50,3%** deverão ocorrer em **homens** e **49,7% em mulheres**;
- ❖ O **câncer de pele não melanoma** está estimado em **177 mil novos casos**, seguido por **mama** com **66.280 mil**, **próstata** com **65.840 mil**, **cólon e reto** com **20.470 mil**.
- ❖ O **Sudeste** concentra o maior número de casos de **câncer de mama**, com **81,06** a cada 100 mil habitantes.

O Inca ainda ressalta que a prevenção continua sendo a melhor forma de evitar a doença, já que aproximadamente um terço dos casos novos poderiam ser evitados pela redução ou mesmo a eliminação de fatores de risco ambientais e os relacionados à hábitos de vida.

Fonte: <http://www.oncoguia.org.br/conteudo/estimativas-no-brasil/1705/1/>



A **TV Rio Sul** apresenta a oportunidade de fortalecimento da sua marca através do Combo Saúde. Os projetos tem o intuito de ajudar e conscientizar a população do sul do Estado do Rio de Janeiro sobre os riscos dos cânceres de mama e colo do útero, próstata e pele, com dicas de como se prevenir e tratar destas doenças.

Os projetos contemplam produções de vídeos com dicas de prevenção e conscientização sobre as respectivas doenças, lives no instagram da TV Rio Sul (@oficialtvriosul) com um especialista que vai bater um papo com a população sobre os temas, vinhetas de bloco nos jornais *RJ1* e *RJ2* e um flash no intervalo de Malhação chamando para assistir as lives. No digital o patrocinador terá visibilidade através de banners de divulgação.

Confira nas próximas páginas as informações completas sobre cada projeto.



# Outubro Rosa<sup>®</sup>



Movimento internacional de conscientização para o controle do câncer de mama, o *Outubro Rosa* foi criado no início da década de 1990 pela Fundação Susan G. Komen for the Cure. A data é celebrada anualmente, com o objetivo de compartilhar informações e promover a conscientização sobre a doença; proporcionar maior acesso aos serviços de diagnóstico e de tratamento e contribuir para a redução da mortalidade.

- ❖ Em 2017 foram **16.927 mortes** em decorrência **ao câncer de mama**, sendo **16.724 mulheres e 203 homens**. Em 2018 foram **6.526 mortes**, decorrente ao **câncer do colo do útero**.
- ❖ Estima-se que em 2018 foram registrados **59.700 novos casos de câncer de mama** no Brasil;
- ❖ Segundo o INCA para 2020 a estimativa é de **66.280 novos casos de câncer de mama e 16.590 de colo do útero**.
- ❖ **Câncer do colo do útero é o terceiro** tumor maligno mais frequente na população feminina (atrás do câncer de mama e do colorretal), e a **quarta causa de morte** de mulheres por câncer no Brasil.

Fonte: <https://www.inca.gov.br/tipos-de-cancer/cancer-de-mama>  
<https://www.inca.gov.br/tipos-de-cancer/cancer-do-colo-do-utero>  
<http://www.ans.gov.br/aans/noticias-ans/consumidor/5177-outubro-rosa#:~:text=Relativamente%20raro%20antes%20dos%2035,c%C3%A2ncer%20de%20mama%20no%20Brasil>.

# OPORTUNIDADE



Todos os anos a TV Rio Sul promove o evento *Outubro Rosa*, que tem como objetivo conscientizar a população sobre os riscos do câncer de mama e colo do útero, com dicas de como se prevenir e tratar desta doença. Este ano, devido a pandemia do COVID-19 não será possível realizar o evento, mas para continuar prestando este serviço a população desenvolvemos o projeto **Outubro Rosa**.

O projeto contempla 3 produções de vídeos com dicas de prevenção e conscientização do câncer de mama e do colo do útero, uma live no instagram da TV Rio Sul (@oficialtvriosul) com um especialista que vai bater um papo com a população sobre esse tema, vinhetas de bloco nos jornais *RJ1* e *RJ2* e um flash no intervalo de Malhação. No digital o patrocinador terá visibilidade através de banners de divulgação. As dicas falam sobre atividade física e alimentação, amamentação e autoexame, além de convidar para assistir a live, que acontecerá no dia 26 de outubro (segunda-feira)\*, às 18h. O projeto é uma excelente oportunidade de se aproximar do seu público.

**Avalie o Esquema Comercial e o grande potencial que esse projeto oferece de impactar e aproximar a sua marca de um público pra lá de especial!**

\*Dia da semana de maior audiência de acordo com o relatório de Gestão de Redes Sociais, Mlabs.

# APROVEITAMENTO



VEÍCULO	DESCRIÇÃO	MÍDIA BÁSICA/ DETERMINAÇÃO	FORMATO/PEÇA	APROVEITAMENTO	Nº DE INSERÇÕES	IMPACTOS/IMPRESSÕES
TV RIO SUL	Campanha de divulgação das dicas e live (transmissão)	Bom Dia Rio, Bom Dia Brasil, Bem Estar, RJ1, Vale a Pena Ver de Novo, Sessão da Tarde, Globo Repórter, Jornal da Globo, É de Casa, Simples Assim, Temperatura Máxima	VT - 45"	5"	14	+ de 2 milhões de impactos de telespectadores
	Divulgação da live na programação da TV	RJ1 e RJ2	Vinhetas de bloco – 23"	5"	3	
	Flash de divulgação da live na programação da TV	Malhação	Flash – 60"	5"	1	
G1	Campanha de Divulgação das dicas e live (transmissão)	Home e Internas / g1.com.br/tvriosul	Retângulo Médio 1 - Retângulo Médio 2 - Retângulo Mobile Matéria	Logo de assinatura do patrocinador para os banners	-	25.560 impressões determinadas



Cross Mídia – 19 a 26 de outubro de 2020

PROPRIEDADE	SITE	FORMATOS	DIVERSOS / BANNER CONTEXTUALIZADO (ESPECIFICAR OS FORMATOS)	DISPOSITIVO	LOCAL	UNIDADE DE VENDA	PERÍODO (DIAS)	ENTREGA DETERMINADA	VISIBILIDADE
Mídia de Divulgação	<a href="http://g1.com.br/tvriosul">g1.com.br/tvriosul</a>	Diversos	Retângulo Médio 1 - Retângulo Médio 2 - Retângulo Mobile Matéria	Desktop e Mobile	Home e Internas	CPM	8	25.560	26%



# ESQUEMA COMERCIAL



GÊNERO

SOCIAL / COMUNITÁRIO

PERÍODO DE VEICULAÇÃO

19 a 26 de outubro de 2020.

MERCADO

RES

TARGET

AS ABCDE 04+

PREVISÃO

Mais de 2 milhões de impactos de telespectadores\*

NÚMERO DE INSERÇÕES

18

NÚMERO DE COTA

04

NÚMERO DE VT

03

MÍDIA BÁSICA

RJ1, Vale a Pena Ver de Novo, Globo Repórter, Simples Assim, Temperatura Máxima

## DESCRIÇÃO

ITENS	PERÍODO	INSERÇÕES	DURAÇÃO VT	ASS
CH. de Dicas	19 a 26/10	14	45"	5"
VH. de Bloco   RJ1	-	02	-	5"
VH. de Bloco   RJ2	-	01	-	5"
Flash	26/10	01	60"	5"

\*Previsão com base na simulação feita em 14/082020 no Mapa de Mídia da TV Rio Sul, podendo variar de acordo com o dia de exibição.

# INVESTIMENTO



VEICULAÇÃO (MÍDIA TV)	R\$4.570,00
INTERNET	R\$230,00
PRODUÇÃO	R\$100,00
<b>TOTAL</b>	<b>R\$4.900,00</b>

ESTÁ INTERESSADO(A) ? [CLIQUE AQUI E FALE CONOSCO!](#)



**NOVEMBRO<sup>®</sup>**  
*Alzu*



O *Novembro Azul* é uma campanha de conscientização realizada por diversas entidades no mês de novembro dirigida à sociedade e, em especial, aos homens, para conscientização a respeito de doenças masculinas, com ênfase na prevenção e no diagnóstico precoce do cancro de próstata. O movimento surgiu na Austrália, em 2003, chamado *November*, aproveitando as comemorações do Dia Mundial de Combate ao Câncer de Próstata, realizado no dia 17 de novembro.

- ❖ No Brasil, o *câncer de próstata* é o **segundo mais comum entre os homens** (atrás apenas do câncer de pele não-melanoma).
- ❖ Mais do que qualquer outro tipo, é considerado um **câncer da terceira idade**, já que cerca de **75%** dos casos no mundo **ocorrem a partir dos 65**.
- ❖ Segundo o INCA, estima-se que em 2020 serão **65.840 novos casos**.
- ❖ Em 2017 foram **15.391 mortes** por decorrência do câncer de próstata.

# OPORTUNIDADE



Todos os anos a TV Rio Sul promove o evento *Novembro Azul*, que tem como objetivo conscientizar a população sobre os riscos do câncer de próstata, com dicas de como se prevenir e tratar desta doença. Este ano, devido a pandemia do COVID-19 não será possível realizar o evento, mas para continuar prestando este serviço a população desenvolvemos o projeto **Novembro Azul**.

O projeto contempla 3 produções de vídeos com dicas de prevenção e conscientização do câncer de próstata, uma live no instagram da TV Rio Sul (@oficialtvriosul) com um especialista que vai bater um papo com a população sobre esse tema, vinhetas de bloco nos jornais *RJ1* e *RJ2* e um flash no intervalo de Malhação. No digital o patrocinador terá visibilidade através de banners de divulgação. As dicas falam sobre sintomas, fatores de risco e a importância do auto exame, além de convidar para assistir a live, que acontecerá no dia 9 de novembro (segunda-feira)\*, às 18h. O projeto é uma excelente oportunidade de se aproximar do seu público.

**Avalie o Esquema Comercial e o grande potencial que esse projeto oferece de impactar e aproximar a sua marca do seu público-alvo.**

\*Dia da semana de maior audiência de acordo com o relatório de Gestão de Redes Sociais, Mlabs.

# APROVEITAMENTO



VEÍCULO	DESCRIÇÃO	MÍDIA BÁSICA/ DETERMINAÇÃO	FORMATO/PEÇA	APROVEITAMENTO	Nº DE INSERÇÕES	IMPACTOS/IMPRESSÕES
TV RIO SUL	Campanha de divulgação das dicas e live (transmissão)	Bom Dia Rio, Bem Estar, RJ1, Globo Esporte, Vale a Pena Ver de Novo, Globo Repórter, Jornal da Globo, É De Casa, Caldeirão do Huck, AutoEsporte	VT - 45"	5"	12	+ de 2 milhões de impactos de telespectadores
	Divulgação da live na programação da TV	RJ1 e RJ2	Vinhetas de bloco – 23"	5"	3	
	Flash de divulgação da live na programação da TV	Malhação	Flash – 60"	5"	1	
G1	Campanha de Divulgação das dicas e live (transmissão)	Home e Internas / g1.com.br/tvriosul	Retângulo Médio 1 - Retângulo Médio 2 - Retângulo Mobile Matéria - Billboard Feed	Logo de assinatura do patrocinador para os banners	-	25.560 impressões determinadas



Cross Mídia – 03 a 09 de novembro de 2020

PROPRIEDADE	SITE	FORMATOS	DIVERSOS / BANNER CONTEXTUALIZADO (ESPECIFICAR OS FORMATOS)	DISPOSITIVO	LOCAL	UNIDADE DE VENDA	PERÍODO (DIAS)	ENTREGA DETERMINADA	VISIBILIDADE
Mídia de Divulgação	g1.com.br/tvriosul	Diversos	Retângulo Médio 1 - Retângulo Médio 2 - Retângulo Mobile Matéria - Billboard Feed	Desktop e Mobile	Home e Internas	CPM	7	25.560	27%

# ESQUEMA COMERCIAL



GÊNERO

SOCIAL / COMUNITÁRIO

PERÍODO DE VEICULAÇÃO

03 a 09 de novembro de 2020

MERCADO

RES

TARGET

AS ABCDE 04+

PREVISÃO

Mais de 2 milhões de impactos de telespectadores\*

NÚMERO DE INSERÇÕES

16

NÚMERO DE COTA

04

NÚMERO DE VT

03

MÍDIA BÁSICA

RJ1, Globo Esporte, Globo Repórter, Caldeirão do Huck, AutoEsporte

## DESCRIÇÃO

ITENS	PERÍODO	INSERÇÕES	DURAÇÃO VT	ASS
CH. de Dicas	03 a 09/11	12	45"	5"
VH. de Bloco   RJ1	-	02	-	5"
VH. de Bloco   RJ2	-	01	-	5"
Flash	09/11	01	60"	5"

\*Previsão com base na simulação feita em 14/082020 no Mapa de Mídia da TV Rio Sul, podendo variar de acordo com o dia de exibição.



# INVESTIMENTO



VEICULAÇÃO (MÍDIA TV)	R\$4.570,00
INTERNET	R\$230,00
PRODUÇÃO	R\$100,00
<b>TOTAL</b>	<b>R\$4.900,00</b>

ESTÁ INTERESSADO(A) ? [CLIQUE AQUI E FALE CONOSCO!](#)



# DEZEMBRO LARANJA



Desde 2014, a *Sociedade Brasileira de Dermatologia* promove o movimento **Dezembro Laranja**. A ação faz parte da **Campanha Nacional de Prevenção ao Câncer da Pele**. Desde então, sempre no último mês do ano, são realizadas diferentes ações em parceria com instituições públicas e privadas para informar a população sobre as **principais formas de prevenção** e a procurar um médico especializado para diagnóstico e tratamento.

- ❖ Em 2015 foram **1.958 mortes** devido ao câncer de pele, sendo **1.137 homens e 821 mulheres**.
- ❖ O **câncer da pele** é o tipo da doença mais incidente no Brasil, com cerca de **180 mil novos casos ao ano**.
- ❖ Quando descoberto no início, tem mais **de 90% de chances de cura**.
- ❖ O câncer de pele não melanoma corresponde a cerca de **30% de todos os tumores malignos registrados no país**. Mais comum em pessoas com mais de **40 anos**, o câncer de pele é raro em crianças e negros, com exceção daqueles já portadores de doenças cutâneas.
- ❖ Segundo o INCA estima-se que em 2020 serão **176.930 novos casos** de câncer de pele, sendo **83.770 homens e 93.160 mulheres**.

# OPORTUNIDADE



Pela primeira vez a TV Rio Sul promove o projeto **Dezembro Laranja**, que tem como objetivo conscientizar a população sobre os riscos do câncer de pele.

O projeto contempla 2 produções de vídeos com dicas de prevenção e conscientização do câncer de pele, uma live no instagram da TV Rio Sul (@oficialtvriosul) com um especialista que vai bater um papo com a população sobre esse tema, vinhetas de bloco nos jornais *RJ1* e *RJ2* e um flash no intervalo da Malhação. No digital o patrocinador terá visibilidade através de banners de divulgação. As dicas falam sobre informação e proteção, além de convidar para assistir a live, que acontecerá no dia 14 de dezembro (segunda-feira)\*, às 18h. O projeto é uma excelente oportunidade de se aproximar do seu público.

**Avalie o Esquema Comercial e o grande potencial que esse projeto oferece de impactar e aproximar a sua marca do seu público-alvo.**

\*Dia da semana de maior audiência de acordo com o relatório de Gestão de Redes Sociais, Mlabs.

# APROVEITAMENTO



VEÍCULO	DESCRIÇÃO	MÍDIA BÁSICA/ DETERMINAÇÃO	FORMATO/PEÇA	APROVEITAMENTO	Nº DE INSERÇÕES	IMPACTOS/IMPRESSÕES
TV RIO SUL	Campanha de divulgação das dicas e live (transmissão)	Bom Dia Rio, Bom Dia Brasil, Bem Estar, RJ1, Sessão da Tarde, Vale a Pena Ver de Novo, Globo Repórter, Jornal da Globo, É de Casa, Simples Assim, Temperatura Máxima	VT - 45"	5"	14	+ de 2 milhões de impactos de telespectadores
	Divulgação da live na programação da TV	RJ1 e RJ2	Vinhetas de bloco - 23"	5"	3	
	Flash de divulgação da live na programação da TV	Malhação	Flash - 60"	5"	1	
G1	Campanha de Divulgação das dicas e live (transmissão)	Home e Internas / g1.com.br/tvriosul	Retângulo Médio 1 - Retângulo Médio 2 - Retângulo Mobile Matéria - Billboard Feed	Logo de assinatura do patrocinador para os banners	-	25.560 impressões determinadas



## Cross Mídia – 07 a 14 de dezembro de 2020

PROPRIEDADE	SITE	FORMATOS	DIVERSOS / BANNER CONTEXTUALIZADO (ESPECIFICAR OS FORMATOS)	DISPOSITIVO	LOCAL	UNIDADE DE VENDA	PERÍODO (DIAS)	ENTREGA DETERMINADA	VISIBILIDADE
Mídia de Divulgação	g1.com.br/tvriosul	Diversos	Retângulo Médio 1 - Retângulo Médio 2 - Retângulo Mobile Matéria - Billboard Feed	Desktop e Mobile	Home e Internas	CPM	8	25.560	21%

# ESQUEMA COMERCIAL



GÊNERO SOCIAL / COMUNITÁRIO

PERÍODO DE VEICULAÇÃO 07 a 14 de dezembro de 2020

MERCADO RES

TARGET AS ABCDE 04+

PREVISÃO Mais de 2 milhões de impactos de telespectadores\*

NÚMERO DE INSERÇÕES 18

NÚMERO DE COTA 04

NÚMERO DE VT 02

MÍDIA BÁSICA Bem Estar, RJ1, Globo Repórter, Simples Assim, Temperatura Máxima

## DESCRIÇÃO

ITENS	PERÍODO	INSERÇÕES	DURAÇÃO VT	ASS
CH. de Dicas	07 a 14/12	14	45"	5"
VH. de Bloco   PTV1	-	02	-	5"
VH. de Bloco   PTV2	-	01	-	5"
Flash	14/12	01	60"	5"

\*Previsão com base na simulação feita em 14/082020 no Sistema de Informações de Mídia da TV Globo, podendo variar de acordo com o dia de exibição.

# INVESTIMENTO



VEICULAÇÃO (MÍDIA TV)	R\$4.570,00
INTERNET	R\$230,00
PRODUÇÃO	R\$100,00
<b>TOTAL</b>	<b>R\$4.900,00</b>

ESTÁ INTERESSADO(A) ? [CLIQUE AQUI E FALE CONOSCO!](#)



# OBSERVAÇÕES TV



- ::: Preço Fixo;
- ::: Forma de Pagamento: 15 DFM;
- ::: **Outubro Rosa – Os patrocinadores Lab. Cortes e Pref. Municipal de Três Rios tem prioridade de renovação até dia 04 de setembro de 2020.**
- ::: **Novembro Azul – O patrocinador Unimed Resende tem prioridade de renovação até dia 04 de setembro de 2020.**
- ::: **Combo Saúde – Prazo de comercialização desse projeto: até as 16h (horário de Brasília) do dia 02 de outubro de 2020;**
- ::: Os custos de Produção deverão ser pagos à vista, diretamente à TV Rio Sul e não incidirão comissão de agência.
- ::: A veiculação desse projeto está condicionada à comercialização de 01 cota. Caso não sejam comercializadas todas as cotas, a duração dos Vts poderá ser alterada.
- ::: Reservamo-nos o direito de exclusividade na veiculação;
- ::: A mídia básica será administrada pela TV Rio Sul e poderá ocorrer alteração em virtude da disponibilidade, sem comprometer a entrega, mantendo a relação previsto versus exibido no total do projeto. O acerto de contas dar-se-á no final do projeto, pelo total de inserções exibidas;
- ::: A produção dos VTs é de responsabilidade da TV Rio Sul, sem custo para o anunciante;
- ::: A produção das vinheta de 5" (texto com até 08 palavras) é de responsabilidade do anunciante/agência e deve estar de acordo com as normas e práticas comerciais da TV Globo. Os patrocinadores poderão fazer ofertas e promoções, tanto em áudio quanto em vídeo, nas vinhetas caracterizadas (chamadas e vinhetas de bloco).
- ::: Entrega do material: a assinatura deve ser entregue pelo cliente em até cinco dias úteis antes da data da primeira veiculação. Conforme Lista de Preços da Globo, item "Material de Exibição",
- ::: O uso da marca do projeto deve ser submetida à avaliação e autorização do Departamento de Comunicação da TV Rio Sul;
- ::: O projeto é de responsabilidade da TV Rio Sul;
- ::: A TV Rio Sul se reserva no direito de exibir chamadas adicionais, sem a assinatura do patrocinador, em função de necessidades estratégicas e/ou promocionais;
- ::: A TV Rio Sul poderá disponibilizar cotas de apoio não conflitantes com o patrocinador do projeto;
- ::: Esse material será produzido pela TV Rio Sul para utilização privada e é proibida a reprodução total ou parcial, por qualquer meio ou processo, especialmente por sistemas gráficos, microfílmicos, reprográficos, fonográficos e videográficos, bem como qualquer alteração/edição em seu conteúdo. Essas proibições aplicam-se também às características gráficas da obra e à sua editoração. Proibido o uso não autorizado sob pena de responsabilização dos infratores;
- ::: Pós-venda: o cliente receberá um relatório/vídeo após o final da veiculação, a ser desenvolvido pelo Marketing da TV Rio Sul;
- ::: O programa Praça TV 1ª Edição é exibido de Segunda à Sábado às 12h;
- ::: As datas e os itens do esquema comercial estão sujeitos à alterações, sem que haja ônus para os patrocinadores;
- ::: Fontes: SIM - Sistema de Informação de Mídia - Rede Globo.



::: Para especificações de material e prazos de implementação, consulte a Equipe de Operações Comerciais através do e-mail [opecc@tvriosul.com.br](mailto:opecc@tvriosul.com.br)

## CONSIDERAÇÕES GLOBO.COM

::: A assinatura do PI pelo ANUNCIANTE ou AGÊNCIA obriga as partes e seus sucessores, a qualquer título, tanto aos termos do próprio PI quanto aos termos e condições estabelecidos no Manual de Práticas Comerciais da Globo.com.

::: A Globo.com se reserva o direito de proceder alterações na estrutura do conteúdo dos sites, e, eventualmente, substituições nos formatos originalmente previstos no plano de inserções. Em nenhum caso haverá prejuízo na entrega comercial para o anunciante.

::: Custos estimados de produção orçados à parte, sendo total responsabilidade do cliente. Sobre este valor não há negociação, comissão da agência e descontos.

::: De acordo com a sinalização de interesse e adequação do projeto aos objetivos do anunciante, faz-se necessária a consulta aos envolvidos e responsáveis pelo(s) site(s) em questão, que devem aprovar e autorizar o andamento da proposta comercial final, bem como analisar, orçar e estimar um cronograma para as possibilidades de desenvolvimento da ação. Esse processo necessita de um prazo para ser realizado a ser estipulado de acordo com a complexidade do projeto.

::: Tanto os preços, quanto as propriedades apresentadas poderão ser revistos no momento da aprovação.

::: A disponibilidade de entrega está sujeita à consulta no momento da aprovação do plano.

::: A criação de um projeto especial deve ser firmada sob a parceria entre veículo, agência e anunciante.



A N O S

**Você é a nossa história!**