

A vibrant orange ink splash is the central focus, set against a white background. A white globe is partially visible behind the splash. Two purple circular lines are positioned on either side of the splash, framing the word 'DIGITAL'.

DIGITAL

MATÉRIA PUBLICITÁRIA

Espaço de conteúdo dentro dos canais digitais da TV Rio Sul, todo o material é de responsabilidade do anunciante e validado pela TV Rio Sul. Não há período mínimo de ativação, mídia exclusiva do cliente dentro do conteúdo e mídia de divulgação a ser definida de acordo com a estratégia da campanha.





COMO FUNCIONA A MATÉRIA?

A matéria publicitária ou informe publicitário, disponibiliza, conforme imagens abaixo, um espaço editorial ao cliente exatamente igual ao praticado pelas equipes de conteúdo do G1, todas as funcionalidades estão disponíveis. É possível fazer uma matéria contendo fotos, vídeos, fazer enquetes, playlists, quiz, gráficos entre outras opções. Dentro da matéria contém banners exclusivos do cliente responsável pelo conteúdo.

Menu G1 ECONOMIA MELHORES INVESTIMENTOS

Veja opções de investimentos atraentes com a alta do dólar

Combinação de economia norte-americana forte e incertezas domésticas com relação à eleição presidencial está mantendo o dólar elevado.

Por Órama



Com o dólar batendo acima dos R\$ 4,10, investimentos cujo rendimento está à da moeda norte-americana. Ao longo do 25%. Mas a orientação dos especialistas pelo contrário, o momento exige cautela não perder dinheiro.

A cotação do dólar está no atual patama-fatores externos e domésticos. Lá fora, a pelo Federal Reserve (Fed), banco central consecutiva no ano - o último aumento f continua promovendo a migração de caç como o Brasil, para o Tesouro americano.

Somam-se a isso os fatores internos. A economia brasileira ainda está em fase de lenta recuperação após a grave recessão nos anos de 2015 e 2016, e a disputa eleitoral também pressiona o câmbio. Além disso, entram na conta as tão desejadas reformas, que não saíram do papel.

"O momento é de cautela. Costumo dizer que o investidor tem que se proteger para não ficar com menos reais. Não é hora para ser agressivo com investimentos em dólar", aconselha Sandra Bianco, consultora da Órama, plataforma de investimentos 100% online.

Embora este não seja o momento para ouvir, há quem queira diversificar a carteira de olho na rentabilidade da moeda. Em períodos como este, quando o dólar se valoriza, historicamente, as ações das exportadoras sobem na Bolsa de Valores (B3). Isso acontece porque essas companhias possuem boa parte de suas receitas em dólar. Destaque para as companhias siderúrgicas e de papel e celulose. Por isso, investir em ações dessas empresas pode ser interessante.

Investir em câmbio será sempre uma opção com alta volatilidade. Para se proteger, a dica de Sandra, no entanto, é aplicar em fundos multimercados, como o Órama Gáveia Macro, que desde o começo do ano já acumula uma rentabilidade equivalente a 250% do CDI. Os multimercados combinam renda fixa com variável, o que dá ao gestor mecanismos para fazer uma mudança de direção e equilibrar o produto a cada nível do mercado (e do câmbio).

"A decisão de investimento em dólar é difícil. É bom ter sempre um pézinho no dólar. Quem entra, paga 25% até agora no ano. Mas o segredo é diversificar a carteira, principalmente em momentos de incerteza como o atual", pondera.

ESPAÇO PUBLICITÁRIO

ESPAÇO PUBLICITÁRIO

Conteúdos do cliente, iniciando com título e subtítulo

Marca e nome do cliente assinando as matérias

Banners exclusivos do cliente envolvendo todo o conteúdo



COMO FUNCIONA A DIVULGAÇÃO DA MATÉRIA?

A matéria publicitária ou informe publicitário é divulgado através de banners localizados em qualquer canal dentro da Globo.com, respeitando as regras de geolocalização (entrega de mídia para alguma cidade da região ou para todo o estado do Rio de Janeiro) e seguindo os interesses de target definido pelo cliente. Por padrão, é utilizado o banner denominado, “chamada especial” (imagem abaixo), por ele ser o banner que mais se assemelha as chamadas orgânicas de matérias do G1 e por isso proporcionar um resultado mais qualificado ao cliente.



— Título da chamada até 80 caracteres

— Subtítulo da chamada até 160 caracteres

Foto da chamada, tamanho 424x237 pixels e peso até 50kb

Além da opção de foto, pode ser usado video também para a chamada, formato 16:9, dimensão 640x360, recomendado entre 7 a 15 segundos de video, suporta 1 minuto

Cada matéria pode ter quantas chamadas o cliente achar necessário, a chamada é a porta de entrada do usuário que está consumindo os conteúdos da Globo.com, é necessário que a mesma desperte o interesse do usuário para clicar e acessar a página do anunciante.

ONDE ELA FICA?

A chamada fica localizada nos feed de notícias dos portais, tanto na capa quanto nas matérias conforme exemplos abaixo:



Feed da Capa



Feed das Matérias

PROPOSTA DE MÍDIA

Propriedade	Site	Formatos	Dispositivo	Local	Geotarget	Período (dias)	Entrega Determinada	Entrega Estimada	Visibilidade Determinada	Visibilidade Estimada	Valor Total Bruto
Matéria Publicitária	g1.com.br/tvriosul	Formatos de Matéria	Desktop e Mobile	Internas		7	-	-	100%	-	R\$ 1.500,00
Mídia de divulgação	g1.com.br/tvriosul	Chamada Especial	Desktop e Mobile	Home e Internas		7	50.000	-	-	50%	
Mídia de divulgação	g1.com.br	Chamada Especial	Desktop e Mobile	Home e Internas	Geo*	7	116.000	-	-	36%	

Frequência de 1 impressão a cada 2 minutos por usuário no g1.com.br / Geolocalização para as 24 cidades do Sul e Costa Verde / Geolocalização feita através de endereços de IP, é possível ter ruídos na entrega caso o usuário não tenha o endereço de IP do seu dispositivo de acesso localizado na área de cobertura definida no plano.

EXPLICANDO A PROPOSTA

Coluna 1 - Propriedade

Na linha 1 contém o nome do produto principal que está sendo oferecido, para esta proposta (Matéria publicitária ou Especial publicitário)
Na linha 2 contém a mídia que divulgará esse produto principal

Coluna 2 - Site

Site que ficará hospedado esse conteúdo e essa mídia de divulgação

Coluna 3 - Formatos

Formatos de banners que o plano contempla

Coluna 4 - Dispositivo

Dispositivos que os banners contemplados aparecem, Desktop (Computador de mesa) ou Mobile (Celular)

Coluna 5 - Local

Onde, dentro dos canais, esses banners vão aparecer (capa do portal ou páginas de matérias do portal)

Coluna 6 - Geotarget

Determina se o formato em questão terá alguma entrega "travada" para alguma cidade dentro da área de cobertura da afiliada ou para todo o estado do Rio de Janeiro

Coluna 7 - Período

Quantos dias essa veiculação irá durar

Coluna 8 - Entrega determinada

Quantas vezes determinamos que esse banner apareça, para proposta de matéria ou especial, o custo a cada 1000 vezes que o banner apareça é de 9,00

Coluna 9 - Entrega estimada

Para mídias de patrocínio estimamos uma audiência para o formato e preenchemos esse campo com essa audiência estimada.

Coluna 10 - Visibilidade Determinada

Determinamos uma % de visibilidade para o formato que está nesta linha, para produto de matéria e especial, os banners do cliente dentro do conteúdo são sempre "travados" em 100%

Coluna 11 - Visibilidade Estimada

Visibilidade estimada do formato baseada no cálculo da entrega determinada pela audiência que o formato tem dentro do portal escolhido, do período determinada e da geolocalização escolhida, quanto mais % maior será a possibilidade de um usuário ser impactado várias vezes pela mídia.

Coluna 12- Valor total bruto

Valor total da mídia, sem negociação de desconto e sem o desconto padrão da agência

