
RELATÓRIO DE RESULTADOS

Campanha Always On 2025

Data de emissão: 02/06/2026

Dados consolidados na data: 07/04/2026

Sumário

Objetivo do Relatório	3
Objetivo de comunicação da campanha	3
Público-Alvo.....	3
Estratégia de Mídia.....	4
Justificativa da escolha dos meios:.....	5
Praças de veiculação:	5
Meios Selecionados:.....	5
Critérios para apresentação dos resultados:.....	5
Cronograma Geral Aprovado x Veiculado	6
Detalhamento da Programação Online.....	8
Metodologia de mensuração:	8
Meio Internet	8
Programação planejado x veiculado (Geral)	9
Resultado Geral:	9
Resultado Geral Plataformas Redes Sociais	9
Resultado Geral do segmento de Games	10
Resultado Geral das Redes de Conteúdo e Programáticas	10
Resultado Geral por tema	11
Planejado x veiculado (Malária)	11
Planejado x veiculado (Farmácia Popular)	12
Planejado x veiculado (Doação de Leite).....	12
Planejado x veiculado (Tabaco)	13
Planejado x veiculado (Amamentação)	14
Planejado x veiculado (Covid)	14
Planejado x veiculado (Sífilis)	15
Planejado x veiculado (Febre Amarela).....	15
Planejado x veiculado (Influenza Norte)	16
Planejado x veiculado (Bronquiolite)	16
Planejado x veiculado (Impulsioneamentos)	17
Análise consolidada dos Resultados.....	17
Conclusão Final.....	18

Cliente: Ministério da Saúde

Agência: Debrito

Tipo de campanha: Utilidade Pública

Período de veiculação: 24/04/2025 a 20/02/2026

Objetivo do Relatório

Este relatório tem como finalidade demonstrar a execução da campanha e apresentar as principais ocorrências e resultados relativos aos critérios utilizados para a definição de meios e veículos, considerando os indicadores de mensuração disponíveis para cada meio.

Objetivo de comunicação da campanha

O Ministério da Saúde promoveu, entre 24 de abril de 2025 e 20 de fevereiro de 2026, a campanha Always On, com veiculação em âmbito nacional. A iniciativa teve como objetivo garantir a presença contínua da comunicação institucional no ambiente digital, ampliando a disseminação de informações relevantes à população e fortalecendo o Ministério da Saúde como fonte confiável de conteúdos sobre saúde pública.

Ao longo do período, a estratégia buscou ampliar o alcance e a frequência das mensagens, impulsionando conteúdos nas principais plataformas digitais e redes sociais, de modo a superar as limitações do alcance orgânico e assegurar maior visibilidade aos temas prioritários abordados.

Público-Alvo

A campanha possui como foco a população em geral, com priorização de públicos das classes C, D e E com idade a partir de 18 anos, considerando a relevância desses segmentos para as políticas públicas de saúde e para o acesso à informações de utilidade pública.

- **Malária:** População em geral, com atenção especial às regiões com maior incidência da malária; Profissionais de saúde e gestores públicos; Viajantes para áreas endêmicas; Populações Indígenas; Populações ribeirinhas e em situação de vulnerabilidade social.
- **Farmácia Popular:** População em Geral; Usuários do Programa Farmácia Popular; Proprietários de farmácias e drogarias credenciadas; Proprietários de farmácias e drogarias não credenciadas.
- **Doação de Leite:** Mulheres lactantes; Gestantes; Rede de apoio; Profissionais de saúde em geral; Gestores; Formadores de opinião.
- **Tabaco:** População em geral (foco em adolescentes e jovens);

Profissionais de saúde; Educadores; Formuladores de políticas públicas; Famílias e redes de apoio.

- Amamentação: Gestantes e mulheres com filhos de até 2 anos; Mulheres de 14 a 49 anos; Profissionais de saúde; Doulas, parteiras, familiares, gestores, empregadores e redes de apoio próximas às mulheres em fase de amamentação.
- Covid: Crianças, Gestantes e Idosos ; Pessoas com Comorbidades ou Imunocomprometidas; Populações Vulneráveis; Profissionais da Saúde; População em Geral.
- Sífilis: População jovem (15-29 anos) sexualmente ativa; Mulheres em idade fértil, gestantes e parcerias sexuais; Pessoas com diagnóstico de ISTs; População trans; População negra; Pessoas vivendo com HIV ou aids (PVHA); Pessoas com diagnóstico de tuberculose; Pessoas privadas de liberdade; Trabalhadoras do sexo; Vítimas de violência sexual; Pessoas em uso de profilaxia pré-exposição (PrEP) ao HIV; Pessoas com indicação de profilaxia pré-exposição (PEP) ao HIV; Profissionais de saúde; Professores; Gestores de saúde; Organizações da sociedade civil
- Febre Amarela: População geral, exceto gestantes
- Influenza Norte: Crianças ≥ 6 meses a ≥ 6 anos de idade - Gestantes e Puérperas; Idosos (≥ 60 anos)
- Bronquiolite: Gestantes a partir da 28ª semana

Estratégia de Mídia

A estratégia de mídia da campanha Always On 2025 foi estruturada com o objetivo de garantir presença contínua do Ministério da Saúde no ambiente digital, ampliando o alcance, a frequência e a visibilidade das mensagens de interesse público. Ao longo do período, a programação foi organizada por temas, permitindo uma comunicação mais direcionada e alinhada às pautas trabalhadas, cujo detalhamento será apresentado nos parágrafos seguintes.

O plano contemplou a combinação de diferentes canais e formatos, como redes sociais, plataformas de vídeo, redes de conteúdo, áudio e mídia programática, permitindo a construção de uma comunicação abrangente e adaptada aos diversos contextos de consumo da população.

A atuação foi orientada por segmentações qualificadas e pelo monitoramento contínuo das métricas de desempenho, possibilitando ajustes táticos ao longo do período e priorização de formatos e ambientes com melhor performance. Dessa forma, a estratégia assegurou maior eficiência na aplicação dos recursos e efetividade na disseminação dos conteúdos da campanha.

Justificativa da escolha dos meios:

A campanha Always On 2025 teve como único meio a internet, escolhida por sua ampla capacidade de alcance, cobertura nacional e afinidade com diferentes perfis de público.

Dentro do ambiente digital, foram priorizadas plataformas com alta penetração e possibilidades de segmentação, permitindo direcionar a comunicação de forma mais assertiva e relevante. Além disso, a escolha considerou a eficiência do investimento e a possibilidade de monitoramento e otimização contínua, garantindo melhor desempenho ao longo da campanha.

Praças de veiculação:

- Malária: 18 estados da região extra-amazônica, com foco em AC, AM, AP, MA, MT, PA, RO, RR e TO; Regiões dos Distritos Sanitários Especiais Indígenas (DSEIs) selecionados. – Período: 24/04/2025 a 07/05/2025
- Influenza Norte: Todos os estados da região norte – Período: 11/11 a 31/12/2025.

Veiculação Nacional:

- Farmácia Popular – Período: 02/05 a 15/05/2025
- Doação de Leite – Período: 06/05 a 03/06/2025
- Tabaco – Período: 29/05 a 18/06/2025
- Amamentação – Período: 01/08 a 28/08/2025
- Covid – Período: 08/09 a 08/10/2025
- Sífilis – Período: 20/10 a 14/11/2025
- Bronquiolite – Período: 09/12 a 31/12/2025
- Febre Amarela – Período: 12/01 a 31/01/2026
- Impulsioneamento – Período 05/02/2025 a 20/02/2026

Meios Selecionados:

- Internet: Inovadores Digitais, Rede de Áudio, Redes Sociais, Redes de Conteúdo e Data Rewards – 24/04/2025 a 20/02/2026.

CrITÉRIOS para apresentação dos resultados:

Para os mercados e meios que possuem pesquisa regular, em que é possível aferir a cobertura média/alcance, a frequência da campanha e o impacto, são utilizados estudos de simulação fornecidos por institutos de pesquisa do mercado.

Para os mercados e meios que não dispõem de pesquisa regular de audiência, os resultados são apresentados por meio da quantidade de inserções veiculadas, como forma de evidenciar o esforço de comunicação realizado.

Os resultados são apresentados de acordo com os meios utilizados na campanha.

Cronograma Geral Aprovado x Veiculado

Os cronogramas abaixo serão apresentados com os valores macro, somando todas as ações aprovadas no Mídiaweb com o detalhamento por tema do que foi aprovado e veiculado nos próximos tópicos.

Total Mídia aprovado: R\$ 11.500.000,00 (94,5% desembolso cliente).

Ação 14 (*Obs) - aprovado

MEIO	TIPO	PRAÇA	PERÍODO	QT. INSERÇÕES	VALOR 100%	VALOR TOTAL 94,5%	% MEIO	% CAMPANHA	REPRESENTANTE
INTERNET									
GOOGLE BRASIL	INOVADORES DIGITAIS	NACIONAL	17/04 A 31/12	1.365.718	R\$ 1.570.575,70	R\$ 1.570.575,70	36,27%	13,18%	GOOGLE BRASIL
META	INOVADORES DIGITAIS	NACIONAL	17/04 A 31/12	133.329.967	R\$ 2.759.930,32	R\$ 2.759.930,32	63,73%	23,16%	META
SPOTIFY BRASIL	REDE DE ÁUDIO	NACIONAL	17/04 A 31/12	31.642.696	R\$ 806.888,75	R\$ 762.509,87	100,00%	6,77%	SPOTIFY
TK TOK	REDES SOCIAIS	NACIONAL	17/04 A 31/12	95.485.182	R\$ 1.790.347,16	R\$ 1.691.878,07	67,23%	15,02%	STREET MÍDIA
KWAI BRASIL	REDES SOCIAIS	NACIONAL	17/04 A 31/12	59.050.983	R\$ 872.773,53	R\$ 824.770,98	32,77%	7,32%	DUE MÍDIA
TEADS SITES (REDE DE CONTEÚDO E VIDEO)	REDES DE CONTEÚDO	NACIONAL	17/04 A 31/12	2.546.258	R\$ 1.186.556,23	R\$ 1.121.295,64	33,21%	9,96%	AD TARGET
WEBADS	REDES DE CONTEÚDO	NACIONAL	17/04 A 31/12	62.426.130	R\$ 762.535,18	R\$ 720.595,74	21,34%	6,40%	WEBADS
SIMPLEADS - REDE DE CONTEÚDO E VIDEO	REDES DE CONTEÚDO	NACIONAL	17/04 A 31/12	19.670.218	R\$ 995.840,19	R\$ 941.068,98	27,87%	8,36%	VERT
DIVERSA	REDES DE CONTEÚDO	NACIONAL	17/04 A 31/12	19.313.387	R\$ 627.685,08	R\$ 593.162,40	17,57%	5,27%	DIVERSA
VIVO ADS	DATA REWARDS	NACIONAL	17/04 A 31/12	610.000	R\$ 225.700,00	R\$ 213.286,50	41,48%	1,89%	STREET MÍDIA
CLARO DATA REWARDS	DATA REWARDS	NACIONAL	17/04 A 31/12	485.000	R\$ 194.000,00	R\$ 183.330,00	35,65%	1,63%	NEW061
TIM	DATA REWARDS	NACIONAL	17/04 A 31/12	610.000	R\$ 124.440,00	R\$ 117.595,80	22,87%	1,04%	BOO BOX
				426.535.539	R\$ 11.917.272,13	R\$ 11.500.000,00		100%	

Ação 43 (*Obs) - aprovado

MEIO	TIPO	PRAÇA	PERÍODO	QT. INSERÇÕES	VALOR 100%	VALOR TOTAL 94,5%	% MEIO	% CAMPANHA	REPRESENTANTE
INTERNET									
LINKEDIN	REDES SOCIAIS	NACIONAL	17/04 A 31/12	5.291.005	R\$ 529.100,50	R\$ 499.999,97	52,40%	52,40%	DUE MÍDIA
DIGITAL AUDIENZ - REDE DE CONTEÚDO E VIDEO	REDES DE CONTEÚDO	NACIONAL	17/04 A 31/12	10.499.998	R\$ 238.853,95	R\$ 225.716,98	23,65%	23,65%	EIKO
PREMIUMADS	PROGRAMÁTICA	NACIONAL	17/04 A 31/12	4.417.729	R\$ 241.870,66	R\$ 228.567,77	23,95%	23,95%	EC COMUNICAÇÃO
				20.208.732	R\$ 1.009.825,12	R\$ 954.284,73		100%	

Ação 45 (*Obs) - aprovado

MEIO	TIPO	PRAÇA	PERÍODO	QT. INSERÇÕES	VALOR 100%	VALOR TOTAL 94,5%	% MEIO	% CAMPANHA	REPRESENTANTE
INTERNET									
PINTEREST	REDES SOCIAIS	NACIONAL	01/10 A 31/12	24.050.022	R\$ 264.550,24	R\$ 249.999,98	100,00%	44,09%	STREET MÍDIA
TRIPLEA GAMES MÍDIA E MARKETING	GAMES	NACIONAL	01/10 A 31/12	18.638.746	R\$ 335.497,43	R\$ 317.045,07	100,00%	55,91%	FKD
				42.688.768	R\$ 600.047,67	R\$ 567.045,05		100%	

Total Mídia veiculado: 10.844.186,82 (94,5% desembolso cliente).

Ação 14 (*Obs) - veiculado

MEIO	TIPO	PRAÇA	PERÍODO	QT. INSERÇÕES	VALOR 100%	VALOR TOTAL 94,5%	% MEIO	% CAMPANHA	REPRESENTANTE
INTERNET									
GOOGLE BRASIL	INOVADORES DIGITAIS	NACIONAL	24/04/2025 A 31/01/2026	90.481.995	R\$ 1.570.575,70	R\$ 1.570.575,70	38,77%	15,16%	GOOGLE BRASIL
META	INOVADORES DIGITAIS	NACIONAL	24/04/2025 A 31/01/2026	496.984.907	R\$ 2.480.415,52	R\$ 2.480.415,52	61,23%	23,94%	META
SPOTIFY BRASIL	REDE DE ÁUDIO	NACIONAL	24/04/2025 A 31/01/2026	31.642.696	R\$ 806.888,74	R\$ 762.509,86	100,00%	7,79%	SPOTIFY
TIK TOK	REDES SOCIAIS	NACIONAL	24/04/2025 A 20/02/2026	486.595.878	R\$ 1.623.806,16	R\$ 1.534.496,82	65,08%	15,67%	STREET MÍDIA
KWAI BRASIL	REDES SOCIAIS	NACIONAL	24/04/2025 A 31/12/2025	244.130.174	R\$ 871.388,56	R\$ 823.462,19	34,92%	8,41%	DUE MÍDIA
TEADS SITES (REDE DE CONTEÚDO E VÍDEO)	REDES DE CONTEÚDO	NACIONAL	24/04/2025 A 31/01/2026	2.499.023	R\$ 1.164.544,71	R\$ 1.100.494,75	45,79%	11,24%	AD TARGET
WEBADS	REDES DE CONTEÚDO	NACIONAL	24/04/2025 A 28/08/2025	837.391	R\$ 203.067,31	R\$ 191.898,61	7,98%	1,96%	WEBADS
SIMPLEADS - REDE DE CONTEÚDO E VÍDEO	REDES DE CONTEÚDO	NACIONAL	24/04/2025 A 31/01/2026	19.659.962	R\$ 995.320,96	R\$ 940.578,31	39,14%	9,61%	VERT
DIVERSA	REDES DE CONTEÚDO	NACIONAL	24/04/2025 A 28/08/2025	5.043.082	R\$ 180.290,18	R\$ 170.374,22	7,09%	1,74%	DIVERSA
VIVO ADS	DATA REWARDS	NACIONAL	24/04/2025 A 31/01/2026	356.919	R\$ 145.801,41	R\$ 137.782,33	31,41%	1,41%	STREET MÍDIA
CLARO DATA REWARDS	DATA REWARDS	NACIONAL	24/04/2025 A 31/01/2026	485.000	R\$ 194.000,00	R\$ 183.330,00	41,79%	1,87%	NEW061
TIM	DATA REWARDS	NACIONAL	24/04/2025 A 31/01/2026	610.000	R\$ 124.440,00	R\$ 117.595,80	26,81%	1,20%	BOO BOX
				1.379.327.027	R\$ 10.360.539,25	R\$ 10.013.514,11	100%	100%	

Ação 43 (*Obs) - veiculado

MEIO	TIPO	PRAÇA	PERÍODO	QT. INSERÇÕES	VALOR 100%	VALOR TOTAL 94,5%	% MEIO	% CAMPANHA	REPRESENTANTE
INTERNET									
LINKEDIN	REDES SOCIAIS	NACIONAL	12/09 A 15/10	30.636.379	R\$ 191.183,75	R\$ 180.668,64	60,13%	60,13%	DUE MÍDIA
DIGITAL AUDIENZ - REDE DE CONTEÚDO E VÍDEO	REDES DE CONTEÚDO	NACIONAL	08/09 A 08/10	2.441.773	R\$ 64.999,99	R\$ 61.424,99	20,44%	20,44%	EIXO
PREMIUMADS	PROGRAMÁTICA	NACIONAL	08/09 A 08/10	64.349	R\$ 61.775,04	R\$ 58.377,41	19,43%	19,43%	EC COMUNICAÇÃO
				33.142.501	R\$ 317.958,77	R\$ 300.471,04	100%	100%	

Ação 45 (*Obs) - veiculado

MEIO	TIPO	PRAÇA	PERÍODO	QT. INSERÇÕES	VALOR 100%	VALOR TOTAL 94,5%	% MEIO	% CAMPANHA	REPRESENTANTE
INTERNET									
PINTEREST	REDES SOCIAIS	NACIONAL	16/10 A 31/12	34.521.075	R\$ 258.980,23	R\$ 244.736,32	100,00%	46,16%	STREET MÍDIA
TRIPLEA GAMES MÍDIA E MARKETING	GAMES	NACIONAL	16/10 A 31/12	16.782.208	R\$ 302.079,74	R\$ 285.465,35	100,00%	53,84%	FKD
				51.303.283	R\$ 561.059,97	R\$ 530.201,67	100%	100%	

Comparando os cronogramas de mídia aprovado e veiculado, houve redução da verba em parte da programação, decorrente de ajustes e variações na entrega ao longo da veiculação. Essa diferença totalizou R\$ 655.813,18 (94,5%) entre os valores planejados R\$ 11.500.000,00 e executados R\$ 10.844.186,86, conforme detalhamento apresentado nos próximos tópicos.

***Observação:**

A verba total da campanha foi de R\$ 11.500.000,00 (94,5%), aprovada inicialmente na Ação 14/2025. As ações 43/2025 e 45/2025 foram criadas como complementares devido à impossibilidade de realização de atualizações/alterações dos veículos após a aprovação no sistema.

Embora tenha ocorrido uma variação pontual durante a veiculação, elevando o valor para R\$ 11.502.799,38, o ajuste foi compensado nas programações posteriores, mantendo o valor final executado dentro do total aprovado de R\$ 11.500.000,00.

Essas ações complementares não representam verba adicional, mas sim saldos remanescentes de players que foram substituídos durante a veiculação, visando melhor otimização dos resultados. Dessa forma, a verba inicialmente aprovada não sofreu alterações.

As otimizações realizadas foram: os veículos WEBADS e DIVERSA (Ação 14/2025) foram substituídos por AUDIENZ, PREMIUM ADS e LINKEDIN (Ação 43/2025). Posteriormente, PREMIUM ADS e DIGITAL AUDIENZ foram substituídos por TRIPLE A, enquanto PINTEREST recebeu metade do orçamento inicialmente previsto para LINKEDIN (Ação 45/2025), com foco na melhoria dos resultados da campanha.

Os cronogramas aprovados estão conforme os dados aprovados no sistema, e os cronogramas veiculados estão de acordo com o executado e com a verba inicialmente aprovada.

Detalhamento da Programação Online

Metodologia de mensuração:

Os resultados do meio internet são mensurados a partir de relatórios das plataformas e adservers, considerando indicadores como impressões, alcance, cliques, visualizações de vídeo, impacto, viewability e custo médio, sendo adotado o valor mínimo de 70% de VA para veiculação nacional e 50% de VA para veiculação regional, nos veículos passíveis de monitoramento.

Meio Internet

A utilização da internet na campanha Always On 2025 do Ministério da Saúde se justifica pela sua ampla presença entre a população brasileira, permitindo a disseminação contínua de informações em escala nacional e alcançando diferentes perfis de público.

Além do alto alcance, o meio digital possibilita uma segmentação precisa, direcionando as mensagens conforme características demográficas, geográficas e comportamentais. Isso torna a comunicação mais assertiva, especialmente em temas de saúde que exigem foco em públicos ou regiões específicas.

A estratégia utilizou dados de audiência, interesses e hábitos de consumo para qualificar a comunicação ao longo da jornada do público, ampliando a relevância das mensagens e os resultados de alcance e engajamento.

Por fim, o ambiente digital permite o acompanhamento em tempo real, possibilitando ajustes contínuos e maior eficiência na aplicação dos recursos, reforçando seu papel estratégico no modelo Always On.

Programação planejado x veiculado (Geral)

RESUMO PROGRAMAÇÃO DE INTERNET																
VEÍCULO	AÇÃO MW	SEGMENTAÇÃO	PRAÇA DE VEICULAÇÃO	PLANEJADO			VEICULADO			RESULTADOS VEICULADOS						
				PERÍODO DE VEICULAÇÃO	TIPO DE COMPRA	VOLUME CONTRATADO	VALOR 94,5% APROVADO	PERÍODO DE VEICULAÇÃO	VOLUME VEICULADO	VALOR 94,5% VEICULADO	Impressões	Cliques	View	Impacts	Viewable	VAS
GOOGLE BRASIL	14/2025	INOVADORES DIGITAIS	NACIONAL/REGIONAL	17/04 A 31/12/26	CPV	1.365.718	R\$ 1.570.575,70	24/04/25 A 31/01/26	80.481.995	R\$ 1.570.575,70	287.909.503	811.210	93.298.179	287.909.503	0	0%
META	14/2025	INOVADORES DIGITAIS	NACIONAL/REGIONAL	17/04 A 31/12/26	CPM	133.339.967	R\$ 2.759.930,32	24/04/25 A 31/01/26	496.984.967	R\$ 2.480.415,52	1.644.187.087	7.487.932	53.939.810	1.644.187.087	0	0%
SPOTIFY BRASIL	14/2025	REDE DE ÁUDIO	NACIONAL/REGIONAL	17/04 A 31/12/26	CPM	31.642.696	R\$ 762.509,87	24/04/25 A 31/01/26	31.642.696	R\$ 762.509,86	36.883.567	43.001	0	36.883.567	0	0%
TIK TOK	14/2025	REDES SOCIAIS	NACIONAL/REGIONAL	17/04 A 31/12/26	CPM	95.485.182	R\$ 1.691.878,07	24/04/25 A 20/02/26	486.595.878	R\$ 1.534.496,82	732.341.599	4.095.083	42.315.157	732.341.599	0	0%
KWAI BRASIL	14/2025	REDES SOCIAIS	NACIONAL/REGIONAL	17/04 A 31/12/26	CPM	59.050.983	R\$ 824.770,28	24/04/25 A 31/12/25	244.130.174	R\$ 823.462,19	244.130.174	133.741	7.531.751	244.130.174	0	0%
TEASO SYS	14/2025	REDES DE CONTEÚDO	NACIONAL/REGIONAL	17/04 A 31/12/26	CPV	2.644.258	R\$ 1.221.295,64	24/04/25 A 31/01/26	2.499.032	R\$ 1.100.494,75	6.709.765	37.682	1.056.138	6.709.765	0	0%
WEBAOS	14/2025	REDES DE CONTEÚDO	NACIONAL/REGIONAL	17/04 A 31/12/26	CPV	62.426.130	R\$ 720.595,24	24/04/25 A 28/08/25	837.391	R\$ 191.898,61	2.470.527	4.922	423.246	2.470.527	626.492	85%
ADVERTISING - REDE DE CONTEÚDO E VIDEO	14/2025	REDES DE CONTEÚDO	NACIONAL/REGIONAL	17/04 A 31/12/26	CPM	19.670.218	R\$ 941.068,98	24/04/25 A 31/01/26	19.659.962	R\$ 940.578,31	19.729.277	69.748	0	19.729.277	9.837.941	81%
DIVERSA	14/2025	REDES DE CONTEÚDO	NACIONAL/REGIONAL	17/04 A 31/12/26	CPM	19.313.387	R\$ 593.162,40	24/04/25 A 28/08/25	5.043.082	R\$ 170.374,22	6.388.424	5.176	0	6.388.424	5.194.335	92%
VIVO ADO	14/2025	DATA REWARDS	NACIONAL/REGIONAL	17/04 A 31/12/26	CPV	610.000	R\$ 213.286,50	24/04/25 A 31/01/26	356.919	R\$ 137.782,33	393.115	1.465	404.238	393.115	382.141	98%
CLARO DATA REWARDS	14/2025	DATA REWARDS	NACIONAL/REGIONAL	17/04 A 31/12/26	CPV	485.000	R\$ 183.330,00	24/04/25 A 31/01/26	485.000	R\$ 183.330,00	762.861	861	733.794	762.861	551.708	95%
TIM	14/2025	DATA REWARDS	NACIONAL/REGIONAL	17/04 A 31/12/26	CPV	610.000	R\$ 117.595,80	24/04/25 A 31/01/26	610.000	R\$ 117.595,80	1.152.307	2.531	1.155.184	1.152.307	1.110.245	97%
TOTAL - INTERNET - AÇÃO 14						426.535.539	R\$ 11.590.000,00		1.379.327.027	R\$ 10.013.514,11	2.983.058.296	12.692.742	200.259.487	2.911.937.057	17.702.862	
LINKEDIN	43/2025	REDES SOCIAIS	NACIONAL/REGIONAL	17/04 A 31/12/26	CPM	5.291.000	R\$ 499.999,97	12/09 A 15/10/25	30.636.379	R\$ 180.660,64	13.958.642	269.054	1.472.410	13.958.642	0	0%
DIGITAL AUDIENC	43/2025	REDES DE CONTEÚDO	NACIONAL/REGIONAL	17/04 A 31/12/26	CPM	10.499.998	R\$ 225.716,99	08/09 A 08/10/25	2.441.773	R\$ 61.424,99	3.143.924	845	0	3.143.924	2.681.530	85%
PREMIUMADS	43/2025	PROGRAMÁTICA	NACIONAL/REGIONAL	17/04 A 31/12/26	CPV	4.417.729	R\$ 228.567,28	08/09 A 08/10/25	64.349	R\$ 58.377,41	65.932	64	0	65.932	0	0%
TOTAL - INTERNET - AÇÃO 43						20.208.732	R\$ 954.286,24		33.142.591	R\$ 300.477,04	17.168.498	269.963	1.472.410	17.168.498	2.681.530	
PINTEREST	45/2025	REDES SOCIAIS	NACIONAL/REGIONAL	01/10 A 31/12/26	CPM	24.650.012	R\$ 240.999,98	16/10 A 31/12/25	34.521.075	R\$ 244.726,32	24.816.402	71.900	14.092.848	24.816.402	0	0%
TRIPLA GAMES	45/2025	GAMES	NACIONAL/REGIONAL	01/10 A 31/12/26	CPM	18.638.746	R\$ 317.045,07	16/10 A 31/12/25	16.782.208	R\$ 285.465,35	17.091.687	27.267	0	17.091.687	8.331.227	84%
TOTAL - INTERNET - AÇÃO 45						42.688.768	R\$ 567.045,05		51.303.283	R\$ 530.201,67	51.908.089	95.167	14.092.848	51.908.089	8.331.227	
TOTAL GERAL - INTERNET						489.439.039	R\$ 13.021.329,79		1.463.772.811	R\$ 10.844.186,82	3.052.134.793	13.061.872	215.824.745	2.981.014.544	28.715.619	

Resultado Geral:

Os resultados apresentados consideram os dados veiculados conforme a plataforma dos veículos e relatórios de adserver, podendo os players entregar volumes superiores ao previsto para garantir o cumprimento integral das métricas contratadas, sem cobrança adicional.

A campanha Always On 2025 apresentou resultados expressivos ao longo do período, com mais de 2 bilhões de impressões e investimento otimizado. As plataformas digitais tiveram papel central, com destaque para Meta que liderou em impressões, cliques e visualizações, e para o TikTok, que se destacou no consumo de vídeo e ampliação do alcance. O Kwai também contribuiu para atingir públicos estratégicos, ampliando a presença da campanha.

Outras plataformas, como Google, LinkedIn e Pinterest, contribuíram para geração de tráfego, qualificação do público e diversificação dos pontos de contato. Já ambientes como redes de conteúdo, áudio e data rewards reforçaram a frequência e cobertura, com bons índices de visualização e qualidade de entrega. De forma geral, a combinação entre múltiplas plataformas, segmentação qualificada e monitoramento contínuo garantiu uma entrega robusta e presença constante no ambiente digital.

Resultado Geral Plataformas Redes Sociais

No que se refere às redes sociais e plataformas digitais, que incluem Meta (Facebook e Instagram), LinkedIn, Google, Kwai, TikTok e Pinterest, observa-se que esses ambientes desempenharam papel central na distribuição da campanha, concentrando volumes expressivos de impressões, visualizações e engajamentos.

Meta destacou-se como um dos principais responsáveis pela entrega de alcance e interação, enquanto o TikTok apresentou elevada capacidade de geração de visualizações, reforçando o consumo de conteúdos em vídeo e ampliando a capilaridade da campanha.

Kwai contribuiu para alcançar públicos estratégicos, especialmente das classes C, D e E, ampliando a presença da campanha em regiões com alta relevância para a comunicação em saúde pública. Já o LinkedIn foi incorporado como um canal complementar em determinadas frentes, permitindo alcançar públicos com interesses específicos, enquanto o Google atuou de forma estratégica na ampliação da cobertura e diversificação dos pontos de contato com o público.

A veiculação aconteceu conforme o planejado, garantindo uma boa distribuição entre as plataformas. Além disso, a entrega superou significativamente o volume previsto, refletindo uma boa otimização nas plataformas e maior eficiência na campanha. Como as plataformas operam no regime de leilão, os valores estimados em plano refletem apenas um teto de referência, com a entrega real ocorrendo em valores consideravelmente mais baixos. Com isso, a relação entre volume pago e entregue resultou em uma rentabilidade positiva, otimizando o desempenho geral da estratégia.

Resultado Geral do segmento de Games

O veículo Triple A Games, do segmento de games, foi incluído na estratégia para ampliar a presença da campanha em ambientes digitais de alto uso, aumentando a frequência de exposição e diversificando os pontos de contato com o público.

Para o período, foram aprovadas 18.638.746 impressões, com entrega de 16.782.208 impactos, evidenciando que a entrega teve um pequeno under inferior a 10% do total contratado. Esse resultado, no entanto, não gerou impacto relevante na estratégia geral.

De forma geral, o veículo contribuiu para a ampliação do alcance e reforço da comunicação, em linha com os objetivos da estratégia Always On.

Resultado Geral das Redes de Conteúdo e Programáticas

A estratégia das redes de conteúdo foi estruturada com o objetivo de ampliar a cobertura da campanha para além dos grandes portais e redes sociais, com conteúdo estáticos e de vídeo, ampliando a distribuição e presença em diferentes contextos de consumo digital. A distribuição contemplou os parceiros Teads, Simple Ads, WebAds, Diversa, Digital Audienz e PremiumAds, com atuação em âmbito nacional e foco em geração de impressões qualificadas e visualizações de vídeo.

No planejamento aprovado, observou-se uma distribuição equilibrada entre os players de rede de conteúdo e vídeo, exceção feita apenas aos veículos Digital Audienz e PremiumAds, que entraram posteriormente e tiveram veiculação apenas em um único tema de campanha (Covid).

No período veiculado, os resultados evidenciam movimentos de otimização e redistribuição de entrega entre os parceiros. A Simple Ads apresentou entrega alinhada ao volume planejado, com 19.659.962 impressões veiculadas frente a 19.670.218 aprovadas, apenas 0,05% abaixo do previsto por conta de unders e abatimentos ocorridos ao longo das veiculações. A Teads registrou 2.499.023 views completos entregues, reforçando seu papel estratégico na distribuição de formatos em vídeo e conteúdo.

As substituições dos veículos WebAds, Diversa e Digital Audienz realizadas ao longo da campanha tiveram caráter estratégico e buscaram otimizar a composição dos veículos às necessidades de cada tema e ampliar a eficiência da distribuição das mensagens.

No caso do Premium Ads, a substituição ocorreu em função da entrega abaixo do volume contratado, o que impactava sua aderência aos objetivos estabelecidos para a campanha. Diante desse cenário, optou-se pela realocação da programação para parceiros com melhor capacidade de entrega e desempenho. Ressalta-se que as mudanças ocorreram sem prejuízo às entregas contratadas, uma vez que os volumes previstos foram integralmente atendidos pelos parceiros envolvidos.

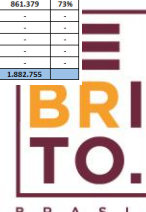
De forma geral, a operação de mídia programática manteve foco na eficiência e qualidade das entregas, com ajustes contínuos orientados pela mesa de performance. Essa dinâmica permitiu otimizar a alocação de recursos ao longo do período, priorizando parceiros e formatos com melhor desempenho e garantindo maior efetividade na distribuição das mensagens da campanha.

Resultado Geral por tema

Abaixo, seguem os dados detalhado por temas:

Planejado x veiculado (Malária)

RESUMO PROGRAMAÇÃO DE INTERNET													
				PLANEJADO				VEICULADO				RESULTADOS VEICULADOS	
TEMA DA CAMPANHA	AÇÃO M	VEÍCULO	SEGMENTAÇÃO	PRAXA DE VEICULAÇÃO	PERÍODO DE VEICULAÇÃO	TIPO DE COMPRA	VOLUME CONTRATADO	VALOR 94,5% APROVADO	PERÍODO DE VEICULAÇÃO	VOLUME VEICULADO	VALOR 94,5% VEICULADO	Impresso	Clicks
MALÁRIA	14/2025	SPOTIFY BRASIL	REDE DE ÁUDIO	REGIONAL	17/04 A 30/04	CPM	1.689.656	R\$ 40.571,30	24/04 A 07/05	1.689.656	R\$ 44.629,10	3.210.939	3.880
MALÁRIA	14/2025	TIKTOK	REDES SOCIAIS	REGIONAL	17/04 A 30/04	CPM	5.588.673	R\$ 99.024,30	24/04 A 07/05	5.887.588	R\$ 99.024,31	99.087.028	63.065
MALÁRIA	14/2025	KWAI BRASIL	REDES SOCIAIS	REGIONAL	17/04 A 30/04	CPM	2.764.967	R\$ 38.618,57	24/04 A 07/05	3.362.678	R\$ 47.069,53	9.362.678	16.716
MALÁRIA	14/2025	TEADS SITES	REDES DE CONTEÚDO	REGIONAL	17/04 A 30/04	CPV	149.031	R\$ 65.628,78	24/04 A 07/05	105.177	R\$ 46.316,79	106.752	616
MALÁRIA	14/2025	WEBADS	REDES DE CONTEÚDO	REGIONAL	17/04 A 30/04	CPV	184.043	R\$ 42.175,75	24/04 A 07/05	184.043	R\$ 42.175,75	1.097.437	471
MALÁRIA	14/2025	DIVERSA	REDES DE CONTEÚDO	REGIONAL	17/04 A 30/04	CPM	1.027.634	R\$ 34.717,33	24/04 A 07/05	1.027.634	R\$ 34.717,34	1.235.621	1.169
MALÁRIA	14/2025	SIMPLEADS - REDE DE CONTEÚDO E VÍDEO	REDES DE CONTEÚDO	REGIONAL	17/04 A 30/04	CPM	1.151.283	R\$ 55.080,06	24/04 A 07/05	1.151.283	R\$ 55.080,05	1.187.629	8.598
MALÁRIA	14/2025	ITIA	DATA REWARDS	REGIONAL	17/04 A 30/04	CPV	27.014	R\$ 5.207,76	24/04 A 07/05	35.703	R\$ 6.882,72	-	65.308
MALÁRIA	14/2025	VIVO ADS	DATA REWARDS	REGIONAL	17/04 A 30/04	CPV	32.338	R\$ 11.306,98	24/04 A 07/05	33.338	R\$ 12.483,52	-	41.954
MALÁRIA	14/2025	META	INOVADOR DIGITAL	REGIONAL	17/04 A 30/04	CPM	5.743.561	R\$ 118.891,71	24/04 A 07/05	59.933.764	R\$ 161.537,05	99.179.159	630.755
MALÁRIA	14/2025	GOOGLE BRASIL	INOVADOR DIGITAL	REGIONAL	17/04 A 30/04	CPV	79.934	R\$ 91.924,10	24/04 A 07/05	2.715.249	R\$ 91.743,58	20.389.147	56.275
MALÁRIA	14/2025	CLARO DATA REWARDS	DATA REWARDS	REGIONAL	17/04 A 30/04	CPV	28.386	R\$ 10.729,51	24/04 A 07/05	14.193	R\$ 5.364,95	-	15.584
TOTAL - INTERNET							18.460.520	R\$ 613.877,15		82.133.306	R\$ 647.024,69	173.956.389	781.545



Resultado Malária: A campanha apresentou resultados consistentes no período de **24/04 a 07/05/2025**, com veiculação direcionada a 18 estados da região extra-amazônica, com foco em AC, AM, AP, MA, MT, PA, RO, RR e TO, além de regiões dos Distritos Sanitários Especiais Indígenas (DSEIs) selecionados. No total, foram geradas mais de **173 milhões** de impressões, com destaque para a forte entrega em redes sociais, especialmente no Kwai e Facebook, que concentraram grande volume de alcance e engajamento, além de mais de 2,3 milhões de impressões em áudio no Spotify.

Nos ambientes de conteúdo, observaram-se bons volumes de cliques e altas taxas de viewability, com destaque para SimpleAds e Diversa, que apresentaram os melhores desempenhos. Além disso, plataformas como TikTok e Google contribuíram significativamente para visualizações e geração de tráfego. De forma geral, o tema demonstrou uma distribuição eficiente entre plataformas, garantindo ampla cobertura, engajamento e alcance dos públicos prioritários.

Planejado x veiculado (Farmácia Popular)

RESUMO PROGRAMAÇÃO DE INTERNET																		
TEMA DA CAMPANHA	AÇÃO MW	VEÍCULO	SEGMENTAÇÃO	PRAÇA DE VEICULAÇÃO	PLANEJADO			VEICULADO			RESULTADOS VEICULADOS							
					PERÍODO DE VEICULAÇÃO	TIPO DE COMPRA	VOLUME CONTRATADO	PERÍODO DE VEICULAÇÃO	VOLUME VEICULADO	VALOR 94,5% VEICULADO	Impressões	Cliques	View	Viewable	VAR.			
FARMÁCIA POPULAR	14/05/25	META	INOVADOR DIGITAL	NACIONAL	30/04 A 14/05	CPM	2.871.763	RS	59.485,49	02/05 A 15/05	2.731.295	RS	47.030,50	88.125.674	101.804	637.926	-	
FARMÁCIA POPULAR	14/05/25	GOOGLE BRASIL	INOVADOR DIGITAL	NACIONAL	30/04 A 14/05	CPV	39.967	RS	39.967	02/05 A 15/05	39.952	RS	45.944,52	10.414.688	38.108	6.221.110	-	
FARMÁCIA POPULAR	14/05/25	WEADS	REDES DE CONTEÚDO	NACIONAL	30/04 A 14/05	CPM	92.022	RS	21.087,99	02/05 A 15/05	92.022	RS	21.088,00	325.886	330	328.164	258.782 78%	
FARMÁCIA POPULAR	14/05/25	SIMPLEADS - REDE DE CONTEÚDO E VIDEO	REDES DE CONTEÚDO	NACIONAL	30/04 A 14/05	CPM	575.641	RS	27.540,00	02/05 A 15/05	575.641	RS	27.540,00	580.895	2.547	-	379.045 65%	
FARMÁCIA POPULAR	14/05/25	DIVERSA	REDES DE CONTEÚDO	NACIONAL	30/04 A 14/05	CPM	515.919	RS	17.429,68	02/05 A 15/05	515.919	RS	17.429,67	953.358	21	-	877.318 92%	
FARMÁCIA POPULAR	14/05/25	KWAI BRASIL	REDES SOCIAIS	NACIONAL	30/04 A 14/05	CPM	1.488.696	RS	20.792,77	02/05 A 15/05	1.791.778	RS	25.025,94	1.791.778	8.423	397.152	-	
FARMÁCIA POPULAR	14/05/25	TIK TOK	REDES SOCIAIS	NACIONAL	30/04 A 14/05	CPM	74.516	RS	32.884,64	02/05 A 15/05	117.144	RS	34.986,79	224.898	494	145.340	-	
FARMÁCIA POPULAR	14/05/25	TIK TOK	REDES SOCIAIS	NACIONAL	30/04 A 14/05	CPM	2.794.337	RS	49.512,16	02/05 A 15/05	2.794.337	RS	49.512,16	16.486.765	45.549	1.287.290	-	
FARMÁCIA POPULAR	14/05/25	SPOTIFY BRASIL	REDE DE ÁUDIO	NACIONAL	30/04 A 14/05	CPM	1.336.899	RS	32.215,92	02/05 A 15/05	1.470.589	RS	35.437,52	1.789.340	2.867	-	-	
TOTAL - INTERNET									9.789.760		10.128.677		320.595,01	132.688.985	200.140	8.986.952	1.515.145	-

Resultado Farmácia Popular: A campanha apresentou resultados consistentes no período de **02/05 a 15/05**, com abrangência nacional e direcionamento para públicos estratégicos. No total, foram geradas mais de **132 milhões** de impressões, com destaque para a forte entrega em plataformas como Meta, TikTok e Kwai, que concentraram grande volume de alcance, engajamento e visualizações.

Nos ambientes de conteúdo e demais plataformas, observaram-se bons volumes de cliques e visualizações, com destaque para Spotify que contribuiu para ampliar a presença da campanha em áudio.

Nesse cenário, a estratégia favoreceu a disseminação das informações do programa, ampliando o acesso e o conhecimento do público sobre a iniciativa.

Planejado x veiculado (Doação de Leite)

RESUMO PROGRAMAÇÃO DE INTERNET															
TEMA DA CAMPANHA	AÇÃO MW	VEÍCULO	SEGMENTAÇÃO	PRAÇA DE VEICULAÇÃO	PLANEJADO			VEICULADO			RESULTADOS VEICULADOS				
					PERÍODO DE VEICULAÇÃO	TIPO DE COMPRA	VOLUME CONTRATADO	PERÍODO DE VEICULAÇÃO	VOLUME VEICULADO	VALOR 94,5% VEICULADO	Impressões	Cliques	View	Viewable	VAN
DOAÇÃO DE LEITE	14/05/25	CLARO DATA REWARDS	DATA REWARDS	NACIONAL	06/05 A 03/06	CPV	28.386	06/05 A 03/06	28.386	R\$ 10.725,91	34.367	76	31.610	91,882	93%
DOAÇÃO DE LEITE	14/05/25	DIVERSA	REDES DE CONTEÚDO	NACIONAL	06/05 A 03/06	CPM	1.027.634	06/05 A 03/06	1.027.634	R\$ 34.717,33	1.341.236	43	0	1.233.406	92%
DOAÇÃO DE LEITE	14/05/25	KWAI BRASIL	REDES SOCIAIS	NACIONAL	06/05 A 03/06	CPM	2.764.967	06/05 A 03/06	16.373.991	R\$ 49.774,89	16.373.991	13.441	666.341	-	-
DOAÇÃO DE LEITE	14/05/25	SIMPLEADS - REDE DE CONTEÚDO E VIDEO	REDES DE CONTEÚDO	NACIONAL	06/05 A 03/06	CPM	1.151.283	06/05 A 03/06	1.151.283	R\$ 55.080,05	1.174.064	7.919	-	700.638	60%
DOAÇÃO DE LEITE	14/05/25	SPOTIFY BRASIL	REDE DE ÁUDIO	NACIONAL	06/05 A 03/06	CPV	1.483.656	06/05 A 03/06	1.484.485	R\$ 40.114,25	2.035.069	2.887	-	-	-
DOAÇÃO DE LEITE	14/05/25	TEASO SITES	REDES SOCIAIS	NACIONAL	06/05 A 03/06	CPV	149.011	06/05 A 03/06	148.916	R\$ 65.578,14	163.902	1.157	-	-	-
DOAÇÃO DE LEITE	14/05/25	TIK TOK	REDES SOCIAIS	NACIONAL	06/05 A 03/06	CPV	5.588.673	06/05 A 03/06	50.260.007	R\$ 98.971,79	50.260.007	67.561	2.205.051	-	0%
DOAÇÃO DE LEITE	14/05/25	TIK TOK	DATA REWARDS	NACIONAL	06/05 A 03/06	CPV	27.014	06/05 A 03/06	35.792	R\$ 6.802,71	56.817	107	53.894	94,211	95%
DOAÇÃO DE LEITE	14/05/25	VIVO ADS	DATA REWARDS	NACIONAL	06/05 A 03/06	CPV	22.318	06/05 A 03/06	33.779	R\$ 12.267,73	38.302	83	35.829	90,801	96%
DOAÇÃO DE LEITE	14/05/25	WEBADS	REDES DE CONTEÚDO	NACIONAL	06/05 A 03/06	CPV	184.043	06/05 A 03/06	184.043	R\$ 42.175,76	285.227	3.046	-	-	-
DOAÇÃO DE LEITE	14/05/25	META	INOVADOR DIGITAL	NACIONAL	06/05 A 03/06	CPM	5.743.561	06/05 A 03/06	25.814.127	R\$ 79.895,90	116.966.710	476.121	1.522.698	-	-
DOAÇÃO DE LEITE	14/05/25	GOOGLE BRASIL	INOVADOR DIGITAL	NACIONAL	06/05 A 03/06	CPV	79.934	06/05 A 03/06	7.792.321	R\$ 65.751,48	10.141.497	15.105	4.361.966	-	-
							18.460.520		104.532.854	R\$ 541.713,93	196.875.189	591.946	8.877.299	2.066.938	

Resultado Doação de Leite: A campanha apresentou resultados expressivos no período de **06/05 a 03/06**, com abrangência nacional e direcionamento para mulheres lactantes, gestantes, rede de apoio e profissionais de saúde. No total, foram geradas mais de **198 milhões** de impressões, com destaque para a forte entrega em redes sociais, especialmente no TikTok, Kwai e Meta, que concentraram grande volume de alcance, engajamento e visualizações.

Nos ambientes de conteúdo e demais plataformas, observaram-se bons volumes de cliques e visualizações, com destaque para o Google na geração de tráfego e para parceiros como SimpleAds e Diversa, que apresentaram bons níveis de viewability. As soluções de data rewards também se destacaram pelas altas taxas de visualização, indicando qualidade na entrega. Nesse contexto, a estratégia contribuiu para ampliar a conscientização sobre a importância da doação de leite materno, fortalecendo a mobilização e o alcance da mensagem junto aos públicos prioritários.

Planejado x veiculado (Tabaco)

RESUMO PROGRAMAÇÃO DE INTERNET													
TEMA DA CAMPANHA	VEÍCULO	SEGMENTAÇÃO	PRIMA DE VEICULAÇÃO	PLANEJADO			VEICULADO			RESULTADOS VEICULADOS			
				PERÍODO DE VEICULAÇÃO	TIPO DE COMPRA	VOLUME CONTRATADO	VALOR 94,5% APROVADO	PERÍODO DE VEICULAÇÃO	VOLUME VEICULADO	VALOR 94,5% VEICULADO	Impressões	Cliques	View
TABACO	SPOTIFY BRASIL	REDE DE AÚDIO	NACIONAL	28/05 A 18/06	CPM	1.470.589	R\$ 35.437,52	29/05 A 18/06	1.464.607	R\$ 35.293,37	1.464.607	2.668	-
TABACO	TIK TOK	REDES SOCIAIS	NACIONAL	28/05 A 18/06	CPM	2.153.653	R\$ 38.160,04	29/05 A 18/06	21.146.114	R\$ 38.160,04	21.146.114	30.620	1.364.658
TABACO	KWAI BRASIL	REDES SOCIAIS	NACIONAL	28/05 A 18/06	CPM	1.331.911	R\$ 18.602,93	29/05 A 18/06	6.303.111	R\$ 18.882,38	6.303.111	4.644	318.998
TABACO	TEADS SITES	REDES DE CONTEÚDO	NACIONAL	28/05 A 18/06	CPV	53.141	R\$ 23.401,70	29/05 A 18/06	51.065	R\$ 22.487,49	81.230	244	41.561
TABACO	WEBADS	REDES DE CONTEÚDO	NACIONAL	28/05 A 18/06	CPV	70.925	R\$ 16.253,35	29/05 A 18/06	70.925	R\$ 16.253,35	421.352	412	95.082
TABACO	DIVERSA	REDES DE CONTEÚDO	NACIONAL	28/05 A 18/06	CPV	396.019	R\$ 13.379,01	29/05 A 18/06	396.019	R\$ 13.379,00	453.394	42	-
TABACO	SIMPLEADS - REDE DE CO	REDES DE CONTEÚDO	NACIONAL	28/05 A 18/06	CPM	423.888	R\$ 20.279,79	29/05 A 18/06	423.888	R\$ 20.279,79	81.660	639	-
TABACO	META	INOVADOR DIGITAL	NACIONAL	28/05 A 18/06	CPM	2.685.213	R\$ 55.583,91	29/05 A 18/06	65.587.598	R\$ 55.581,47	81.306.356	395.297	3.248.238
TABACO	GOOGLE BRASIL	INOVADOR DIGITAL	NACIONAL	28/05 A 18/06	CPV	30.805	R\$ 35.425,75	29/05 A 18/06	70.776	R\$ 76.529,62	17.994.287	70.753	6.717.286
TOTAL - INTERNET						8.618.144	R\$ 256.524,00		95.514.103	R\$ 296.846,51	129.252.111	505.319	11.785.823

Resultado Tabaco: A campanha apresentou resultados consistentes no período de **29/05 a 18/06**, com abrangência nacional e direcionamento para a população em geral, com foco em adolescentes e jovens, além de profissionais de saúde, educadores e redes de apoio. No total, foram geradas mais de **129 milhões** de impressões, com destaque para a forte entrega em plataformas como Meta, TikTok e Kwai, que concentraram grande volume de alcance, engajamento e visualizações.

Nos ambientes de conteúdo e demais plataformas, observaram-se bons volumes de cliques e visualizações, com destaque para o Google na geração de tráfego. Ao longo da campanha, também foram realizadas substituições estratégicas de veículos, como WebAds e Diversa, com o objetivo de otimizar a performance e priorizar parceiros com maior aderência aos resultados esperados. Essa dinâmica permitiu manter a eficiência da entrega e a qualidade da distribuição das mensagens ao longo da estratégia. Nesse cenário, a estratégia contribuiu para ampliar o alcance da mensagem e reforçar a conscientização sobre os riscos do tabaco, especialmente entre os públicos mais jovens.

Planejado x veiculado (Amamentação)

RESUMO PROGRAMAÇÃO DE INTERNET																
TEMA DA CAMPANHA	AÇÃO MW	VEÍCULO	SEGMENTAÇÃO	PRAÇA DE VEICULAÇÃO	PLANEJADO			VEICULADO			RESULTADOS VEICULADOS					
					PERÍODO DE VEICULAÇÃO	TIPO DE COMPRA	VOLUME CONTRATADO	VALOR DOL. APROVADO	PERÍODO DE VEICULAÇÃO	VOLUME VEICULADO	VALOR DOL. VEICULADO	Impressões	Cliques	View	Viewable	VAN
AMAMENTAÇÃO	14/2025	SPOTIFY BRASIL	REDE DE ÁUDIO	NACIONAL	01/08 A 28/08	CPM	3.595.974	R\$ 86.653,98	01/08 A 28/08	3.880.587	R\$ 90.264,56	3.502.641	6.137	-	-	-
AMAMENTAÇÃO	14/2025	TIK TOK	REDES SOCIAIS	NACIONAL	01/08 A 28/08	CPM	8.490.492	R\$ 150.440,91	01/08 A 28/08	8.490.492	R\$ 150.440,91	55.809.473	72.689	3.242.847	-	-
AMAMENTAÇÃO	14/2025	KWAI BRASIL	REDES SOCIAIS	NACIONAL	01/08 A 28/08	CPM	6.462.656	R\$ 90.242,56	01/08 A 28/08	6.462.656	R\$ 90.242,57	21.399	1.361.340	-	-	-
AMAMENTAÇÃO	14/2025	TEADS SITES	REDES DE CONTEÚDO	NACIONAL	01/08 A 28/08	CPV	182.200	R\$ 80.335,41	01/08 A 28/08	182.200	R\$ 80.335,41	191.397	5.175	-	-	-
AMAMENTAÇÃO	14/2025	WEADS	REDES DE CONTEÚDO	NACIONAL	01/08 A 28/08	CPV	306.358	R\$ 70.205,77	01/08 A 28/08	306.358	R\$ 70.205,77	136.625	663	-	-	-
AMAMENTAÇÃO	14/2025	SIMPLEADS - REDE DE CONTEÚDO E VÍDEO	REDES DE CONTEÚDO	NACIONAL	01/08 A 28/08	CPM	1.677.065	R\$ 80.234,69	01/08 A 28/08	1.677.065	R\$ 79.968,68	1.688.419	7.527	-	972.141	58%
AMAMENTAÇÃO	14/2025	DIVERSA	REDES DE CONTEÚDO	NACIONAL	01/08 A 28/08	CPM	2.075.876	R\$ 70.130,88	01/08 A 28/08	2.075.876	R\$ 70.130,88	2.404.815	3.901	-	1.657.704	69%
AMAMENTAÇÃO	14/2025	VIVO ADS	DATA REWARDS	NACIONAL	01/08 A 28/08	CPV	51.962	R\$ 18.168,51	01/08 A 28/08	51.962	R\$ 20.059,02	71.815	421	64.735	69.403	97%
AMAMENTAÇÃO	14/2025	CLARO DATA REWARDS	DATA REWARDS	NACIONAL	01/08 A 28/08	CPV	53.065	R\$ 20.058,57	01/08 A 28/08	53.065	R\$ 20.058,57	64.938	138	59.960	61.874	95%
AMAMENTAÇÃO	14/2025	TIM	DATA REWARDS	NACIONAL	01/08 A 28/08	CPV	110.010	R\$ 21.207,73	01/08 A 28/08	104.052	R\$ 20.059,17	181.800	864	166.106	174.739	96%
AMAMENTAÇÃO	14/2025	META	INNOVADOR DIGITAL	NACIONAL	01/08 A 28/08	CPM	10.766.513	R\$ 222.875,51	01/08 A 28/08	82.238.549	R\$ 217.761,10	82.665.895	993.375	4.065.837	-	-
AMAMENTAÇÃO	14/2025	GOOGLE BRASIL	INNOVADOR DIGITAL	NACIONAL	01/08 A 28/08	CPV	92.288	R\$ 196.131,20	01/08 A 28/08	70.776	R\$ 4.863,17	14.080.319	556	11.233.778	-	-
							33.864.879	R\$ 1.016.607,72		71.583.638	R\$ 914.311,81	167.460.723	512.841	20.218.693	2.935.861	

Resultado Amamentação: A campanha apresentou resultados consistentes no período de **01/08 a 28/08**, com abrangência nacional e direcionamento para gestantes, mulheres com filhos de até 2 anos, profissionais de saúde e redes de apoio. No total, foram geradas mais de **167 milhões** de impressões, com destaque para a forte entrega em redes sociais, especialmente no Kwai, TikTok e Meta, que concentraram grande volume de alcance, engajamento e visualizações.

Nos ambientes de conteúdo e demais plataformas, observaram-se bons volumes de cliques e visualizações, com destaque para o Google na geração de tráfego e para parceiros como SimpleAds e Diversa, que apresentaram bons níveis de viewability. As soluções de data rewards também se destacaram pelas altas taxas de visualização, indicando qualidade na entrega. Nesse contexto, a estratégia contribuiu para fortalecer a comunicação sobre a importância da amamentação, ampliando o alcance da mensagem e a conexão com o público-alvo.

Planejado x veiculado (Covid)

RESUMO PROGRAMAÇÃO DE INTERNET																
TEMA DA CAMPANHA	AÇÃO MW	VEÍCULO	SEGMENTAÇÃO	PRAÇA DE VEICULAÇÃO	PLANEJADO			VEICULADO			RESULTADOS VEICULADOS					
					PERÍODO DE VEICULAÇÃO	TIPO DE COMPRA	VOLUME CONTRATADO	VALOR DOL. APROVADO	PERÍODO DE VEICULAÇÃO	VOLUME VEICULADO	VALOR DOL. VEICULADO	Impressões	Cliques	View	Viewable	VA
COVID	14/2025	SPOTIFY BRASIL	REDE DE ÁUDIO	NACIONAL	08/09 A 07/10	CPM	5.494.507	R\$ 132.403,88	08/09 A 08/10	4.789.379	R\$ 110.336,58	4.784.428	7.085	-	-	-
COVID	14/2025	TIK TOK	REDES SOCIAIS	NACIONAL	08/09 A 07/10	CPM	13.155.865	R\$ 233.105,48	08/09 A 08/10	86.162.630	R\$ 233.063,64	86.162.630	113.542	4.188.604	-	-
COVID	14/2025	KWAI BRASIL	REDES SOCIAIS	NACIONAL	08/09 A 07/10	CPM	10.013.767	R\$ 139.861,29	08/09 A 08/10	55.157.904	R\$ 154.000,22	65.197.904	10.170	1.725.402	-	-
COVID	43/2026	LINKEDIN	REDES SOCIAIS	NACIONAL	08/09 A 07/10	CPM	850.000	R\$ 80.325,00	08/09 A 08/10	2.408.182	R\$ 80.325,01	5.352.781	7.224	378.863	-	-
COVID	14/2025	TEADS SITES	REDES DE CONTEÚDO	NACIONAL	08/09 A 07/10	CPV	317.604	R\$ 139.863,27	08/09 A 08/10	313.173	R\$ 137.912,00	387.603	9.444	-	-	-
COVID	14/2025	SIMPLEADS - REDE DE CONTEÚDO E VÍDEO	REDES DE CONTEÚDO	NACIONAL	08/09 A 07/10	CPM	2.923.422	R\$ 139.863,31	08/09 A 08/10	2.912.013	R\$ 138.028,41	2.954.135	6.245	-	1.754.399	59%
COVID	43/2026	DIGITAL AUDIENZ	REDES DE CONTEÚDO	NACIONAL	08/09 A 07/10	CPM	2.441.773	R\$ 61.425,00	08/09 A 08/10	2.441.773	R\$ 61.425,00	3.143.924	845	-	2.681.530	85%
COVID	43/2026	PREMIUMADS	PROGRAMÁTICA	NACIONAL	08/09 A 07/10	CPM	83.570	R\$ 75.814,70	08/09 A 08/10	64.349	R\$ 58.377,41	65.932	64	-	-	-
COVID	14/2025	VIVO ADS	DATA REWARDS	NACIONAL	08/09 A 07/10	CPV	80.513	R\$ 28.151,27	08/09 A 08/10	80.513	R\$ 31.080,64	102.264	596	95.494	99.027	97%
COVID	14/2025	CLARO DATA REWARDS	DATA REWARDS	NACIONAL	08/09 A 07/10	CPV	82.224	R\$ 31.080,67	08/09 A 08/10	82.224	R\$ 31.080,68	134.258	151	124.250	126.640	94%
COVID	14/2025	TIM	DATA REWARDS	NACIONAL	08/09 A 07/10	CPV	179.431	R\$ 34.590,71	08/09 A 08/10	161.224	R\$ 31.080,76	304.274	824	283.191	290.344	95%
COVID	14/2025	META	INNOVADOR DIGITAL	NACIONAL	08/09 A 07/10	CPM	11.050.946	R\$ 228.754,58	08/09 A 08/10	82.060.902	R\$ 310.800,95	168.211.325	1.254.033	3.555.409	-	-
COVID	14/2025	GOOGLE BRASIL	INNOVADOR DIGITAL	NACIONAL	08/09 A 07/10	CPV	171.598	R\$ 197.537,79	08/09 A 08/10	24.824.160	R\$ 302.806,94	39.671.929	11.391	13.390.381	-	-
TOTAL - INTERNET							46.845.220	R\$ 1.522.576,39		261.258.426	R\$ 1.684.407,84	366.443.277	1.444.422	23.735.594	4.952.430	

Resultado COVID: A campanha apresentou resultados expressivos no período de **08/09 a 08/10**, com abrangência nacional e direcionamento para públicos prioritários, como crianças, gestantes, idosos, pessoas com comorbidades, populações vulneráveis e profissionais de saúde. No total, foram geradas mais de **366 milhões** de impressões, com destaque para a forte entrega em redes sociais, especialmente no Kwai, TikTok e Meta, que concentraram grande volume de alcance, engajamento e visualizações.

Nos ambientes de conteúdo e demais plataformas, observaram-se bons volumes de cliques e visualizações, com destaque para o Google na geração de tráfego e para parceiros como Audienz e SimpleAds, que apresentaram bons níveis de viewability. As soluções de data rewards também se destacaram pelas altas taxas de visualização, indicando qualidade na entrega.

Nesse cenário, a estratégia contribuiu para manter a comunicação ativa e acessível, apoiando a disseminação de informações relevantes em um contexto de atenção contínua à saúde pública.

Planejado x veiculado (Sífilis)

RESUMO PROGRAMAÇÃO DE INTERNET																
TEMA DA CAMPANHA	AÇÃO MW	VEÍCULO	SEGMENTAÇÃO	PRAÇA DE VEICULAÇÃO	PLANEJADO			VEICULADO			RESULTADOS VEICULADOS					
					PERÍODO DE VEICULAÇÃO	TIPO DE COMPRA	VOLUME CONTRATADO	VALOR 84,5% APROVADO	PERÍODO DE VEICULAÇÃO	VOLUME VEICULADO	VALOR 84,5% VEICULADO	Impressões	Cliques	View	Viewable	VAN
SÍFILIS	14/2025	SPOTIFY BRASIL	REDE DE ÁUDIO	NACIONAL	11/10 a 11/10	CPM	4.568.309	R\$ 110.085,92	20/10 a 14/11	4.225.343	R\$ 88.599,05	2.978.141	2.325	-	-	-
SÍFILIS	14/2025	TIK TOK	REDES SOCIAIS	NACIONAL	11/10 a 11/10	CPM	13.475.753	R\$ 242.517,25	20/10 a 14/11	69.238.632	R\$ 187.892,08	69.336.970	86.718	2.477.604	-	-
SÍFILIS	14/2025	KWAI BRASIL	REDES SOCIAIS	NACIONAL	11/10 a 11/10	CPM	3.224.064	R\$ 45.030,82	20/10 a 14/11	64.121.509	R\$ 186.246,06	64.121.509	28.423	1.264.625	-	-
SÍFILIS	45/2024	PINTEREST	REDES SOCIAIS	NACIONAL	11/10 a 11/10	CPM	10.409.487	R\$ 108.206,62	20/10 a 14/11	12.658.073	R\$ 64.747,88	12.658.711	11.647	4.890.554	-	-
SÍFILIS	14/2025	TIK TOK	REDES DE CONTEÚDO	NACIONAL	11/10 a 11/10	CPV	86.972	R\$ 38.251,82	20/10 a 14/11	250.647	R\$ 110.377,42	1.151.587	4.337	-	-	-
SÍFILIS	14/2025	SIMPLEADS - REDE DE CONTEÚDO E VIDEO	REDES DE CONTEÚDO	NACIONAL	11/10 a 11/10	CPM	3.038.592	R\$ 145.373,31	20/10 a 14/11	2.356.208	R\$ 112.161,07	2.354.769	4.241	-	1.094.531	40%
SÍFILIS	45/2024	TRIPLEA GAMES	GAMES	NACIONAL	11/10 a 11/10	CPM	6.593.518	R\$ 110.424,84	20/10 a 14/11	6.503.519	R\$ 110.424,85	6.547.461	17.415	-	1.732.811	26%
SÍFILIS	14/2025	VIVO ADS	DATA REWARDS	NACIONAL	11/10 a 11/10	CPV	83.495	R\$ 29.361,96	20/10 a 14/11	78.131	R\$ 30.161,11	94.912	345	87.398	92.936	90%
SÍFILIS	14/2025	CLARO DATA REWARDS	DATA REWARDS	NACIONAL	11/10 a 11/10	CPV	85.473	R\$ 32.808,79	20/10 a 14/11	75.381	R\$ 24.456,34	95.968	115	88.319	-	-
SÍFILIS	14/2025	TIM	DATA REWARDS	NACIONAL	11/10 a 11/10	CPV	87.857	R\$ 16.937,07	20/10 a 14/11	85.808	R\$ 16.542,15	178.545	348	168.038	171.558	96%
SÍFILIS	14/2025	META	INOVADOR DIGITAL	NACIONAL	11/10 a 11/10	CPM	15.608.223	R\$ 223.090,22	20/10 a 14/11	37.421.999	R\$ 250.588,36	155.075.777	457.345	5.352.653	-	-
SÍFILIS	14/2025	GOOGLE BRASIL	INOVADOR DIGITAL	NACIONAL	11/10 a 11/10	CPV	178.379	R\$ 205.116,89	20/10 a 14/11	9.709.206	R\$ 118.796,31	12.651.760	31.981	6.832.058	-	-
SÍFILIS - INTERNET							57.551.222	R\$ 1.406.653,48		206.774.356	R\$ 1.345.532,69	317.238.110	643.230	21.382.449	3.091.836	

Resultado Sífilis: A campanha apresentou resultados consistentes no período de **20/10 a 14/11/2025**, com abrangência nacional e direcionamento para públicos estratégicos, como jovens, mulheres em idade fértil, populações vulneráveis e profissionais de saúde. No total, foram geradas mais de **337 milhões** de impressões, com destaque para a forte entrega em redes sociais, especialmente no Kwai, TikTok e Meta, que concentraram grande volume de alcance e engajamento.

Nos ambientes de conteúdo e demais plataformas, observaram-se bons volumes de cliques e visualizações, com destaque para o Google na geração de tráfego e para o Pinterest e TikTok no consumo de vídeo. As soluções de data rewards também apresentaram altas taxas de visualização, indicando qualidade na entrega. De forma geral, o tema demonstrou uma distribuição eficiente entre plataformas reforçando a comunicação junto aos públicos prioritários.

Planejado x veiculado (Febre Amarela)

RESUMO PROGRAMAÇÃO DE INTERNET																
TEMA DA CAMPANHA	AÇÃO MW	VEÍCULO	SEGMENTAÇÃO	PRAÇA DE VEICULAÇÃO	PLANEJADO				VEICULADO				RESULTADOS VEICULADOS			
					PERÍODO DE VEICULAÇÃO	TIPO DE COMPRA	VOLUME CONTRATADO	VALOR 84,5% APROVADO	PERÍODO DE VEICULAÇÃO	VOLUME VEICULADO	VALOR 84,5% VEICULADO	Impressões	Cliques	View	Viewable	VAN
FEBRE AMARELA	14/2025	SPOTIFY BRASIL	REDE DE ÁUDIO	NACIONAL	12/01 a 31/01/2026	CPM	3.657.773	R\$ 88.143,18	12/01 a 31/01/26	2.483.466	R\$ 108.742,19	5.928.450	5.180	-	-	-
FEBRE AMARELA	14/2025	TIK TOK	REDES SOCIAIS	NACIONAL	12/01 a 31/01/2026	CPM	3.727.060	R\$ 66.038,84	12/01 a 31/01/26	3.727.060	R\$ 66.038,85	33.078.653	50.812	1.491.586	-	-
FEBRE AMARELA	45/2024	PINTEREST	REDES SOCIAIS	NACIONAL	12/01 a 31/01/2026	CPM	1.838.835	R\$ 59.114,69	12/01 a 31/01/26	7.019.513	R\$ 62.370,00	7.020.847	31.076	3.164.006	-	-
FEBRE AMARELA	14/2025	TIK TOK	REDES DE CONTEÚDO	NACIONAL	12/01 a 31/01/2026	CPV	640.810	R\$ 282.817,35	12/01 a 31/01/26	470.881	R\$ 192.550,71	2.228.720	5.224	470.882	-	-
FEBRE AMARELA	14/2025	SIMPLEADS - REDE DE CONTEÚDO E VIDEO	REDES DE CONTEÚDO	NACIONAL	12/01 a 31/01/2026	CPM	2.513.714	R\$ 120.261,92	12/01 a 31/01/26	3.251.829	R\$ 155.502,25	3.322.578	5.793	-	1.001.329	30%
FEBRE AMARELA	45/2024	TRIPLEA GAMES	GAMES	NACIONAL	12/01 a 31/01/2026	CPV	5.376.989	R\$ 91.462,58	12/01 a 31/01/26	3.520.450	R\$ 59.882,85	3.547.115	2.517	-	2.703.262	76%
FEBRE AMARELA	14/2025	VIVO ADS	DATA REWARDS	NACIONAL	12/01 a 31/01/2026	CPV	146.509	R\$ 51.226,87	12/01 a 31/01/26	10.884	R\$ 4.201,57	11.947	42	11.036	11.807	99%
FEBRE AMARELA	14/2025	CLARO DATA REWARDS	DATA REWARDS	NACIONAL	12/01 a 31/01/2026	CPV	55.024	R\$ 20.739,07	12/01 a 31/01/26	79.409	R\$ 30.016,40	175.765	117	164.913	167.659	96%
FEBRE AMARELA	14/2025	TIM	DATA REWARDS	NACIONAL	12/01 a 31/01/2026	CPV	61.645	R\$ 11.883,92	12/01 a 31/01/26	64.222	R\$ 12.380,74	169.045	162	162.395	164.420	97%
FEBRE AMARELA	14/2025	META	INOVADOR DIGITAL	NACIONAL	12/01 a 31/01/2026	CPM	16.957.048	R\$ 351.010,89	12/01 a 31/01/26	7.336.391	R\$ 193.811,39	123.193.556	799.679	1.498.813	-	-
FEBRE AMARELA	14/2025	GOOGLE BRASIL	INOVADOR DIGITAL	NACIONAL	12/01 a 31/01/2026	CPV	178.346	R\$ 205.097,90	12/01 a 31/01/26	13.489.671	R\$ 251.240,42	65.179.415	48.925	10.710.479	-	-
TOTAL - INTERNET							35.153.193	R\$ 1.307.697,24		41.453.777	R\$ 1.138.797,57	243.805.011	941.467	17.164.310	4.048.477	

Resultado Febre Amarela: A campanha apresentou resultados consistentes no período de **12/01 a 31/01/2026**, com abrangência nacional e direcionamento para a população geral (exceto gestantes). No total, foram geradas mais de **241 milhões** de impressões, com destaque para a forte entrega em redes sociais e plataformas digitais, especialmente no Meta, TikTok e Pinterest, que concentraram grande volume de alcance e engajamento.

Nos ambientes de conteúdo e demais plataformas, observaram-se bons volumes de cliques e visualizações, com destaque para o Google na geração de tráfego e para parceiros como **SimpleAds**, nas plataformas de conteúdo e **Triple A**, no segmento de games, que apresentaram bons níveis de visualização e viewability. As soluções de data rewards também se destacaram pelas altas taxas de visualização, indicando qualidade na entrega. De forma geral, a estratégia contribuiu para ampliar a visibilidade da campanha em um curto período de veiculação, reforçando a importância da comunicação preventiva junto à população.

Planejado x veiculado (Influenza Norte)

RESUMO PROGRAMAÇÃO DE INTERNET																
TEMA DA CAMPANHA	AÇÃO MW	VEÍCULO	SEGMENTAÇÃO	PRAÇA DE VEICULAÇÃO	PLANEJADO				VEICULADO				RESULTADOS VEICULADOS			
					PERÍODO DE VEICULAÇÃO	TIPO DE COMPRA	VOLUME CONTRATADO	VALOR 94,5% APROVADO	PERÍODO DE VEICULAÇÃO	VOLUME VEICULADO	VALOR 94,5% VEICULADO	Impressões	Cliques	View	Viewable	VAN
INFLUENZA NORTE	14/2025	SPOTIFY BRASIL	REDE DE ÁUDIO	REGIONAL	03/11 a 03/01/2026	CPM	3.818.245	R\$ 92.030,18	11/11 a 31/12	4.565.294	R\$ 100.011,08	4.994.090	4.505	-	-	-
INFLUENZA NORTE	14/2025	TIKTOK	REDES SOCIAIS	REGIONAL	03/11 a 03/01/2026	CPM	4.569.333	R\$ 80.963,87	11/11 a 31/12	16.889.035	R\$ 80.961,71	23.401.849	651.832	3.266.217	-	-
INFLUENZA NORTE	14/2025	KWAI BRASIL	REDES SOCIAIS	REGIONAL	03/11 a 03/01/2026	CPM	30.393.955	R\$ 832.578,27	11/11 a 31/12	84.556.547	R\$ 248.138,61	84.556.547	7.321	466.314	-	-
INFLUENZA NORTE	45/2024	PINTEREST	REDES SOCIAIS	REGIONAL	03/11 a 03/01/2026	CPM	5.813.700	R\$ 58.354,41	11/11 a 31/12	7.170.110	R\$ 56.977,48	7.462.361	13.856	2.949.453	-	-
INFLUENZA NORTE	14/2025	TEADS SITES	REDES DE CONTEÚDO	REGIONAL	03/11 a 03/01/2026	CPV	414.333	R\$ 182.459,82	11/11 a 31/12	414.333	R\$ 182.460,01	1.211.017	1.621	430.375	-	-
INFLUENZA NORTE	14/2025	SIMPLEADS - REDE DE CONTEÚDO E VÍDEO	REDES DE CONTEÚDO	REGIONAL	03/11 a 03/01/2026	CPV	3.002.262	R\$ 143.435,20	11/11 a 31/12	3.002.262	R\$ 143.529,20	3.126.196	21.366	-	1.434.939	52%
INFLUENZA NORTE	45/2024	TRIPLE A GAMES	GAMES	REGIONAL	03/11 a 03/01/2026	CPV	3.237.788	R\$ 55.074,77	11/11 a 31/12	3.237.788	R\$ 55.074,78	3.321.735	5.766	-	1.281.709	39%
INFLUENZA NORTE	14/2025	VIVO ADS	DATA REWARDS	REGIONAL	03/11 a 03/01/2026	CPV	87.503	R\$ 30.595,42	11/11 a 31/12	86.871	R\$ 18.094,50	49.353	122	66.874	68.187	98%
INFLUENZA NORTE	14/2025	CLARO DATA REWARDS	DATA REWARDS	REGIONAL	03/11 a 03/01/2026	CPV	73.033	R\$ 27.606,47	11/11 a 31/12	73.033	R\$ 27.606,35	155.595	202	144.766	146.191	94%
INFLUENZA NORTE	14/2025	TIM	DATA REWARDS	REGIONAL	03/11 a 03/01/2026	CPV	55.384	R\$ 10.476,39	11/11 a 31/12	55.664	R\$ 11.346,30	106.158	48	107.310	109.551	97%
INFLUENZA NORTE	14/2025	META	INNOVADOR DIGITAL	REGIONAL	03/11 a 03/01/2026	CPM	11.650.053	R\$ 241.556,10	11/11 a 31/12	18.549.876	R\$ 214.882,14	88.155.474	487.453	3.105.579	-	-
INFLUENZA NORTE	14/2025	GOOGLE BRASIL	INNOVADOR DIGITAL	REGIONAL	03/11 a 03/01/2026	CPV	289.085	R\$ 332.447,75	11/11 a 31/12	19.363.292	R\$ 331.933,35	31.473.234	69.184	19.156.423	-	-
							TOTAL - INTERNET	R\$ 1.487.959,38		157.927.509	R\$ 1.471.025,03	247.986.999	1.243.292	28.888.791	3.205.577	

Resultado Influenza Norte: A campanha apresentou resultados relevantes no período de **11/11 a 31/12/2025**, com veiculação direcionada para todos os estados da região Norte e foco em públicos prioritários, como crianças, gestantes, puérperas e idosos. No total, foram geradas mais de **267 milhões de impressões**, com destaque para a forte entrega em redes sociais, especialmente no Kwai, TikTok e Meta, que concentraram grande volume de alcance e engajamento.

Nos ambientes de conteúdo e demais plataformas, observaram-se bons volumes de cliques e visualizações, com destaque para o Google na geração de tráfego e para plataformas como Pinterest e TikTok no consumo de vídeo. As soluções de data rewards também apresentaram altas taxas de visualização, indicando qualidade na entrega. Nesse cenário, a estratégia contribuiu para fortalecer a comunicação em uma região prioritária, ampliando o acesso à informação e apoiando ações de conscientização voltadas à prevenção.

Planejado x veiculado (Bronquiolite)

RESUMO PROGRAMAÇÃO DE INTERNET																
TEMA DA CAMPANHA	AÇÃO MW	VEÍCULO	SEGMENTAÇÃO	PRAÇA DE VEICULAÇÃO	PLANEJADO				VEICULADO				RESULTADOS VEICULADOS			
					PERÍODO DE VEICULAÇÃO	TIPO DE COMPRA	VOLUME CONTRATADO	VALOR 94,5% APROVADO	PERÍODO DE VEICULAÇÃO	VOLUME VEICULADO	VALOR 94,5% VEICULADO	Impressões	Cliques	View	Viewable	VAN
BRONQUIOLITE	14/2025	TIKTOK	REDES SOCIAIS	NACIONAL	24/11 A 19/12	CPM	7.476.693	R\$ 132.477,65	09/12 A 31/12	43.999.222	R\$ 132.460,20	43.999.222	2.690.895	5.010.978	-	-
BRONQUIOLITE	14/2025	SPOTIFY BRASIL	REDE DE ÁUDIO	NACIONAL	24/11 A 19/12	CPM	4.332.086	R\$ 104.292,89	09/12 A 31/12	5.415.110	R\$ 108.741,17	7.102.863	5.471	-	-	-
BRONQUIOLITE	14/2025	TEADS SITES	REDES DE CONTEÚDO	NACIONAL	24/11 A 19/12	CPV	479.120	R\$ 210.990,07	09/12 A 31/12	445.486	R\$ 210.990,07	959.019	8.783	-	-	-
BRONQUIOLITE	14/2025	SIMPLEADS - REDE DE CONTEÚDO E VÍDEO	REDES DE CONTEÚDO	NACIONAL	24/11 A 19/12	CPM	3.213.068	R\$ 153.720,65	09/12 A 31/12	3.158.490	R\$ 153.409,81	3.218.949	4.933	-	1.395.563	43%
BRONQUIOLITE	45/2024	TRIPLE A GAMES	GAMES	NACIONAL	24/11 A 19/12	CPV	3.520.451	R\$ 59.882,87	09/12 A 31/12	3.520.451	R\$ 59.882,87	3.674.376	1.569	-	2.612.445	71%
BRONQUIOLITE	14/2025	VIVO ADS	DATA REWARDS	NACIONAL	24/11 A 19/12	CPV	95.142	R\$ 33.266,40	09/12 A 31/12	24.439	R\$ 9.434,25	24.522	56	22.718	23.500	95%
BRONQUIOLITE	14/2025	TIM	DATA REWARDS	NACIONAL	24/11 A 19/12	CPV	61.645	R\$ 11.883,52	09/12 A 31/12	64.222	R\$ 12.380,75	155.468	158	149.372	151.422	97%
BRONQUIOLITE	45/2024	PINTEREST	REDES SOCIAIS	NACIONAL	24/11 A 19/12	CPM	6.188.000	R\$ 64.324,26	09/12 A 31/12	7.673.379	R\$ 60.640,96	7.674.483	15.321	3.098.435	-	-
BRONQUIOLITE	14/2025	CLARO DATA REWARDS	DATA REWARDS	NACIONAL	24/11 A 19/12	CPV	75.409	R\$ 30.046,90	09/12 A 31/12	75.409	R\$ 30.046,90	105.970	64	99.992	17.462	17%
BRONQUIOLITE	14/2025	META	INNOVADOR DIGITAL	NACIONAL	24/11 A 19/12	CPM	7.733.874	R\$ 160.091,19	09/12 A 31/12	30.716.294	R\$ 160.091,83	84.327.842	756.419	4.837.299	-	-
BRONQUIOLITE	14/2025	GOOGLE BRASIL	INNOVADOR DIGITAL	NACIONAL	24/11 A 19/12	CPV	225.382	R\$ 259.189,30	09/12 A 31/12	12.556.592	R\$ 258.992,70	35.911.237	472.530	9.931.923	-	-
							33.404.872	R\$ 1.220.235,41		107.653.094	R\$ 1.197.093,21	187.052.051	3.956.199	22.751.117	4.200.272	

Resultado Bronquiolite: A campanha apresentou resultados expressivos no período de **09/12 a 31/12**, com abrangência nacional e direcionamento para gestantes a partir da 28ª semana. No total, foram geradas mais de **187 milhões** de impressões, com destaque para a forte entrega em redes sociais, especialmente no TikTok e Meta, que concentraram grande volume de alcance, engajamento e visualizações.

Nos ambientes de conteúdo e demais plataformas, observaram-se bons volumes de cliques e visualizações, com destaque para o Google na geração de tráfego e para o Pinterest e TikTok no consumo de vídeo. As soluções de data rewards também apresentaram altas taxas de visualização, indicando qualidade na entrega. Nesse contexto, a estratégia contribuiu para reforçar a comunicação em um período crítico, ampliando a conscientização e o alcance da mensagem junto ao público prioritário.

Planejado x veiculado (Impulsionamentos)

RESUMO PROGRAMAÇÃO DE INTERNET															
TEMA DA CAMPANHA	VEÍCULO	SEGMENTAÇÃO	PRAÇA DE VEICULAÇÃO	PLANEJADO			VEICULADO			RESULTADOS VEICULADOS					
				PERÍODO DE VEICULAÇÃO	TIPO DE COMPRA	VOLUME CONTRATADO	VALOR 94,5% APROVADO	PERÍODO DE VEICULAÇÃO	VOLUME VEICULADO	VALOR 94,5% VEICULADO	Impressões	Cliques	View	Viewable	VALOR
IMPULSIONAMENTOS	TIK TOK	REDES SOCIAIS	NACIONAL	02/10/25 A 20/02/26	CPM	28.264.650	R\$ 500.814,2	02/10/25 A 20/02/26	178.000.761	R\$ 397.971,14	281.572.888	223.800	13.593.808	-	-
IMPULSIONAMENTOS	META	INOVADOR DIGITAL	NACIONAL	01/09 A 11/12	CPM	42.518.792	R\$ 880.138,99	01/09 A 11/12	118.584.112	R\$ 788.644,84	557.099.019	1.735.641	24.785.284	-	-
IMPULSIONAMENTOS	LINKEDIN	REDES SOCIAIS	NACIONAL	12/09 A 15/10	CPM	1.795.502	R\$ 169.674,34	12/09 A 15/10	28.228.197	R\$ 100.343,63	8.605.861	261.830	1.093.547	-	-
TOTAL - INTERNET						72.578.944	R\$ 1.550.627,55		324.813.070	R\$ 1.286.959,61	847.277.768	2.221.271	38.472.639	-	-

Resultado Impulsionamentos: Ao longo de toda a estratégia Always On, também foram realizados impulsionamentos de conteúdos a partir de materiais enviados pela equipe de redes. Essas ações tiveram como objetivo ampliar o alcance de publicações que, inicialmente, seriam veiculadas apenas de forma orgânica. Essa abordagem permitiu potencializar a distribuição das mensagens, garantindo maior visibilidade dos conteúdos e fortalecendo a presença digital do Ministério da Saúde, especialmente em momentos e temas estratégicos.

Os volumes contratados apresentados em cada tema não correspondem necessariamente ao total aprovado no planejamento geral da campanha. Isso ocorre porque alguns veículos (Webads, Diversa, LinkedIn, Digital Audienz, Premium Ads) tiveram sua participação ajustada ao longo da execução do Always On, fazendo com que apenas os volumes efetivamente utilizados em cada tema fossem considerados nos respectivos detalhamentos. Por esse motivo, a soma dos contratados por tema pode apresentar diferença em relação aos quantitativos originalmente aprovados no consolidado geral da campanha.

Análise consolidada dos Resultados

Além dos resultados apresentados, destaca-se a eficiência da estratégia de mídia em relação ao volume inicialmente planejado. Considerando as três ações aprovadas, o volume contratado totalizava aproximadamente 489 milhões de impressões.



Ao final da campanha, a entrega consolidada ultrapassou 2 bilhões de impressões, resultado impulsionado pelas otimizações contínuas realizadas ao longo da veiculação, pela dinâmica de compra das plataformas digitais e pelas entregas adicionais realizadas pelos parceiros sem impacto financeiro para o cliente.

Esse desempenho evidencia uma expressiva ampliação da exposição das mensagens, com aumento superior a 400% na entrega, potencializando o alcance e a efetividade da comunicação do Ministério da Saúde.

Como destaque, redes sociais e plataformas de vídeo concentraram os melhores resultados, especialmente com conteúdos mais humanizados e em vídeo. A diversificação das plataformas também contribuiu para ampliar a cobertura e reforçar a comunicação ao longo da jornada do público.

Como aprendizado, reforça-se a importância da segmentação qualificada, da adaptação de linguagem e do monitoramento contínuo, que permitiram otimizações ao longo da campanha.

Para campanhas futuras, recomenda-se intensificar o uso de vídeos curtos, aprofundar a segmentação e explorar formatos que estimulem maior engajamento, mantendo a estratégia Always On aliada ao uso de dados.

Conclusão Final

A campanha Always On 2025 realizada no período de Abril/25 a Janeiro/26 apresentou resultados positivos, atendendo aos objetivos propostos de manter uma comunicação contínua e estratégica no ambiente digital. Além disso, o desdobramento da campanha possibilitou a ampliação de alcance e frequência das mensagens, superando as limitações do alcance orgânico e garantindo maior visibilidade aos temas abordados. Além disso, a diversidade de formatos e canais contribuiu para potencializar os impactos da comunicação, ampliando as oportunidades de contato com diferentes perfis de público. De forma geral, o pós-venda demonstra uma execução consistente, com boa performance dos indicadores e adequada distribuição das inserções, reforçando a efetividade da estratégia adotada.