

RELATÓRIO DE RESULTADOS

Campanha Always On 2026 - 1º Semestre

Data de emissão: 17/08/2026

Dados consolidados na data: 17/08/2026

Sumário

Objetivo do Relatório	3
Objetivo de comunicação da campanha	3
Público-Alvo.....	3
ESTRATÉGIA DE MÍDIA.....	4
Justificativa da escolha dos meios:.....	4
Praças de veiculação Regional:	4
Meios e categorias selecionados:.....	5
Critérios para apresentação dos resultados:.....	5
CRONOGRAMA GERAL APROVADO X VEICULADO	6
DETALHAMENTO DA PROGRAMAÇÃO DIGITAL	7
Metodologia de mensuração:	8
Resultado Planejado x veiculado (Geral).....	8
Resultado Geral Plataformas Redes Sociais	9
Resultado Geral de Streaming.....	9
Resultado Geral do Segmento de Games.....	10
Resultado Geral de Programática	10
Resultado Geral de Portais e Verticais	11
Resultado Geral de Aplicativos.....	11
Resultado Geral de Formadores de Opinião	12
RESULTADO GERAL POR TEMA.....	12
Planejado x veiculado (Tuberculose).....	13
Planejado x veiculado (Malária)	13
Planejado x veiculado (Sarampo – Pré Copa).....	14
Planejado x veiculado (Tabaco).....	15
Planejado x veiculado (Doação de Leite).....	15
Planejado x veiculado (SUS)	16
Planejado x veiculado (Doação de Sangue).....	17
Planejado x veiculado (Impulsionamentos)	17
ANÁLISE CONSOLIDADA DOS RESULTADOS	18
CONCLUSÃO	19

Cliente: Ministério da Saúde

Agência: Debrito

Tipo de campanha: Utilidade Pública

Período de veiculação: 20/03/2026 a 03/07/2026

Objetivo do Relatório

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

Objetivo de comunicação da campanha

O Ministério da Saúde promoveu, ao longo do 1º semestre de 2026, a campanha Always On, com veiculação em âmbito nacional e regional. A iniciativa teve como objetivo garantir a presença contínua da comunicação de utilidade pública 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 ambientes online, de modo a assegurar maior visibilidade aos temas prioritários abordados.

Público-Alvo

A campanha teve como foco a população em geral, com segmentações específicas de acordo com cada tema, considerando a relevância dos públicos prioritários para as políticas públicas de saúde e para o acesso à informação de utilidade pública.

- **Tuberculose:** População em geral; pessoas em situação de maior vulnerabilidade social; profissionais de saúde e gestores públicos.
- **Malária:** População em geral em regiões prioritárias; profissionais de saúde; gestores; viajantes; populações indígenas, ribeirinhas e vulneráveis.
- **Sarampo – Pré Copa:** Brasileiros que viajarão para o exterior (especialmente para a Copa 2026) ; torcedores em geral, população adulta acima de 18 anos e Viajantes frequentes.
- **Tabaco:** População em geral, com foco em adolescentes e jovens; profissionais de saúde; educadores; famílias e redes de apoio.
- **Doação de Leite:** Mulheres lactantes; gestantes; rede de apoio; profissionais de saúde; gestores e formadores de opinião.
- **SUS:** População em geral; usuários do Sistema Único de Saúde; famílias; cuidadores e profissionais de saúde.

- **Doação de Sangue:** População em geral; potenciais doadores; públicos regionais por clusters estratégicos; formadores de opinião.
- **Impulsionamentos nas Redes Sociais do MS:** População em geral.

ESTRATÉGIA DE MÍDIA

A estratégia de mídia da Campanha Always On 2026 - 1º Semestre foi estruturada para garantir presença contínua do Ministério da Saúde no ambiente digital, ampliando o alcance, a frequência e a visibilidade das mensagens de interesse público.

A programação foi organizada por temas prioritários de saúde, permitindo uma comunicação direcionada e alinhada às pautas trabalhadas no semestre.

A atuação foi orientada por segmentações demográficas, comportamentais, contextuais e regionais, além do monitoramento contínuo dos indicadores de desempenho, possibilitando ajustes táticos e maior eficiência na aplicação dos recursos.

Dessa forma, a estratégia contribuiu para assegurar presença constante da comunicação do Ministério da Saúde e ampliar a disseminação das mensagens de utilidade pública.

Justificativa da escolha dos meios:

A Campanha Always On 2026 - 1º Semestre 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, diversidade de formatos 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 acompanhamento da entrega ao longo da campanha.

Praças de veiculação Regional:

- **Tuberculose:** Veiculação nacional com reforço nos Estados de: Belém, Manaus, Recife, Rio de Janeiro, Porto Velho, São Luís, Rio Branco, Porto Alegre, Boa Vista e Macapá - **Período:** 20/03/2026 a 12/04/2026.
- **Malária:** Veiculação nacional com reforço nos Estados de: Acre, Amazonas, Amapá, Maranhão, Mato Grosso, Pará, Rondônia, Roraima e Tocantins - **Período:** 15/04/2026 a 07/05/2026

Praças de veiculação Nacional:

- **Sarampo Pré-Copa:** Veiculação nacional, com foco em públicos relacionados a viagens internacionais e vacinação - **Período:** 27/04/2026 a 10/06/2026;
- **Tabaco:** Veiculação nacional - **Período:** 28/05/2026 a 28/06/2026;
- **Doação de Leite:** Veiculação nacional, com clusters regionais estratégicos - **Período:** 11/05/2026 a 11/06/2026;
- **SUS:** Veiculação nacional, com clusters regionais estratégicos - **Período:** 04/05/2026 a 03/07/2026;
- **Doação de Sangue:** Veiculação nacional, com clusters regionais estratégicos - **Período:** 08/06/2026 a 30/06/2026;
- **Impulsionamentos:** Veiculação nacional - **Período:** 24/04/2026 a 03/07/2026.

Meios e categorias selecionados:

- **Internet:** redes sociais, streaming de áudio, rede de games, programática, portais verticais, recompensa de dados, aplicativos de delivery e transportes, sites de formadores de opinião e demais ambientes digitais selecionados conforme a estratégia de cada tema.

Critérios para apresentação dos resultados:

Os resultados são apresentados de acordo com os meios e veículos utilizados na campanha, considerando os indicadores disponíveis em cada plataforma e relatórios de aferição.

Para os canais digitais, os resultados são mensurados a partir de relatórios das plataformas, veículos e adservers, considerando indicadores como investimento, impressões, cliques, visualizações de vídeo, engajamentos, viewability, taxa de conclusão de vídeo e custos médios.

CRONOGRAMA GERAL APROVADO X VEICULADO

Os cronogramas abaixo serão apresentados com valores macro, somando todas as ações aprovadas no Mídiaweb e o detalhamento por tema será apresentado nos próximos tópicos.

Total Mídia aprovado: R\$ 11.631.443,72 (94,5% desembolso cliente)

Ação 06/2026

VEÍCULO	CATEGORIA	PRACA DE VEICULAÇÃO	PERÍODO DE VEICULAÇÃO	QTD. INSERÇÕES	DADOS DE IMPACTO	VALOR NEGOCIADO 100%	VALOR DESBOLSO 94,5%	% MEIO	% CAMPANHA
INTERNET									
GOOGLE BRASIL	REDES SOCIAIS	NACIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	1.905.272	1.905.272	R\$ 1.905.272,00	R\$ 2.191.062,80	19,05%	19,05%
META	REDES SOCIAIS	NACIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	82.945.948	82.945.948	R\$ 1.699.512,71	R\$ 1.954.439,61	17,00%	17,00%
TIK TOK	REDES SOCIAIS	NACIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	96.337.160	96.337.160	R\$ 1.806.321,75	R\$ 1.706.974,05	14,84%	14,84%
KWAI BRASIL	REDES SOCIAIS	NACIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	94.152.008	94.152.008	R\$ 1.391.566,68	R\$ 1.315.030,51	11,44%	11,44%
LINKEDIN	REDES SOCIAIS	NACIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	4.038.788	4.038.788	R\$ 525.042,44	R\$ 496.165,11	4,31%	4,31%
SPOTIFY BRASIL	STREAMING DE ÁUDIO	NACIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	21.074.830	21.074.830	R\$ 537.408,17	R\$ 507.850,72	4,42%	4,42%
SUA MÚSICA	STREAMING DE ÁUDIO	NACIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	266.680	266.680	R\$ 105.818,62	R\$ 99.998,60	0,87%	0,87%
TRIPLEA GAMES MÍDIA E MARKETING	GAMES	NACIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	14.697.240	14.697.240	R\$ 264.550,32	R\$ 250.000,05	2,17%	2,17%
AZERION GAMES	GAMES	NACIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	2.288.004	2.288.004	R\$ 211.640,37	R\$ 200.000,15	1,74%	1,74%
TEADS SITES (REDE DE CONTEÚDO E VÍDEO)	PROGRAMÁTICA	NACIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	3.639.832	3.639.832	R\$ 177.259,82	R\$ 167.510,53	1,46%	1,46%
ZAP MEDIA	PROGRAMÁTICA	NACIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	1.109.236	1.109.236	R\$ 177.207,99	R\$ 167.461,55	1,46%	1,46%
SIMPLE ADS	PROGRAMÁTICA	NACIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	3.967.832	3.967.832	R\$ 178.552,44	R\$ 168.732,06	1,47%	1,47%
SAMBA ADS	PROGRAMÁTICA	NACIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	7.259.296	7.259.296	R\$ 177.852,75	R\$ 168.070,85	1,46%	1,46%
MOBI IN	PROGRAMÁTICA	NACIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	4.652.168	4.652.168	R\$ 175.944,99	R\$ 166.268,02	1,45%	1,45%
SERASA 4ADS	PORTAL / VERTICAL	NACIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	15.149.620	15.149.620	R\$ 423.280,38	R\$ 399.999,96	3,48%	3,48%
VIVO ADS	RECOMPENSA DE DADOS	NACIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	493.200	493.200	R\$ 156.936,24	R\$ 148.304,75	1,29%	1,29%
CLARO ADS	RECOMPENSA DE DADOS	NACIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	489.796	489.796	R\$ 137.142,88	R\$ 129.600,02	1,13%	1,13%
TIM	RECOMPENSA DE DADOS	NACIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	755.832	755.832	R\$ 126.979,78	R\$ 119.995,89	1,04%	1,04%
UBER	APLICATIVOS	NACIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	1.202.500	1.202.500	R\$ 396.825,00	R\$ 374.999,63	3,26%	3,26%
IFOOD	APLICATIVOS	NACIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	19.916.748	19.916.748	R\$ 396.825,32	R\$ 374.999,93	3,26%	3,26%
BRASIL DE FATO	FORMADORES DE OPINIÃO	NACIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	1.400.000	1.400.000	R\$ 46.200,00	R\$ 43.659,00	0,38%	0,38%
O CAFEZINHO	FORMADORES DE OPINIÃO	NACIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	1.563.272	1.563.272	R\$ 48.852,25	R\$ 46.165,38	0,40%	0,40%
OPERA MUNDO	FORMADORES DE OPINIÃO	NACIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	781.636	781.636	R\$ 45.364,32	R\$ 42.869,28	0,37%	0,37%
PORTAL FORUM	FORMADORES DE OPINIÃO	NACIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	1.280.000	1.280.000	R\$ 44.993,54	R\$ 42.518,89	0,37%	0,37%
ALMA PRETA JORNALISMO PRETO E LIVRE	FORMADORES DE OPINIÃO	NACIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	32.000	32.000	R\$ 56.000,00	R\$ 52.920,00	0,46%	0,46%
BRASIL 247	FORMADORES DE OPINIÃO	NACIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	1.400.000	1.400.000	R\$ 45.330,24	R\$ 43.026,08	0,37%	0,37%
CARTA CAPITAL	FORMADORES DE OPINIÃO	NACIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	1.055.136	1.055.136	R\$ 44.940,14	R\$ 42.468,43	0,37%	0,37%
DCM (DIÁRIO DO CENTRO DO MUNDO)	FORMADORES DE OPINIÃO	NACIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	697.116	697.116	R\$ 43.500,04	R\$ 41.107,54	0,36%	0,36%
AGENDA DO PODER	FORMADORES DE OPINIÃO	NACIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	533.332	533.332	R\$ 40.000,00	R\$ 37.800,00	0,33%	0,33%
TOTAL - INTERNET				385.084.482		R\$ 11.387.323,18	R\$ 11.499.999,38	100,00%	100,00%

Ação 69/2026 – Complementar

VEÍCULO	CATEGORIA	PRACA DE VEICULAÇÃO	PERÍODO DE VEICULAÇÃO	QTD. INSERÇÕES	DADOS DE IMPACTO	VALOR NEGOCIADO 100%	VALOR DESBOLSO 94,5%	% MEIO	% CAMPANHA
INTERNET									
PINTEREST	REDES SOCIAIS	NACIONAL + PRAÇAS	25/05/2026 A 30/06/2026	12.644.957	12.644.957	R\$ 139.094,53	R\$ 131.444,33	100,00%	100,00%
TOTAL - INTERNET				12.644.957		R\$ 139.094,53	R\$ 131.444,33	100,00%	100,00%

O valor aprovado da campanha foi de R\$ 11.499.999,38 (94,5%) na Ação 06/2026. No decorrer da execução da campanha, foi alocada uma verba complementar, com o objetivo de reforçar a comunicação no meio digital, possibilitando a aprovação da Ação 69/2026, no valor de R\$ 131.444,33 (94,5%), com a inclusão da programação na rede social Pinterest. Esse montante é referente ao remanejamento de saldo da produção previsto no planejamento inicial, visando ampliar o alcance e a efetividade das ações previstas. Dessa forma, o valor total da campanha passou a ser de R\$ 11.631.443,72.

Total Mídia Veiculado: 11.334.657,73 (94,5% desembolso cliente)

Ação 06/2026

VEÍCULO	CATEGORIA	PRACA DE VEICULAÇÃO	PERÍODO DE VEICULAÇÃO	QTD. INSERÇÕES	DADOS DE IMPACTO	VALOR NEGOCIADO 100%	VALOR DESEMBOLSO 94,5%	% MÊD	% CAMPANHA	REPRESENTANTE
INTERNET										
GOOGLE BRASIL	REDES SOCIAIS	NACIONAL	20/03/2026 a 30/06/2026	187.578.061	187.578.061	R\$ 1.902.889,17	R\$ 1.888.437,54	19,53%	12,36%	GOOGLE
META	REDES SOCIAIS	NACIONAL	20/03/2026 a 30/07/2026	316.574.939	316.574.939	R\$ 1.660.643,90	R\$ 1.509.740,48	17,05%	10,73%	META
TIK TOK	REDES SOCIAIS	NACIONAL	20/03/2026 a 30/06/2026	295.120.620	295.120.620	R\$ 1.797.124,65	R\$ 1.496.282,80	15,16%	9,50%	STREET MÍDIA
PIWIA BRASIL	REDES SOCIAIS	NACIONAL	20/03/2026 a 30/07/2026	262.393.328	262.393.328	R\$ 1.367.717,96	R\$ 1.511.393,49	11,71%	7,41%	OUR MÍDIA
LINEODIN	REDES SOCIAIS	NACIONAL	20/03/2026 a 30/07/2026	22.746.992	22.746.992	R\$ 519.202,72	R\$ 490.646,57	4,38%	2,77%	OUR MÍDIA
SPOTIFY BRASIL	STREAMING	NACIONAL	23/03/2026 a 30/06/2026	21.102.802	21.102.802	R\$ 537.408,18	R\$ 507.850,73	4,53%	2,87%	SPOTIFY BRASIL
SUA MÚSICA	STREAMING	NACIONAL	20/03/2026 a 30/06/2026	206.679	206.679	R\$ 105.818,27	R\$ 99.599,27	0,9%	0,36%	THE HUB
TRIPLEX GAMES MÍDIA E MARKETING	GAMES	NACIONAL	20/03/2026 a 30/06/2026	14.337.741	14.337.741	R\$ 258.079,35	R\$ 243.884,99	2,18%	1,38%	FBD
AZERION GAMES	GAMES	NACIONAL	20/03/2026 a 30/06/2026	1.889.442	1.889.442	R\$ 174.771,40	R\$ 165.160,86	1,47%	0,9%	VALENTE
TEAD SITES (REDE DE CONTEÚDO E VÍDEO)	PROGRAMÁTICA	NACIONAL	20/03/2026 a 30/06/2026	3.402.476	3.402.476	R\$ 165.790,56	R\$ 156.587,03	1,40%	0,88%	ADTARGET
EAP MÍDIA	PROGRAMÁTICA	NACIONAL	20/03/2026 a 30/06/2026	886.278	886.278	R\$ 141.429,17	R\$ 139.650,57	1,1%	0,7%	FBD
SIMPLE ADS	PROGRAMÁTICA	NACIONAL	24/03/2026 a 30/06/2026	3.783.022	3.783.022	R\$ 170.236,02	R\$ 160.873,04	1,44%	0,91%	VERT
SAMBIA ADS	PROGRAMÁTICA	NACIONAL	20/03/2026 a 30/06/2026	7.254.127	7.254.127	R\$ 177.726,14	R\$ 167.951,20	1,50%	0,95%	SAMBIA ADS
MORI IN	PROGRAMÁTICA	NACIONAL	20/03/2026 a 30/06/2026	4.343.046	4.343.046	R\$ 152.560,26	R\$ 144.169,44	1,29%	0,81%	MORI IN
SENASA ADS	PORTAL / VERTICAL	NACIONAL	24/03/2026 a 30/06/2026	15.170.952	15.170.952	R\$ 423.280,33	R\$ 399.999,91	3,57%	2,26%	INSIGHTIFY
VIVO ADS	PORTAL / VERTICAL	NACIONAL	20/03/2026 a 30/06/2026	469.487	469.487	R\$ 149.390,80	R\$ 141.174,30	1,26%	0,80%	STREET MÍDIA
CLARO ADS	PORTAL / VERTICAL	NACIONAL	20/03/2026 a 30/06/2026	489.795	489.795	R\$ 137.142,71	R\$ 129.599,86	1,16%	0,73%	NEWONE1
TM	PORTAL / VERTICAL	NACIONAL	20/03/2026 a 30/06/2026	755.832	755.832	R\$ 126.973,71	R\$ 119.899,83	1,07%	0,68%	VERT
UBER	APLICATIVOS	NACIONAL	20/03/2026 a 30/06/2026	1.138.311	1.138.311	R\$ 375.298,32	R\$ 354.656,91	3,17%	2,00%	STREET MÍDIA
FOOD	APLICATIVOS	NACIONAL	20/03/2026 a 30/06/2026	31.164.506	31.164.506	R\$ 396.579,37	R\$ 374.767,50	3,35%	2,12%	STREET MÍDIA
BRASIL DE FATO	FORMADORES DE OPINIÃO	NACIONAL	20/03/2026 a 30/06/2026	1.409.734	1.409.734	R\$ 38.669,12	R\$ 36.542,32	0,33%	0,21%	CPMÍDIA
OCATEFEMO	FORMADORES DE OPINIÃO	NACIONAL	20/03/2026 a 30/06/2026	566.190	566.190	R\$ 12.037,46	R\$ 11.356,48	0,10%	0,06%	VERT
OPERA MUNDO	FORMADORES DE OPINIÃO	NACIONAL	20/03/2026 a 30/06/2026	309.841	309.841	R\$ 39.043,73	R\$ 36.896,32	0,33%	0,21%	MAPA DA MÍDIA
PORTAL FORUM	FORMADORES DE OPINIÃO	NACIONAL	20/03/2026 a 30/06/2026	966.653	966.653	R\$ 33.979,01	R\$ 32.110,16	0,29%	0,18%	FÓRUM
ALMA PRETA JORNALISMO PRETO E LIVRE	FORMADORES DE OPINIÃO	NACIONAL	20/03/2026 a 30/06/2026	16.000	16.000	R\$ 56.000,00	R\$ 52.520,00	0,47%	0,29%	MEIOS
BRASIL 247	FORMADORES DE OPINIÃO	NACIONAL	20/03/2026 a 30/06/2026	1.383.461	1.383.461	R\$ 44.992,36	R\$ 42.517,78	0,38%	0,24%	ADTARGET
CARTA CAPITAL	FORMADORES DE OPINIÃO	NACIONAL	20/03/2026 a 30/06/2026	1.050.222	1.050.222	R\$ 44.730,86	R\$ 42.270,66	0,38%	0,24%	VERT
DCM (DIÁRIO DO CENTRO DO MUNDO)	FORMADORES DE OPINIÃO	NACIONAL	20/03/2026 a 30/06/2026	215.991	215.991	R\$ 13.477,85	R\$ 12.736,57	0,11%	0,07%	SÁ PUBLICIDADE
AGÊNCIA DO PODER	FORMADORES DE OPINIÃO	NACIONAL	20/03/2026 a 30/06/2026	251.920	251.920	R\$ 23.157,41	R\$ 22.041,35	0,20%	0,12%	MOSHADO
TOTAL - INTERNET				1.197.037.450	1.197.037.450	R\$ 11.082.189,02	R\$ 11.203.213,40	100,00%	63,38%	

Ação 69/2026 – Complementar

VEÍCULO	CATEGORIA	PRACA DE VEICULAÇÃO	PERÍODO DE VEICULAÇÃO	QTD. INSERÇÕES	DADOS DE IMPACTO	VALOR NEGOCIADO 100%	VALOR DESEMBOLSO 94,5%	% MÊD	% CAMPANHA	REPRESENTANTE
INTERNET										
PRINTBEST	REDES SOCIAIS	NACIONAL + PRAÇAS	25/06/2026 a 30/06/2026	12.644.957	12.644.957	R\$ 139.094,53	R\$ 131.444,33	100,00%	100,00%	STREET MÍDIA
TOTAL - INTERNET				12.644.957	12.644.957	R\$ 139.094,53	R\$ 131.444,33	100,00%	100,00%	

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\$ 296.786,00 (94,5%) entre os valores planejados e executados, conforme detalhamento apresentado nos próximos tópicos.

DETALHAMENTO DA PROGRAMAÇÃO DIGITAL

A utilização da internet na **Campanha Always On 2026 — 1º Semestre** do Ministério da Saúde se justifica por sua ampla presença entre a população brasileira, permitindo a disseminação contínua de informações em escala nacional e regional, alcançando diferentes perfis de público.

Além do alto alcance, o meio digital possibilita segmentações demográficas, geográficas, comportamentais e contextuais, direcionando as mensagens de forma mais assertiva conforme os objetivos de cada tema trabalhado. Isso torna a comunicação mais relevante, especialmente em campanhas de saúde pública que exigem foco em públicos, regiões ou comportamentos específicos.

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

Por fim, o ambiente digital permite o acompanhamento contínuo da veiculação, possibilitando ajustes táticos, otimizações de entrega e maior eficiência na aplicação dos recursos, reforçando seu papel estratégico no modelo Always On.



Metodologia de mensuração:

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

Resultado Planejado x veiculado (Geral)

RESUMO PROGRAMAÇÃO DE INTERNET													
VEÍCULO	SEGMENTAÇÃO	PRAÇA DE VEICULAÇÃO	PLANEJADO				VEICULADO						
			PERÍODO DE VEICULAÇÃO	TIPO DE COMPRA	VOLUME CONTRATADO	VALOR 94,5% APROVADO	PERÍODO DE VEICULAÇÃO	VOLUME VEICULADO	VALOR 94,5% VEICULADO	IMPRESSÕES	CLIQUE	VIEW	IMPACTOS
GOOGLE BRASIL	REDES SOCIAIS	NACIONAL/REGIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	CPV	1.905.270	R\$ 2.191.062,80	20/03/2026 A 30/06/2026	187.578.061	R\$ 2.188.437,54	305.029.264	1.254.216	116.014.267	305.029.264
META	REDES SOCIAIS	NACIONAL/REGIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	CPM	68.708.792	R\$ 1.954.439,61	20/03/2026 A 30/06/2026	316.574.939	R\$ 1.909.740,48	694.387.975	2.060.700	33.616.351	694.387.975
TIK TOK	REDES SOCIAIS	NACIONAL/REGIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	CPM	96.337.158	R\$ 1.706.074,05	20/03/2026 A 30/06/2026	295.120.620	R\$ 1.698.282,80	304.890.882	531.694	46.871.646	304.890.882
KWAI BRASIL	REDES SOCIAIS	NACIONAL/REGIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	CPM	54.523.804	R\$ 1.315.350,81	20/03/2026 A 30/06/2026	262.395.328	R\$ 1.311.395,49	271.381.455	1.081.800	34.969.492	271.381.455
LINKEDIN	REDES SOCIAIS	NACIONAL/REGIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	CPM	4.238.798	R\$ 406.245,12	20/03/2026 A 30/06/2026	21.746.992	R\$ 400.546,27	22.747.054	1.062.120	632.400	22.747.054
PINTEREST	REDES SOCIAIS	NACIONAL/REGIONAL	25/05/2026 A 30/06/2026	CPM	13.087.531	R\$ 131.444,34	01/06/2026 A 30/06/2026	16.627.707	R\$ 131.444,34	16.876.058	19.819	2.463.219	16.876.058
SPOTIFY BRASIL	STREAMING DE ÁUDIO	NACIONAL/REGIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	CPM	21.102.798	R\$ 507.850,72	23/03/2026 A 30/06/2026	21.102.802	R\$ 507.850,73	25.122.929	31.850	0	25.122.929
SUA MÍDIA	STREAMING DE ÁUDIO	NACIONAL/REGIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	CPV	206.677	R\$ 99.998,60	20/03/2026 A 30/06/2026	266.679	R\$ 99.998,27	324.869	1.232	0	324.869
TRIPLEA GAMES	GAMES	NACIONAL/REGIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	CPM	14.697.239	R\$ 230.000,05	20/03/2026 A 30/06/2026	14.337.741	R\$ 243.884,99	16.701.426	3.148	0	16.701.426
AZORION GAMES	GAMES	NACIONAL/REGIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	CPM	2.288.002	R\$ 200.000,15	20/03/2026 A 30/06/2026	1.889.442	R\$ 165.160,86	1.969.553	40.599	0	1.969.553
TRADE SITES (REDE DE CONTEÚDO E VÍDEO)	PROGRAMÁTICA	NACIONAL/REGIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	CPM	3.629.831	R\$ 167.515,53	20/03/2026 A 30/06/2026	3.480.476	R\$ 156.347,03	3.473.638	20.115	0	3.473.638
CAP MEDIA	PROGRAMÁTICA	NACIONAL/REGIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	CPM	1.209.325	R\$ 107.481,53	20/03/2026 A 30/06/2026	805.278	R\$ 139.559,27	1.251.997	16.531	0	1.251.997
SIMPLE ADS	PROGRAMÁTICA	NACIONAL/REGIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	CPM	3.967.830	R\$ 168.732,06	24/03/2026 A 30/06/2026	3.783.022	R\$ 166.873,04	3.936.332	37.740	0	3.936.332
SAMBIA ADS	PROGRAMÁTICA	NACIONAL/REGIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	CPM	7.259.294	R\$ 168.070,83	20/03/2026 A 30/06/2026	7.254.527	R\$ 167.851,20	7.537.745	1.983	0	7.537.745
MOBI IN	PROGRAMÁTICA	NACIONAL/REGIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	CPM	4.652.111	R\$ 166.268,02	20/03/2026 A 30/06/2026	4.243.046	R\$ 144.169,44	9.130.299	2.486	0	9.130.299
SERASA ADS	PORTAL / VERTICAL	NACIONAL/REGIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	CPM	15.149.618	R\$ 399.999,96	24/03/2026 A 30/06/2026	15.170.932	R\$ 399.999,91	15.368.419	25.372	0	15.368.419
VIVO ADS	RECOMPENSA DE DADOS	NACIONAL/REGIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	CPM	493.197	R\$ 148.304,75	20/03/2026 A 30/06/2026	469.487	R\$ 141.174,30	695.282	1.422	694.320	695.282
CLARO ADS	RECOMPENSA DE DADOS	NACIONAL/REGIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	CPV	489.793	R\$ 129.450,02	20/03/2026 A 30/06/2026	489.795	R\$ 129.599,39	1.360.471	1.566	1.360.101	1.360.471
TM	RECOMPENSA DE DADOS	NACIONAL/REGIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	CPV	725.830	R\$ 119.595,89	20/03/2026 A 30/06/2026	715.833	R\$ 119.595,83	1.496.419	1.548	1.496.407	1.496.419
UBER	APLICATIVOS	NACIONAL/REGIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	CPT	1.202.498	R\$ 374.999,63	20/03/2026 A 30/06/2026	1.138.311	R\$ 364.636,01	1.607.703	25.893	0	1.607.703
FOOD	APLICATIVOS	NACIONAL/REGIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	CPM	29.821.432	R\$ 374.999,63	20/03/2026 A 30/06/2026	31.164.506	R\$ 374.767,50	2.939.342	1.828	388.331	2.939.342
BRASIL DE FATO	FORMADORES DE OPINIÃO	NACIONAL/REGIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	CPM	1.400.000	R\$ 43.659,00	20/03/2026 A 30/06/2026	1.409.724	R\$ 36.542,32	1.427.958	2.243	0	1.427.958
O CAFETERINHO	FORMADORES DE OPINIÃO	NACIONAL/REGIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	CPM	1.563.272	R\$ 46.165,38	20/03/2026 A 30/06/2026	1.661.190	R\$ 11.316,68	592.156	1.208	0	592.156
OPERA MUNDO	FORMADORES DE OPINIÃO	NACIONAL/REGIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	CPM	360.000	R\$ 42.869,28	20/03/2026 A 30/06/2026	309.841	R\$ 38.906,32	392.657	310	0	392.657
PORTAL CORUMB	FORMADORES DE OPINIÃO	NACIONAL/REGIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	CPM	1.280.000	R\$ 42.518,80	20/03/2026 A 30/06/2026	1.664.653	R\$ 32.136,19	1.037.882	3.825	0	1.037.882
ALMA PRETA JORNALISMO PRETO E LIVRE	FORMADORES DE OPINIÃO	NACIONAL/REGIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	DIÁRIA	16.000	R\$ 12.330,00	20/03/2026 A 30/06/2026	16.000	R\$ 12.330,00	32.437	27	0	32.437
BRASIL 247	FORMADORES DE OPINIÃO	NACIONAL/REGIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	CPM	1.400.000	R\$ 43.025,08	20/03/2026 A 30/06/2026	1.383.461	R\$ 42.517,78	1.677.054	1.279	0	1.677.054
CARTA CAPITAL	FORMADORES DE OPINIÃO	NACIONAL/REGIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	CPM	1.055.136	R\$ 42.468,43	20/03/2026 A 30/06/2026	1.050.222	R\$ 42.270,46	1.135.734	1.431	0	1.135.734
DCM (DIÁRIO DO CENTRO DO MUNDO)	FORMADORES DE OPINIÃO	NACIONAL/REGIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	CPM	697.116	R\$ 41.107,54	20/03/2026 A 30/06/2026	215.991	R\$ 12.736,57	242.723	652	0	242.723
AGENDA DO PODER	FORMADORES DE OPINIÃO	NACIONAL/REGIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	DIÁRIA	309.999	R\$ 37.800,00	20/03/2026 A 30/06/2026	351.930	R\$ 37.041,25	1.274.699	1.369	0	1.274.699
TOTAL - INTERNET					393.296.451	R\$ 11.631.443,72		1.213.665.157	R\$ 11.334.657,73	1.625.525.578	5.692.316	238.516.824	1.625.525.578

Resultado Geral:

Os resultados apresentados consideram os dados veiculados conforme as plataformas 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 2026 — 1º Semestre apresentou resultados expressivos ao longo do período, com R\$ 11.334.657,73 veiculados, gerando 1,6 bilhão de impressões, 5,6 milhões de cliques, 238,5 milhões de visualizações e 47,9 milhões de impressões viewable.

As plataformas digitais tiveram papel central na distribuição da campanha, com destaque para Meta, que concentrou o maior volume de impressões e cliques, e para Google, que apresentou o maior volume de visualizações. TikTok, Kwai, LinkedIn e Pinterest também contribuíram para ampliar a cobertura, diversificar os pontos de contato e reforçar a presença da campanha no ambiente digital.

De forma geral, a combinação entre múltiplas plataformas, diferentes formatos e segmentações específicas por tema garantiu uma entrega robusta e presença contínua da comunicação do Ministério da Saúde ao longo do semestre.

Resultado Geral Plataformas de Redes Sociais

RESUMO PROGRAMAÇÃO DE INTERNET															
			PLANEJADO			VEICULADO									
VEÍCULO	SEGMENTAÇÃO	PRAÇA DE VEICULAÇÃO	PERÍODO DE VEICULAÇÃO	TIPO DE COMPRA	VOLUME CONTRATADO	VALOR 94,5% APROVADO	PERÍODO DE VEICULAÇÃO	VOLUME VEICULADO	VALOR 94,5% APROVADO	IMPRESSÕES	CLIQUES	VIEW	IMPACTOS	VIEWABLE	VAT
GOOGLE BRASIL	REDES SOCIAIS	NACIONAL/REGIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	CPV	1.905.270	R\$ 2.191.062,80	20/03/2026 A 30/06/2026	187.578.061	R\$ 2.188.437,54	305.029.264	1.254.216	116.014.267	305.029.264	0	0%
META	REDES SOCIAIS	NACIONAL/REGIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	CPM	68.708.792	R\$ 1.954.439,61	20/03/2026 A 03/07/2026	316.574.939	R\$ 1.909.740,48	604.387.975	2.060.700	33.616.351	604.387.975	0	0%
TIK TOK	REDES SOCIAIS	NACIONAL/REGIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	CPM	96.337.158	R\$ 1.706.974,05	20/03/2026 A 30/06/2026	295.120.620	R\$ 1.698.282,80	304.890.882	531.694	46.871.646	304.890.882	0	0%
KWAI BRASIL	REDES SOCIAIS	NACIONAL/REGIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	CPM	94.152.004	R\$ 1.315.030,51	20/03/2026 A 02/07/2026	262.393.328	R\$ 1.311.393,49	271.181.455	538.180	34.969.492	271.181.455	0	0%
LINKEDIN	REDES SOCIAIS	NACIONAL/REGIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	CPM	4.038.788	R\$ 496.165,11	20/03/2026 A 03/07/2026	22.746.992	R\$ 490.646,57	22.747.054	1.062.230	652.490	22.747.054	0	0%
PINTEREST	REDES SOCIAIS	NACIONAL/REGIONAL	25/05/2026 A 30/06/2026	CPM	13.087.531	R\$ 131.444,34	01/06/2026 A 30/06/2026	16.627.707	R\$ 131.444,33	16.676.058	19.819	2.463.219	16.676.058	0	0%
TOTAL - REDES SOCIAIS					278.229.544	R\$ 7.795.116,42		1.101.041.647	R\$ 7.729.945,22	1.524.912.688	5.466.839	234.587.465	1.524.912.688		

No que se refere às redes sociais e plataformas digitais, que incluem **Google, Meta, TikTok, Kwai, LinkedIn e Pinterest**, observa-se que esses ambientes desempenharam papel central na distribuição da campanha, concentrando os maiores volumes de impressões, cliques e visualizações.

No total, as plataformas de redes sociais geraram **1,5 bilhão de impressões, 5,4 milhões de cliques e 234,5 milhões de visualizações**, contribuindo diretamente para a ampliação da cobertura, do consumo de vídeo e da presença da comunicação institucional no ambiente digital.

De forma geral, esses canais foram fundamentais para garantir escala, alcance e diversificação da entrega ao longo da estratégia Always On.

Resultado Geral de Streaming de áudio

RESUMO PROGRAMAÇÃO DE INTERNET															
			PLANEJADO				VEICULADO								
VEÍCULO	SEGMENTAÇÃO	PRAÇA DE VEICULAÇÃO	PERÍODO DE VEICULAÇÃO	TIPO DE COMPRA	VOLUME CONTRATADO	VALOR 94,5% APROVADO	PERÍODO DE VEICULAÇÃO	VOLUME VEICULADO	VALOR 94,5% VEICULADO	IMPRESSÕES	CLIQUES	VIEW	IMPACTOS	VIEWABLE	VAT
SPOTIFY BRASIL	STREAMING DE ÁUDIO	NACIONAL/REGIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	CPM	21.102.798	R\$ 507.850,72	23/03/2026 A 30/06/2026	21.102.802	R\$ 507.850,73	25.122.929	31.850	0	25.122.929	0	0%
SUA MÚSICA	STREAMING DE ÁUDIO	NACIONAL/REGIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	CPV	266.677	R\$ 99.998,60	20/03/2026 A 30/06/2026	266.679	R\$ 99.998,27	324.869	1.232	0	324.869	0	0%
TOTAL - STREAMING DE ÁUDIO					21.369.475	R\$ 607.849,32		21.369.481	R\$ 607.849,00	25.447.798	33.082	0	25.447.798		

Os veículos de streaming, contemplando **Spotify Brasil e Sua Música**, foram utilizados para ampliar a presença da campanha em ambientes de consumo de áudio, reforçando a frequência de exposição e diversificando os pontos de contato com o público.

No total, o segmento gerou **25,4 milhões de impressões e 33 mil cliques**, contribuindo para ampliar a cobertura da campanha em formatos de áudio e reforçar a presença das mensagens em momentos de consumo complementar.

De forma geral, o streaming contribuiu para a sustentação da comunicação e para a diversificação dos ambientes de contato com a população.

Resultado Geral do Segmento de Games

RESUMO PROGRAMAÇÃO DE INTERNET													
VEÍCULO	SEGMENTAÇÃO	PRAÇA DE VEICULAÇÃO	PLANEJADO			VEICULADO							
			PERÍODO DE VEICULAÇÃO	TIPO DE COMPRA	VOLUME CONTRATADO	VALOR 94,5% APROVADO	PERÍODO DE VEICULAÇÃO	VOLUME VEICULADO	VALOR 94,5% VEICULADO	IMPRESSIONES	CLIQUE	VIEW	IMPACTOS
TRIPLEA GAMES	GAMES	NACIONAL/REGIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	CPM	14.697.239	R\$ 250.000,05	20/03/2026 A 30/06/2026	14.337.741	R\$ 243.884,99	16.701.426	3.148	0	16.701.426
AZERION GAMES	GAMES	NACIONAL/REGIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	CPM	2.288.002	R\$ 200.000,15	20/03/2026 A 30/06/2026	1.889.442	R\$ 165.160,86	1.969.553	40.599	0	1.969.553
TOTAL - GAMES					16.985.241	R\$ 450.000,20		16.227.183	R\$ 409.045,85	18.670.979	43.747		18.670.979

Os veículos do segmento de games, contemplando **Triple A Games** e **Azerion Games**, foram incluídos 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.

No total, o segmento gerou **18,6 milhões de impressões, 43,7 mil cliques e 14,1 milhões de impressões viewable**, contribuindo para reforçar a cobertura da campanha em ambientes de entretenimento digital.

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

Resultado Geral de Programática

RESUMO PROGRAMAÇÃO DE INTERNET													
VEÍCULO	SEGMENTAÇÃO	PRAÇA DE VEICULAÇÃO	PLANEJADO			VEICULADO							
			PERÍODO DE VEICULAÇÃO	TIPO DE COMPRA	VOLUME CONTRATADO	VALOR 94,5% APROVADO	PERÍODO DE VEICULAÇÃO	VOLUME VEICULADO	VALOR 94,5% VEICULADO	IMPRESSIONES	CLIQUE	VIEW	IMPACTOS
TEADS SITES (REDE DE CONTEÚDO E VÍDEO)	PROGRAMÁTICA	NACIONAL/REGIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	CPM	3.639.831	R\$ 167.530,53	25/03/2026 A 30/06/2026	3.402.476	R\$ 156.587,03	3.473.038	20.115	0	3.473.038
ZAP MEDIA	PROGRAMÁTICA	NACIONAL/REGIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	CPM	1.109.335	R\$ 167.461,55	20/03/2026 A 30/06/2026	885.278	R\$ 133.650,57	1.351.957	16.551	0	1.351.957
SIMPLE ADS	PROGRAMÁTICA	NACIONAL/REGIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	CPM	3.967.830	R\$ 168.732,06	24/03/2026 A 30/06/2026	3.783.032	R\$ 160.873,04	3.936.332	37.740	0	3.936.332
SAMBA ADS	PROGRAMÁTICA	NACIONAL/REGIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	CPM	7.259.294	R\$ 168.070,85	20/03/2026 A 30/06/2026	7.254.127	R\$ 167.951,20	7.527.745	1.993	0	7.527.745
MOBI IN	PROGRAMÁTICA	NACIONAL/REGIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	CPM	4.653.111	R\$ 166.268,02	20/03/2026 A 30/06/2026	4.243.046	R\$ 144.169,44	9.130.299	2.486	0	9.130.299
TOTAL - PROGRAMÁTICA					20.628.301	R\$ 838.043,01		19.567.949	R\$ 763.231,29	25.429.371	78.875	0	25.429.371

Os anúncios de programática são veiculados de forma automatizada em uma rede de sites, portais, aplicativos, redes de vídeo e ambientes digitais parceiros. A entrega considera critérios de audiência, comportamento e contexto, ampliando a cobertura da campanha e diversificando os pontos de contato com o público.

Dessa forma, a programática contribui para complementar a atuação dos demais canais digitais, reforçando alcance, frequência e presença da campanha em ambientes qualificados de navegação e consumo de conteúdo.

A distribuição contemplou parceiros como **Teads**, **Zap Media**, **Simple Ads**, **Samba Ads** e **Mobi In**, com atuação em âmbito nacional/regional e foco em geração de impressões qualificadas, cliques e entregas com aferição de viewability nos veículos passíveis de monitoramento.

No total, a programática gerou **25,4 milhões de impressões, 78, mil cliques e 14,8 milhões de impressões viewable**. De forma geral, esses ambientes contribuíram para complementar a entrega das plataformas sociais, ampliar a cobertura e diversificar os pontos de contato da campanha.

Resultado Geral de Portal e Vertical

RESUMO PROGRAMAÇÃO DE INTERNET															
PLANEJADO							VEICULADO								
VEÍCULO	SEGMENTAÇÃO	PRAÇA DE VEICULAÇÃO	PERÍODO DE VEICULAÇÃO	TIPO DE COMPRA	VOLUME CONTRATADO	VALOR 94,5% APROVADO	PERÍODO DE VEICULAÇÃO	VOLUME VEICULADO	VALOR 94,5% VEICULADO	IMPRESSIONES	CLIQUES	VIEW	IMPACTOS	VIEWABLE	VA%
SERASA 4ADS	PORTAL / VERTICAL	NACIONAL/REGIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	CPM	15.149.618	R\$ 399.999,96	24/03/2026 A 30/06/2026	15.170.952	R\$ 399.999,91	15.368.419	25.372	0	15.368.419	12.942.369	84%
TOTAL - PORTAL / VERTICAL						15.149.618	R\$ 399.999,96		15.170.952	R\$ 399.999,91	15.368.419	25.372	0	15.368.419	12.942.369

A categoria portal e vertical foi utilizada como canal complementar para ampliar a distribuição da campanha em ambientes digitais com maior segmentação e presença contextual, contemplou o veículo **Serasa 4Ads**, contribuindo para reforçar a entrega em diferentes perfis de navegação e consumo de conteúdo.

No total, portal e vertical geraram **15,3 milhões de impressões, 25,3 mil cliques e 12,9 milhões de impressões viewable**. De forma geral, a categoria contribuiu para ampliar a cobertura qualificada e diversificar os ambientes de exposição da campanha.

Resultado Geral de Recompensa de Dados

RESUMO PROGRAMAÇÃO DE INTERNET															
VEÍCULO	SEGMENTAÇÃO	PRAÇA DE VEICULAÇÃO	PLANEJADO			VEICULADO			IMPRESSIONES	CLIQUES	VIEW	IMPACTOS	VIEWABLE	VA%	
			PERÍODO DE VEICULAÇÃO	TIPO DE COMPRA	VOLUME CONTRATADO	VALOR 94,5% APROVADO	PERÍODO DE VEICULAÇÃO	VOLUME VEICULADO							VALOR 94,5% DE VENCIMENTO
VIVO ADS	RECOMPENSA DE DADOS	NACIONAL/REGIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	CPM	493.197	R\$ 148.304,75	25/03/2026 A 30/06/2026	469.487	R\$ 141.174,30	695.282	1.422	694.320	695.282	0	0%
CLARO ADS	RECOMPENSA DE DADOS	NACIONAL/REGIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	CPCV	489.793	R\$ 129.600,02	20/03/2026 A 30/06/2026	489.795	R\$ 129.599,86	1.360.471	1.366	1.360.101	1.360.471	0	0%
TIM	RECOMPENSA DE DADOS	NACIONAL/REGIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	CPV	755.830	R\$ 119.995,89	20/03/2026 A 30/06/2026	755.832	R\$ 119.995,83	1.490.459	1.548	1.490.807	1.490.459	0	0%
TOTAL - RECOMPENSA DE DADOS					1.738.820	R\$ 397.900,66		1.715.115	R\$ 390.769,99	3.546.212	4.336	3.545.228	3.546.212	0	

A estratégia de Recompensa de Dados foi utilizada para ampliar a presença da campanha em ambientes mobile das operadoras, oferecendo dados móveis como benefício ao usuário após a interação com os anúncios com os conteúdos das campanhas.

A categoria contemplou os veículos Vivo Ads, Claro Ads e Tim Ads contribuindo para gerar alcance qualificado, estimular o consumo da mensagem e diversificar os pontos de contato, especialmente em canais com forte presença no uso cotidiano do celular.

No total, recompensa de dados geraram **3,5 milhões de impressões, 4,3 mil cliques, 3,5 milhões de visualizações e 3,5 milhões de impressões viewable**.

Resultado Geral de Aplicativos

RESUMO PROGRAMAÇÃO DE INTERNET															
			PLANEJADO				VEICULADO								
VEÍCULO	SEGMENTAÇÃO	PRAÇA DE VEICULAÇÃO	PERÍODO DE VEICULAÇÃO	TIPO DE COMPRA	VOLUME CONTRATADO	VALOR 94,5% APROVADO	PERÍODO DE VEICULAÇÃO	VOLUME VEICULADO	VALOR 94,5% VEICULADO	IMPRESSIONES	CLIQUES	VIEW	IMPACTOS	VIEWABLE	VAR.
UBER	APLICATIVOS	NACIONAL/REGIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	CPT	1.202.498	R\$ 374.999,63	20/03/2026 A 30/06/2026	1.138.311	R\$ 354.656,91	1.407.703	25.893	0	1.407.703	0	0%
iFOOD	APLICATIVOS	NACIONAL/REGIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	CPM	29.821.432	R\$ 374.999,93	20/03/2026 A 30/06/2026	31.164.506	R\$ 374.767,50	2.939.342	1.828	384.131	2.939.342	0	0%
TOTAL - APLICATIVOS					31.023.930	R\$ 749.999,55		32.302.817	R\$ 729.424,42	4.347.045	27.721	384.131	4.347.045	0	

Os aplicativos de transporte e delivery foram utilizados para ampliar a presença da campanha em ambientes de alto uso cotidiano, contribuindo para diversificar os pontos de contato com a população.

A categoria contemplou **Uber** e **iFood**, reforçando a entrega das mensagens em momentos de navegação e utilização de serviços digitais recorrentes.

No total, os aplicativos geraram **4,3 milhões de impressões, 27,7 mil cliques e 384,1 mil visualizações**. De forma geral, a categoria contribuiu para complementar a estratégia digital e ampliar a presença da campanha em ambientes de consumo diário.

Resultado Geral de Formadores de Opinião

RESUMO PROGRAMAÇÃO DE INTERNET														
VEÍCULO	SEGMENTAÇÃO	PRAÇA DE VEICULAÇÃO	PLANEJADO			VEICULADO			IMPRESSIONES	CLIQUE	VIEW	IMPACTOS	VIEWABLE	VA%
			PERÍODO DE VEICULAÇÃO	TIPO DE COMPRA	VOLUME CONTRATADO	VALOR 94,5% APROVADO	PERÍODO DE VEICULAÇÃO	VOLUME VEICULADO						
BRASIL DE FATO	FORMADORES DE OPINIÃO	NACIONAL/REGIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	CPM	1.400.000	R\$ 43.659,00	20/03/2026 A 30/06/2026	1.409.724	R\$ 36.542,32	1.427.958	2.243	0	1.427.958	894.039 63%
O CAFEZINHO	FORMADORES DE OPINIÃO	NACIONAL/REGIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	CPM	1.563.272	R\$ 46.165,38	20/03/2026 A 30/06/2026	566.190	R\$ 11.356,68	592.156	1.208	0	592.156	314.477 53%
OPERA MUNDI	FORMADORES DE OPINIÃO	NACIONAL/REGIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	CPM	360.000	R\$ 42.869,28	20/03/2026 A 30/06/2026	309.841	R\$ 36.896,32	392.657	310	0	392.657	344.338 88%
PORTAL FORUM	FORMADORES DE OPINIÃO	NACIONAL/REGIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	CPM	1.280.000	R\$ 42.518,89	20/03/2026 A 30/06/2026	966.653	R\$ 32.110,16	1.027.682	3.825	0	1.027.682	714.173 69%
ALMA PRETA JORNALISMO PRETO E LIVRE	FORMADORES DE OPINIÃO	NACIONAL/REGIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	DIÁRIA	16.000	R\$ 52.920,00	20/03/2026 A 30/06/2026	16.000	R\$ 52.920,00	32.423	27	0	32.423	26.046 80%
BRASIL 247	FORMADORES DE OPINIÃO	NACIONAL/REGIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	CPM	1.400.000	R\$ 43.026,08	20/03/2026 A 30/06/2026	1.383.461	R\$ 42.517,78	1.677.054	1.279	0	1.677.054	1.538.611 92%
CARTA CAPITAL	FORMADORES DE OPINIÃO	NACIONAL/REGIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	CPM	1.055.136	R\$ 42.468,43	20/03/2026 A 30/06/2026	1.050.222	R\$ 42.270,66	1.135.714	1.431	0	1.135.714	865.724 76%
DCM (DIÁRIO DO CENTRO DO MUNDO)	FORMADORES DE OPINIÃO	NACIONAL/REGIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	CPM	697.116	R\$ 41.107,54	20/03/2026 A 30/06/2026	215.991	R\$ 12.736,57	242.723	652	0	242.723	225.227 93%
AGENDA DO PODER	FORMADORES DE OPINIÃO	NACIONAL/REGIONAL	18/03/2026 A 30/06/2026	DIÁRIA	395.999	R\$ 37.800,00	20/03/2026 A 30/06/2026	351.930	R\$ 37.041,55	1.274.699	1.369	0	1.274.699	1.060.875 83%
TOTAL - FORMADORES DE OPINIÃO					8.171.522	R\$ 392.534,60		6.270.013	R\$ 304.392,06	7.803.066	12.344	0	7.803.066	5.983.510

Os veículos formadores de opinião foram incluídos na estratégia para ampliar a presença da campanha em ambientes editoriais e canais com relevância para públicos específicos.

A categoria contemplou veículos como **Brasil de Fato, O Cafezinho, Opera Mundi, Portal Fórum, Alma Preta, Brasil 247, Carta Capital, DCM e Agenda do Poder**, contribuindo para diversificar a distribuição das mensagens e reforçar a presença da campanha em diferentes contextos de informação.

No total, os formadores de opinião geraram **7,8 milhões de impressões, 12,3 mil cliques e 5,9 milhões de impressões viewable**. De forma geral, a categoria contribuiu para ampliar a cobertura e fortalecer a circulação dos conteúdos em ambientes editoriais complementares.

RESULTADO GERAL POR TEMA

Abaixo, seguem os detalhamentos por tema, sinalizando os resultados obtidos na execução da campanha. É importante destacar que os valores e as quantidades aprovados para cada tema poderiam sofrer alterações ao longo da campanha, uma vez que a divisão da verba era uma previsão inicial. Quando havia saldo remanescente, decorrente de under, abatimentos ou outras diferenças, esse montante era remanejado para o tema seguinte, de forma a otimizar a utilização da verba disponível. Dessa forma, os valores inicialmente previstos poderiam ser ajustados durante a campanha, sem ultrapassar o valor total geral aprovado.

Planejado x veiculado (Tuberculose)

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	IMPRESSIONES	CLIQUE	VIEW	VIEWABLE	VA%
TUBERCULOSE	GOOGLE BRASIL	REDES SOCIAIS	NACIONAL/REGIONAL	20/03/26 A 09/04/26	CPV	164.999	R\$ 189.748,85	20/03/26 A 10/04/26	5.503.591	R\$ 152.347,74	20.286.231	12.033	4.381.084	-	-
TUBERCULOSE	META	REDES SOCIAIS	NACIONAL/REGIONAL	20/03/26 A 12/04/26	CPM	7.183.193	R\$ 169.256,21	20/03/26 A 12/04/26	53.232.110	R\$ 164.030,18	107.740.118	221.185	856.263	-	-
TUBERCULOSE	TIK TOK	REDES SOCIAIS	NACIONAL/REGIONAL	20/03/26 A 09/04/26	CPM	8.342.909	R\$ 147.825,92	24/03/26 A 10/04/26	50.237.401	R\$ 147.752,69	50.237.401	74.931	2.797.853	-	-
TUBERCULOSE	KWAI BRASIL	REDES SOCIAIS	NACIONAL/REGIONAL	20/03/26 A 09/04/26	CPM	8.153.673	R\$ 113.883,17	25/03/26 A 10/04/26	19.025.307	R\$ 113.883,16	19.025.307	30.375	1.424.908	-	-
TUBERCULOSE	SPOTIFY BRASIL	STREAMING DE ÁUDIO	NACIONAL/REGIONAL	20/03/26 A 09/04/26	CPM	2.107.483	R\$ 50.785,07	23/03/26 A 10/04/26	2.107.483	R\$ 50.785,07	2.312.386	4.251	-	-	-
TUBERCULOSE	SUA MÚSICA	STREAMING DE ÁUDIO	NACIONAL/REGIONAL	20/03/26 A 09/04/26	CPV	26.668	R\$ 9.999,86	20/03/26 A 10/04/26	26.668	R\$ 9.999,91	33.711	120	-	-	-
TUBERCULOSE	TRIPLEA GAMES	GAMES	NACIONAL/REGIONAL	20/03/26 A 09/04/26	CPM	1.469.724	R\$ 25.000,01	20/03/26 A 10/04/26	1.469.392	R\$ 24.994,36	1.868.135	468	-	1.595.266	86%
TUBERCULOSE	AZERION GAMES	GAMES	NACIONAL/REGIONAL	20/03/26 A 09/04/26	CPM	228.800	R\$ 19.999,98	20/03/26 A 10/04/26	228.800	R\$ 19.999,99	240.860	2.655	-	-	-
TUBERCULOSE	TEADS SITES	PROGRAMÁTICA	NACIONAL/REGIONAL	20/03/26 A 09/04/26	CPM	363.983	R\$ 16.751,04	25/03/26 A 09/04/26	363.983	R\$ 16.751,03	415.961	1.388	-	-	-
TUBERCULOSE	ZAP MEDIA	PROGRAMÁTICA	NACIONAL/REGIONAL	20/03/26 A 09/04/26	CPM	110.924	R\$ 16.746,22	20/03/26 A 31/03/26	63.385	R\$ 9.569,24	180.325	82	-	168.100	93%
TUBERCULOSE	SIMPLE ADS	PROGRAMÁTICA	NACIONAL/REGIONAL	20/03/26 A 09/04/26	CPM	396.783	R\$ 16.873,20	24/03/26 A 09/04/26	396.783	R\$ 16.873,20	489.566	11.122	-	-	-
TUBERCULOSE	SAMBA ADS	PROGRAMÁTICA	NACIONAL/REGIONAL	20/03/26 A 09/04/26	CPM	725.930	R\$ 16.807,09	20/03/26 A 09/04/26	725.515	R\$ 16.797,48	778.043	253	-	723.665	93%
TUBERCULOSE	MOBI IN	PROGRAMÁTICA	NACIONAL/REGIONAL	20/03/26 A 09/04/26	CPM	465.217	R\$ 16.626,81	20/03/26 A 09/04/26	404.660	R\$ 8.896,82	2.618.456	29	-	723.241	28%
TUBERCULOSE	SERASA 4ADS	PORTAL / VERTICAL	NACIONAL/REGIONAL	20/03/26 A 09/04/26	CPM	1.514.962	R\$ 40.000,00	24/03/26 A 09/04/26	1.514.962	R\$ 39.436,74	1.531.813	4.151	-	1.136.751	75%
TUBERCULOSE	VIVO ADS	RECOMPENSA DE DADOS	NACIONAL/REGIONAL	20/03/26 A 09/04/26	CPV	49.320	R\$ 14.830,47	25/03/26 A 09/04/26	36.814	R\$ 11.069,98	64.161	161	64.089	-	-
TUBERCULOSE	CLARO ADS	RECOMPENSA DE DADOS	NACIONAL/REGIONAL	20/03/26 A 09/04/26	CPV	48.980	R\$ 12.960,11	20/03/26 A 09/04/26	48.980	R\$ 12.960,22	126.463	110	126.380	-	-
TUBERCULOSE	TIM	RECOMPENSA DE DADOS	NACIONAL/REGIONAL	20/03/26 A 09/04/26	CPV	75.583	R\$ 11.999,58	20/03/26 A 09/04/26	75.583	R\$ 11.999,51	121.394	157	121.328	-	-
TUBERCULOSE	UBER	APLICATIVOS	NACIONAL/REGIONAL	20/03/26 A 09/04/26	CPT	120.250	R\$ 37.499,96	31/03/26 A 09/04/26	120.250	R\$ 37.175,20	344.993	6.164	-	-	-
TUBERCULOSE	IFOOD	APLICATIVOS	NACIONAL/REGIONAL	20/03/26 A 09/04/26	CPM	1.991.675	R\$ 37.500,00	20/03/26 A 09/04/26	1.991.675	R\$ 37.500,00	2.040.839	1.043	-	-	-
TUBERCULOSE	BRASIL DE FATO	FORMADORES DE OPINIÃO	NACIONAL/REGIONAL	20/03/26 A 09/04/26	CPM	140.000	R\$ 4.365,90	20/03/26 A 09/04/26	272.355	R\$ 2.741,42	134.841	201	-	60.140	46%
TUBERCULOSE	O CAFEZINHO	FORMADORES DE OPINIÃO	NACIONAL/REGIONAL	20/03/26 A 09/04/26	CPM	156.328	R\$ 4.616,56	20/03/26 A 09/04/26	140.798	R\$ 2.943,22	147.239	195	-	68.344	48%
TUBERCULOSE	OPERA MUNDI	FORMADORES DE OPINIÃO	NACIONAL/REGIONAL	20/03/26 A 09/04/26	CPM	36.000	R\$ 4.286,93	20/03/26 A 09/04/26	34.035	R\$ 4.052,98	54.725	28	-	51.557	94%
TUBERCULOSE	PORTAL FORUM	FORMADORES DE OPINIÃO	NACIONAL/REGIONAL	20/03/26 A 09/04/26	CPM	128.000	R\$ 4.251,89	20/03/26 A 09/04/26	70.053	R\$ 2.327,01	71.858	240	-	49.625	74%
TUBERCULOSE	BRASIL 247	FORMADORES DE OPINIÃO	NACIONAL/REGIONAL	20/03/26 A 09/04/26	CPM	140.000	R\$ 4.302,61	20/03/26 A 09/04/26	80.000	R\$ 2.458,63	97.549	92	-	89.510	95%
TUBERCULOSE	CARTA CAPITAL	FORMADORES DE OPINIÃO	NACIONAL/REGIONAL	20/03/26 A 09/04/26	CPM	105.514	R\$ 4.246,84	20/03/26 A 09/04/26	105.164	R\$ 4.232,79	124.966	179	-	87.348	76%
TUBERCULOSE	DCM (DIÁRIO DO CENTRO DO MUNDO)	FORMADORES DE OPINIÃO	NACIONAL/REGIONAL	20/03/26 A 09/04/26	CPM	69.712	R\$ 4.110,75	20/03/26 A 09/04/26	64.932	R\$ 3.828,92	79.191	180	-	71.844	93%
TUBERCULOSE	AGENDA DO PODER	FORMADORES DE OPINIÃO	NACIONAL/REGIONAL	23/03/26 A 27/03/26	DIÁRIA	133.333	R\$ 4.725,00	23/03/26 A 27/03/26	85.264	R\$ 3.021,55	144.458	232	-	120.307	95%
TOTAL - INTERNET						34.449.942	R\$ 1.000.000,01		138.425.945	R\$ 927.629,05	211.310.990	372.025	9.771.905	4.945.698	

Resultado Tuberculose: A campanha apresentou resultados consistentes no período de **20/03/2026 a 12/04/2026**, com veiculação nacional e com reforço nas praças prioritárias: **Belém, Manaus, Recife, Rio de Janeiro, Porto Velho, São Luís, Rio Branco, Porto Alegre, Boa Vista e Macapá.**

A estratégia teve como objetivo ampliar o reconhecimento dos sintomas, reforçar que a tuberculose tem cura e estimular a busca pelo SUS para diagnóstico e tratamento gratuito. A comunicação também trabalhou a redução do estigma em torno da doença, utilizando linguagem acessível e peças regionalizadas para aproximar a mensagem dos territórios prioritários.

No total, foram geradas **211,3 milhões de impressões, 372 mil cliques e 9,7 milhões de visualizações**, com entrega distribuída entre redes sociais, plataformas de vídeo, áudio, portais, aplicativos, mídia programática e redes de conteúdo.

De forma geral, a campanha contribuiu para ampliar a visibilidade da tuberculose como tema atual de saúde pública, reforçando a importância da identificação dos sintomas, da busca por atendimento e da continuidade do tratamento até a cura.

Planejado x veiculado (Malária)

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	IMPRESSIONES	CLIQUE	VIEW	VIEWABLE	VA%
MALÁRIA	GOOGLE BRASIL	REDES SOCIAIS	NACIONAL/REGIONAL	15/04/26 A 05/05/26	CPV	139.085	R\$ 159.947,75	15/04/26 A 05/05/26	15.210.646	R\$ 159.384,40	46.357.900	416.083	2.765.126	-	-
MALÁRIA	META	REDES SOCIAIS	NACIONAL/REGIONAL	15/04/26 A 05/05/26	CPM	6.055.054	R\$ 142.674,09	15/04/26 A 05/05/26	15.711.884	R\$ 132.467,22	38.795.421	213.939	5.339.720	-	-
MALÁRIA	TIKTOK	REDES SOCIAIS	NACIONAL/REGIONAL	15/04/26 A 05/05/26	CPM	7.032.613	R\$ 124.609,11	15/04/26 A 05/05/26	31.121.079	R\$ 122.239,60	31.121.079	73.549	2.322.322	-	-
MALÁRIA	KWAI BRASIL	REDES SOCIAIS	NACIONAL/REGIONAL	15/04/26 A 05/05/26	CPM	6.873.097	R\$ 95.997,23	16/04/26 A 07/05/26	26.148.427	R\$ 92.136,65	26.148.427	34.297	2.100.808	-	-
MALÁRIA	SPOTIFY BRASIL	STREAMING DE ÁUDIO	NACIONAL/REGIONAL	15/04/26 A 05/05/26	CPM	1.566.434	R\$ 37.073,09	15/04/26 A 05/05/26	1.566.433	R\$ 37.073,07	1.492.776	1.525	-	-	-
MALÁRIA	SUA MÚSICA	STREAMING DE ÁUDIO	NACIONAL/REGIONAL	15/04/26 A 05/05/26	CPV	19.468	R\$ 7.300,03	15/04/26 A 05/05/26	19.467	R\$ 7.299,66	24.769	78	-	-	-
MALÁRIA	TRIPLEA GAMES	GAMES	NACIONAL/REGIONAL	15/04/26 A 05/05/26	CPM	1.072.898	R\$ 18.249,99	17/04/26 A 05/05/26	1.072.897	R\$ 18.249,98	1.300.987	227	-	1.097.177	85%
MALÁRIA	AZERION GAMES	GAMES	NACIONAL/REGIONAL	15/04/26 A 05/05/26	CPM	167.024	R\$ 14.599,99	15/04/26 A 05/05/26	167.023	R\$ 14.599,90	171.346	2.654	-	-	-
MALÁRIA	TEADS SITES	PROGRAMÁTICA	NACIONAL/REGIONAL	15/04/26 A 05/05/26	CPM	265.708	R\$ 12.228,28	15/04/26 A 05/05/26	265.707	R\$ 12.228,23	266.494	820	-	-	-
MALÁRIA	ZAP MEDIA	PROGRAMÁTICA	NACIONAL/REGIONAL	15/04/26 A 05/05/26	CPM	80.974	R\$ 12.224,66	16/04/26 A 05/05/26	73.574	R\$ 11.107,48	91.553	849	-	71.555	81%
MALÁRIA	SIMPLE ADS	PROGRAMÁTICA	NACIONAL/REGIONAL	15/04/26 A 05/05/26	CPM	289.652	R\$ 12.317,45	15/04/26 A 05/05/26	289.651	R\$ 12.317,41	294.291	4.264	-	-	-
MALÁRIA	SAMBA ADS	PROGRAMÁTICA	NACIONAL/REGIONAL	15/04/26 A 05/05/26	CPM	529.929	R\$ 12.269,18	15/04/26 A 05/05/26	529.167	R\$ 12.251,54	545.736	215	-	512.124	94%
MALÁRIA	MOBI IN	PROGRAMÁTICA	NACIONAL/REGIONAL	15/04/26 A 05/05/26	CPM	339.608	R\$ 12.137,56	16/04/26 A 05/05/26	335.117	R\$ 10.866,13	844.310	17	-	527.823	63%
MALÁRIA	SERASA 4ADS	PORTAL / VERTICAL	NACIONAL/REGIONAL	15/04/26 A 05/05/26	CPM	2.269.249	R\$ 59.915,66	16/04/26 A 05/05/26	2.269.248	R\$ 59.915,64	2.276.341	3.233	-	1.886.395	84%
MALÁRIA	VIVO ADS	RECOMPENSA DE DADOS	NACIONAL/REGIONAL	15/04/26 A 05/05/26	CPV	36.004	R\$ 10.826,37	15/04/26 A 05/05/26	30.639	R\$ 9.213,12	34.611	42	34.587	-	-
MALÁRIA	CLARO ADS	RECOMPENSA DE DADOS	NACIONAL/REGIONAL	15/04/26 A 05/05/26	CPV	35.755	R\$ 9.460,77	15/04/26 A 05/05/26	35.754	R\$ 9.460,51	57.047	95	57.434	-	-
MALÁRIA	TIM	RECOMPENSA DE DADOS	NACIONAL/REGIONAL	15/04/26 A 05/05/26	CPV	55.176	R\$ 8.759,74	15/04/26 A 05/05/26	55.175	R\$ 8.759,58	73.236	56	74.029	-	-
MALÁRIA	UBER	APLICATIVOS	NACIONAL/REGIONAL	15/04/26 A 05/05/26	CPT	87.782	R\$ 27.374,82	16/04/26 A 05/05/26	86.788	R\$ 27.064,84	258.677	4.523	-	-	-
MALÁRIA	IFOOD	APLICATIVOS	NACIONAL/REGIONAL	15/04/26 A 05/05/26	CPM	1.491.978	R\$ 27.375,01	15/04/26 A 05/05/26	1.491.976	R\$ 27.374,95	-	-	-	-	-
TOTAL - INTERNET						28.407.488	R\$ 805.340,78		96.480.652	R\$ 784.009,34	150.155.001	756.466	12.694.026	4.095.074	

Resultado Malária: A campanha apresentou resultados consistentes no período de **15/04/2026 a 07/05/2026**, com veiculação nacional e reforçando a comunicação nas regiões prioritárias para o tema, contemplando os Estados do **Acre, Amazonas, Amapá, Maranhão, Mato Grosso, Pará, Rondônia, Roraima e Tocantins**.

A estratégia teve como objetivo reforçar a importância da identificação dos sinais da doença, da prevenção e da busca por atendimento e tratamento no SUS, contribuindo para ampliar o acesso à informação qualificada junto à população e aos públicos prioritários.

No total, foram geradas **150,1 milhões de impressões, 756,4 mil cliques, 12,6 milhões de visualizações e 4 milhões de impressões viewable**, com entrega distribuída entre redes sociais, streaming de áudio, portal/vertical, aplicativos, games, mídia programática e recompensa de dados.

De forma geral, a campanha contribuiu para ampliar a visibilidade do tema no ambiente digital, reforçando a importância da prevenção, do diagnóstico oportuno e do acesso à informação sobre malária.

Planejado x veiculado (Sarampo – Pré Copa)

RESUMO PROGRAMAÇÃO DE INTERNET															
				PLANEJADO			VEICULADO			RESULTADOS VEICULADOS					
TEMA DA CAMPANHA	VEÍCULO	SEGMENTAÇÃO	PRACA DE VEICULAÇÃO	PERÍODO DE VEICULAÇÃO	TIPO DE COMPRA	VOLUME CONTRATADO	VALOR 94,5% APROVADO	PERÍODO DE VEICULAÇÃO	VOLUME VEICULADO	VALOR 94,5% VEICULADO	IMPRESSIONES	CLIQUE	VIEW	VIEWABLE	VAR
SARAMPO PRÉ-COPA	GOOGLE BRASIL	REDES SOCIAIS	NACIONAL	27/04/26 A 10/06/26	CPV	188.684	R\$ 216.986,60	01/05/26 A 10/06/26	42.242.420	R\$ 198.897,94	48.916.387	654.181	11.417.017	-	-
SARAMPO PRÉ-COPA	META	REDES SOCIAIS	NACIONAL	27/04/26 A 10/06/26	CPM	8.214.385	R\$ 193.553,99	27/04/26 A 10/06/26	13.513.179	R\$ 161.379,08	39.424.010	321.581	3.565.170	-	-
SARAMPO PRÉ-COPA	TIKTOK	REDES SOCIAIS	NACIONAL	27/04/26 A 10/06/26	CPM	9.540.510	R\$ 160.045,91	30/04/26 A 10/06/26	20.599.246	R\$ 168.410,07	27.909.589	111.617	4.800.700	-	-
SARAMPO PRÉ-COPA	KINAI BRASIL	REDES SOCIAIS	NACIONAL	27/04/26 A 10/06/26	CPM	9.324.109	R\$ 130.230,76	01/05/26 A 10/06/26	38.694.230	R\$ 120.765,05	38.694.230	91.441	2.830.752	-	-
SARAMPO PRÉ-COPA	SPOTIFY BRASIL	STREAMING DE ÁUDIO	NACIONAL	27/04/26 A 10/06/26	CPM	2.607.959	R\$ 62.845,29	01/05/26 A 10/06/26	2.607.959	R\$ 62.845,29	2.860.467	1.696	0	-	-
SARAMPO PRÉ-COPA	SUA MÚSICA	STREAMING DE ÁUDIO	NACIONAL	27/04/26 A 10/06/26	CPV	30.036	R\$ 11.262,78	01/05/26 A 10/06/26	30.035	R\$ 11.262,40	34.816	76	0	-	-
SARAMPO PRÉ-COPA	TRIPLEA GAMES	GAMES	NACIONAL	27/04/26 A 10/06/26	CPM	1.455.504	R\$ 24.758,12	28/04/26 A 10/06/26	1.420.814	R\$ 24.168,05	1.543.531	247	0	1.297.490	85%
SARAMPO PRÉ-COPA	AZERION GAMES	GAMES	NACIONAL	27/04/26 A 10/06/26	CPM	226.587	R\$ 19.806,54	27/04/26 A 10/06/26	226.587	R\$ 19.806,54	238.386	11.999	0	-	-
SARAMPO PRÉ-COPA	TEAD5 SITES	PROGRAMÁTICA	NACIONAL	27/04/26 A 10/06/26	CPM	360.462	R\$ 16.589,00	27/04/26 A 10/06/26	357.000	R\$ 16.429,68	357.000	1.446	0	-	-
SARAMPO PRÉ-COPA	ZAP MEDIA	PROGRAMÁTICA	NACIONAL	27/04/26 A 10/06/26	CPM	109.850	R\$ 16.584,07	27/04/26 A 10/06/26	94.298	R\$ 14.236,20	136.548	3.182	0	108.643	82%
SARAMPO PRÉ-COPA	SIMPLE ADS	PROGRAMÁTICA	NACIONAL	27/04/26 A 10/06/26	CPM	392.944	R\$ 16.709,94	27/04/26 A 10/06/26	392.944	R\$ 16.709,94	400.352	3.112	0	-	-
SARAMPO PRÉ-COPA	SAMBIA ADS	PROGRAMÁTICA	NACIONAL	27/04/26 A 10/06/26	CPM	718.906	R\$ 16.644,47	27/04/26 A 10/06/26	717.407	R\$ 16.609,77	714.030	183	0	659.783	93%
SARAMPO PRÉ-COPA	MOBI IN	PROGRAMÁTICA	NACIONAL	27/04/26 A 10/06/26	CPM	460.716	R\$ 16.465,94	27/04/26 A 10/06/26	432.618	R\$ 15.461,73	1.210.363	23	0	1.142.553	94%
SARAMPO PRÉ-COPA	SERASA 4ADS	PORTAL / VERTICAL	NACIONAL	27/04/26 A 10/06/26	CPM	1.500.305	R\$ 39.613,00	27/04/26 A 10/06/26	1.500.304	R\$ 39.612,97	1.523.342	2.448	0	1.298.765	86%
SARAMPO PRÉ-COPA	VIVO ADS	RECOMPENSA DE DADOS	NACIONAL	27/04/26 A 10/06/26	CPV	48.843	R\$ 14.687,04	27/04/26 A 10/06/26	48.842	R\$ 14.686,73	73.474	122	73.316	-	-
SARAMPO PRÉ-COPA	CLARO ADS	RECOMPENSA DE DADOS	NACIONAL	27/04/26 A 10/06/26	CPV	48.506	R\$ 12.834,69	27/04/26 A 10/06/26	48.505	R\$ 12.834,42	89.214	52	89.181	-	-
SARAMPO PRÉ-COPA	TIM	RECOMPENSA DE DADOS	NACIONAL	27/04/26 A 10/06/26	CPV	74.852	R\$ 11.883,50	27/04/26 A 10/06/26	74.852	R\$ 11.883,50	151.670	107	151.629	-	-
SARAMPO PRÉ-COPA	UBER	APLICATIVOS	NACIONAL	27/04/26 A 10/06/26	CPT	119.087	R\$ 37.137,18	29/04/26 A 10/06/26	118.360	R\$ 36.910,57	344.617	6.598	0	-	-
SARAMPO PRÉ-COPA	IFOOD	APLICATIVOS	NACIONAL	27/04/26 A 10/06/26	CPM	1.972.405	R\$ 37.137,18	29/04/26 A 10/06/26	4.299.068	R\$ 47.924,88	898.503	785	384.131	-	-
TOTAL - INTERNET						37.394.650	R\$ 1.064.776,12		127.418.668	R\$ 1.019.834,82	165.530.529	1.210.896	23.311.896	4.507.234	

Resultado Sarampo – Pré Copa: A campanha apresentou resultados consistentes no período de **27/04/2026 a 10/06/2026**, com veiculação nacional e foco na ampliação da informação sobre prevenção, vacinação e proteção contra o sarampo, especialmente junto a públicos relacionados a viagens.

A estratégia teve como objetivo reforçar a importância da vacinação contra o sarampo antes de viagens nacionais e internacionais durante o período da Copa do Mundo. A comunicação buscou ampliar o acesso à informação qualificada, orientar a população de forma preventiva e estimular a atualização da vacinação, contribuindo para a busca pelos serviços de vacinação oferecidos pelo SUS.

No total, foram geradas **165,5 milhões de impressões, 1,2 milhão de cliques, 23,3 milhões de visualizações e 4,5 milhões de impressões viewable**, com entrega distribuída entre redes sociais, plataformas de vídeo, áudio, portais, aplicativos, games, mídia programática e redes de conteúdo.

De forma geral, a campanha contribuiu para ampliar a visibilidade do tema no ambiente digital, reforçando a importância da vacinação como medida de prevenção e proteção contra o sarampo.

Planejado x veiculado (Tabaco)

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	IMPRESSIONES	CLIQUE	VIEW	VIEWABLE	VA%
TABACO	GOOGLE BRASIL	REDES SOCIAIS	NACIONAL	15/05/26 A 15/06/26	CPV	358.104	R\$ 411.819,69	01/06/26 A 28/06/26	26.572.226	R\$ 411.558,47	36.786.413	28.799	20.972.512	-	-
TABACO	META	REDES SOCIAIS	NACIONAL	15/05/26 A 15/06/26	CPM	10.389.577	R\$ 244.807,63	28/05/26 A 28/06/26	29.974.177	R\$ 242.637,82	89.462.434	315.697	1.450.731	-	-
TABACO	TIK TOK	REDES SOCIAIS	NACIONAL	15/05/26 A 15/06/26	CPM	11.196.388	R\$ 198.386,00	01/06/26 A 28/06/26	20.332.813	R\$ 190.521,34	20.332.813	61.719	4.168.281	-	-
TABACO	KWAI BRASIL	REDES SOCIAIS	NACIONAL	15/05/26 A 15/06/26	CPM	9.520.529	R\$ 132.974,18	01/06/26 A 28/06/26	17.533.802	R\$ 126.127,60	17.533.802	43.449	3.775.958	-	-
TABACO	PINTEREST	REDES SOCIAIS	NACIONAL	15/05/26 A 15/06/26	CPM	4.425.734	R\$ 46.005,50	28/05/26 A 28/06/26	5.503.760	R\$ 46.005,50	6.395.954	6.105	210.351	-	-
TABACO	SPOTIFY BRASIL	STREAMING DE ÁUDIO	NACIONAL	15/05/26 A 15/06/26	CPM	3.400.883	R\$ 81.952,78	01/06/26 A 28/06/26	3.400.883	R\$ 81.952,78	3.514.838	1.843	0	-	-
TABACO	SUA MÚSICA	STREAMING DE ÁUDIO	NACIONAL	15/05/26 A 15/06/26	CPV	45.274	R\$ 16.976,66	01/06/26 A 28/06/26	45.274	R\$ 16.976,66	55.381	311	0	-	-
TABACO	TRIPLEA GAMES	GAMES	NACIONAL	15/05/26 A 15/06/26	CPM	2.560.195	R\$ 43.548,92	28/05/26 A 28/06/26	2.513.448	R\$ 42.753,75	2.588.221	548	0	2.235.037	87%
TABACO	AZERION GAMES	GAMES	NACIONAL	15/05/26 A 15/06/26	CPM	398.561	R\$ 34.839,21	-	0	-	-	-	-	-	-
TABACO	TEADS SITES	PROGRAMÁTICA	NACIONAL	15/05/26 A 15/06/26	CPM	634.044	R\$ 29.179,66	01/06/26 A 28/06/26	605.947	R\$ 27.886,59	605.947	2.119	0	-	-
TABACO	ZAP MEDIA	PROGRAMÁTICA	NACIONAL	15/05/26 A 15/06/26	CPM	193.226	R\$ 29.171,36	28/05/26 A 28/06/26	188.942	R\$ 28.524,61	211.928	3.444	0	170.723	83%
TABACO	SIMPLE ADS	PROGRAMÁTICA	NACIONAL	15/05/26 A 15/06/26	CPM	691.179	R\$ 29.392,39	01/06/26 A 28/06/26	686.999	R\$ 29.214,64	686.999	6.272	0	-	-
TABACO	SAMBA ADS	PROGRAMÁTICA	NACIONAL	15/05/26 A 15/06/26	CPM	1.264.536	R\$ 29.277,17	28/05/26 A 28/06/26	1.263.130	R\$ 29.244,63	1.357.955	219	0	1.265.320	93%
TABACO	MOBI IN	PROGRAMÁTICA	NACIONAL	15/05/26 A 15/06/26	CPM	804.940	R\$ 28.768,48	28/05/26 A 28/06/26	779.532	R\$ 27.860,40	935.290	584	0	924.571	99%
TABACO	SERASA 4ADS	PORTAL / VERTICAL	NACIONAL	15/05/26 A 15/06/26	CPM	2.287.709	R\$ 59.875,00	28/05/26 A 28/06/26	2.267.709	R\$ 59.874,98	2.330.727	3.533	0	1.977.139	85%
TABACO	VIVO ADS	RECOMPENSA DE DADOS	NACIONAL	15/05/26 A 15/06/26	CPV	85.913	R\$ 25.833,95	01/06/26 A 28/06/26	85.913	R\$ 25.833,96	93.652	226	93.533	-	-
TABACO	CLARO ADS	RECOMPENSA DE DADOS	NACIONAL	15/05/26 A 15/06/26	CPV	85.321	R\$ 22.575,94	01/06/26 A 28/06/26	85.321	R\$ 22.575,94	171.628	179	171.494	-	-
TABACO	TIM	RECOMPENSA DE DADOS	NACIONAL	15/05/26 A 15/06/26	CPV	131.663	R\$ 20.902,82	01/06/26 A 28/06/26	131.663	R\$ 20.902,81	176.189	160	176.129	-	-
TABACO	UBER	APLICATIVOS	NACIONAL	15/05/26 A 15/06/26	CPT	209.471	R\$ 65.323,53	25/06/26 A 28/06/26	209.471	R\$ 65.322,92	0	0	0	-	-
TABACO	IFOOD	APLICATIVOS	NACIONAL	15/05/26 A 15/06/26	CPM	5.577.639	R\$ 62.491,42	01/06/26 A 28/06/26	5.616.017	R\$ 62.921,41	0	0	0	-	-
TOTAL - INTERNET						54.240.886	R\$ 1.614.102,20		117.797.027	R\$ 1.558.696,81	183.240.171	475.207	31.018.989	6.572.790	

Resultado Tabaco: A campanha apresentou resultados consistentes no período de **28/05/2026 a 28/06/2026**, com veiculação nacional e foco na ampliação da informação sobre os riscos do tabagismo, prevenção e conscientização da população.

A estratégia teve como objetivo reforçar os impactos do uso do tabaco e de outros produtos derivados do fumo na saúde, especialmente entre adolescentes, jovens e públicos de influência, contribuindo para ampliar o acesso à informação qualificada e estimular a reflexão sobre prevenção e cuidado.

No total, foram geradas **183,2 milhões de impressões, 475,2 mil cliques, 31 milhões de visualizações e 6 milhões de impressões viewable**, com entrega distribuída entre redes sociais, plataformas de vídeo, áudio, portais, aplicativos, games, mídia programática e redes de conteúdo.

De forma geral, a campanha contribuiu para ampliar a visibilidade do tema no ambiente digital, reforçando a conscientização sobre os riscos do tabaco e a importância da prevenção junto à população.

Planejado x veiculado (Doação de Leite)

RESUMO PROGRAMAÇÃO DE INTERNET															
				PLANEJADO			VEICULADO			RESULTADOS VEICULADOS					
TEMA DA CAMPANHA	VEÍCULO	SEGMENTAÇÃO	PRAÇA DE VEICULAÇÃO	PERÍODO DE VEICULAÇÃO	TIPO DE COMPRA	VOLUME CONTRATADO	VALOR 94,5% APROVADO	PERÍODO DE VEICULAÇÃO	VOLUME VEICULADO	VALOR 94,5% VEICULADO	IMPRESSIONES	CLIQUE	VIEW	VIEWABLE	VAR.
DOAÇÃO DE LEITE	GOOGLE BRASIL	REDES SOCIAIS	NACIONAL	11/05/26 A 11/06/26	CPV	268.170	R\$ 308.395,50	11/05/26 A 11/06/26	37.395.907	R\$ 307.708,93	50.255.748	27.583	29.854.685	-	-
DOAÇÃO DE LEITE	META	REDES SOCIAIS	NACIONAL	11/05/26 A 11/06/26	CPM	7.974.267	R\$ 187.896,14	11/05/26 A 11/06/26	24.548.088	R\$ 171.981,46	45.100.841	228.304	2.699.096	-	-
DOAÇÃO DE LEITE	TIKTOK	REDES SOCIAIS	NACIONAL	11/05/26 A 11/06/26	CPM	8.591.746	R\$ 152.235,00	11/05/26 A 11/06/26	14.035.823	R\$ 152.128,62	16.408.971	96.271	4.913.125	-	-
DOAÇÃO DE LEITE	KWAI BRASIL	REDES SOCIAIS	NACIONAL	11/05/26 A 11/06/26	CPM	7.303.135	R\$ 102.003,62	13/05/26 A 13/06/26	22.942.888	R\$ 79.157,04	22.942.888	99.695	2.432.165	-	-
DOAÇÃO DE LEITE	SPOTIFY BRASIL	STREAMING DE ÁUDIO	NACIONAL	11/05/26 A 11/06/26	CPM	2.789.474	R\$ 67.219,35	19/05/26 A 11/06/26	2.107.338	R\$ 50.781,58	2.153.456	1.369	0	-	-
DOAÇÃO DE LEITE	SUA MÚSICA	STREAMING DE ÁUDIO	NACIONAL	11/05/26 A 11/06/26	CPV	34.772	R\$ 13.038,67	11/05/26 A 11/06/26	34.771	R\$ 13.038,29	43.833	131	0	-	-
DOAÇÃO DE LEITE	TRIPLEA GAMES	GAMES	NACIONAL	11/05/26 A 11/06/26	CPM	1.966.355	R\$ 33.447,70	12/05/26 A 14/06/26	1.867.681	R\$ 31.769,26	2.604.046	469	0	2.174.684	85%
DOAÇÃO DE LEITE	AZERION GAMES	GAMES	NACIONAL	11/05/26 A 11/06/26	CPM	306.113	R\$ 26.758,10	11/05/26 A 11/06/26	306.113	R\$ 26.758,11	317.497	5.973	0	-	-
DOAÇÃO DE LEITE	TEADS SITES	PROGRAMÁTICA	NACIONAL	11/05/26 A 11/06/26	CPM	486.975	R\$ 22.411,32	11/05/26 A 11/06/26	482.438	R\$ 22.202,52	482.451	1.825	0	-	-
DOAÇÃO DE LEITE	ZAP MEDIA	PROGRAMÁTICA	NACIONAL	11/05/26 A 11/06/26	CPM	148.405	R\$ 22.404,73	11/05/26 A 11/06/26	116.300	R\$ 17.557,82	179.001	1.773	0	140.668	82%
DOAÇÃO DE LEITE	SIMPLE ADS	PROGRAMÁTICA	NACIONAL	11/05/26 A 11/06/26	CPM	530.859	R\$ 22.574,78	11/05/26 A 11/06/26	530.858	R\$ 22.574,74	551.946	1.218	0	-	-
DOAÇÃO DE LEITE	SAMBA ADS	PROGRAMÁTICA	NACIONAL	11/05/26 A 11/06/26	CPM	971.226	R\$ 22.486,31	11/05/26 A 11/06/26	969.437	R\$ 22.444,89	996.166	330	0	917.979	92%
DOAÇÃO DE LEITE	MOBI IN	PROGRAMÁTICA	NACIONAL	11/05/26 A 11/06/26	CPM	618.232	R\$ 22.095,55	11/05/26 A 11/06/26	585.991	R\$ 20.943,26	1.109.651	5	0	1.097.105	99%
DOAÇÃO DE LEITE	SERASA 4ADS	PORTAL / VERTICAL	NACIONAL	11/05/26 A 11/06/26	CPM	1.741.711	R\$ 45.986,92	11/05/26 A 11/06/26	1.741.711	R\$ 45.986,92	1.752.041	2.696	0	1.529.765	88%
DOAÇÃO DE LEITE	VIVO ADS	RECOMPENSA DE DADOS	NACIONAL	11/05/26 A 11/06/26	CPV	65.984	R\$ 19.841,32	13/05/26 A 11/06/26	65.984	R\$ 19.841,32	84.399	191	84.200	-	-
DOAÇÃO DE LEITE	CLARO ADS	RECOMPENSA DE DADOS	NACIONAL	11/05/26 A 11/06/26	CPV	65.528	R\$ 17.338,71	12/05/26 A 11/06/26	65.528	R\$ 17.338,70	136.936	102	136.873	-	-
DOAÇÃO DE LEITE	TIM	RECOMPENSA DE DADOS	NACIONAL	11/05/26 A 11/06/26	CPV	101.123	R\$ 16.054,29	12/05/26 A 11/06/26	101.123	R\$ 16.054,29	181.398	171	181.357	-	-
DOAÇÃO DE LEITE	UBER	APLICATIVOS	NACIONAL	11/05/26 A 11/06/26	CPT	160.882	R\$ 50.171,05	13/05/26 A 11/06/26	160.882	R\$ 50.171,05	459.416	8.608	0	-	-
DOAÇÃO DE LEITE	IFOOD	APLICATIVOS	NACIONAL	11/05/26 A 11/06/26	CPM	4.287.081	R\$ 48.032,11	11/05/26 A 11/06/26	4.287.081	R\$ 48.032,11	0	0	0	-	-
TOTAL - INTERNET						38.412.038	R\$ 1.200.391,16		112.345.942	R\$ 1.136.470,91	145.760.685	476.714	40.301.501	5.860.201	

Resultado Doação de Leite: A campanha apresentou resultados consistentes no período de **11/05/2026 a 11/06/2026**, com veiculação nacional e foco na ampliação da informação sobre a importância da doação de leite materno, mobilizando mulheres lactantes, gestantes, redes de apoio e profissionais de saúde.

A estratégia teve como objetivo reforçar a relevância da doação para bebês prematuros e/ou de baixo peso, incentivando a conscientização sobre o tema e a busca por informações sobre os bancos de leite humano.

No total, foram geradas **145,7 milhões de impressões, 476,7 mil cliques, 40,3 milhões de visualizações e 5,8 milhões de impressões viewable**, com entrega distribuída entre redes sociais, plataformas de vídeo, áudio, portais, aplicativos, games, mídia programática e redes de conteúdo.

De forma geral, a campanha contribuiu para ampliar a visibilidade da doação de leite materno no ambiente digital, fortalecendo a mobilização social e o alcance da mensagem junto aos públicos prioritários.

Planejado x veiculado (SUS)

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	IMPRESSIONES	CLIQUE	VIEW	VIEWABLE	VAN
SUS	GOOGLE BRASIL	REDES SOCIAIS	NACIONAL	01/05/26 a 20/06/26	CPV	428.124	R\$ 492.342,60	04/05/26 a 03/07/26	37.494.875	R\$ 547.044,66	59.431.677	35.269	29.663.346	-	-
SUS	META	REDES SOCIAIS	NACIONAL	01/05/26 a 03/07/26	CPM	16.824.492	R\$ 396.432,31	04/05/26 a 03/07/26	42.848.913	R\$ 484.507,10	101.187.294	449.534	9.630.849	-	-
SUS	TIK TOK	REDES SOCIAIS	NACIONAL	01/05/26 a 03/07/26	CPM	19.272.582	R\$ 341.486,06	06/05/26 a 01/07/26	25.359.794	R\$ 352.598,01	25.446.565	73.280	6.993.758	-	-
SUS	KWAI BRASIL	REDES SOCIAIS	NACIONAL	01/05/26 a 02/07/26	CPM	18.397.966	R\$ 256.962,35	04/05/26 a 02/07/26	75.041.883	R\$ 322.158,43	75.343.759	140.421	14.858.041	-	-
SUS	LINKEDIN	REDES SOCIAIS	NACIONAL	01/05/26 a 03/07/26	CPM	782.785	R\$ 96.165,14	01/06/26 a 30/06/26	2.316.497	R\$ 96.747,29	2.316.518	7.012	0	-	-
SUS	PINTEREST	REDES SOCIAIS	NACIONAL	10/06/26 a 30/06/26	CPM	3.793.490	R\$ 39.433,33	10/06/26 a 30/06/26	6.255.640	R\$ 39.433,33	4.938.024	8.628	1.891.730	-	-
SUS	SPOTIFY BRASIL	STREAMING DE ÁUDIO	NACIONAL	01/05/26 a 03/07/26	CPM	5.089.822	R\$ 122.651,99	05/05/26 a 30/06/26	5.771.963	R\$ 139.089,88	5.126.802	18.953	0	-	-
SUS	SUA MÚSICA	STREAMING DE ÁUDIO	NACIONAL	01/05/26 a 03/07/26	CPV	65.187	R\$ 24.443,56	04/05/26 a 30/06/26	65.192	R\$ 24.445,43	78.440	436	0	-	-
SUS	TRIPLEA GAMES	GAMES	NACIONAL	01/05/26 a 03/07/26	CPM	3.612.369	R\$ 61.446,40	05/05/26 a 30/06/26	3.580.094	R\$ 60.897,40	4.128.236	760	0	3.491.066	86%
SUS	AZERION GAMES	GAMES	NACIONAL	01/05/26 a 03/07/26	CPM	562.358	R\$ 49.157,12	04/05/26 a 30/06/26	562.360	R\$ 49.157,29	593.694	9.587	0	-	-
SUS	TEADS SITES	PROGRAMÁTICA	NACIONAL	01/05/26 a 03/07/26	CPM	894.618	R\$ 41.171,66	07/05/26 a 30/06/26	693.360	R\$ 31.909,46	693.985	2.261	0	-	-
SUS	ZAP MEDIA	PROGRAMÁTICA	NACIONAL	01/05/26 a 03/07/26	CPM	272.633	R\$ 41.159,45	04/05/26 a 30/06/26	213.675	R\$ 32.558,55	262.051	4.843	0	207.067	83%
SUS	SIMPLI ADS	PROGRAMÁTICA	NACIONAL	01/05/26 a 03/07/26	CPM	975.236	R\$ 41.471,91	04/05/26 a 30/06/26	794.610	R\$ 33.790,80	812.025	5.724	0	-	-
SUS	SAMBA ADS	PROGRAMÁTICA	NACIONAL	01/05/26 a 03/07/26	CPM	1.784.231	R\$ 41.309,41	04/05/26 a 30/06/26	1.786.252	R\$ 41.356,21	1.834.626	520	0	1.690.086	92%
SUS	MOBI IN	PROGRAMÁTICA	NACIONAL	01/05/26 a 03/07/26	CPM	1.158.516	R\$ 41.405,25	04/05/26 a 30/06/26	921.787	R\$ 32.944,57	1.542.860	461	0	1.502.868	97%
SUS	SERASA 4ADS	PORTAL / VERTICAL	NACIONAL	01/05/26 a 20/06/26	CPM	3.587.975	R\$ 94.734,38	04/05/26 a 30/06/26	3.609.311	R\$ 95.297,73	3.677.708	6.209	0	3.122.128	86%
SUS	VIVO ADS	RECOMPENSA DE DADOS	NACIONAL	01/05/26 a 03/07/26	CPV	121.222	R\$ 36.451,33	05/05/26 a 30/06/26	115.384	R\$ 34.695,85	124.713	375	124.516	-	-
SUS	CLARO ADS	RECOMPENSA DE DADOS	NACIONAL	01/05/26 a 03/07/26	CPV	120.385	R\$ 31.853,87	05/05/26 a 30/06/26	120.389	R\$ 31.854,93	431.911	556	431.612	-	-
SUS	TIM	RECOMPENSA DE DADOS	NACIONAL	01/05/26 a 03/07/26	CPV	185.772	R\$ 29.493,16	05/05/26 a 30/06/26	185.775	R\$ 29.493,64	502.173	627	502.031	-	-
SUS	UBER	APLICATIVOS	NACIONAL	01/05/26 a 03/07/26	CPT	295.556	R\$ 92.169,14	13/05/26 a 30/06/26	233.090	R\$ 72.689,32	0	0	0	-	-
SUS	IFOOD	APLICATIVOS	NACIONAL	01/05/26 a 03/07/26	CPM	6.923.009	R\$ 99.972,68	04/05/26 a 29/06/26	7.877.450	R\$ 88.258,32	0	0	0	-	-
SUS	BRASIL DE FATO	FORMADORES DE OPINIÃO	NACIONAL	01/05/26 a 03/07/26	CPM	1.260.000	R\$ 39.293,10	04/05/26 a 30/06/26	1.137.369	R\$ 33.800,90	1.293.117	2.042	0	833.899	65%
SUS	O CAFEZINHO	FORMADORES DE OPINIÃO	NACIONAL	01/05/26 a 03/07/26	CPM	1.406.944	R\$ 41.548,82	05/05/26 a 30/06/26	425.392	R\$ 8.413,46	444.917	1.013	0	246.133	57%
SUS	OPERA MUNDI	FORMADORES DE OPINIÃO	NACIONAL	01/05/26 a 03/07/26	CPM	324.000	R\$ 38.582,35	04/05/26 a 30/06/26	275.906	R\$ 32.843,34	337.932	282	0	292.781	78%
SUS	PORTAL FORUM	FORMADORES DE OPINIÃO	NACIONAL	01/05/26 a 03/07/26	CPM	1.152.000	R\$ 38.267,00	04/05/26 a 30/06/26	696.600	R\$ 29.783,15	955.824	3.585	0	664.548	76%
SUS	ALMA PRETA JORNALISMO PRETO E	FORMADORES DE OPINIÃO	NACIONAL	01/05/26 a 03/07/26	DIÁRIA	16.000	R\$ 52.920,00	04/05/26 a 16/06/26	16.000	R\$ 52.920,00	32.423	27	0	36.046	91%
SUS	BRASIL 247	FORMADORES DE OPINIÃO	NACIONAL	01/05/26 a 03/07/26	CPM	1.260.000	R\$ 38.723,47	04/05/26 a 30/06/26	1.303.461	R\$ 40.059,15	1.579.505	1.187	0	1.449.101	85%
SUS	CARTA CAPITAL	FORMADORES DE OPINIÃO	NACIONAL	01/05/26 a 03/07/26	CPM	949.622	R\$ 38.221,57	04/05/26 a 30/06/26	945.058	R\$ 38.037,87	1.010.748	1.252	0	778.376	83%
SUS	DCM (DIÁRIO DO CENTRO DO MUNDO)	FORMADORES DE OPINIÃO	NACIONAL	01/05/26 a 03/07/26	CPM	627.404	R\$ 36.996,76	04/05/26 a 30/06/26	151.059	R\$ 8.907,65	163.532	472	0	153.383	78%
SUS	AGENDA DO PODER	FORMADORES DE OPINIÃO	NACIONAL	01/05/26 a 03/07/26	DIÁRIA	266.666	R\$ 33.075,00	04/05/26 a 14/06/26	266.666	R\$ 34.020,00	1.130.241	1.137	0	940.568	95%
TOTAL - INTERNET						94.410.964	R\$ 2.829.345,05		221.265.705	R\$ 2.919.413,52	299.421.300	776.453	64.095.883	15.398.050	

Resultado SUS: A campanha apresentou resultados consistentes no período de **04/05/2026 a 03/07/2026**, com veiculação nacional e foco na ampliação da informação sobre o Sistema Único de Saúde, seus serviços, formas de acesso e importância para a população brasileira.

A estratégia teve como objetivo reforçar o papel do SUS no cuidado cotidiano, aproximando a comunicação de situações reais de uso dos serviços públicos de saúde e contribuindo para ampliar o conhecimento da população sobre a presença do sistema em diferentes momentos da vida.

No total, foram geradas **299,4 milhões de impressões**, **776,4 mil cliques**, **64 milhões de visualizações** e **15,3 milhões de impressões viewable**, com entrega distribuída entre redes sociais, plataformas de vídeo, áudio, portais, aplicativos, games, mídia programática, redes de conteúdo e formadores de opinião.

De forma geral, a campanha contribuiu para ampliar a visibilidade do SUS no ambiente digital, reforçando sua relevância como política pública de saúde e fortalecendo a presença da comunicação do Ministério da Saúde junto à população.

Planejado x veiculado (Doação de Sangue)

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	IMPRESSIONES	CLIQUE	VIEW	VIEWABLE	VAR.
DOAÇÃO DE SANGUE	GOOGLE BRASIL	REDES SOCIAIS	NACIONAL	08/06/26 A 30/06/26	CPV	358.104	R\$ 411.819,00	08/06/26 A 30/06/26	23.158.396	R\$ 411.495,40	42.994.908	80.268	16.960.497	-	-
DOAÇÃO DE SANGUE	META	REDES SOCIAIS	NACIONAL	08/06/26 A 30/06/26	CPM	10.390.068	R\$ 244.810,20	08/06/26 A 30/06/26	24.280.814	R\$ 183.703,00	52.028.105	103.831	3.456.341	-	-
DOAÇÃO DE SANGUE	TIK TOK	REDES SOCIAIS	NACIONAL	08/06/26 A 30/06/26	CPM	11.196.389	R\$ 198.386,02	08/06/26 A 30/06/26	15.224.713	R\$ 197.825,67	15.224.713	40.318	3.600.291	-	-
DOAÇÃO DE SANGUE	KWAI BRASIL	REDES SOCIAIS	NACIONAL	08/06/26 A 30/06/26	CPM	9.520.607	R\$ 132.975,27	08/06/26 A 30/06/26	17.276.026	R\$ 127.933,47	17.363.362	43.993	2.673.979	-	-
DOAÇÃO DE SANGUE	PINTEREST	REDES SOCIAIS	NACIONAL	08/06/26 A 30/06/26	CPM	4.868.307	R\$ 46.005,50	08/06/26 A 24/06/26	4.868.307	R\$ 46.005,50	5.342.080	5.086	361.138	-	-
DOAÇÃO DE SANGUE	SPOTIFY BRASIL	STREAMING DE ÁUDIO	NACIONAL	08/06/26 A 30/06/26	CPM	3.540.743	R\$ 85.323,05	15/06/26 A 30/06/26	3.540.743	R\$ 85.323,06	3.662.204	2.213	0	-	-
DOAÇÃO DE SANGUE	SUA MÚSICA	STREAMING DE ÁUDIO	NACIONAL	08/06/26 A 30/06/26	CPV	45.272	R\$ 16.975,91	15/06/26 A 30/06/26	45.272	R\$ 16.975,91	53.919	80	0	-	-
DOAÇÃO DE SANGUE	TRIPLEA GAMES	GAMES	NACIONAL	08/06/26 A 30/06/26	CPM	2.560.194	R\$ 43.548,90	09/06/26 A 30/06/26	2.413.415	R\$ 41.052,19	2.668.270	429	0	2.237.542	85%
DOAÇÃO DE SANGUE	AZERION GAMES	GAMES	NACIONAL	08/06/26 A 30/06/26	CPM	398.559	R\$ 34.839,04	15/06/26 A 30/06/26	398.559	R\$ 34.839,04	407.770	7.731	0	-	-
DOAÇÃO DE SANGUE	TEADS SITES	PROGRAMÁTICA	NACIONAL	08/06/26 A 30/06/26	CPM	634.041	R\$ 29.179,52	15/06/26 A 30/06/26	634.041	R\$ 29.179,52	651.200	10.256	0	-	-
DOAÇÃO DE SANGUE	ZAP MEDIA	PROGRAMÁTICA	NACIONAL	08/06/26 A 30/06/26	CPM	193.223	R\$ 29.170,91	08/06/26 A 30/06/26	135.104	R\$ 20.396,67	290.551	2.378	0	237.260	87%
DOAÇÃO DE SANGUE	SIMPLE ADS	PROGRAMÁTICA	NACIONAL	08/06/26 A 30/06/26	CPM	691.177	R\$ 29.392,30	15/06/26 A 30/06/26	691.177	R\$ 29.392,31	701.153	6.028	0	-	-
DOAÇÃO DE SANGUE	SAMBA ADS	PROGRAMÁTICA	NACIONAL	08/06/26 A 30/06/26	CPM	1.264.536	R\$ 29.277,17	08/06/26 A 30/06/26	1.263.219	R\$ 29.246,68	1.311.189	263	0	1.218.029	93%
DOAÇÃO DE SANGUE	MOBI IN	PROGRAMÁTICA	NACIONAL	08/06/26 A 30/06/26	CPM	804.882	R\$ 28.766,40	09/06/26 A 30/06/26	783.341	R\$ 27.996,53	869.369	1.367	0	862.813	99%
DOAÇÃO DE SANGUE	SERASA ADS	PORTAL / VERTICAL	NACIONAL	08/06/26 A 30/06/26	CPM	2.267.707	R\$ 59.874,95	08/06/26 A 30/06/26	2.267.707	R\$ 59.874,94	2.276.447	3.102	0	1.991.426	88%
DOAÇÃO DE SANGUE	VIVO ADS	RECOMPENSA DE DADOS	NACIONAL	08/06/26 A 30/06/26	CPV	85.911	R\$ 25.833,35	17/06/26 A 30/06/26	85.911	R\$ 25.833,35	220.272	305	220.079	-	-
DOAÇÃO DE SANGUE	CLARO ADS	RECOMPENSA DE DADOS	NACIONAL	08/06/26 A 30/06/26	CPV	85.318	R\$ 22.575,14	18/06/26 A 30/06/26	85.318	R\$ 22.575,14	347.272	272	347.127	-	-
DOAÇÃO DE SANGUE	TIM	RECOMPENSA DE DADOS	NACIONAL	08/06/26 A 30/06/26	CPV	131.661	R\$ 20.902,50	24/06/26 A 30/06/26	131.661	R\$ 20.902,50	284.399	270	284.304	-	-
DOAÇÃO DE SANGUE	UBER	APLICATIVOS	NACIONAL	08/06/26 A 30/06/26	CPT	209.470	R\$ 65.323,22	12/06/26 A 30/06/26	209.470	R\$ 65.323,22	0	0	0	-	-
DOAÇÃO DE SANGUE	IFOOD	APLICATIVOS	NACIONAL	08/06/26 A 30/06/26	CPM	5.577.645	R\$ 62.491,49	12/06/26 A 30/06/26	5.601.239	R\$ 62.755,83	0	0	0	-	-
TOTAL - INTERNET						54.823.814	R\$ 1.617.478,45		103.094.433	R\$ 1.538.629,94	146.697.183	308.190	27.903.756	6.547.070	

Resultado Doação de Sangue: A campanha apresentou resultados consistentes no período de **08/06/2026 a 30/06/2026**, com veiculação nacional e foco na ampliação da informação sobre a importância da doação de sangue, mobilizando a população e públicos estratégicos para a causa.

A estratégia teve como objetivo reforçar a doação de sangue como um ato de solidariedade e cuidado coletivo, incentivando a conscientização sobre a necessidade de manter os estoques dos hemocentros e estimular a busca por informações sobre como doar.

No total, foram geradas **146,6 milhões de impressões**, **308,1 mil cliques**, **27,9 milhões de visualizações** e **6,5 milhões de impressões viewable**, com entrega distribuída entre redes sociais, plataformas de vídeo, áudio, portais, aplicativos, games, mídia programática e redes de conteúdo.

De forma geral, a campanha contribuiu para ampliar a visibilidade da doação de sangue no ambiente digital, fortalecendo a mobilização social e o alcance da mensagem junto à população.

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% APROVADO	Impressões	Clicks	View	Viewable	VA%		
IMPULSIONAMENTOS	META	REDES SOCIAIS	NACIONAL	24/04/2026 A 03/07/2026	CPM	112.465.774	RS	373.600,00	24/04/2026 A 03/07/2026	112.465.774	RS	369.034,62	130.839.752	206.629	6.618.181	-	-
IMPULSIONAMENTOS	TIK TOK	REDES SOCIAIS	NACIONAL	01/06/2026 A 30/06/2026	CPM	118.209.751	RS	375.000,00	01/06/2026 A 30/06/2026	118.209.751	RS	366.807,40	118.209.751	9	17.275.116	-	-
IMPULSIONAMENTOS	KWAI BRASIL	REDES SOCIAIS	NACIONAL	24/04/2026 A 30/06/2026	CPM	45.730.765	RS	350.000,00	24/04/2026 A 30/06/2026	45.730.765	RS	330.232,05	541.299.680	54.509	4.871.881	-	-
IMPULSIONAMENTOS	LINKEDIN	REDES SOCIAIS	NACIONAL	01/05/2026 A 03/07/2026	CPM	20.430.528	RS	400.000,00	01/05/2026 A 03/07/2026	20.430.528	RS	393.899,28	20.430.536	1.055.218	652.490	-	-

Resultado Impulsionamentos: Ao longo da estratégia Always On 2026 — 1º Semestre, também foram realizados impulsionamentos de conteúdos a partir de materiais enviados pela equipe de redes sociais, com veiculação no período de **24/04/2026 a 03/07/2026**.

Essas ações tiveram como objetivo ampliar o alcance de conteúdos publicados inicialmente de forma orgânica nas redes sociais do Ministério da Saúde. A verba destinada ao impulsionamento permitiu potencializar a distribuição dessas mensagens, ampliando a visibilidade dos conteúdos e contribuindo para que informações de interesse da população, relacionadas a temas em evidência e às ações de comunicação do Ministério, alcançassem um público maior.

No total, os impulsionamentos geraram **323,4 milhões de impressões, 1,3 milhões de cliques e 29,4 milhões de visualizações**, com entrega distribuída nas redes sociais entre Meta, TikTok, Kwai e LinkedIn.

De forma geral, os impulsionamentos contribuíram para ampliar a circulação dos conteúdos do Ministério da Saúde, reforçando a estratégia Always On e complementando a entrega das campanhas temáticas ao longo do semestre.

ANÁLISE CONSOLIDADA DOS RESULTADOS

RESUMO PROGRAMAÇÃO DE INTERNET										
SEGMENTAÇÃO	PRAÇA DE VEICULAÇÃO	PERÍODO DE VEICULAÇÃO	VOLUME VEICULADO	VALOR 94,5% VEICULADO	IMPRESSÕES	CLIQUE	VIEW	IMPACTOS	VIEWABLE	VA
REDES SOCIAIS STREAMING DE ÁUDIO GAMES PROGRAMÁTICA PORTAL VERTICAL RECOMPENSA DE DADOS APLICATIVOS FORMADORES DE OPINIÃO	NACIONAL/REGIONAL	20/03/2026 A 03/07/2026	1.213.665.157	R\$ 11.334.657,73	1.625.525.578	5.692.316	238.516.824	1.625.525.578	47.926.117	0%

A campanha **Always On 2026 — 1º Semestre** apresentou resultados consistentes ao longo de todo o período de veiculação, cumprindo seu principal objetivo de garantir presença contínua do Ministério da Saúde no ambiente digital e ampliar a visibilidade de temas prioritários junto à população.

Ao todo, a estratégia gerou **1,6 bilhões de impressões, 5,6 milhões de cliques, 238,5 milhões de visualizações e 47,9 milhões de impressões viewable**, com entrega distribuída entre redes sociais, streaming de áudio, games, programática, portal, vertical, recompensa de dados, aplicativos, formadores de opinião.

Como destaque, as redes sociais e plataformas de vídeo concentraram os maiores volumes de entrega, especialmente em formatos audiovisuais e conteúdos adaptados ao consumo digital. A diversificação dos canais também contribuiu para ampliar a cobertura, reforçar a frequência e garantir múltiplos pontos de contato com o público ao longo da jornada de comunicação.

Os resultados reforçam a importância da combinação entre segmentações amplas, recortes regionais, públicos contextualizados e monitoramento contínuo da performance. Essa atuação permitiu ajustes táticos ao longo da campanha e maior eficiência na distribuição das mensagens de utilidade pública.

Para campanhas futuras, recomenda-se manter a estratégia Always On como modelo de presença contínua, intensificando o uso de vídeos curtos, peças regionalizadas e formatos adaptados ao comportamento de consumo de cada plataforma.

CONCLUSÃO

A campanha **Always On 2026 — 1º Semestre** apresentou resultados positivos, atendendo ao objetivo de manter uma comunicação contínua e estratégica no ambiente digital.

Além disso, o desdobramento por temas permitiu ampliar o alcance e a frequência das mensagens, contribuindo para dar maior visibilidade a pautas relevantes de saúde pública, reforçando o entendimento da população sobre a prevenção, o tratamento e os serviços disponibilizados pelo SUS para doenças como Tuberculose, Malária e Sarampo; a importância e a conscientização sobre a Doação de Leite Humano e de Sangue; os cuidados com a saúde e os impactos do consumo de Tabaco; além de ampliar o conhecimento sobre os serviços disponibilizados pelo SUS.

Dessa forma, a campanha atingiu os objetivos de mídia previstos no planejamento inicialmente aprovado, contribuindo para ampliar a disseminação de informações relevantes de saúde pública e fortalecer a comunicação do Ministério da Saúde junto à população.