



RELATÓRIO DE RESULTADOS  
CAMPANHA NACIONAL DE COMBATE ÀS  
ARBOVIROSES 2024

Data: 26/01/2025

**Cliente:** Ministério da Saúde.

**Produto:** Utilidade Pública.

**Período:** Novembro e Dezembro de 2024.

### **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 definição de meios e veículos.

### **Objetivo de Comunicação**

Reforçar a mobilização e engajamento da população e os setores externos à saúde (planejamento, meio ambiente, urbanização, economia, etc.), no intuito de fortalecer o real impacto na tratamento dos sintomas causados pelas Arboviroses, transmitidas pelo *Aedes aegypti*.

### **Objetivo de Mídia**

- Incentivar a população e setores externos à saúde a se envolverem no combate às arboviroses.
- Sensibilizar a população sobre os sinais e sintomas das doenças transmitidas pelo *Aedes aegypti*.
- Aproveitar a alta conectividade dos brasileiros para disseminar informações de forma segmentada e abrangente.
- Garantir alcance amplo, com reforço em áreas de maior incidência de casos.

### **Período da Campanha**

Período analisado: 28 de novembro a 27 de dezembro de 2024.

### **Praças**

- Nacional

### **Público-Alvo**

- Primário: 30+, ambos os sexos, classes CDE
- Secundário: profissionais de Saúde, gestores, agentes de saúde, professores, estudantes e formadores de opinião.

### **Meios Selecionados:**

Para maximizar o alcance e a efetividade da campanha, selecionamos inovadores e redes sociais como principal meio de comunicação. Com ampla penetração na população brasileira e grande potencial de segmentação, essas plataformas permitem disseminar mensagens de forma direcionada e interativa, engajando diferentes públicos e garantindo maior impacto na mobilização contra as arboviroses no meio de: **INTERNET**.

## Metodologia:

Para o meio internet, que possui pesquisa regular e é aferido por adserver, utilizaremos os relatórios do adserver assim como o relatório das plataformas dos inovadores digitais e redes sociais, para aferição de resultados.

## Cronograma Previsto

**Total Média: R\$ 2.694.999,60 (94,5%)**

MEIO	MERCADO	QTD. INSERÇÕES	FORMATO	PERÍODO DETALHADO	OUTRUBRO	VALOR TOTAL NEGOCIADO 100%	VALOR DESEMBOLSO 94,5%	PART. MEIO %
INTERNET					R\$ 9.343.718,84	R\$ 2.840.211,02	R\$ 2.694.999,60	100,0%
INOVADORES DIGITAIS	NACIONAL	9.662.000	DIVERSOS	28/11 A 27/12	R\$ 200.003,40	R\$ 200.003,40	R\$ 200.003,40	7,4%
REDES SOCIAIS	NACIONAL	23.476.923	DIVERSOS	28/11 A 27/12	R\$ 365.000,00	R\$ 365.000,00	R\$ 344.925,00	12,8%
INTERNET	NACIONAL	71.850.962	DIVERSOS	28/11 A 27/12	R\$ 8.778.715,44	R\$ 2.275.207,62	R\$ 2.150.071,21	79,8%
<b>TOTAL MÉDIA</b>					<b>R\$ 9.343.718,84</b>	<b>R\$ 2.840.211,02</b>	<b>R\$ 2.694.999,60</b>	<b>100%</b>

## Cronograma Realizado

**Total Média: R\$ 2.466.692,16 (94,5%)**

MEIO	MERCADO	QTD. INSERÇÕES	FORMATO	PERÍODO DETALHADO	VALOR TABELA	VALOR TOTAL NEGOCIADO 100%	VALOR DESEMBOLSO 94,5%	PART. MEIO %
INTERNET					R\$ 9.343.718,84	R\$ 2.602.492,63	R\$ 2.466.692,16	100,0%
INOVADORES DIGITAIS	NACIONAL	92.803.191	DIVERSOS	28/11 A 27/12	R\$ 200.003,40	R\$ 133.393,02	R\$ 133.393,02	5,4%
REDES SOCIAIS	NACIONAL	61.435.931	DIVERSOS	28/11 A 29/12	R\$ 365.000,00	R\$ 364.999,99	R\$ 344.924,99	14,0%
INTERNET	NACIONAL	60.077.780	DIVERSOS	28/11 A 30/12	R\$ 8.778.715,44	R\$ 2.104.099,62	R\$ 1.988.374,14	80,6%
<b>TOTAL MÉDIA</b>					<b>R\$ 9.343.718,84</b>	<b>R\$ 2.602.492,63</b>	<b>R\$ 2.466.692,16</b>	<b>100%</b>

Comparando os cronogramas de mídia, previsto e realizado, houve redução nos valores destinados. As falhas, ocorridas durante o período de veiculação, totalizaram um abatimento de R\$228.307,45 (desembolso).

## VISÃO GERAL ONLINE

### Internet

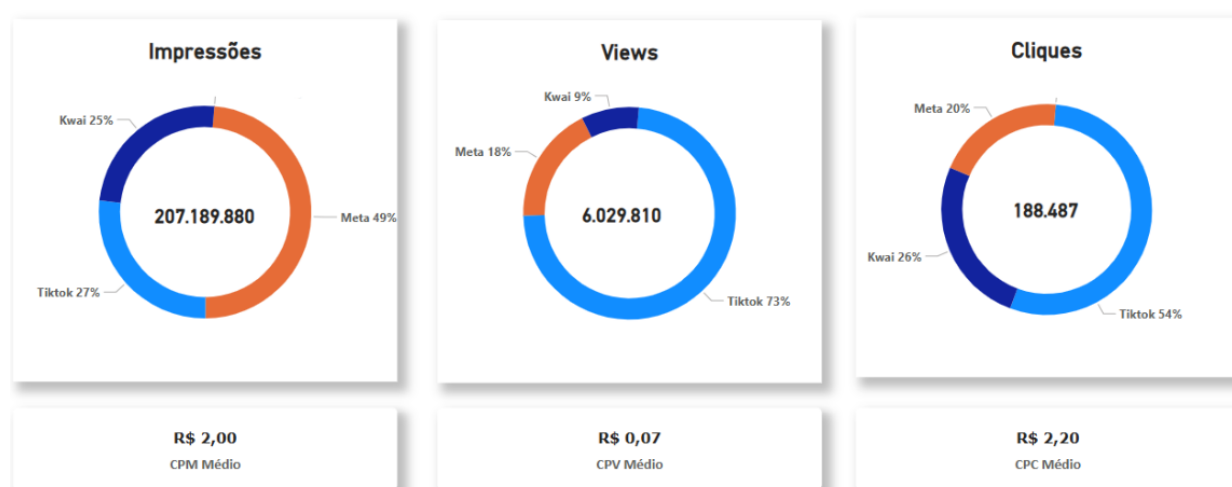
As redes sociais são uma poderosa ferramenta de comunicação que podem ser utilizadas para alcançar a população com mensagens importantes. Segundo dados do Comscores, o Brasil tem 124,9 milhões de usuários de redes sociais, o que representa 94% da população que tem acesso diariamente a internet no Brasil. Desse total, 107,6 milhões utilizam o Instagram, 105.209 milhões usam o Facebook, 76,1 milhões usam o TikTok, 45,4 milhões usam o Kwai, 40,9 milhões usam o Pinterest, 36,1 milhões usam o Twitter e 25,9 milhões usam o LinkedIn.

Os brasileiros passam, em média, 10 horas por dia na internet, com destaque para o

uso de redes sociais. Com 124,9 milhões de usuários nessas plataformas, elas se consolidam como um meio estratégico para campanhas, permitindo segmentação assertiva e amplo alcance. A estratégia digital foi estruturada considerando diferentes categorias, incluindo Redes Sociais, Formadores de Opinião, Verticais Segmentadas e Conteúdo Interativo. Dessa forma, a comunicação se torna mais eficiente, alcançando públicos específicos e garantindo maior engajamento.

## RESULTADO GERAL PLATAFORMAS REDES SOCIAIS

### Redes Sociais



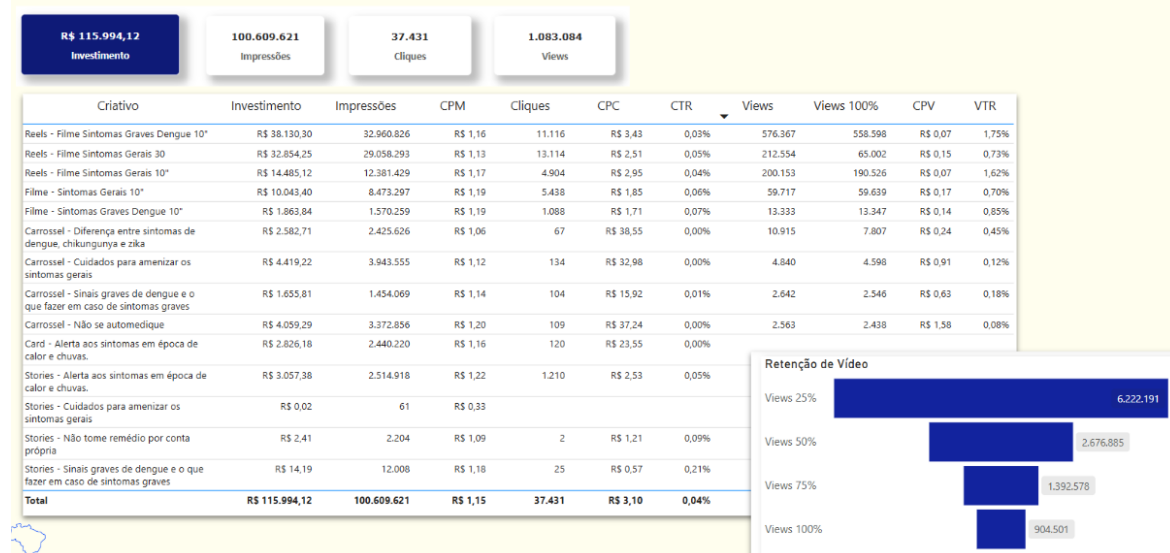
Meta, Tik Tok e Kwai receberam, juntos, mais de 20% do total da verba, de forma que os demais veículos de Internet receberam os demais 79,8%.

Em termos de impressões, Meta (49%) e Tik Tok (27%) se destacaram em relação a Kwai (25%), que também apresenta uma boa cobertura. Em relação aos números de views, os maiores números são de Tik Tok (73%) seguidos de Meta (18%). Considerando os cliques, o destaque foi Tik Tok (54%), que, sozinho, gerou +50% do total de engajamento entre as três plataformas: Meta, Tik Tok, Kwai.

## Redes Sociais – Números por Ferramenta

### REDES SOCIAIS | META

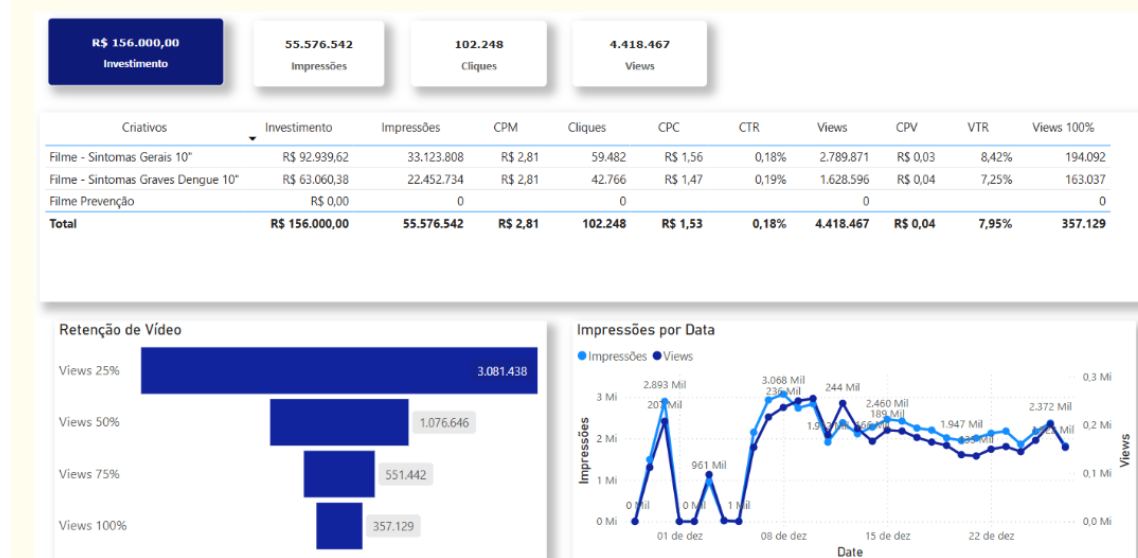
#### META



Observou-se uma alta rentabilização no número de KPIs da plataforma, mostrando o interesse do público segmentado dentro da ferramenta, com uma boa retenção que começa nos mais de 6 milhões de usuários e se afunila nos mais de 1.3 milhões, tenho 75% do material assistido pelo lead, o criativo de “Filme Sintomas Graves Dengue 10” traz um R\$CPM de R\$1,16 com 100% de views de mais de meio milhão de usuários.

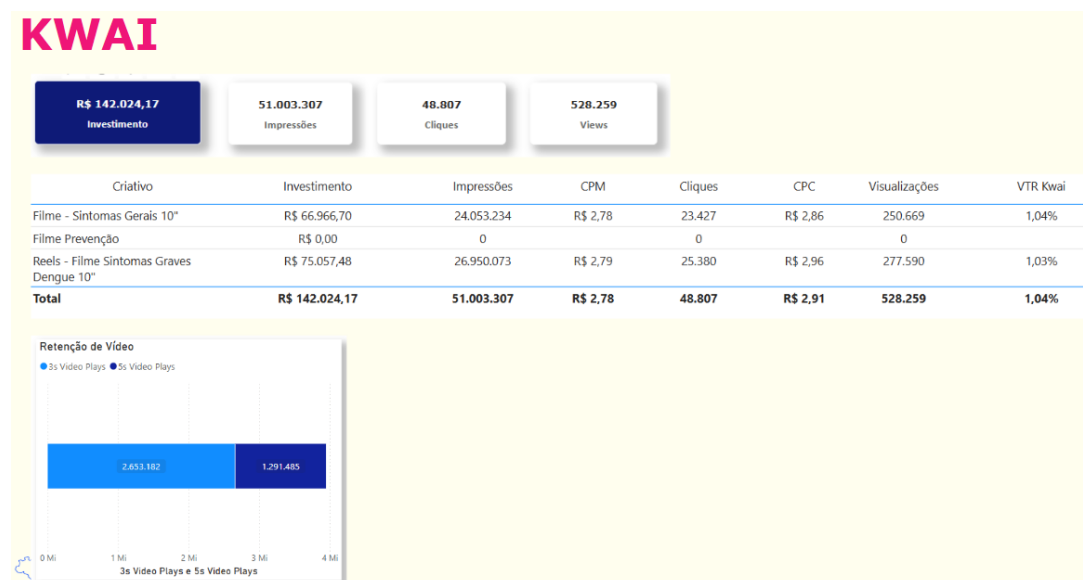
### REDES SOCIAIS | TIK TOK

#### TIKTOK



A ferramenta trás em um panorama dos criativos veiculados um bom custo geral sobre o CPV (R\$0,04) e CPC (R\$1,53), visto que a compra foi por CPM (R\$ 2,81), tantos custos rentáveis demonstram que os criativos tiveram uma boa aceitação do público configurado dentro da plataforma, mostrando também a qualidade do material.

## REDES SOCIAIS | KWAI



Obs: Os valores acima do contratado foram bonificados.

É possível observar que mais de um milhão de usuários foram retidos no teto de 5s dos vídeos com um preço de CPM geral em R\$2,78, a % geral de VTR está um pouco abaixo de veiculações de vídeo, porém, com a configuração para CPM, a ferramenta prioriza o maior atingimento do público e não necessariamente o engajamento.

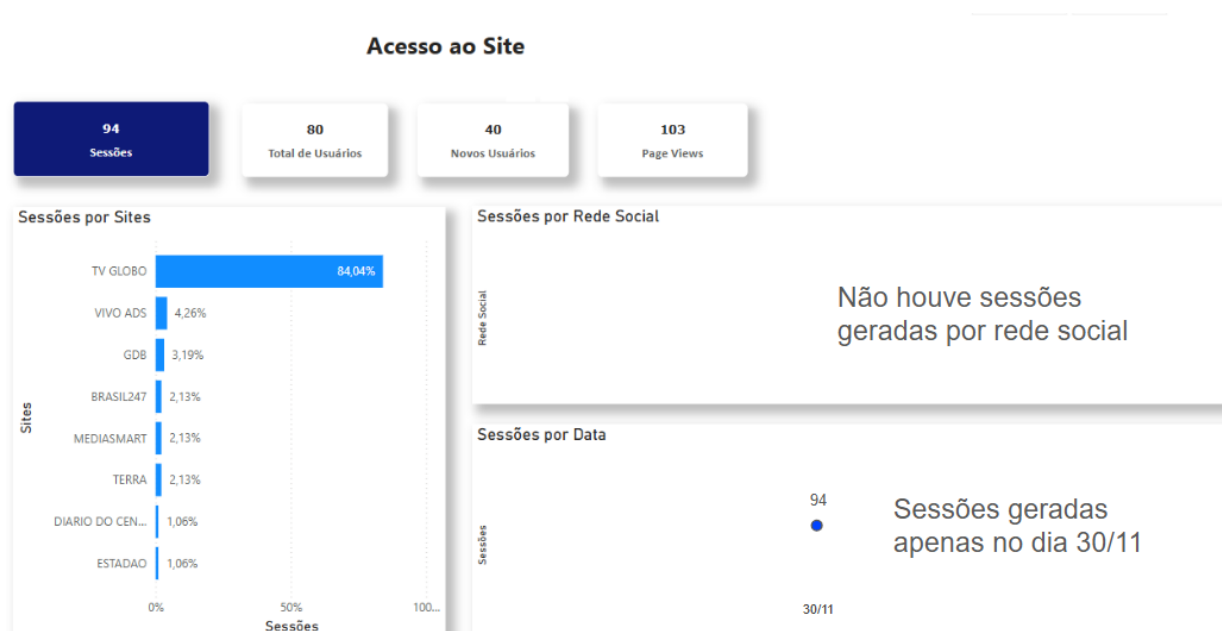
## PORTAIS

VEÍCULO	TIPO DE COMPRA	CONTRATADO	ENTREGUE	VIEWABLES	PACING	VA%
PORTAIS						
R7	CPM	4.900.310	4.913.158	3.518.864	100,26%	72%
UOL	CPM	9.445.079	9.018.750	7.571.458	95,49%	84%
UOL	CPV	537.097	551.145	551.096	102,62%	100%
GLOBO.COM	CPM	4.378.593	5.005.313	3.203.331	114,31%	64%
TERRA	CPM	2.783.358	5.514.500	4.394.564	198,12%	80%
TERRA	CPV	43.479	48.588	48.559	111,75%	100%
METRÓPOLES	CPM	199.602	2.876.891	1.909.811	1441,31%	66%
REDES DE CONTEÚDO, VÍDEO E CONNECT TV						
SIMPLE ADS	CPM	1.338.052	3.089.204	2.871.007	230,87%	93%
WEBADS	CPM	5.321.326	5.558.315	5.101.542	104,45%	92%
WEBADS	CPV	164.948	348.906	348.827	211,52%	100%
YOU SEE DIGITAL	CPM	1.884.058	1.925.940	1.595.789	102,22%	83%
YOU SEE DIGITAL	CPV	62.802	63.266	63.214	100,74%	100%
MEDIASMARKT	CPM	1.676.454	1.753.656	1.235.148	104,61%	70%
MEDIASMARKT	CPV	22.707	37.786	37.782	166,41%	100%
GDB	CPM	3.868.797	4.468.449	3.801.372	115,50%	85%
GDB	CPV	111.622	415.647	416.136	372,37%	100%
ALRIGHT	CPM	3.525.000	3.277.795	2.603.650	92,99%	79%
ZOOMIN.TV	CPV	350.084	531.519	536.261	151,83%	101%
NOTÍCIAS E GESTÃO PÚBLICA						
BRASIL 247	CPM	832.495	848.089	801.890	101,87%	95%
CARTA CAPITAL	CPM	801.068	811.689	680.962	101,33%	84%
CGN - CENTRAL GAZETA DE NOTÍCIAS	CPM	175.000	284.640	167.357	162,65%	59%
DCM (DIÁRIO DO CENTRO DO	CPM	611.112	516.968	471.686	84,59%	91%
O CAFEZINHO	CPM	555.556	556.696	309.326	100,21%	56%
OPERA MUNDI	CPM	174.586	128.793	97.374	73,77%	76%
PORTAL FORUM	CPM	711.213	662.165	493.672	93,10%	75%
VERTICIAS REGIONAIS						
O GLOBO	CPM	1.871.102	1.554.457	1.106.437	83,08%	71%
VEJA	CPM	115.346	116.724	85.760	101,19%	73%
FOLHA DE SÃO PAULO	CPM	1.468.651	2.199.631	1.551.926	149,77%	71%
ESTADÃO	CPM	2.056.752	2.098.572	1.326.563	102,03%	63%
CORREIO BRAZILIENSE	CPM	613.637	711.550	646.419	115,96%	91%
A CIDADE ON	CPM	273.610	283.113	130.695	103,47%	46%
BRASILIA CAPITAL	CPM	70.000	135	34	0,19%	25%
ES HOJE	CPM	147.072	35.767	19.214	24,32%	54%
ESTADO DE MINAS - MG	CPM	564.102	612.375	361.548	108,56%	59%
FOLHA DE LONDRINA	CPM	71.428	56.865	35.086	79,61%	62%
FOLHA PE	CPM	366.300	563.229	214.358	153,76%	38%
FOLHA VITÓRIA	CPM	59.328	59.892	47.010	100,95%	78%
GAZETA DO POVO	CPM	72.069	74.303	64.142	103,10%	86%
HOJE EM DIA - MG	CPM	40.961	54.108	34.682	132,10%	64%
JORNAL BRASIL POPULAR	CPM	30.000	1.166	868	3,89%	74%
JORNAL DE BRASÍLIA	CPM	160.183	159.741	78.437	99,72%	49%
JORNAL DIÁRIO DE GOIÁS	CPM	78.409	36.386	11.537	46,41%	32%
JORNAL OPÇÃO	CPM	630.714	879.211	175.101	139,40%	20%
MASSA NEWS	CPM	439.560	714.066	571.642	162,45%	80%
NE10 JC ONLINE	CPM	384.864	751.363	608.244	195,23%	81%
O DIA ONLINE	CPM	458.333	1.043.712	449.519	227,72%	43%
O MUNICÍPIO	CPM	110.000	53.145	28.066	48,31%	53%
O MUNICÍPIO BLUMENAU	CPM	110.000	20.328	13.766	18,48%	68%
O TEMPO	CPM	273.059	270.663	224.714	99,12%	83%
PORTAL BANDA B	CPM	291.667	300.669	265.479	103,09%	88%
PORTAL TUDO NA HORA - TNH1	CPM	250.000	262.595	199.941	105,04%	76%
TRIBUNA DE MINAS	CPM	34.225	64.721	38.771	189,10%	60%
TRIBUNA ONLINE	CPM	40.000	12.483	5.499	31,21%	44%

DATA REWARDS						
REDE CLARO	CPV	182.142	274.499	274.246	150,71%	100%
VIVO ADS	CPV	183.846	330.681	330.529	179,87%	100%
TIM	CPV	241.071	291.497	291.122	120,92%	100%
MOBILE						
LOGAN	CPM	1.211.461	1.225.783	739.387	101,18%	60%
ADHOW	CPM	1.558.441	1.739.028	1.404.858	111,59%	81%

Em um panorama geral dos canais, para portais tivemos um ranqueamento próximo dos 70% de VA, ficando um pouco abaixo os veículos de Metrôpoles (66%) e GLOBO.COM (64%). Seguindo a mesma linearidade temos as Redes de Conteúdo, Redes de Vídeo e Connect TV, que tiveram VA igual ou maior de 70%. Logo após temos os veículos de segmento de Notícias e Gestão Pública, que tiveram uma entrega um pouco abaixo da média em VA com O Cafézinho (56%). Nos Verticais Regionais, os veículos que tiveram uma maior dificuldade na entrega da cobertura de impressões tiveram maiores dificuldades de %VA: Brasília Capital, Folha PE, Jornal Diário de Goiás. Jornal Opção e Tribuna Online. Em Data Rewards tivemos VA de 100% e em Mobile tivemos uma VA médio de 70%, com a Adhow apresentando o melhor resultado.

## ACESSOS AO SITE



Considerando as sessões dos Sites programados, temos um número expressivo de GLOBO.COM com 84,04%, mostrando mais potencial entre as audiências e demais sites contratados.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

- A entrega nas redes sociais representou mais do que o dobro dos valores contratados, tendo valores gerais rentáveis em relação ao CPM Médio: R\$2,00 e o CPC Médio: R\$ 2,20.



- Os criativos de Meta e Tik Tok tiveram altos valores de views e retenção dentro da plataforma, prendendo a atenção de mais de meio milhão de usuários até os 75% dos materiais veiculados.
- Os picos de impressões e views em Tik Tok ocorreram majoritariamente no início da campanha, tendo uma linearidade de veiculação até o dia 15/12 e queda a partir do dia 22/12, perto da data comemorativa do Natal que tem alta competitividade entre ferramentas.

## **Conclusão**

A campanha apresentou um excelente desempenho nas redes sociais, com entrega superior ao dobro do contratado e custo-benefício favorável de KPIs.

Os criativos de Meta e TikTok demonstraram forte engajamento, mantendo a atenção de um grande público por uma parcela significativa do tempo de exibição. A performance no TikTok foi mais intensa no início, estabilizando-se até meados de dezembro, antes de uma leve queda devido à concorrência sazonal do Natal.

Nos portais de notícia, o portal Terra se destacou entre os veículos contratados, com uma entrega muito acima do volume contratado e VA acima de 80%.