

nacional



RELATÓRIO DE RESULTADOS

CAMPANHA DOAÇÃO DE ÓRGÃOS 2025

Dados consolidados no dia 01/12/2025

Cliente: Ministério da Saúde

Produto: Utilidade Pública

Período: 25/09 a 31/10/25

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 Mídia

1. Alcance
 - Com o objetivo de comunicar a sociedade civil sobre o tema, é necessário alcançar o maior número de pessoas dos targets da campanha.

2. Segmentação
 - Utilizar das ferramentas de segmentação para atingir cada um dos públicos-alvo de forma assertiva.

Período da Campanha

Período analisado: 25 de setembro a 31 de outubro de 2025.

Praças

- Nacional

Público-Alvo

- População Geral - 18+

Meios Selecionados:

Com o objetivo de comunicar a população sobre a importância da Doação de Órgãos, trabalhamos com os meios que permitiram uma alta cobertura e frequência para ampliar o alcance da mensagem: TV Aberta, cinema e internet.

Metodologia:

Para os meios que possuem pesquisa regular, em que é possível aferir a cobertura média, a frequência da campanha, o alcance e o impacto, utilizamos estudos de simulação fornecidos por institutos de pesquisa do mercado. Para os mercados e meios que não possuem pesquisa regular, está sendo informada a quantidade de inserções como forma de possibilitar a mensuração dos resultados do esforço de comunicação realizado. Os resultados estão sendo apresentados de acordo com os meios utilizados na campanha.

Cronograma Previsto

Total Mídia: R\$ 3.599.967,39 (94,5%)

CLIENTE: MINISTÉRIO DA SAÚDE
CAMPANHA DE DOAÇÃO DE ÓRGÃOS 2025

MEIO	MERCADO	QTD. INSERÇÕES	FORMATO	PERÍODO DETALHADO	VALOR TABELA	VALOR TOTAL NEGOCIADO 100%	VALOR DESEMBOLSO 94,5%	PART. MEIO %
MERCHANDISING GLOBO								
GLOBO + GLOBOPLAY	NACIONAL	1	MERCHANDISING 60"	27/09/2025	R\$ 389.536,00	R\$ 344.491,20	R\$ 325.544,18	9,0%
CINEMA								
FLIX MEDIA	NACIONAL	558	COMERCIAL 30"	25/09 a 08/10	R\$ 4.783.796,00	R\$ 455.610,80	R\$ 430.552,21	12,0%
INTERNET								
INOVADORES DIGITAIS	NACIONAL	55.523.057	VÍDEO + ESTÁTICO	22/09 a 11/10	R\$ 6.973.099,26	R\$ 2.858.176,81	R\$ 2.843.871,00	79,0%
REDES SOCIAIS	NACIONAL	25.257.576	VÍDEO	22/09 a 11/10	R\$ 878.083,33	R\$ 755.833,33	R\$ 714.262,50	19,8%
INTERNET	NACIONAL	42.077.795	VÍDEO + DISPLAY	22/09 a 11/10	R\$ 5.397.972,45	R\$ 1.405.300,00	R\$ 1.328.008,50	36,9%
TOTAL MÍDIA					R\$ 12.146.431,26	R\$ 3.658.278,81	R\$ 3.599.967,39	72%
TT PREVISÃO PRODUÇÃO							R\$ 1.400.000,00	28%
TOTAL GERAL							R\$ 4.999.967,39	100%

Cronograma Realizado

Total Mídia: R\$ 3.549.047,55 (94,5%)

MEIO	MERCADO	QTD. INSERÇÕES	FORMATO	PERÍODO DETALHADO	VALOR TABELA	VALOR TOTAL NEGOCIADO 100%	VALOR DESEMBOLSO 94,5%	PART. MEIO %
MERCHANDISING GLOBO								
GLOBO	NACIONAL	1	MERCHANDISING 60"	27/09/2025	R\$ 382.768,00	R\$ 344.491,20	R\$ 325.544,18	9,2%
CINEMA								
FLIX MEDIA	NACIONAL	558	COMERCIAL 30"	25/09 a 08/10	R\$ 4.785.140,00	R\$ 455.610,80	R\$ 430.552,21	12,1%
INTERNET								
INOVADORES DIGITAIS	NACIONAL	185.427.226	VÍDEO + ESTÁTICO	26/09 a 11/10	R\$ 11.643.287,85	R\$ 2.806.940,46	R\$ 2.792.951,16	78,7%
REDES SOCIAIS	NACIONAL	112.320.294	VÍDEO	26/09 a 31/10	R\$ 3.557.757,84	R\$ 754.556,11	R\$ 713.055,52	20,1%
INTERNET	NACIONAL	43.033.595	VÍDEO + DISPLAY	26/09 a 11/10	R\$ 5.393.528,38	R\$ 1.367.543,29	R\$ 1.292.328,41	36,4%
TOTAL MÍDIA					R\$ 16.811.195,85	R\$ 3.607.042,46	R\$ 3.549.047,55	72%
TT PREVISÃO PRODUÇÃO							R\$ 1.400.000,00	28%
TOTAL GERAL							R\$ 4.949.047,55	100%

Ao comparar os cronogramas de mídia previsto e realizado, identificou-se uma diferença de desembolso de R\$ 50.919,84. Essa variação decorre de abatimentos no digital, relacionados à viewability abaixo da meta e à veiculação em ambientes inadequados (brand safety).

VISÃO GERAL OFFLINE

- **TV Aberta**

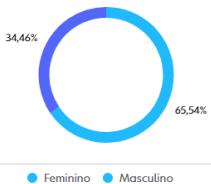
No Dia Mundial de Doação de Órgãos, foi realizada a ação de merchandising no programa É De Casa da TV Globo. Mais de 5,8 milhões de pessoas foram impactadas com essa ação.

Perfil demográfico da ação ocorrida no dia 27/09/25.

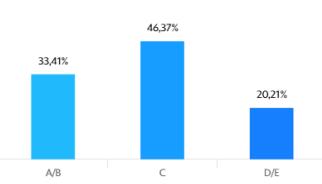
Total de Alcance

5,81 M

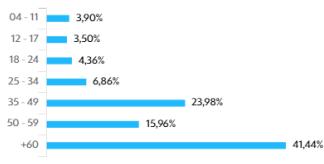
Gênero



Classes Sociais



Faixas Etárias



- Cinema

O meio cinema foi veiculado conforme o planejado com 279 salas em cada cine semana.

A veiculação aconteceu em duas cine semanas de 02 a 15/outubro/25, sendo uma paga e outra bonificada. Essa negociação foi especial para essa campanha devido à sensibilidade e importância do tema.

VISÃO GERAL ONLINE

Internet

O meio internet possui um grande alcance, faltando com toda população brasileira. Para propagar a mensagem esse meio foi contemplado através das seguintes categorias:

Inovadores Digitais, Redes Sociais, Streaming de Vídeo e Áudio, Portais de Notícias Nacional, Redes de Conteúdo de Vídeo e Verticais de Gestão Pública.

RESULTADOS EM DESTAQUE

+476MM

+5MM

R\$ 0,43

de impressões totais, durante a campanha mantendo a alta cobertura e amplitude da campanha ao longo de todo período.

de visualizações 100%, indicando o alto impacto e retenção da campanha em todo período analisado.

de CPV 100% médio, comprovando o alto impacto e relevância da estratégia criativa para essa peça.

Veículo	Investimento	Impressões	CPM	Cliques	CTR	CPC	Views 100%	CPV 100%
YOUTUBE	R\$ 369.794,82	79.714.622	R\$ 4,64	117.914	0,15%	R\$ 3,14	255.501	R\$ 1,45
META	R\$ 325.993,03	105.712.604	R\$ 3,08	166.981	0,16%	R\$ 1,95	1.809.855	R\$ 0,18
TIKTOK	R\$ 279.785,95	109.549.510	R\$ 2,55	193.034	0,18%	R\$ 1,45	58.561	R\$ 4,78
KWAI	R\$ 265.858,92	102.423.594	R\$ 2,60	138.899	0,14%	R\$ 1,91	274.133	R\$ 0,97
TRIPLEA	R\$ 159.999,99	10.126.240	R\$ 15,80	15.748	0,16%	R\$ 10,16	0	R\$ 0,00
SQREEM	R\$ 153.586,08	12.173.886	R\$ 12,62	20.703	0,17%	R\$ 7,42	0	R\$ 0,00
NETFLIX	R\$ 150.000,00	3.106.497	R\$ 46,65	0	0,00%	R\$ 0,00	707.350	R\$ 0,20
PRIME VÍDEO ADS	R\$ 149.602,02	2.411.652	R\$ 62,03	0	0,00%	R\$ 0,00	2.334.661	R\$ 0,06
TEADS	R\$ 127.999,57	2.552.736	R\$ 50,16	10.683	0,42%	R\$ 11,99	355.303	R\$ 0,36
SPOTIFY	R\$ 116.400,00	7.142.223	R\$ 16,30	9.969	0,14%	R\$ 11,68	0	R\$ 0,00
GLOBO.COM	R\$ 75.410,10	11.200.485	R\$ 6,73	8.996	0,08%	R\$ 8,38	0	R\$ 0,00
TERRA	R\$ 67.870,62	2.923.680	R\$ 23,21	6.879	0,24%	R\$ 9,87	0	R\$ 0,00
UOL	R\$ 67.543,03	8.787.692	R\$ 7,69	15.617	0,18%	R\$ 4,32	0	R\$ 0,00
PINTEREST	R\$ 58.000,00	10.956.460	R\$ 5,29	14.005	0,13%	R\$ 4,14	102.081	R\$ 0,57
METRÓPOLES	R\$ 47.628,51	1.148.911	R\$ 41,46	2.889	0,25%	R\$ 16,49	0	R\$ 0,00
R7	R\$ 46.642,96	4.655.379	R\$ 10,02	9.656	0,21%	R\$ 4,83	0	R\$ 0,00
CARTA CAPITAL	R\$ 32.449,98	930.225	R\$ 34,88	1.848	0,20%	R\$ 17,56	0	R\$ 0,00
BRASIL 247	R\$ 21.756,14	708.829	R\$ 30,69	943	0,13%	R\$ 23,07	0	R\$ 0,00
DCM	R\$ 15.666,95	345.337	R\$ 43,92	834	0,24%	R\$ 18,19	0	R\$ 0,00
PORTAL FORUM	R\$ 10.978,71	404.409	R\$ 27,15	1.450	0,36%	R\$ 7,57	0	R\$ 0,00
BRASIL DE FATO	R\$ 7.318,68	319.855	R\$ 22,88	602	0,19%	R\$ 12,16	0	R\$ 0,00
ALMA PRETA	R\$ 4.626,29	12.643	R\$ 365,92	25	0,20%	R\$ 185,05	0	R\$ 0,00
AGENDA DO PODER	R\$ 2.759,89	82.369	R\$ 33,51	156	0,19%	R\$ 17,69	0	R\$ 0,00
O CAFÉZINHO	R\$ 2.732,22	140.131	R\$ 19,50	4.321	3,08%	R\$ 0,63	0	R\$ 0,00
SITE BRASILIA CAPITAL	R\$ 170,93	14.646	R\$ 11,67	12	0,08%	R\$ 14,24	0	R\$ 0,00
Total	R\$ 2.560.075,39	477.544.615	R\$ 5,36	742.164	0,16%	R\$ 3,44	5.897.445	R\$ 0,43

R\$ 2.560.075,39
Investimento

477.539.713
Impressões

R\$ 5,36
CPM médio

742.164
Cliques

R\$ 3,45
CPC médio

0,16%
CTR médio

5.897.445
Views 100%

R\$ 0,43
CPV100% médio

O resultado no digital foi excelente com uma entrega 3x maior que o previsto (156 milhões de impressões).

Além da entrega, todas as métricas tiveram um desempenho excelente. Foram mais de 5 milhões de views completos, o que indica uma alta retenção. O alto volume de visualizações completas comprova que a mensagem não apenas foi exibida, mas efetivamente consumida até o final por milhões de pessoas, algo essencial em campanhas de conscientização, onde a compreensão da mensagem é tão importante quanto o alcance. Tivemos também um CPM de 5,36, o CPV ficou em 0,43 e um CPC de 3,45.

Redes Sociais

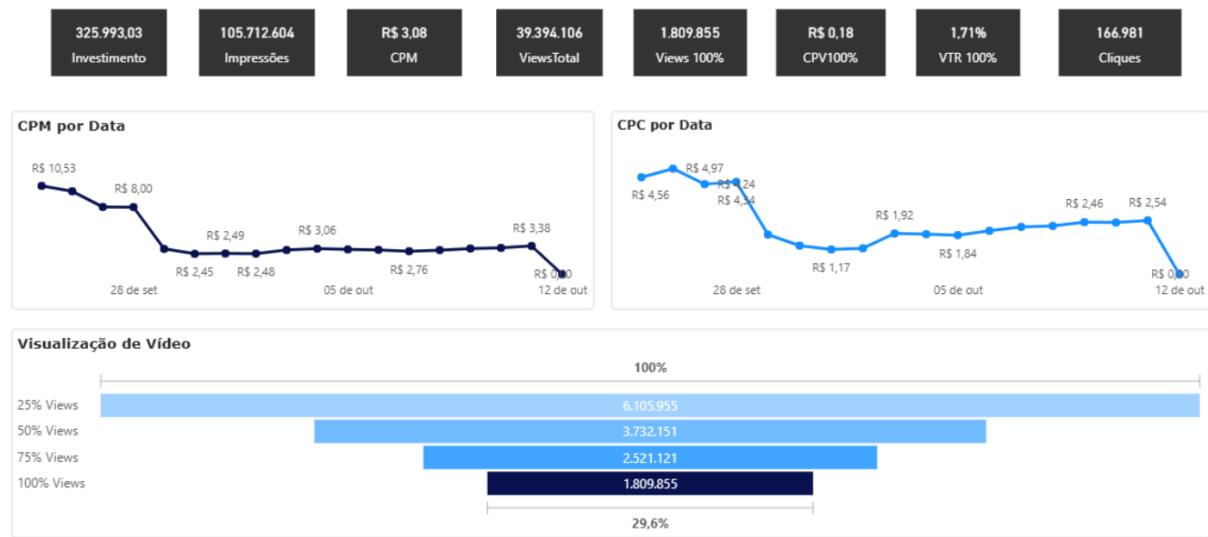
929.637,90 Investimento	328.642.168 Impressões	R\$ 2,83 CPM	59.653.184 ViewsTotal	2.244.630 Views 100%	R\$ 0,41 CPV100%	0,68% VTR 100%	512.919 Cliques
----------------------------	---------------------------	-----------------	--------------------------	-------------------------	---------------------	-------------------	--------------------

Meta, TikTok, Kwai e Pinterest garantiram a alta cobertura da campanha. Foram mais de 328 milhões de impressões em todos o período de veiculação. Essas redes geraram um total de 2,2 milhões de visualizações completas. Isso nos mostra que a mensagem foi assistida em sua totalidade por um número grande de pessoas. O CPV 100% ficou em 0,41, um ótimo resultado.

Meta

O CPV 100% médio da campanha (R\$ 0,18) foi excelente. O que fez ser o nosso menor CPV entre as redes sociais além de somar mais de 105MM de impressões com um CPM médio de R\$ 3,08. O VTR também foi um destaque com 1,71%.

Meta se destaca entre as outras plataformas consolidando sua relevância em nossas estratégias digitais.



Um ponto importante a observar é que o CPC começou mais elevado e reduziu de forma rápida, chegando a R\$ 1,17 em alguns momentos. Isso mostra que mesmo com grande volume de entrega, o custo por clique se manteve controlado devido o engajamento do público.

Outro ponto importante foi a performance dos vídeos. 1,8 milhões de Views 100%, fez da plataforma a responsável pela maior fatia de visualizações dentre todas as redes. O filme Rita 60" se destaca com grande volume de visualizações completas.

Kwai

A rede se destacou como uma plataforma eficiente para ampliação de alcance, entregando grande volume de impressões, 102 milhões de impressões, está entre as melhores performance de alcance dentre as redes sociais, mostrando assim a relevância da plataforma. Com CPM bastante competitivo, potencializou a exposição da mensagem. A rede também apresentou uma boa performance em views, somando mais de 274 mil visualizações completas dos vídeos a um custo de 0,97.



I VISÃO GERAL 25/09 À 11/10

265.858,92
Investimento

102.423.594
Impressões

138.899
Clique

407.550
Engajamento

0,40%
EPL

0,14%
CTR

0,27%
VTR 100%

R\$ 2,60
CPM

CPM por Data



CPC por Data



Para esse veículo tivemos a bonificação de duas diárias do round First Sight, ou seja, os vídeos foram a primeira entrega feita para os usuários em dois dias seguidos. Veja que essas duas entregas geraram a segunda e terceira melhor performance em visualizações da campanha, mostrando assim que o impacto gerou uma excelente retenção.

O Filme Rita 60' foi o maior destaque em cobertura (41,2MM de impressões) e visualizações (99 mil). E obteve também o menor CPV dentre os criativos (1,20).

Anúncios	Investimento	Impressões	CPM	Clique	CTR	Views 100%	CPV100%TOTAL	VTR 100%	EPL
FILME RITA 60 - CPM	119.545,68	41.257.275	R\$ 2,90	56.448	0,14%	99.964	R\$ 1,20	0,24%	0,41%
FILME PROFISSIONAIS DE SAÚDE 60 - CPM	101.469,31	34.751.544	R\$ 2,92	43.190	0,12%	39.513	R\$ 2,57	0,11%	0,25%
VÍDEO CREATOR - CPM	35.649,91	14.173.738	R\$ 2,52	17.456	0,12%	19.591	R\$ 1,82	0,14%	0,45%
FILME 60 - CPM	9.194,02	3.772.989	R\$ 2,44	2.821	0,07%	2.229	R\$ 4,12	0,06%	0,24%
FILME PROFISSIONAIS DE SAÚDE 30 (Bonificado)	0,00	4.244.795	R\$ 0,00	9.465	0,22%	49.624	R\$ 0,00	1,17%	0,92%
FILME RITA 30 (Bonificado)	0,00	4.223.253	R\$ 0,00	9.519	0,23%	63.212	R\$ 0,00	1,50%	0,87%
Total	265.858,92	102.423.594	R\$ 2,60	138.899	0,14%	274.133	R\$ 0,97	0,27%	0,49%

TikTok

O TikTok entregou ampla escala com CPM, garantindo presença massiva da mensagem em um ambiente de alto consumo de vídeo. A plataforma apresentou forte capacidade de gerar tráfego, com volume expressivo de clique.



VISÃO GERAL 25/09 À 31/10

279.785,95
Investimento

109.549.510
Impressões

R\$ 2,55
CPM

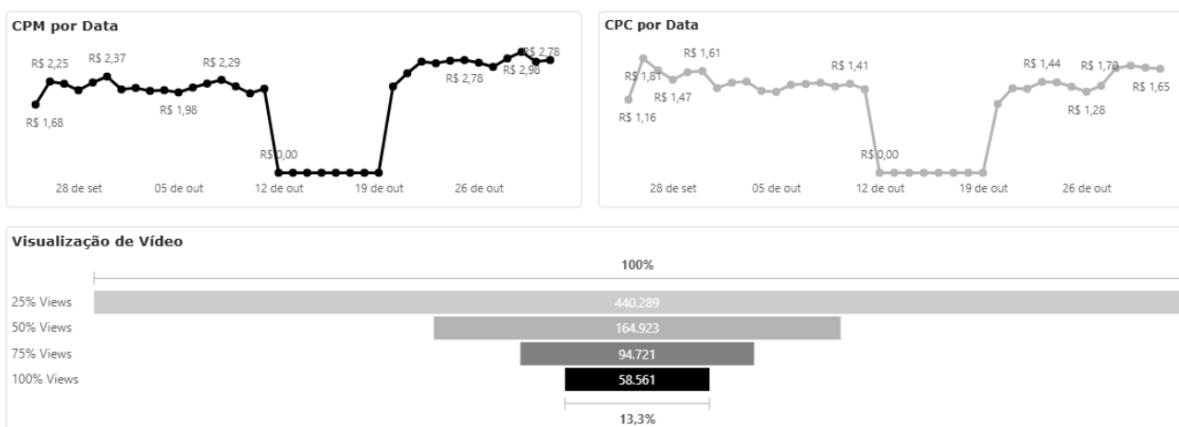
7.794.950
ViewsTotal

58.561
Views 100%

R\$ 4,78
CPV100%

0,05%
VTR 100%

193.034
Clique



Nessa plataforma fizemos um trabalho forte com criação de conteúdo através de Creator. Também foram produzidos materiais com a linguagem nativa da rede para que o público engajasse com a campanha de forma mais espontânea.

É possível identificar que os melhores resultados foram proveniente dos filmes produzidos com Creator. O filme “Creator Jairo” gerou um ótimo resultado em impressões e views. Isso mostra que a linguagem próxima e nativa da plataforma funciona bem para atrair atenção e ter performance.

Em seguida temos o “Filme Creator Flávia” com mais de 11 mil visualizações completas, a segunda melhor performance em retenção.

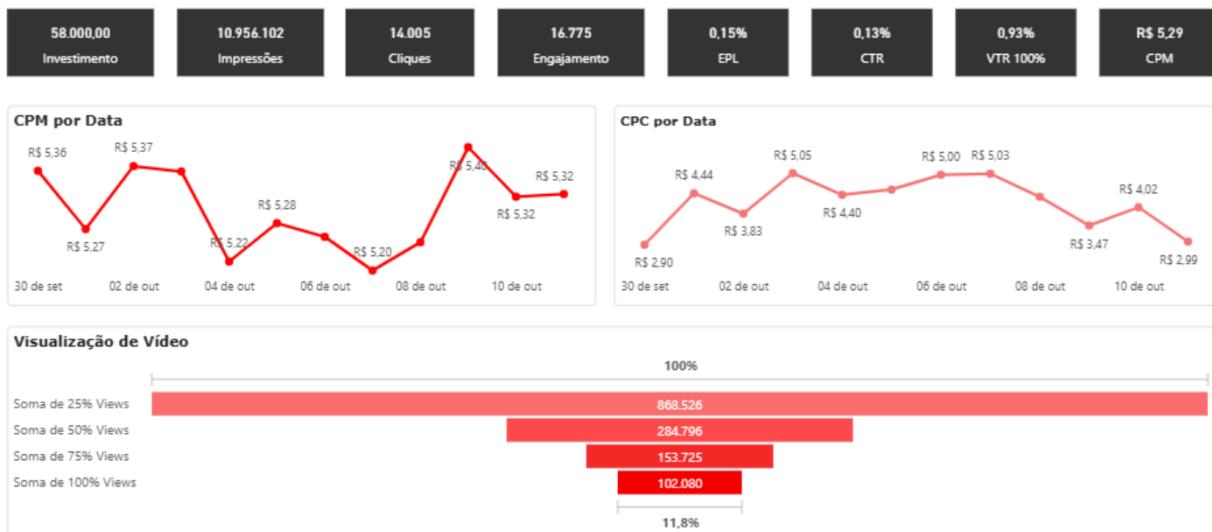
Os criativos de “Remix” ajudaram a sustentar a entrega ao longo do período, mantendo estabilidade de custos e ampliando a vida útil da campanha.

Anúncios	Investimento	Impressões	CPM	Clique	CTR	Views 100%	CPV100%	VTR 100%	EPL
FILME CREATOR JAIRO - CPM	69.347,88	25.665.695	R\$ 2,70	61.115	0,24%	16.523	R\$ 4,20	0,06%	0,06%
FILME CREATOR ELIANA - CPM	54.438,65	19.304.984	R\$ 2,82	33.727	0,17%	6.244	R\$ 8,72	0,03%	0,05%
FILME CREATOR FLÁVIA - CPM	44.213,47	15.746.773	R\$ 2,81	29.985	0,19%	11.033	R\$ 4,01	0,07%	0,07%
FILME PROFISSIONAIS DE SAÚDE 60 - CPM	34.552,69	16.436.470	R\$ 2,10	24.065	0,15%	5.480	R\$ 6,31	0,03%	0,04%
FILME RITA 60 - CPM	27.233,26	12.838.170	R\$ 2,12	19.611	0,15%	4.287	R\$ 6,35	0,03%	0,06%
REMIX VÍDEO 3 - CPM	20.078,38	7.562.611	R\$ 2,65	10.827	0,14%	7.299	R\$ 2,75	0,10%	0,05%
REMIX VÍDEO 04 - CPM	11.165,72	4.729.681	R\$ 2,36	5.460	0,12%	2.700	R\$ 4,14	0,06%	0,03%
REMIX VÍDEO 2 - CPM	8.114,25	3.170.371	R\$ 2,56	3.634	0,11%	2.682	R\$ 3,03	0,08%	0,05%
REMIX VÍDEO 01 - CPM	6.070,36	2.247.732	R\$ 2,70	2.708	0,12%	1.921	R\$ 3,16	0,09%	0,06%
REMIX VÍDEO 05 - CPM	4.571,29	1.847.023	R\$ 2,47	1.902	0,10%	392	R\$ 11,66	0,02%	0,03%
Total	279.785,95	109.549.510	R\$ 2,55	193.034	0,18%	58.561	R\$ 4,78	0,05%	0,05%

Pinterest

O Pinterest se consolidou como um canal de cobertura qualificada, onde a taxa de VTR 100% foi de 11,8% em relação ao topo do funil (25% views). Para uma plataforma onde o consumo costuma ser rápido e visual, manter mais de 100 mil pessoas até o fim de um vídeo sobre doação de órgãos é um indicativo de

alta qualidade do criativo e relevância do tema para o público do Pinterest.



O Filme Rita 60' obteve a melhor performance em alcance e retenção do público, gerando mais de 75 mil visualizações completas.

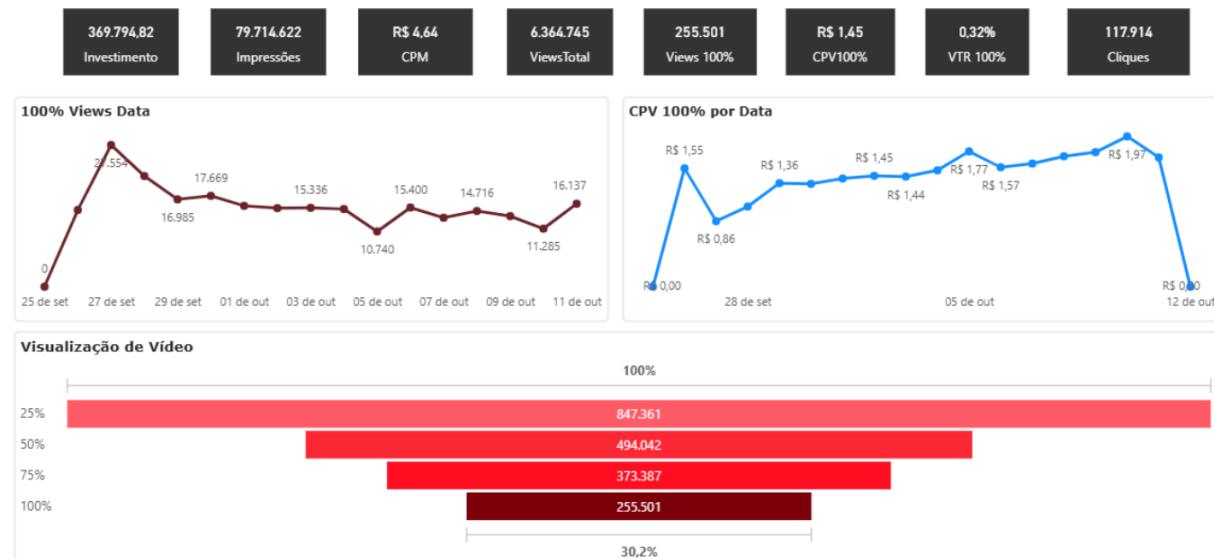
Antúncios	Investimento	Impressões	CPM	Clique	EPL	CTR	Views 100%	CPV100%	VTR 100%
FILME PROFISSIONAIS DE SAÚDE 30 - CPM	17.619,77	3.322.495	R\$ 5,30	3.578	0,13%	0,11%	26.664	R\$ 0,66	0,80%
FILME RITA 30 - CPM	40.380,23	7.633.720	R\$ 5,29	10.427	0,16%	0,14%	75.417	R\$ 0,54	0,99%
Total	58.000,00	10.956.215	R\$ 5,29	14.005	0,15%	0,13%	102.081	R\$ 0,57	0,93%

Youtube

No YouTube podemos medir o sucesso da mídia por meio da retenção, pois essa plataforma é mais educativa e permite vídeos mais longos. Nela o público está mais propenso a parar e assistir o conteúdo, portanto a retenção é um excelente indicativo.

Foram mais de 79 milhões de impressões e 255 mil vídeos assistidos 100%. Podemos destacar também o custo por visualização completa ao longo de toda a campanha, reforçando o excelente retorno do investimento e atenção qualificada.

O valor do investimento veiculado ficou maior que o pago por conta do abatimento que o Google informou na nota fiscal.



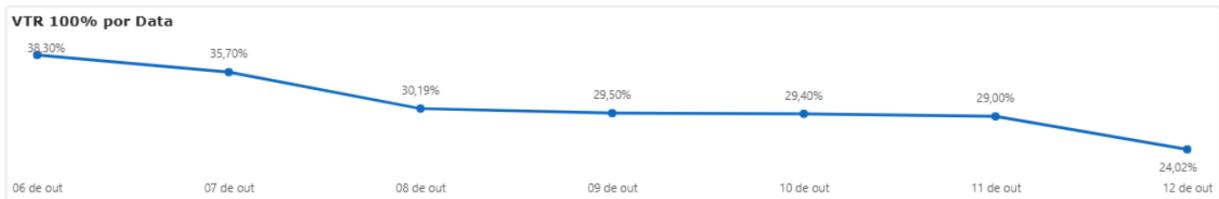
O conjunto de criativos demonstrou forte capacidade de gerar atenção qualificada, mesmo em formatos longos. O “Filme 90” apresentou excelente desempenho em visualizações completas.

Dispositivo	Anúncios	Investimento	Video views	25%	50%	75%	100%	CPV 100%	Impressões	CPM	Engajamentos
Mobile	FILME 90 - CPV	R\$ 71.113,82	2.923.070	337.986	180.594	134.718	63.699	R\$ 1,12	20.975.053	R\$ 3,39	4.734.784
TV	FILME 90 - CPV	R\$ 69.384,39	991.662	32.712	18.045	13.200	8.204	R\$ 8,46	22.291.105	R\$ 3,11	1.831.381
Mobile	FILME RITA 90 - CPM	R\$ 66.098,74	433.457	123.912	72.060	50.853	39.174	R\$ 1,69	7.685.901	R\$ 8,60	739.110
Mobile	FILME PROFISSIONAIS DE SAÚDE 90 - CPM	R\$ 44.818,23	297.813	82.294	45.843	32.083	24.507	R\$ 1,83	5.211.424	R\$ 8,60	520.942
TV	FILME RITA 90 - CPM	R\$ 34.725,04	294.353	125.033	89.805	74.791	64.556	R\$ 0,54	4.037.796	R\$ 8,60	411.650
TV	FILME PROFISSIONAL DE SAÚDE 90 - CPV	R\$ 24.754,00	352.779	7.661	4.176	2.867	2.124	R\$ 11,65	8.239.887	R\$ 3,00	677.786
TV	FILME PROFISSIONAIS DE SAÚDE 90 - CPM	R\$ 23.313,11	193.121	84.813	58.720	47.797	41.797	R\$ 0,56	2.710.825	R\$ 8,60	266.149
Mobile	FILME PROFISSIONAL DE SAÚDE 90 - CPV	R\$ 18.750,67	778.575	46.604	21.397	14.622	9.942	R\$ 1,89	5.739.463	R\$ 3,27	1.532.678
Desktop	FILME RITA 90 - CPM	R\$ 5.972,93	1.531	468	321	267	229	R\$ 26,08	694.527	R\$ 8,60	0
Desktop	FILME PROFISSIONAIS DE SAÚDE 90 - CPM	R\$ 4.277,40	1.045	271	195	165	145	R\$ 29,50	497.374	R\$ 8,60	1
Tablets	FILME 90 - CPV	R\$ 2.343,20	50.400	2.392	1.248	883	439	R\$ 5,34	813.942	R\$ 2,88	90.301
Tablets	FILME RITA 90 - CPM	R\$ 1.572,26	1.951	337	206	152	122	R\$ 12,89	182.823	R\$ 8,60	2.462
Tablets	FILME PROFISSIONAIS DE SAÚDE 90 - CPM	R\$ 1.040,84	1.258	221	118	75	59	R\$ 17,64	121.028	R\$ 8,60	1.604
Tablets	FILME PROFISSIONAL DE SAÚDE 90 - CPV	R\$ 963,00	21.090	591	269	177	118	R\$ 8,16	327.123	R\$ 2,94	40.265
Desktop	FILME 90 - CPV	R\$ 508,41	16.881	1.671	855	613	298	R\$ 1,71	143.059	R\$ 3,55	30.496
Desktop	FILME PROFISSIONAL DE SAÚDE 90 - CPV	R\$ 158,78	5.759	395	190	124	88	R\$ 1,80	43.292	R\$ 3,67	10.668
Total		R\$ 369.794,82	6.364.745	847.361	494.042	373.387	255.501	R\$ 1,45	79.714.622	R\$ 4,64	10.890.277

Streaming de Vídeo

Os streamings de vídeo foram fundamentais para garantir atenção qualificada e reforço em ambientes premium. As taxas de retenção foram elevadas fortalecendo a percepção de valor e impacto da campanha.

Podemos destacar os mais de 3 milhões de visualizações completas, com VTR acima de 95% nos formatos de vídeo.

NETFLIX prime video | VISÃO GERAL 06/10 À 12/105.572.240
Impressões3.185.034
ViewsTotal3.093.779
Views 100%55,52%
VTR 100%

- O dia 12 de outubro foi bonificado pela plataforma.

Mídia display e de vídeo (Portais + rede de conteúdo + streaming de áudio + verticais de gestão pública)

Os veículos foram essenciais para sustentar, garantir visibilidade qualificada e gerar tráfego contínuo em ambientes editoriais confiáveis. O plano superou o contratado, e combinou de forma eficiente veículos de grande alcance com publishers premium e táticos, fortalecendo a mensagem da campanha ao longo de todo o período.

Contabilizamos mais de 63,6 milhões de impressões, 111 mil cliques. Tivemos um pico impressões no final de setembro devido a inserção da mídia em todos os player e também no dia 05 de outubro devido à diária da Globo.com. Contabilizamos picos de clique também nesses intervalos.

PORATAIS | VISÃO GERAL 26/09 À 11/10

Portal	Investimento	Contratado	Impressões	Pacing	Cliques	CTR	CPM	Viewables	VA%
TRIPLEA	159.999,99	8.304.762	10.126.240	121,93%	15.748	15,6%	15,80	5.934.498	58,61%
SQREEM	153.586,08	11.199.580	12.173.886	108,70%	20.703	17,0%	12,62	6.071.171	49,87%
TEADS	127.999,57	358.993	2.552.736	711,08%	10.683	41,8%	50,14	2.196.068	86,03%
SPOTIFY	116.400,00	5.977.647	7.142.223	119,48%	9.969	14,0%	16,30	7.142.223	100,00%
GLOBO.COM	75.410,10	6.056.769	11.200.485	184,93%	8.996	8,0%	6,73	3.613.662	32,26%
TERRA	67.870,62	2.722.302	2.923.680	107,40%	6.879	23,5%	23,21	1.886.919	64,54%
UOL	67.543,03	7.561.224	8.787.692	116,22%	15.617	17,8%	7,69	6.266.179	71,31%
METRÓPOLES	47.628,51	979.557	1.148.911	117,29%	2.889	25,1%	41,46	430.046	37,43%
R7	46.642,96	4.435.486	4.655.379	104,96%	9.656	20,7%	10,02	2.293.921	49,27%
CARTA CAPITAL	32.449,98	881.175	930.225	105,57%	1.848	19,9%	34,88	421.954	45,36%
BRASIL 247	21.756,14	676.473	708.829	104,78%	943	13,3%	30,69	357.812	50,48%
DCM	15.166,95	275.862	345.337	125,18%	834	24,2%	43,92	123.643	35,80%
PORTAL FORUM	10.978,71	312.934	404.409	129,23%	1.450	35,9%	27,15	217.202	53,71%
BRASIL DE FATO	7.318,68	266.667	319.855	119,95%	602	18,8%	22,88	174.890	54,68%
ALMA PRETA	4.626,29	3.500	12.643	361,23%	25	19,8%	365,92	7.028	55,59%
AGENDA DO PODER	2.759,89	90.000	82.369	91,52%	156	18,9%	33,51	77.451	94,03%
O CAFÉZINHO	2.732,22	173.913	140.131	80,58%	4.321	308,4%	19,50	65.216	46,54%
SITE BRASILIA CAPITAL	170,93	10.000	14.646	146,46%	12	8,2%	11,67	877	5,99%
	961.040,65	50.286.844	63.669.676	126,61%	111.331	17,5%	15,09	37.280.760	58,55%

A campanha apresentou entrega acima do contratado em praticamente todos os veículos, com pacing médio superior a 100%, confirmando ampla cobertura e frequência.

O CTR também ficou bem alto (17,5%) mostrando que o conteúdo foi adequado ao público-alvo.

No conjunto, os dados comprovam alta qualidade de exposição e eficiência de investimento, indicando que a estratégia de mídia alcançou seus objetivos.

Conclusão

A campanha Doação de Órgãos 2025, veiculada entre 25 de setembro e 31 de outubro de 2025, atingiu de forma consistente e eficiente os objetivos, pós tivemos ampla cobertura, frequência e atenção qualificada nos diferentes meios utilizados.

A estratégia de mídia combinou alcance, profundidade de consumo e credibilidade, o que permitiu alcançar o público em vários ambientes — redes sociais, streaming de vídeo e áudio, portais e redes de conteúdo.

Nas redes sociais a campanha apresentou excelente desempenho, com grande volume de impressões e cliques, além de bons índices de retenção em vídeo. As plataformas de vídeo (Kwai e TikTok) cumpriram papel relevante na ampliação do alcance e geração de tráfego, enquanto a Meta e Pinterest se destacaram pela atenção qualificada e estabilidade de entrega, com alto volume de visualizações completas e custo otimizado ao longo de todo o período.

O YouTube foi fundamental como canal de retenção e profundidade, garantindo elevado volume de visualizações completas, inclusive em formatos longos de 90 segundos. O desempenho consistente, aliado a um bom custo de CPV 100%, reforça a eficácia do meio para campanhas de conscientização, nas quais o consumo total da mensagem é essencial.

Nos streamings de vídeo (Prime e Netflix), a campanha consolidou sua presença em ambientes premium,

caracterizados por altíssimo nível de atenção.

Os portais, redes de conteúdo e verticais de gestão pública tiveram papel estratégico na sustentação da campanha, garantindo escala robusta, visibilidade qualificada e fluxo contínuo de tráfego. O plano superou o volume contratado, mantendo bons índices de CTR e combinando veículos de grande alcance com sites verticais táticos, o que fortaleceu a mensagem em ambientes editoriais confiáveis e de alta credibilidade.

Para as próximas campanhas, é essencial manter a diversidade de criativos no digital, pois isso permite otimizar os resultados e ampliar o alcance da comunicação.