
RELATÓRIO DE RESULTADOS CAMPANHA MAIS MÉDICOS - 2025

Cliente: Ministério da Saúde

Produto: Utilidade pública

Período: OUTUBRO/NOVEMBRO 2025

1.Objetivo do relatório

Este relatório tem como finalidade demonstrar a execução da campanha, bem como apresentar as principais ocorrências relativas aos critérios utilizados para definição de meios e veículos.

2.Briefing

Objetivos de comunicação da campanha

É um programa do Ministério da Saúde que busca levar médicos para municípios com escassez de profissionais, atuando principalmente na Atenção Básica/Saúde da Família e em comunidades vulneráveis.

Tem como objetivo garantir acesso à assistência médica para a população que não tem fácil acesso aos serviços de saúde.

Em 2025, o programa continua em operação com médicos atuando em milhares de municípios brasileiros e abrangendo milhões de pessoas.

Foram lançados editais com milhares de vagas (em torno de 3.000+) para médicos interessados em atuar via programa no 41º ciclo, com inscrições realizadas em maio de 2025.

3.Período e praça da campanha

- ✓ Internet – 17/10 a 15/11/2025
- ✓ Rádio – 17/10 a 30/10/2025
- ✓ Mídia Exterior (barco de som e carro de som) – 17/10 a 22/10/2025

Estados: AM, BA, CE, ES, GO, MA, MG, PA, PE, PR, RJ, RS, SC, SP.

4.Metodologia

Para os mercados onde não existem dados de pesquisa regulares, serão informados os números de veículos e inserções como forma de visualizar o esforço de comunicação realizado.

Para estudos de pós-venda nos mercados/meios/veículos com pesquisa regular, em que é possível aferir a cobertura média e/ou a frequência da campanha, utilizaremos os estudos de simulação fornecidos por grandes e reconhecidos institutos de pesquisa do mercado.

No caso da campanha Mais Médicos, os resultados de veiculação serão apresentados de forma quantitativa. Para o meio rádio, será informada a quantidade de inserções veiculadas durante o período da campanha. Já para os meios carro de som e barco de som, será apresentada a quantidade de horas trabalhadas ao longo da execução da ação, garantindo transparência e clareza quanto à entrega realizada em cada localidade.

5.Resumo da veiculação

A campanha esteve no ar entre 17 de outubro de 2025 e 15 de novembro de 2025, contemplando todos os meios definidos no planejamento. Ao longo da veiculação, foram necessários ajustes

pontuais decorrentes de encaixes operacionais e falhas técnicas, o que ocasionou variações em relação à programação inicial de algumas inserções, sem comprometer a entrega global da estratégia.

6. Resumo da entrega dos meios

Rádio

O meio rádio teve papel fundamental na estratégia de comunicação da campanha Mais Médicos, especialmente pela sua ampla capilaridade e forte presença regional. Em estados com grande diversidade territorial e populacional, o rádio se mostrou um canal eficiente para alcançar públicos em áreas urbanas, rurais e de difícil acesso, garantindo que a informação chegasse de forma clara, direta e contínua à população. Sua credibilidade, aliada ao hábito de consumo diário, contribuiu para reforçar as mensagens da campanha, ampliar o alcance institucional e fortalecer a comunicação pública, consolidando o rádio como um meio estratégico e essencial para ações governamentais de interesse social.

O meio foi trabalhado em todos os Estados prioritários indicados no briefing no período de 17 a 30 de outubro de 2025, totalizando 2.942 inserções.

Mídia Exterior (carro de som e barco de som)

Os meios carro de som e barco de som foram estratégicos para a efetividade da campanha nos estados de AM, BA, CE, MA, PA e PE, especialmente em localidades com limitações de acesso aos meios tradicionais de comunicação. Esses formatos permitiram levar a mensagem de forma direta às comunidades, alcançando áreas periféricas, rurais, ribeirinhas e de difícil acesso, onde a comunicação sonora tem forte impacto e alto índice de atenção. Além da ampla cobertura territorial, o carro e o barco de som reforçaram o caráter informativo e de utilidade pública da campanha, garantindo proximidade com a população e assegurando que as informações chegassem de maneira clara, objetiva e inclusiva, contribuindo para ampliar o alcance e a efetividade da ação institucional.

O meio foi trabalhado no período de 17 a 22 de outubro de 2025, totalizando 845 horas de veiculação.

Internet

A internet é fundamental, pois gerou alcance, frequência e visibilidade. Teve o papel de divulgar a campanha Mais Médicos para regiões e públicos previamente definidos. Houve um mix de segmentos focados que levou a campanha a todos os públicos, gerou lembrança e fixação da mensagem. Os segmentos foram: **inovadores digitais, redes sociais, portais de notícias, redes de conteúdos, mídia programática, verticais especializados e redes de áudio**. Houve entrega da mensagem em diversos formatos com a veiculação de *banners*, vídeos, native e o spot da campanha.

PORATAIS	IMPRESSÕES	CLICKS	VIDEOVIEWS
GLOBO.COM	2.992.446	6.185	0
VERTICAIS			
UOL - UNIVERSO ONLINE DIVISAO UOL	8.043.583	3.640	0
TERRA	2.432.513	3.156	43.454
SUA MÚSICA	73.305	45	0
PORTAL FORUM	945.567	2.080	0
BRASIL DE FATO	1.054.532	339	0
ALMA PRETA JORNALISMO PRETO E LIVRE	29.483	32	0
BRASIL 247	1.144.320	535	0
CARTA CAPITAL	923.224	1.026	0
DCM (DIÁRIO DO CENTRO DO MUNDO)	530.738	517	0
O CAFEZINHO	496.195	925	0
AGENDA DO PODER	503.175	887	0
BRASÍLIA CAPITAL	15.844	18	0
OPERA MUNDI	159.552	76	0
REDES SOCIAIS			
GOOGLE BRASIL	34.132.356	13.997	6.201.782
META	123.880.651	264.888	29.610.246
TIK TOK	95.007.257	148.164	93.982.414
KWAI BRASIL	40.690.235	29.470	176.471
REDES DE CONTEÚDO			
SIMPLEADS - REDE DE CONTEÚDO E VÍDEO	2.148.914	3.106	0
MÍDIA PROGRAMÁTICA			
TEADS SITES (REDE DE CONTEÚDO E VÍDEO)	1.255.994	2.682	1.254.394
ZAP MEDIA	2.110.710	6.412	0
STREAMING			
SPOTIFY BRASIL	4.056.373	3.115	0
TOTAL	322.626.967	491.295	131.268.761

Todos os segmentos apresentavam afinidade com o *target*, com possibilidade de segmentação e alcance considerável. A entrega total final, considerando todos os veículos contemplados no plano, foi de **322.626.967** impressões, **491.295** cliques e **131.268.761** visualizações de vídeo. O período veiculado foi de **17 de outubro a 15 de novembro de 2025**.

6. Conclusão

Dessa forma, a execução da campanha atendeu aos objetivos propostos, com ampla cobertura e entrega conforme o planejamento estabelecido. Os meios utilizados demonstraram eficiência na disseminação das informações, contribuindo para o fortalecimento da comunicação institucional e para o alcance do público-alvo nas regiões contempladas.

Brasília, 18 de dezembro de 2025.

