Os investimentos publicitários das principais operadoras de planos de saúde no Brasil revelam um mercado concentrado e ainda fortemente apoiado em mídia tradicional. O estudo realizado pela **GPeS Comunicamos Saúde** indica que a Amil liderou com folga os investimentos em comunicação em 2025, somando aproximadamente R$ 105,8 milhões em mídia ao longo do ano.

Do total investido pela operadora, cerca de R$ 12,4 milhões foram destinados à mídia digital (online), enquanto aproximadamente R$ 93,4 milhões foram direcionados à mídia offline, como televisão, mídia impressa e outros formatos de grande alcance.

Leia aqui na íntegra.

Fonte: Medicina S/A, em 01.04.2026