

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