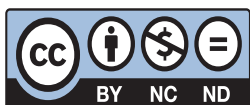


Plano de comunicação estratégica 2024



Plano de comunicação estratégica 2024



2023. Agência Nacional de Saúde Suplementar.

Esta obra é disponibilizada nos termos da Licença Creative Commons – Atribuição – Não Comercial – Sem Derivações. Compartilhamento pela mesma licença 4.0 Internacional. É permitida reprodução parcial ou total desta obra, desde que citada a fonte.

O conteúdo desta, e de outras obras da Agência Nacional de Saúde Suplementar, pode ser acessado na página <http://www.ans.gov.br/biblioteca/index.html>

Versão online

ELABORAÇÃO, DISTRIBUIÇÃO E INFORMAÇÕES:

Agência Nacional de Saúde Suplementar – ANS

Diretoria de Gestão – DIGES

Gerência de Comunicação Social – GCOMS/SECEX/PRESI

Av. Augusto Severo, 84 – Glória

CEP 20021-040 Rio de Janeiro, RJ – Brasil

Tel: +55 (21) 2105-0000

Disque-ANS: 0800 701 9656

www.gov.br/ans

DIRETORIA COLEGIADA DA ANS

Diretor-Presidente

Diretor de Gestão – DIGES

Paulo Roberto Vanderlei Rebello Filho

Diretor de Desenvolvimento Setorial – DIDES

Maurício Nunes da Silva

Diretora de Fiscalização – DIFIS

Eliane Aparecida de Castro Medeiros

Diretor de Normas e Habilitação das Operadoras – DIOPE

Jorge Antônio Aquino Lopes

Diretor de Normas e Habilitação dos Produtos – DIPRO

Alexandre Fioranelli

COORDENAÇÃO:

Isabella Eckstein

Mariana de Souza

Equipe da GCOMS

PROJETO GRÁFICO

Gerência de Comunicação Social – GCOMS/SECEX/PRESI

NORMALIZAÇÃO

Biblioteca/CGDOP/GEQIN/DIGES

Ficha Catalográfica

A265p Agência Nacional de Saúde Suplementar (Brasil). Diretoria Colegiada.
Secretaria Geral. Gerência de Comunicação Social.

Plano de comunicação estratégica 2024. / Agência Nacional de Saúde Suplementar (Brasil). Rio de Janeiro: ANS, 2023.
700kb; ePub.

1. Planejamento. 2. Comunicação. 3. Comunicação pública. 4. Comunicação na Administração Pública. I. Título.

CDD 302.23

Catálogo na fonte – Biblioteca ANS

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1 APRESENTAÇÃO	6
CAPÍTULO 2 A GERÊNCIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL (GCOMS)	7
2.1 COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL (CCOMS)	7
2.2 EQUIPE	8
2.3 PÚBLICOS DE RELACIONAMENTO	8
2.4 ATIVIDADES DA GCOMS	8
2.4.1 COMUNICAÇÃO INTERNA	8
2.4.2. RELAÇÕES COM IMPRENSA E GESTÃO DO PORTAL	9
2.4.3. GESTÃO DE REDES SOCIAIS	9
2.4.4. IDENTIDADE VISUAL	10
2.4.5 PUBLICIDADE	10
2.4.6 PRODUÇÃO MULTIMÍDIA	10
CAPÍTULO 3 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DE COMUNICAÇÃO – 2024	12
3.1 PRINCIPAIS PROJETOS E AÇÕES PLANEJADOS PELA GCOMS	12
3.2 OUTROS TEMAS QUE SERÃO OBJETO DE AÇÕES DE COMUNICAÇÃO	14
CAPÍTULO 4 CONTRATOS	15
CAPÍTULO 5 MENSURAÇÃO DE RESULTADOS	16

CAPÍTULO 1

APRESENTAÇÃO

A Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS) é a agência reguladora federal vinculada ao Ministério da Saúde que atua em todo o território nacional na regulação, normatização, controle e fiscalização do setor de planos de saúde do Brasil. Foi criada em 28 de janeiro de 2000 e, desde então, vem trabalhando para a melhoria da qualidade da assistência prestada aos beneficiários de planos de saúde e para a implementação de iniciativas que assegurem a sustentabilidade do setor de saúde suplementar.

Complexo e com grandes dimensões, o setor atende mais de 25% da população brasileira e segue em franco crescimento. De acordo com dados de outubro de 2023, há 1.132 operadoras em atividade, quase 51 milhões de usuários de planos de assistência médica e mais de 32 milhões em planos exclusivamente odontológicos, além de milhares de prestadores de serviços de saúde, entre profissionais, clínicas, laboratórios e hospitais. Por ano, os planos realizam mais de 1,8 bilhão de consultas, terapias, exames e cirurgias médicas e odontológicas.

Nesse cenário, o aprimoramento da articulação da Agência com seus públicos de interesse e a redução da assimetria de informação - com o empoderamento do consumidor - são fundamentais para que a ANS siga cumprindo sua missão institucional de “Promover a defesa do interesse público na assistência à saúde suplementar, regular as operadoras setoriais – inclusive quanto às suas relações com prestadores e consumidores – e contribuir para o desenvolvimento das ações de saúde no país”.

Este Plano de Comunicação, portanto, reúne projetos e ações que têm o objetivo de dar transparência às ações planejadas para proteger e fortalecer a imagem institucional da Agência, engajar o público interno e ampliar o alcance das informações sobre o setor de planos de saúde.

Para a definição das prioridades da Comunicação para 2024, foram considerados instrumentos como a missão institucional da ANS, os projetos estratégicos em andamento na Agência; os temas previstos no Planejamento Estratégico ANS – 2021-2024; as ações planejadas pelas unidades organizacionais e informadas à Gerência de Comunicação Social; além de iniciativas que possibilitem o aperfeiçoamento da comunicação da ANS com seu público interno, com o ente regulado e com a sociedade.

O Plano de Comunicação Estratégica 2024 é, então, um instrumento que vai nortear as ações da Gerência de Comunicação Social no próximo ano, sem deixar de considerar que novos fatos acontecerão e exigirão reavaliação e reorganização de prioridades.

A elaboração do plano anual de comunicação atende ao estabelecido no art. 16 da Lei nº 13.848, de 25 de junho de 2019, que determina que “A agência reguladora deverá implementar, em cada exercício, plano de comunicação voltado à divulgação, com caráter informativo e educativo, de suas atividades e dos direitos dos usuários perante a agência reguladora e as empresas que compõem o setor regulado”.

CAPÍTULO 2

A GERÊNCIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL (GCOMS)

A Gerência de Comunicação Social (GCOMS) é uma área estratégica diretamente ligada à Secretaria Executiva na Presidência da ANS.

De acordo com o Regimento Interno (Resolução Regimental nº 21/Diretoria Colegiada), a Gerência de Comunicação Social tem as seguintes competências:

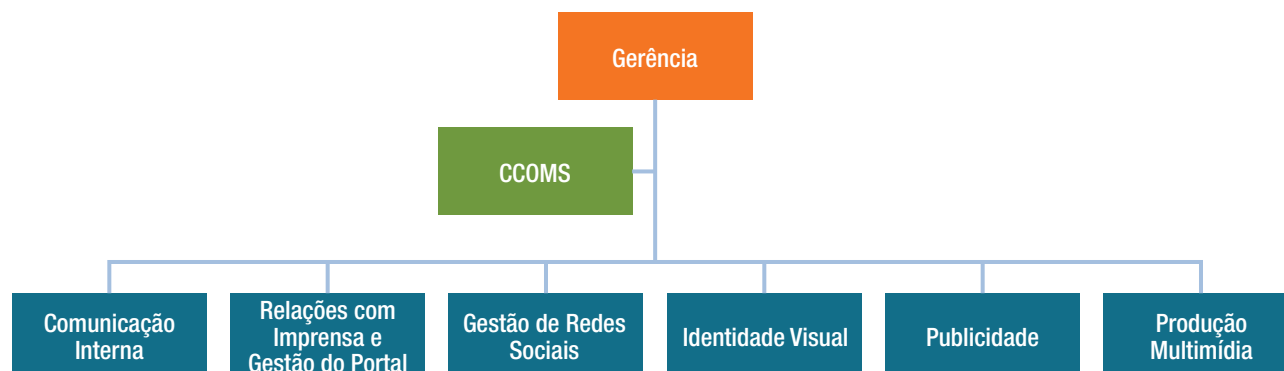
- I – Operacionalizar as atividades de comunicação social da ANS;
- II – Exercer a assessoria de imprensa da instituição;
- III – Gerenciar as informações constantes do portal de informações da ANS, para os públicos interno e externo;
- IV – Promover a interlocução interna para o estabelecimento de padronização da identidade visual e das informações divulgadas em publicações institucionais;
- V – Acompanhar as principais informações gerenciais das diretorias da ANS;
- VI – Promover maior integração na difusão de informações de caráter institucional;
- VII – Monitorar as redes e mídias sociais no que concerne à imagem e exposição da instituição e gerir conteúdo nos canais em que a ANS estiver presente; e
- VIII – Quando requisitado, colaborar com a elaboração de textos em quaisquer atos praticados pela ANS, visando melhor inteligibilidade dos termos para a difusão e compreensão do público-alvo.

2.1 Coordenadoria de Comunicação Social (CCOMS)

Compete à Coordenadoria de Comunicação Social apoiar a GCOMS no acompanhamento das principais atribuições como Comunicação Interna, Relações com Imprensa e Gestão do Portal, Gestão de Redes Sociais; Identidade Visual; Publicidade; Produção Multimídia. Coordenação das atividades de gestão e fiscalização de contratos, orientando a equipe de servidores quanto às providências necessárias para o desenvolvimento dos trabalhos; e auxiliando diretamente o Gerente de Comunicação Social no atendimento a demandas internas ou externas.

2.2 Equipe

Em dezembro de 2023, a Gerência de Comunicação Social conta com 17 profissionais, sendo seis servidores públicos, dois estagiários oito colaboradores da Agência de Comunicação Partners e uma funcionária administrativa, que atuam de acordo com a seguinte estrutura:



2.3 Públicos de relacionamento

Reguladora do setor de planos privados de assistência à saúde, a ANS desenvolve e gerencia relacionamentos de forma estratégica e permanente com públicos que afetam ou podem ser afetados pelas ações da instituição. Importante destacar que o relacionamento ente a ANS e seus públicos é feito por diferentes unidades organizacionais e a GCOMS procura uniformizar o discurso para que a mensagem seja sempre coerente.

De forma resumida, os principais públicos de relacionamento da ANS são:

Público interno: servidores, estagiários e prestadores de serviços terceirizados;

Público externo: sociedade, usuários de planos de saúde, academia, integrantes do setor regulado, instituições públicas e organizações e associações públicas e privadas.

2.4 Atividades da GCOMS

2.4.1 COMUNICAÇÃO INTERNA

A equipe de Comunicação Interna tem os desafios de manter os servidores e colaboradores informados e de engajá-los em iniciativas importantes para a Agência. Para isso, são utilizados diversos canais e ferramentas de comunicação destinados a esse público.

Atualmente, a ANS dispõe dos seguintes canais de relacionamento com seu público interno:

- **Intranet colaborativa (IntrANS):** em dezembro de 2023, a GCOMS lançou a Nova IntrANS, uma intranet elaborada no Sharepoint e combinada com outras ferramentas da Microsoft, como o Teams e o Viva Connections. Uma das principais vantagens da nova página é que ela pode ser acessada via web, sem necessidade de uso da rede interna da ANS, para a grande maioria dos serviços disponíveis. Apenas o acesso a sistemas ainda depende de estar logado à rede.

- **ANS Informa:** lista de transmissão criada na ferramenta Teams combinada com página de notícias no Sharepoint, com acesso via internet.
- **Web Rádio ANS:** podcast produzido semanalmente com conteúdo de interesse dos servidores e colaboradores da Agência. Os programas têm duração de 15 a 20 minutos e são compostos por notícias, entrevistas, dicas (saúde, tecnologia, sustentabilidade) e temas culturais. Toda a produção é feita pela equipe da GCOMS: roteiro, produção, criação de vinhetas, locução, edição e divulgação dos episódios. A GCOMS estimula que toda a casa participe dos programas como forma de engajamento e envolvimento em outras atividades da ANS.
- **Intraligado:** boletim digital enviado por e-mail a todo o público interno a partir das notícias publicadas na Nova IntrANS. Divulgado duas vezes na semana, reúne as principais notícias do período e tem o objetivo de atrair o funcionário para os canais internos, onde ele poderá conferir outras notícias. Pode ter edições extraordinárias no caso de notícias urgentes.
- **InfoGestores:** boletim digital sem periodicidade definida enviado apenas para os ocupantes de cargos de chefia. Tem o objetivo de comunicar diretamente aos gestores sobre temas específicos, como alertar para prazos e fornecer orientações para o relacionamento com equipes.
- **Tela de login nas estações de trabalho:** a tela inicial dos computadores ligados à rede da ANS é usada para divulgação de notícias urgentes, lembretes de prazos e eventos como peças de campanhas institucionais.

A equipe também realiza campanhas de comunicação interna, importantes ferramentas para informar, engajar e mudar hábitos dos servidores e colaboradores. As campanhas são ações planejadas estrategicamente e realizadas de acordo com cronograma de atividades que envolvem diferentes canais e ações, com datas de início e término definidas.

As campanhas voltadas para o público interno são elaboradas em parceria com as unidades organizacionais que buscam, principalmente: engajar os profissionais em projetos; promover mudanças que tornem processos mais eficientes ou mais seguros; esclarecer novos fluxos; ou mesmo despertar a empatia e conquistar adesão em campanhas de solidariedade realizadas em prol de instituições beneficentes.

2.4.2. RELAÇÕES COM IMPRENSA E GESTÃO DO PORTAL

O núcleo de Relações com Imprensa e Gestão do Portal possui papel estratégico de grande importância tanto para dentro quanto para fora da instituição. Entre as atividades dessa equipe, composta por jornalistas, estão:

- Monitoramento e análise de notícias
- Atendimento a demandas de jornalistas
- Divulgação proativa de medidas e resultados da Agência
- Preparação e acompanhamento de porta-vozes para o relacionamento com a imprensa
- Organização de entrevistas coletivas
- Produção e edição de conteúdo para publicações institucionais
- Produção e edição de conteúdo para o portal da ANS
- Elaboração de conteúdo para o podcast ANS em Pauta – Planos de Saúde

2.4.3. GESTÃO DE REDES SOCIAIS

A ANS está presente nas redes sociais com perfis institucionais no Facebook (ans.reguladora), Twitter (@ANS_reguladora), YouTube (ansreguladoraoficial), LinkedIn (company/ans_reguladora) e Instagram (ans.reguladora).

Os perfis institucionais são importantes canais de relacionamento com a sociedade para a disseminação de informações sobre a ANS, regras do setor, divulgação de eventos e orientações ao consumidor. Pelo canal

da ANS no Youtube, é possível assistir a transmissões ao vivo de eventos e reuniões, e acessar conteúdo audiovisual da Agência, como tutoriais e vídeos de campanha de utilidade pública.

A equipe de Gestão de Redes Sociais produz conteúdo para os perfis e também realiza a moderação de comentários feitos pelos seguidores dos canais e responde mensagens privadas (inbox) fornecendo orientações e indicando os canais de atendimento da Agência para casos específicos ou registro de reclamações.

2.4.4. IDENTIDADE VISUAL

É atribuição deste núcleo fazer a gestão da marca e da identidade visual da ANS, zelando pela correta aplicação dos padrões nos materiais institucionais.

Para normatizar e disseminar essas regras, foi elaborado um Manual de Identidade Visual que detalha os elementos que devem ser usados nos materiais institucionais impressos e digitais, tais como padrão de cores, símbolos e tipografia, além das regras para aplicação da marca da ANS em documentos ou canais de comunicação.

As principais atividades dessa equipe são:

- Definição de padrões de identidade visual e elaboração de manual com diretrizes para a correta aplicação;
- Criação de modelos para materiais institucionais - convites, apresentações, capas de documentos;
- Criação de layout e diagramação de publicações - cartilhas, folhetos, cartazes, relatórios;
- Elaboração de identidade visual de banners e cards para os canais digitais;
- Elaboração de cartões de visitas e interface com gráficas para produção de materiais;
- Elaboração de infográficos para apoio às divulgações da equipe de Relações com Imprensa;
- Elaboração de imagens e botões para apoio ao sharepoint (blogs) e painéis Power BI.

2.4.5 PUBLICIDADE

A GCOMS promove, periodicamente, campanhas de publicidade com foco em utilidade pública e na prestação de serviços à sociedade, esclarecendo temas da regulação e informando os canais de atendimento da ANS.

A realização das campanhas é alinhada às diretrizes de comunicação do Poder Executivo Federal e envolve a contratação de agência de publicidade por meio de processo licitatório. A agência é responsável pelo processo de criação, elaboração de plano de mídia e cadastramento das informações e peças da campanha no sistema da Secretaria Especial de Comunicação Social da Presidência da República (SECOM), que avalia e informa se está de acordo com a proposta.

As informações sobre todas as campanhas promovidas pela ANS, desde 2002, estão disponíveis no portal da reguladora, na área [Comunicação e Imprensa](#).

2.4.6 PRODUÇÃO MULTIMÍDIA

O núcleo de Produção Multimídia é responsável pela elaboração de materiais de comunicação em diferentes suportes, combinando som, imagem, animação, vídeo.

Entre as principais atividades dessa equipe, estão:

- Produção e edição de material audiovisual – fotos de eventos e porta-vozes, vídeos institucionais e de eventos e elaboração de podcast.

- Produção de vídeo-reportagem: a fim de tornar as matérias internas mais atraentes e de dar voz ao público-interno, a comunicação interna e o núcleo de produção multimídia têm produzido cada vez mais vídeos com entrevistas e imagens de equipes como forma de divulgar as ações da reguladora. A equipe faz a captação das imagens, seleção de trilha sonora e edição do vídeo.
- Produção de vídeos de animação: produto criado a partir de desenhos e imagens gráficas, com ou sem locução, normalmente com texto explicativo e trilha sonora.
- Elaboração de tutoriais: treinamento de servidores por meio de vídeos educativos, através de captação de imagens e utilização de recursos de animação para auxiliar as áreas técnicas a ensinar novas regras, fluxos ou uso de sistemas.
- Edição da Web Rádio: criação de vinhetas, edição e montagem dos arquivos de áudio com o conteúdo produzido pela equipe de Comunicação Interna.

CAPÍTULO 3

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DE COMUNICAÇÃO – 2024

O Plano de Comunicação Estratégica elaborado pela Gerência de Comunicação Social para 2024 engloba ações previstas pela GCOMS e as iniciativas planejadas pelas unidades organizacionais da Agência.

A coleta de informações junto às áreas técnicas e unidades vinculadas foi feita após envio de Memorando-Circular nº 2/2023/GCOMS/SECEX/PRESI, em 10/11/2023, por meio do Processo SEI nº 33910.036254/2023-57.

Importante ressaltar que a execução das atividades de comunicação social será priorizada de acordo com o caráter estratégico e com a disponibilidade de recursos humanos e financeiros na GCOMS. Não estão listadas neste plano as ações de divulgação rotineiras ou periódicas relacionadas a projetos e processos da ANS.

3.1 Principais projetos e ações planejados pela GCOMS

Para o fortalecimento da imagem institucional e o reconhecimento da ANS como autoridade em saúde suplementar, a GCOMS atua na divulgação das decisões da reguladora e no esclarecimento das regras do setor, buscando ser a principal fonte de informações e de orientações para a população.

Nesse sentido, a comunicação precisa ser clara e objetiva com todos os públicos de relacionamento da Agência, priorizando o uso da linguagem simples e de recursos visuais (fotos, infográficos, ilustrações) e audiovisuais (podcasts, vídeos, tutoriais) como apoio.

A GCOMS entende, portanto, ser fundamental ampliar o interesse do público interno nos temas relacionados à Agência, de forma que atuem como divulgadores dos posicionamentos institucionais em seus círculos de convivência e como compartilhadores de conteúdo em suas redes sociais. Público interno engajado é uma fortaleza para qualquer organização.

Em relação ao público externo, esta gerência irá atuar para aproximar a ANS de seus públicos de relacionamento, especialmente com os usuários de planos de saúde, por meio de campanhas educativas e de divulgações de temas mais recorrentes nos canais de atendimento da Agência e na Ouvidoria da reguladora.

AÇÃO/PROJETO		PRAZO PREVISTO
AÇÕES INTERNAS	APRIMORAMENTO DA NOVA INTRANET: implementar ferramenta acessível pela internet para pesquisa sobre servidores e colaboradores, com informações sobre cargo, unidade de lotação e contatos. Atualmente, o acesso a esses dados só pode ser feito com uso da rede da interna.	SET
	CAMPANHA MOTIVACIONAL – FASE 2: Desenvolver segunda etapa da estratégia para ampliar o interesse do público interno em acessar os canais de comunicação e se manter informado sobre temas relacionados à ANS.	MAR - JUN
	CAMPANHAS DE ENGAJAMENTO: Atuar em parceria com as demais unidades organizacionais para a realização de campanhas sobre Integridade, Ética, Sustentabilidade, Qualidade de Vida, Solidariedade, Segurança da Informação.	JAN - DEZ
	REPOSITÓRIO PARA POSICIONAMENTOS INSTITUCIONAIS: Definir processo para produção e disponibilização de posicionamentos institucionais para acesso de porta-vozes, com atualização regular de conteúdo.	DEZ
	TREINAMENTO DE PORTA-VOZES: Realizar nova rodada de capacitação de porta-vozes para relacionamento com a imprensa.	JUN
	MANUAL DE COMUNICAÇÃO: elaborar publicação para o público interno com os serviços prestados pela Gerência de Comunicação Social e os prazos de atendimento a demandas.	DEZ
AÇÕES PARA REDUÇÃO DE ASSIMETRIA DE INFORMAÇÃO E PARA FORTALECIMENTO DA RELAÇÃO COM ÓRGÃOS E ENTIDADES GOVERNAMENTAIS E COM A SOCIEDADE CIVIL	CAMPANHAS EDUCATIVAS: Produzir conteúdo multimídia para divulgar nas redes sociais e APRIMORAMENTO DO PORTAL: Remodelar páginas do portal da ANS de forma a deixar layout e conteúdo textual mais amigáveis para o público em geral. Terão prioridade as páginas do Espaço do Consumidor e Espaço da Operadora. informações sobre o papel da Agência, serviços prestados pela reguladora e regras do setor de planos de saúde.	JUN
	PUBLICIDADE DE UTILIDADE PÚBLICA: Realizar ação publicitária anual com agência licitada sobre normas do setor de planos de saúde e/ou serviços prestados pela ANS.	MAI - JUL
	CAMPANHAS EDUCATIVAS: Produzir conteúdo multimídia para divulgar nas redes sociais e no portal da ANS sobre o papel da Agência, serviços prestados pela reguladora e regras do setor de planos de saúde.	JAN - DEZ
	PODCAST ANS EM PAUTA: reformulação do podcast da ANS com realização de entrevistas no formato de vídeo.	ABR
	DATAS COMEMORATIVAS RELACIONADAS À SAÚDE: Disseminar informações sobre coberturas obrigatórias pelos planos de saúde e orientações ao consumidor nas datas relevantes para o setor de saúde. Principal canal a ser usado: perfis institucionais da ANS nas redes sociais.	JAN - DEZ

APRIMORAMENTO DE PROCESSOS INTERNOS DA GCOMS	MAPEAMENTO DE PROCESSOS: Mapear processo Realizar gestão de perfis institucionais nas redes sociais.	DEZ
	ANÁLISE DE RISCOS: Fazer análise de riscos do processo Realizar a Comunicação Institucional Externa.	DEZ
	REVISÃO NORMATIVA: Revisitar normas relacionadas à GCOMS e atualizar Política de Comunicação.	DEZ

3.2 Outros temas que serão objeto de ações de comunicação

Além da divulgação de realizações da ANS, a GCOMS fará, em parceria com as unidades técnicas, materiais para disseminar informações sobre resultados de projetos e dados produzidos pela Agência. Abaixo, alguns dos temas que serão foco de ações da GCOMS em 2024:

- Aniversário da ANS (Lei 9.961/2000);
- Aniversário do marco regulatório do setor de saúde suplementar (Lei 9.656/1998);
- Dia/Semana do Consumidor;
- Projeto ANS com Você;
- Programa Parceiros da Cidadania;
- Notificação de Intermediação Preliminar (NIP);
- Planejamento Estratégico;
- Programa de Integridade;
- Gestão de Riscos;
- Lei de Acesso à Informação;
- Responsabilidade Socioambiental (ESG);
- Acordos de Cooperação Técnica;
- Rol de Procedimentos e Eventos em Saúde;
- Dados do Setor;
- Reajuste de planos de saúde;
- Monitoramento do Risco Assistencial;
- Plano de Transformação Digital;
- Segurança da Informação;
- Lei Geral de Proteção de Dados;
- Resultados de programas e projetos, como: ANS Digital, Qualificação das Operadoras IDSS), Monitoramento da Garantia de Atendimento, Movimento Parto Adequado, Programas de Acreditação e Certificação de Operadoras;
- Campanhas sobre temas relacionados às unidades vinculadas (Ouvidoria, Corregedoria, Comissão de Ética).
- Produção de materiais institucionais.

CAPÍTULO 4

CONTRATOS

Para executar as ações descritas neste plano de comunicação estratégica, a GCOMS conta com a força de trabalho de sua equipe e com os seguintes contratos:

OBJETO	CONTRATADA	CONTRATO	VALOR ANUAL
MAILING DE IMPRENSA	Comunique-se	nº 41/2019	R\$ 6.148,32
AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO	Partners	nº 29/2019	R\$ 3.693.505,51
AGÊNCIA DE PUBLICIDADE	Popcorn	nº 09/2019	R\$ 3.200.000,00
CLIPPING DE NOTÍCIAS	Supernova	nº 26/2020	R\$ 43.421,88
ASSINATURA ELETRÔNICA DE JORNAIS	Eldex Distribuidora de Jornais	nº 10/2022	R\$ 12.250,00
BANCO DE IMAGENS	Em licitação		R\$ 14.101,50
IMPRESSÃO GRÁFICA - ATAS DE REGISTRO DE PREÇOS	Em licitação		R\$ 70.512,00

Todos os servidores da GCOMS acumulam as funções de gestão e fiscalização de contratos. Atualmente, além dos serviços listados acima, a GCOMS ainda atua como fiscal requisitante da assinatura do pacote de programa Adobe.

CAPÍTULO 5

MENSURAÇÃO DE RESULTADOS

Para mensurar resultados de alguns de seus principais processos de trabalho, a GCOMS utilizará, em 2024, os seguintes indicadores de desempenho:

◆ **Índice de Favorabilidade da Imagem da ANS junto à imprensa**

Utilizado no Programa de Qualificação Institucional, o índice é calculado com base na exposição da ANS na mídia. Considera a quantidade de matérias; o grau de favorabilidade, classificando-as como muito positivas, positivas, neutras, negativas e muito negativas.

◆ **ÍnPar**

Indicador criado pela agência Partners com base na exposição da ANS na mídia e na relevância dos veículos de imprensa.

◆ **Engajamento no LinkedIn**

Baseado nas interações do público no perfil institucional da ANS, o indicador tem como objetivo medir o engajamento orgânico dos usuários (curtidas, comentários e compartilhamentos) no LinkedIn.

◆ **Satisfação com os canais internos**

Indicador baseado em pesquisa sobre a eficiência dos canais de comunicação interna.

PARA MAIS INFORMAÇÕES E OUTROS ESCLARECIMENTOS, ENTRE EM CONTATO COM A ANS.
VEJA ABAIXO NOSSOS CANAIS DE ATENDIMENTO:



0800 701 9656



**Formulário
Eletrônico**
www.gov.br/ans



Atendimento presencial
12 Núcleos da ANS
Acesse o portal e
confira os endereços



**Atendimento
exclusivo para
deficientes auditivos**
0800 021 2105



[ans.reguladora](https://www.facebook.com/ans.reguladora)



[@ANS_reguladora](https://twitter.com/ANS_reguladora)



[company/ans_reguladora](https://www.linkedin.com/company/ans_reguladora)



[@ans.reguladora](https://www.instagram.com/ans.reguladora)



[ansreguladoraoficial](https://www.youtube.com/ansreguladoraoficial)



MINISTÉRIO DA
SAÚDE

