

Plano de comunicação estratégica 2023



Plano de comunicação estratégica 2023

Plano de comunicação estratégica 2023



2022. 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

Presidência - PRESI

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 – DICOL

Diretoria de Desenvolvimento Setorial – DIDES

Diretoria de Fiscalização – DIFIS

Diretoria de Gestão – DIGES

Diretoria de Normas e Habilitação de Operadoras – DIOPE

Diretoria de Normas e Habilitação de Produtos – DIPRO

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 2023. [recurso eletrônico] / Agência Nacional de Saúde Suplementar (Brasil). Diretoria Colegiada. Secretaria Geral. Gerência de Comunicação Social. -- Rio de Janeiro: ANS, 2022. 0,5MB; ePub.

1. Planejamento. 2. Comunicação. 3. Comunicação pública. 4. Comunicação na Administração Pública. 5. Agência Nacional de Saúde Suplementar (Brasil). I. Título.

CDD 302.23

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO	5
1 A GERÊNCIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL (GCOMS)	6
1.1 CCOMS	6
1.2 EQUIPE	6
1.3 PÚBLICOS DE RELACIONAMENTO	7
1.4 ORGANIZAÇÃO E ATIVIDADES DA GCOMS	7
1.4.1 COMUNICAÇÃO INTERNA	7
1.4.2 RELAÇÕES COM IMPRENSA E GESTÃO DO PORTAL	8
1.4.3 GESTÃO DE REDES SOCIAIS	8
1.4.4 IDENTIDADE VISUAL	8
1.4.5 PUBLICIDADE	9
1.4.6 PRODUÇÃO MULTIMÍDIA	9
2 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DE COMUNICAÇÃO - 2023	10
2.1 PRINCIPAIS PROJETOS DA GERÊNCIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL	10
2.2 OUTROS TEMAS QUE SERÃO OBJETO DE AÇÕES DE COMUNICAÇÃO	12
3 RECURSOS	13
4 MENSURAÇÃO DE RESULTADOS	14

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 setembro de 2022, há 1.145 operadoras em atividade, mais de 50 milhões de usuários de planos de assistência médica e 30 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 um 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 2023, foram considerados instrumentos como a missão institucional da ANS, os projetos estratégicos em andamento na Agência; os temas previstos na Agenda Regulatória 2023 – 2025, que está em fase final de elaboração; 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 2023 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 1

A GERÊNCIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL (GCOMS)

A Gerência de Comunicação Social (GCOMS) é uma área estratégica diretamente ligada à Secretaria Executiva e subordinada à 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 AS, visando melhor inteligibilidade dos termos para a difusão e compreensão do público-alvo.

1.1 Coordenadoria de Comunicação Social (CCOMS)

Em 2022 foi criada a Coordenadoria de Comunicação Social com a competência de 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.

1.2 Equipe

Em dezembro de 2022, a Gerência de Comunicação Social conta com 16 profissionais, sendo seis servidores públicos, uma estagiária, uma secretária e oito colaboradores da Agência de Comunicação Partners, que atuam de acordo com a seguinte estrutura:

1.3 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 entre 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

1.4 Atividades da GCOMS

1.4.1 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):** canal de comunicação acessado via rede interna da ANS com notícias, documentos, calendários, legislação, políticas e benefícios. O gerenciador de conteúdo utilizado permite a publicação de conteúdo de forma descentralizada e a criação de comunidades temáticas e fóruns de discussão sobre temas relacionados a processos de trabalho. Também é possível publicar comentários em notícias e participar de enquetes promovidas pela GCOMS.
- **ANS Informa:** lista de transmissão criada na ferramenta Teams combinada com página de notícias no Sharepoint, com acesso via internet, sem que o usuário precise estar conectado à rede interna da Agência. A lista de transmissão funciona com adesão voluntária de funcionários interessados em receber avisos a cada publicação de matéria na página.
- **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 no ANS Informa, site interno desenvolvido na ferramenta Sharepoint. 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.
- **ANS Alerta:** lista de transmissão via WhatsApp para envio de notícias urgentes - como mudanças de horário de expediente, necessidade de evacuação do prédio - ou para divulgação de informações relevantes para o público interno, como prazos para cumprimento de obrigações, mudanças de procedimentos. O ingresso no grupo é espontâneo.
- **Mural nos elevadores:** Em 2022, implementamos o mural nos elevadores do prédio da sede. Todos os 5 elevadores possuem agora porta-cartazes de acrílico exclusivos para divulgação de informações da ANS. A atualização é semanal.

- **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.

1.4.2 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

1.4.3 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.

1.4.4 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 gráficos 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.

1.4.5 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](#).

1.4.6 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:

- Cobertura fotográfica de eventos;
- Gravação de eventos presenciais;
- Produção de vídeo-reportagem;
- Produção de vídeos de animação;
- Elaboração de tutoriais;
- Criação de vinhetas, produção e edição de podcasts.

CAPÍTULO 2

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DE COMUNICAÇÃO – 2023

O Plano de Comunicação Estratégica da ANS, elaborado pela Gerência de Comunicação Social para 2023, 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 4/2022/GCOMS/SECEX/PRESI, em 21/10/2022, por meio do Processo SEI nº 33910.035862/2022-63.

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.

2.1 Principais projetos da Gerência de Comunicação Social

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. Nesse sentido, pretende-se ampliar as ações de relacionamento com a imprensa e desenvolver estratégia para aproximação com o Poder Legislativo.

PRINCIPAIS AÇÕES E PROJETOS DE COMUNICAÇÃO PARA 2023

AÇÕES INTERNAS

CAMPANHA MOTIVACIONAL: Desenvolver estratégia para ampliar o interesse do público interno em acessar os canais de comunicação e se manter informado sobre temas relacionados à ANS.

NOVA INTRANET: Avançar, juntamente com a Gerência de Tecnologia da Informação, com o projeto de criação da nova intranet. Proposta é criar um novo canal interno na ferramenta Sharepoint, integrando características da Intrans e do ANS Informa possibilitando o acesso de fora da rede interna da Agência.

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.

TREINAMENTO DE PORTA-VOZES: Realizar nova rodada de capacitação de porta-vozes para relacionamento com a imprensa.

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 portal da ANS informações sobre o papel da Agência, serviços prestados pela reguladora e regras do setor de planos de saúde. Serão observados os temas mais demandados nos canais de atendimento e na Ouvidoria da ANS.

RELACIONAMENTO COM A IMPRENSA: Promover ações para aproximação da ANS com jornalistas, como encontros de relacionamento e seminários com técnicos da Agência para esclarecimento de temas da saúde suplementar.

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.

RELACIONAMENTO COM O PODER LEGISLATIVO: Desenvolver estratégia de comunicação para aproximar a ANS do parlamento, a fim de esclarecer normas do setor e divulgar ações da ANS.

VÍDEO INSTITUCIONAL: Produzir novo conteúdo audiovisual sobre a ANS para exibição em eventos e divulgação nos canais de comunicação da Agência.

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.

APRIMORAMENTO DE PROCESSOS INTERNOS DA GCOMS	MAPEAMENTO DE PROCESSOS: Mapear processos Gestão de redes sociais; Monitoramento da mídia e divulgação de notícias veiculadas pela imprensa; Elaboração de cartilhas; e Realização de cobertura de eventos.
	ANÁLISE DE RISCOS: Fazer análise de riscos dos processos Realização do desenvolvimento de estratégia de comunicação e Realização de campanha publicitária.
	REVISÃO NORMATIVA: Revisitar normas relacionadas à GCOMS e atualizar Política de Comunicação.
AQUISIÇÃO DE PRODUTOS E SERVIÇOS	MONITORAMENTO DE REDES SOCIAIS: Contratar serviço de monitoramento de redes sociais para
	BANCO DE VÍDEOS: Contratar serviço de banco de vídeos para uso em produção de conteúdo para públicos interno e externo.
	AQUISIÇÃO DE EQUIPAMENTOS: Comprar novas máquinas fotográficas e filmadora para cobertura de eventos e realização de ações de comunicação.

2.2 Outros temas que serão objeto de ações de comunicação

- Aniversário da ANS (Lei 9.961/2000);
- Aniversário do marco regulatório do setor de saúde suplementar (Lei 9.656/1998);
- Dia/Semana do Consumidor;
- Agenda Regulatória 2023-2025;
- Segunda edição do projeto ANS com Você;
- Rol de Procedimentos e Eventos em Saúde;
- Dados do Setor;
- Reajuste de planos de saúde;
- Plano de Transformação Digital;
- Lei Geral de Proteção de Dados;
- Lei de Acesso à Informação;
- 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).

CAPÍTULO 3

RECURSOS

Para executar as ações descritas neste plano de comunicação estratégica, a GCOMS conta com a força de trabalho de sua equipe e dispõe dos seguintes recursos financeiros para os contratos vigentes em 2023:

OBJETO	CONTRATADA	CONTRATO	VALOR ANUAL
Mailing de imprensa	Comunique-se	nº 41/2019	R\$ 6.523,62
Agência de comunicação	Partners	nº 29/2019	R\$ 3.674.717,38
Agência de publicidade	Popcorn	nº 09/2019	R\$ 3.200.000,00
Clipping de notícias	Supernova	nº 26/2020	R\$ 31.599,96
Banco de imagens	GettyImage	nº 11/2019	R\$ 5.194,00
Impressão gráfica - atas de registro de preços 02 e 04/2021	Mavimix Adesivos RB Comunicação Visual	nº 11/2021 nº 13/2021	R\$ 83.629,00
Assinatura eletrônica de jornais	Eldex Distribuidora de Jornais	nº 10/2022	R\$ 10.500,00

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 4

MENSURAÇÃO DE RESULTADOS

A GCOMS utiliza indicadores de desempenho para mensurar resultados de alguns de seus principais processos de trabalho. Todos serão mantidos em 2023.

ÍNPAR

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

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.

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.

ENGAJAMENTO NO FACEBOOK

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 Facebook.

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)

