

# Plano de comunicação institucional

## 2025



# Plano de comunicação institucional

## 2025



# Plano de comunicação institucional **2025**





©2025. 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  
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](http://www.gov.br/ans)

#### **DIRETORIA COLEGIADA – DICOOL**

##### **Diretora-Presidente interina**

Carla de Figueiredo Soares

##### **Diretoria de Desenvolvimento Setorial – DIDES**

Maurício Nunes da Silva

##### **Diretoria de Fiscalização – DIFIS**

Eliane Aparecida de Castro Medeiros

##### **Diretoria de Gestão – DIGES**

Carla de Figueiredo Soares (interina)

##### **Diretoria de Normas e Habilitação de Operadoras – DIOPE**

Jorge Antonio Aquino Lopes

##### **Diretoria de Normas e Habilitação de Produtos – DIPRO**

Alexandre Fioranelli

#### **COORDENAÇÃO**

Isabella Eckstein – GCOMS/SECEX/PRESI

#### **ELABORAÇÃO**

Isabella Eckstein – GCOMS/SECEX/PRESI

Mariana de Souza Silva – GCOMS/SECEX/PRESI

#### **PROJETO GRÁFICO**

Marcos Rodrigues Pinheiro – GCOMS/SECEX/PRESI

#### **NORMALIZAÇÃO**

Sergio Pinheiro Rodrigues (Biblioteca/GEQIN/DIRAD/DIGES)

#### **Ficha Catalográfica**

A265p Agência Nacional de Saúde Suplementar (Brasil).

Plano de comunicação institucional - Agência Nacional de Saúde Suplementar. / Agência Nacional de Saúde Suplementar (Brasil) / Gerência de Comunicação Social . Rio de Janeiro: ANS, 2025.

700kb; ePub.

1. Plano de comunicação institucional. 2. Comunicação Institucional. 3. Saúde suplementar. I. Título.

CDD 302.23

# LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1- ESTRUTURA DA GCOMS	10
FIGURA 2 – PRINCIPAIS INICIATIVAS DA GCOMS.	14

# LISTA DE TABELAS

TABELA 1 – RELAÇÃO DE CONTRATOS DA GCOMS	16
--	----

# SUMÁRIO

CAPÍTULO 1 APRESENTAÇÃO	7
CAPÍTULO 2 A GERÊNCIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL (GCOMS)	9
2.1 COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL (CCOMS)	9
2.2 EQUIPE	9
2.3 PÚBLICOS DE RELACIONAMENTO	10
2.4 ATIVIDADES DA GCOMS	10
2.4.1 COMUNICAÇÃO INTERNA	10
2.4.2 RELAÇÕES COM IMPRENSA	11
2.4.3 GESTÃO DE CONTEÚDO DO PORTAL	11
2.4.4 GESTÃO DE REDES SOCIAIS	11
2.4.5 DESIGN	12
2.4.6 PRODUÇÃO AUDIOVISUAL	12
2.4.7 PUBLICIDADE	12
CAPÍTULO 3 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DE COMUNICAÇÃO – 2025	13
3.1 PRINCIPAIS PROJETOS E AÇÕES PLANEJADOS PELA GCOMS	13
3.2 OUTROS TEMAS QUE SERÃO OBJETO DE AÇÕES DE COMUNICAÇÃO	15
CAPÍTULO 4 CONTRATOS	16
CAPÍTULO 5 MENSURAÇÃO DE RESULTADOS	17
5.1 ALCANCE DA INTRANET INSTITUCIONAL - INTRANS	17
5.2 ENGAJAMENTO NAS REDES SOCIAIS	17

## 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.

Trata-se de um setor de grandes dimensões, responsável pela assistência à saúde de mais de 25% do total da população brasileira. São mais de 51 milhões de beneficiários em planos de assistência médica, cerca de 34 milhões em planos exclusivamente odontológicos; mais de 900 operadoras em atividade e com beneficiários e milhares de prestadores de serviços de saúde, entre profissionais, clínicas, laboratórios e hospitais. Por ano, os planos realizam cerca de 2 bilhões de procedimentos, como consultas, terapias, exames e cirurgias médicas e odontológicas.

Dessa forma, o permanente aprimoramento da articulação da ANS com seus públicos de relacionamento e a redução da assimetria de informação são fundamentais para que a sociedade entenda o funcionamento do setor e conheça seus direitos. O trabalho da Comunicação Social mostra-se, portanto, essencial para dar transparência às ações da ANS e prestar serviço aos consumidores e aos integrantes do setor de saúde suplementar sobre as regras, permitindo que a Agência cumpra 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.

Em 2024, a Administração Pública Federal foi surpreendida com uma série de cortes orçamentários. Na ANS, houve impactos consideráveis em diversas unidades, entre elas, a Gerência de Comunicação Social, que precisou reduzir produtos e serviços ou não renovar contratos. As equipes tiveram, portanto, que assumir mais tarefas para dar conta das atividades e atender as demandas. Ainda assim, algumas atividades precisaram ser descontinuadas, como a análise mensal de mídia e o monitoramento de resultados do relacionamento com a imprensa.

Para a definição das prioridades da Comunicação para 2025, foram considerados instrumentos como a missão institucional da ANS, as ações e projetos estratégicos das unidades operacionais Agência, 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 Institucional 2025 é, então, um instrumento que tem o propósito de nortear o trabalho 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.

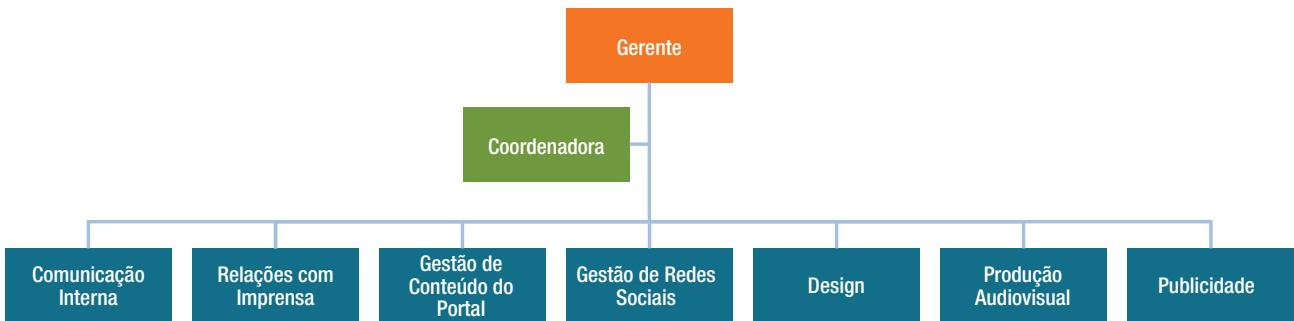
## 2.1 Coordenadoria de Comunicação Social (CCOMS)

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

Para exercer suas atividades, a GCOMS conta com 6 servidores, 2 estagiários e com os serviços de profissionais da agência de comunicação licitada Partners. A equipe é organizada em núcleos de acordo com a seguinte estrutura (figura 1):

**FIGURA 1- ESTRUTURA DA GCOMS**



Fonte: GCOMS (2025).

## 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 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, entes regulados, 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):** canal elaborado no Sharepoint e combinado com outras ferramentas da Microsoft, como o Teams e o Viva Connections.
- **ANS Informa:** lista de transmissão criada na ferramenta Teams combinada com página de notícias no Sharepoint, com acesso via internet.
- **Inraligado:** boletim digital enviado por e-mail a todo o público interno, duas vezes por semana, a partir das notícias publicadas na IntrANS.
- **InfoGestores:** boletim digital sem periodicidade definida enviado apenas para os ocupantes de cargos de chefia.
- **Cartaz semanal:** colocada próximo aos elevadores da sede da ANS, a peça divulga as principais notícias mais recentes, que podem ser lidas na Intrans.

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 benéficas.

## 2.4.2 RELAÇÕES COM IMPRENSA

O núcleo de Relações com Imprensa 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

## 2.4.3 GESTÃO DE CONTEÚDO DO PORTAL

O núcleo de gestão do Portal é responsável por elaborar ou editar conteúdo de páginas fixas do site e por fazer interface com a Gerência de Tecnologia da Informação (GETI).

Tem, também, a atribuição de organizar as reuniões da Comissão Permanente de Tecnologias Colaborativas, grupo que reúne representantes de diversas unidades da Agência para tratar de temas relacionados à atualização constante de conteúdo das páginas fixas, melhorias na disposição das informações e criação de novas áreas, por exemplo.

A arquitetura de informações e a publicação de conteúdo em páginas fixas é feita pela equipe Web, unidade da Gerência de Tecnologia da Informação (GETI) responsável pela Sustentação do Portal e Intrans.

## 2.4.4 GESTÃO DE REDES SOCIAIS

A ANS está presente nas redes sociais com perfis institucionais no Facebook (ans.reguladora), X (@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.

## 2.4.5 DESIGN

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 para os diversos públicos da ANS;
- Elaboração de imagens e botões para apoio ao *sharepoint* (blogs) e painéis Power BI.

## 2.4.6 PRODUÇÃO AUDIOVISUAL

O núcleo de Produção Audiovisual 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.
- Produção e edição do podcast ANS em Pauta.

## 2.4.7 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 [Sala de Imprensa](#).

## CAPÍTULO 3

# PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DE COMUNICAÇÃO – 2025

O Plano de Comunicação Institucional elaborado pela Gerência de Comunicação Social para 2025 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 1/2024/GCOMS/SECEX/PRESI, em 16/10/2024, por meio do Processo SEI nº 33910.028315/2024-93.

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. Entre as principais iniciativas, destacamos (figura 2):

**FIGURA 2 – PRINCIPAIS INICIATIVAS DA GCOMS.**

AÇÕES ESPECIAIS	AÇÃO/PROJETO	PRAZO PREVISTO
AÇÕES INTERNAS	CELEBRAÇÃO DOS 25 ANOS DA ANS: criação de logomarca e realização de ações internas e externas para comemoração do aniversário da Agência.	JAN - DEZ
	INTEGRAÇÃO DE NOVOS SERVIDORES: produção de materiais para recepcionar os servidores aprovados no Concurso Público Nacional Unificado (CPNU).	JAN - ABR
	CAMPANHA PARA ESTIMULAR O SENSO DE PERTENCIMENTO: promover iniciativas que aproximem servidores e colaboradores da Organização e ampliem o orgulho de pertencer à Agência.	JAN - DEZ
AÇÕES PARA REDUÇÃO DE ASSIMETRIA DE INFORMAÇÃO E PARA FORTALECIMENTO DA RELAÇÃO COM ÓRGÃOS E ENTIDADES GOVERNAMENTAIS E COM A SOCIEDADE CIVIL	CAMPANHAS INFORMATIVAS E DE ENGAJAMENTO: atuação 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
	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.	ABR - JUN
	MANUAL DO PORTA-VOZ: elaborar publicação com orientações básicas para uma boa performance em entrevistas e em representação da ANS em eventos.	JUL - DEZ
	REFORÇO DA IDENTIDADE VISUAL: criação de novos modelos para publicações institucionais e para conteúdo de redes sociais.	JAN - MAR
	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. Promover a revisão de conteúdo com apoio das unidades da ANS.	JAN - JUN
	CAMPANHAS EDUCATIVAS: Produzir conteúdo multimídia para divulgar nas redes sociais e no portal da ANS sobre papel da Agência, serviços prestados pela reguladora e regras do setor de planos de saúde.	JAN - DEZ
	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	REVISÃO NORMATIVA: Revisitar normas relacionadas à GCOMS e atualizar Política de Comunicação.	DEZ

Fonte: GCOMS (2025).

## **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 2025:

- Aniversário do marco regulatório do setor de saúde suplementar (Lei 9.656/1998);
- Projeto ANS com Você;
- Programa Parceiros da Cidadania;
- Planejamento Estratégico;
- Programa de Integridade;
- Acordos de Cooperação Técnica;
- Rol de Procedimentos e Eventos em Saúde;
- Reajuste de planos de saúde;
- Monitoramento da Garantia de Atendimento;
- Campanhas sobre temas relacionados às unidades vinculadas (Ouvidoria, Corregedoria, Comissão de Ética);
- Projetos de Inteligência Artificial;
- 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 (tabela 1):

**TABELA 1 – RELAÇÃO DE CONTRATOS DA GCOMS**

OBJETO	CONTRATADA	CONTRATO	VALOR ANUAL
Agência de comunicação	Partners	nº 29/2019	R\$ 3.693.505,51
Agência de publicidade	Em licitação		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	R.M. Auar Vídeo Tech (SIMPLING )	nº 6/2024	R\$ 12.600,00
Crachás em PVC	Amazonas	nº 36/2023	R\$ 25.880,00

Fonte: GCOMS (2025).

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 2025, os seguintes indicadores de desempenho:

## 5.1 Alcance da intranet institucional - Intrans

O indicador busca mensurar o acesso à intranet institucional – Intrans – ao longo do ano, considerando o total de usuários com permissão de acesso à Intrans. A métrica adotada é a razão entre o número de visualizações únicas e o número total de servidores e colaboradores com acesso ao sistema. Ao final de 12 meses, o indicador será gerado a partir da mediana de todos as taxas mensais.

Esse acompanhamento permitirá avaliar o alcance da comunicação feita por meio da Intrans, fornecendo subsídios para ajustes estratégicos sempre que necessário. Além disso, a meta anual será revisada progressivamente, garantindo uma evolução contínua na efetividade da comunicação interna. A meta para 2025 é de 85%.

## 5.2 Engajamento nas redes sociais

Baseado nas interações do público nos perfis institucionais da ANS, o indicador tem como objetivo medir o engajamento orgânico dos usuários (curtidas, comentários e compartilhamentos) no Instagram, Linkedin, Facebook e X.

Conforme mencionado na apresentação deste Plano de Comunicação Institucional, os cortes orçamentários realizados em 2024 acarretaram a exclusão de produtos e serviços relacionados ao monitoramento da imagem da ANS na imprensa. Por esta razão e por falta de condições de manutenção dessas atividades pela equipe da GCOMS, não foi incluído indicador relacionado ao tema no planejamento para 2025.

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



Disque ANS  
0800 701 9656



Formulário  
Eletrônico  
[www.gov.br/ans](http://www.gov.br/ans)



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



Atendimento  
exclusivo para  
deficientes auditivos  
0800 021 2105

