

Plano de comunicação estratégica 2022



Plano de comunicação estratégica 2022





2021. 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/SEGER/DICOL

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/SEGER/DICOL

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 2022 [recurso eletrônico] / Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS). – Rio de Janeiro: ANS, 2021.
700KB; ePub.

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

CDD 302.2

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO	4
1 – A GERÊNCIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL (GCOMS)	5
1.1 Equipe	5
1.2 Normativas	6
1.3 Públicos de relacionamento	6
1.3.1 Público interno	6
1.3.2 Público externo	6
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	9
1.4.4 Identidade visual	9
1.4.5 Publicidade	9
1.4.6 Produção Multimídia	10
1.5 Eventos institucionais	10
1.6 Gestão e fiscalização de contratos	10
2 – CENÁRIO E PERSPECTIVAS	11
3 – PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DE COMUNICAÇÃO – 2022	12
3.1 Principais projetos da Gerência de Comunicação Social	12
3.2 Ações para datas comemorativas	13
3.3 Principais ações programadas pelas Unidades Organizacionais da ANS	13
4 – RECURSOS	14
5 – MENSURAÇÃO DE RESULTADOS	15

APRESENTAÇÃO

Este Plano de Comunicação Estratégica reúne as principais ações e metas programadas pela Gerência de Comunicação Social (GCOMS) e demais unidades organizacionais da Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS) para o ano de 2022.

A GCOMS é uma área técnica com função estratégica e atuação transversal que trabalha de forma proativa e no atendimento às demandas de comunicação das unidades organizacionais da Agência.

O Plano de Comunicação Estratégica 2022 tem o objetivo de dar transparência às ações planejadas para proteger e fortalecer a imagem institucional da Agência, engajar o público interno e disseminar informações sobre o setor de planos de saúde aos atores do setor e à sociedade, contribuindo para que a ANS cumpra a sua missão de “Promover a defesa do interesse público na assistência suplementar à saúde, regular as operadoras setoriais inclusive quanto às suas relações com prestadores e consumidores – e contribuir para o desenvolvimento das ações de saúde do Brasil”.

A publicação considera a missão institucional da ANS, as prioridades elencadas pelas unidades organizacionais e o aperfeiçoamento permanente da comunicação da Agência com seu público interno, com o ente regulado e com a sociedade.

Importante destacar que o Plano de Comunicação é um documento vivo, que funciona como um instrumento norteador das ações da GCOMS, 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”.

A GERÊNCIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL (GCOMS)

A Gerência de Comunicação Social (GCOMS) é uma área estratégica diretamente ligada à Secretaria Geral e subordinada às cinco diretorias da ANS.

De acordo com o Regimento Interno (Resolução Regimental nº 1/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 EQUIPE

Em dezembro de 2021, a Gerência de Comunicação Social conta com 15 profissionais, sendo seis servidores públicos, uma estagiária e oito colaboradores terceirizados, distribuídos de acordo com a seguinte estrutura:



Os seis servidores públicos da equipe realizam, além das atividades de comunicação social, as tarefas de gestão e fiscalização dos contratos da área.

1.2 NORMATIVAS

A Política de Comunicação da ANS vigente é a instituída pela Resolução Administrativa (RA) nº 53, de 7 de março de 2013. A normativa foi revista e ampliada e constará de um Manual de Comunicação que está em elaboração.

A Resolução Normativa nº 16, de 5 novembro de 2002, é outra norma relacionada a atividade de comunicação social. Trata de regras relativas aos materiais publicitários de caráter institucional produzidos pelas operadoras de planos de saúde.

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 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:

1.3.1 PÚBLICO INTERNO

Servidores concursados ou cedidos por outras instituições
Gestores (cargos comissionados)
Prestadores de serviços terceirizados
Estagiários

1.3.2 PÚBLICO EXTERNO

Sociedade em geral
Usuários de planos de saúde
Ministério da Saúde
Operadoras de planos de saúde
Prestadores de serviços de saúde
Contratantes de planos de saúde
Poder Executivo
Poder Judiciário
Poder Legislativo
Órgãos de controle
Gestores do Sistema Único de Saúde
Gestores de saúde privada
Imprensa
Canais de comunicação de órgãos do setor
Instituições de ensino e pesquisa
Órgãos de Defesa do Consumidor
Fornecedores de produtos e serviços
Corretores de planos

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 internet com notícias, documentos, calendários, legislação, políticas e benefícios. Disponível apenas para os usuários da rede interna da instituição, 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. Disponível apenas para usuários da rede interna da ANS.
- **Jornal Mural:** quadros com cartazes impressos em formato A4 colocados em pontos estratégicos da instituição, próximo a elevadores ou em outros locais de grande circulação. Visam a ampliar a visibilidade das principais notícias para os funcionários 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. O envio é feito apenas em caso de necessidade e para pessoas que tiverem ingressado espontaneamente no grupo.
- **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), temas culturais e momento musical com a participação do coral ANS Encanta. Toda a produção é feita pela equipe da GCOMS: roteiro, produção, criação de vinhetas, locução, edição e divulgação dos episódios.
- **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
- **Blog Coronavírus em Pauta:** página temporária no Sharepoint que concentra informações e orientações exclusivas sobre a pandemia.

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**

SERVIÇOS CONTRATADOS

Para apoiar a atividade de monitoramento e relacionamento com a imprensa, o núcleo conta com os seguintes serviços contratados:

Clipping de notícias: Enviado diariamente por e-mail para gestores da ANS e titulares das unidades vinculadas, e disponível para todo o público interno na IntranS, o clipping de notícias consiste num compilado de matérias divulgadas pela grande imprensa (jornais, revistas, televisão, rádio, portais de internet da grande imprensa) e em veículos do setor de saúde suplementar. O serviço possibilita que todos tenham rápido acesso às principais notícias do setor. Para a GCOMS, em especial, é um termômetro importante para avaliação da presença da reguladora na mídia e percepção de sua imagem e reputação. Diariamente, são enviados três boletins pela empresa contratada por meio de licitação.

Análise de mídia mensal: Relatório com avaliação das matérias veiculadas em jornais impressos, portais de notícias, programas jornalísticos de rádio e TV (grande imprensa e veículos do setor de saúde suplementar), capturadas pelo clipping da ANS no período. Uma versão resumida do documento é publicada na IntranS, na comunidade temática Análise de Mídia.

Mailing de imprensa: Por meio desse serviço, é possível consultar a relação atualizada de contatos de imprensa de todo o país, de forma segmentada. A ferramenta também permite o disparo de releases para centenas de jornalistas simultaneamente e gera relatório com relação de profissionais que abriram a mensagem e que clicaram nos links.

Treinamento de porta-vozes: Para aprimorar o relacionamento com a imprensa e preparar os porta-vozes para entrevistas, a GCOMS realiza, periodicamente, sessões de *media training*. O serviço é prestado pela agência de comunicação licitada e os treinamentos são realizados com os diretores e com técnicos indicados por suas respectivas diretorias.

Assinatura digital dos principais jornais do País: O serviço permite que diretores e equipe de comunicação tenham acesso irrestrito a notícias veiculadas pelos principais jornais do Brasil, não só a matérias relativas ao setor de saúde suplementar.

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 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.

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**

1.5 EVENTOS INSTITUCIONAIS

A ANS promove eventos institucionais tanto para o público interno quanto para o público externo, tais como seminários, câmaras setoriais, audiências públicas. A organização dos eventos é competência da Coordenação de Eventos Institucionais (COEI), subordinada à Chefia de Gabinete da Presidência da ANS. A GCOMS apoia a área de Eventos com divulgação, cobertura fotográfica e jornalística e produção de peças gráficas e audiovisuais pertinentes.

1.6 GESTÃO E FISCALIZAÇÃO DE CONTRATOS

Todos os servidores da GCOMS acumulam também as funções de gestão e fiscalização de contratos. Atualmente, a gerência tem os seguintes serviços contratados:

- **Mailing jornalístico**
- **Agência de comunicação**
- **Agência de publicidade**
- **Clipping jornalístico**
- **Banco de imagens**
- **Impressão gráfica**
- **Assinatura eletrônica de jornais**
- **Assinatura do pacote da ADOBE (fiscal requisitante)**

CENÁRIOS E PERSPECTIVAS

Com o avanço da vacinação e a redução dos casos de Covid-19 no Brasil, a expectativa é pela retomada gradual da normalidade em 2022. Já no começo do ano, está previsto o retorno ao trabalho presencial nas unidades da ANS. Mas essa volta será escalonada e com a adoção de modelo de trabalho híbrido, combinando o trabalho realizado nas unidades da ANS e o trabalho à distância. Dessa forma, além da elaboração e execução do plano de retorno, a GCOMS trabalhará, ao longo do próximo ano, junto à Gerência de Recursos Humanos (GERH), para a melhor adaptação do público interno a esse novo cenário.

Ainda no início de 2022, a diretoria colegiada terá grande renovação, com a previsão de chegada de quatro titulares para ocupar cargos que em dezembro de 2021 ainda são ocupados por servidores da ANS que atuam como diretores substitutos. A realização de treinamento para relações com a imprensa (media training) para os novos porta-vozes será uma das prioridades da GCOMS no primeiro semestre.

A GCOMS manterá a prática de divulgar para a sociedade e para os integrantes do setor de saúde suplementar, em linguagem acessível nos seus mais diversos meios de comunicação, as medidas e os resultados das ações da ANS.

Como forma de ampliar a divulgação com caráter informativo e educativo sobre as ações da Agência e os direitos dos consumidores, a GCOMS utilizará os canais de comunicação já existentes, com divulgações permanentes no portal www.gov.br/ans, ações junto à imprensa, publicações em redes sociais, produção de novos episódios do podcast ANS em Pauta – Planos de saúde, além da realização da campanha anual de publicidade, com foco em conteúdo de utilidade pública e serviço para o cidadão.

Em parceria com as unidades organizacionais, serão desenvolvidas iniciativas para redução de assimetria de informação, educação para o consumo, transparência sobre decisões da ANS e qualificação do setor.

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DE COMUNICAÇÃO – 2022

O Plano Estratégico de Comunicação elaborado pela Gerência de Comunicação Social para o próximo ano 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, em 9/09/2021, por meio do Processo SEI nº 33910.036600/2021-35.

Além das ações listadas neste plano, a GCOMS atenderá as demandas institucionais rotineiras, tais como divulgação de eventos, de publicações periódicas, atualização de dados do setor e demais iniciativas relacionadas a projetos e processos da ANS.

Importante ressaltar que as demandas relacionadas abaixo estão sujeitas a fatores como: aprovação da diretoria colegiada; disponibilidade de recursos humanos e financeiros na GCOMS, previsão contratual; disponibilidade de formatos e quantidades para impressão; e avaliação de pertinência das ações do ponto de vista da comunicação.

3.1 PRINCIPAIS PROJETOS DA GERÊNCIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Retorno ao trabalho presencial: campanha de comunicação para informar e orientar o público interno sobre a volta ao trabalho presencial com segurança.

- **Campanha de utilidade pública:** ação publicitária anual com orientações à sociedade sobre o setor de planos de saúde.
- **Reformulação da IntrANS:** projeto iniciado em 2021 para construção de uma nova intranet terá continuidade e previsão de implementação em 2022.
- **Reformulação da Sala de Imprensa:** alteração de layout e inclusão de novos conteúdos para tornar a página de relacionamento com os jornalistas mais atrativa e útil para esse público.
- **Treinamento de porta-vozes:** realização de nova rodada de media training para preparação de porta-vozes para o relacionamento com a imprensa.
- **Eventos de relacionamento com jornalistas:** realização de palestras ou cursos ministrados por técnicos da Agência para esclarecimento de temas da saúde suplementar voltados para profissionais da imprensa setorialistas ou com interesse nas pautas da ANS.
- **TikTok:** análise de pertinência e de viabilidade da criação de perfil institucional da ANS nessa rede social para compartilhamento de vídeos curtos.

- **Manual de Comunicação da ANS:** elaboração de publicação com informações e orientações sobre a Política de Comunicação e os prazos da GCOMS para atendimentos a demandas.
- **Gestão de Riscos:** a GCOMS planeja concluir avaliação de risco do processo mapeado “Realização do Desenvolvimento de Estratégia de Comunicação” e iniciar a avaliação do processo “Realização de Campanha Publicitária”.
- **Mapeamento de processos:** estão previstos os mapeamentos dos processos “Monitoramento das Redes Sociais”, “Elaboração de cartilhas” e “Realização de cobertura de eventos”.

3.2 AÇÕES PARA DATAS COMEMORATIVAS

Ao longo do ano, serão realizadas ações para o registro de datas relevantes para o setor de saúde e para a ANS, como os aniversários da Agência e da Lei nº 9.656/98.

Divulgações de campanhas, como “Outubro Rosa” e “Novembro Azul”, e de datas que destacam a prevenção e o combate a doenças são importantes oportunidades para a ANS reforçar os direitos dos consumidores quantos às coberturas assistenciais obrigatórias. Além de prestar serviço à sociedade, postagens sobre esses temas alcançam bons resultados e conquistam engajamento dos usuários nos perfis da Agência nas redes sociais, ampliando o alcance das mensagens institucionais.

3.3 PRINCIPAIS AÇÕES PROGRAMADAS PELAS UNIDADES ORGANIZACIONAIS DA ANS

A GCOMS recebeu das unidades organizacionais da ANS a previsão de 76 ações de divulgação de notícias e de realização de campanhas para os públicos interno e externo; 41 edições de publicações; e 14 produções de conteúdo multimídia (vídeos, animações, podcasts) Entre elas estão:

- Ações relacionadas ao Dia do Consumidor (15 de março) – produção de conteúdo especial sobre a data, com ênfase aos serviços que a ANS disponibiliza aos usuários do setor: Guia de Planos para compra e troca de produtos; intermediação de conflitos; cartilhas informativas; dados sobre as operadoras; informações úteis no Espaço do Consumidor. Apoio à ação Semana de Orientação aos Beneficiários de Planos de Saúde, programada pelo Núcleo da ANS no Pará;
- Ações para redução de assimetria de informação e educação para o consumo voltadas para o cidadão;
- Difusão de informações para entidades que compõem o programa Parceiros da Cidadania;
- Elaboração de cartilha sobre coberturas para Transtorno do Espectro Autista;
- Campanha da Corregedoria sobre Direito Administrativo Disciplinar, com foco em deveres e vedações funcionais;
- Divulgações relacionadas ao processo de elaboração da Agenda Regulatória 2023;
- Divulgações sobre a Lei Geral de Proteção de Dados (cartilha, FAQ);
- Campanha da Comissão de Ética sobre Valores da ANS;
- Campanhas da Ouvidoria para divulgações dos canais de acesso à unidade e para atrair interessados em integrar o Conselho de Usuários da ANS;
- Divulgação de cartilhas e manuais para o ente regulado sobre Risco de Mercado e Resseguro;
- Divulgação de novas regras para transferência de carteira e de normativa sobre Notificação por Inadimplência;
- Divulgações sobre a evolução do Plano de Transformação Digital da ANS;
- Produção de vídeo institucional para divulgação em eventos promovidos pela ANS;
- Divulgação dos primeiros resultados do Programa de Monitoramento da Qualidade Hospitalar;
- Campanhas para alertar a sociedade sobre o risco de agendamento de partos para a saúde da mãe e do bebê (Movimento Parto Adequado).

4

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 2022:

OBJETO	CONTRATADA	CONTRATO	VALOR
Mailling jornalístico	Comunique-se	nº 41/2019	R\$ 6.000,00
Agência de Comunicação	Partners	nº 29/2019	R\$ 3.056.882,56
Agência de Publicidade	Popcorn	nº 09/2019	R\$ 3.201.795,53
Clipping jornalístico	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, 03 e 04/2021	Mavimix Adesivos Decorativos Impressoart Editora Gráfica RB Comunicação Visual	nº 11/2021 12/2021 13/2021	R\$262.327,40 (valor total das atas)
Assinaturas eletrônicas de jornais	Eldex Distr. de Jornais e Revistas LTDA. - ME	nº 07/2017	R\$ 14.304,24

MENSURAÇÃO DE RESULTADOS

Em 2022, a GCOMS vai utilizar os seguintes indicadores de desempenho para mensurar seus resultados:

- **InPar**
Indicador criado pela agência Partners com base na Exposição da ANS na mídia e relevância dos veículos.
- **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.

Com esses indicadores, alguns dos principais processos da gerência de Comunicação serão avaliados, o que permitirá verificar se as ações realizadas alcançaram os objetivos desejados.

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/pt-br



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)

